

# LA CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO. UN ANÁLISIS DE LAS INFRAESTRUCTURAS AEROPORTUARIAS<sup>53</sup>

THE QUALITY PERCEIVED OF THE SERVICE. AN ANALYSIS OF AIRPORT INFRASTRUCTURES  
QUALIDADE PERCEBIDA DO SERVIÇO. UMA ANÁLISE DAS INFRA-ESTRUTURAS  
AEROPORTUÁRIAS

Claudia María Giraldo-Velásquez<sup>54</sup>

Tatiana Andrea Muñoz-Vélez<sup>55</sup>

Amanda Stella Valderrama<sup>56</sup>

Sandra Zapata-Aguirre<sup>57</sup>

## FORMA DE CITACIÓN

Claudia María Giraldo-Velásquez, C.M., T.A. Muñoz-Vélez, A.S. Valderrama & S. Zapata-Aguirre. *Dimensión Empresarial*, 15(1 Especial), 217-226. DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v15i1.1386>  
JEL: L83, L93.

## RESUMEN

Las percepciones de los clientes en relación con sus experiencias de servicio son elementos claves para el éxito de cualquier organización y las infraestructuras aeroportuarias, como cualquier otro proveedor de servicios, no son la excepción. El presente artículo reflexiona, a partir de fuentes originales, sobre cómo, si bien la satisfacción de los pasajeros es un indicador importante del desempeño, en el campo de la gestión aeroportuaria, la calidad percibida del servicio por parte de los pasajeros ha sido desatendida por mucho tiempo. Partiendo del análisis de la importancia de estas infraestructuras para el desarrollo del transporte aéreo y del turismo, se procede a describir la interacción de los pasajeros con los elementos asociados a la calidad del servicio y la satisfacción. Asimismo, se da cuenta de los principales resultados presentes en la literatura relacionada. Las implicaciones y perspectivas futuras de investigación son planteadas en las reflexiones finales.

Palabras clave: calidad percibida, servicios, satisfacción, comportamiento del consumidor, aeropuertos, turismo

## ABSTRACT:

The perceptions of customers regarding their service experiences are key elements for the success of any organization and airport infrastructures, as any other service provider, are no exception. This article reflects, from original sources, about how, while passenger satisfaction is an important indicator of performance in the field of airport management, quality of service perceived by passengers has neglected by long time. Starting from the analysis of the importance of this infrastructure for the development of air transport and tourism, we proceed to describe the interaction of passengers with the elements associated with the quality of service and satisfaction. It also realizes the main results found in the related literature. The implications and future research perspectives are raised in the concluding reflections

Key words: perceived quality, service, satisfaction, consumer behavior, airports, tourism

## RESUMO

As percepções dos clientes sobre as suas experiências de serviço são elementos-chave para o sucesso de qualquer

---

<sup>53</sup> Artículo de reflexión a partir del proyecto de investigación “Análisis de las infraestructuras aeroportuarias como determinantes de la competitividad de un destino turístico”, financiado por la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, Medellín, <http://www.colmayor.edu.co/> y realizado por el grupo de Investigación Empresarial y de Turismo-GIET (Categoría B, Colciencias). Fecha de ejecución del proyecto: febrero 2013-2014. Fecha de recepción 30/07/2016. Fecha de aceptación 12/11/2016.

<sup>54</sup> Doctora en Turismo Profesora investigadora de la Facultad de Administración. Directora del Grupo de Investigación GIET. Email: [cgiraldo@colmayor.edu.co](mailto:cgiraldo@colmayor.edu.co)

<sup>55</sup> Especialista en Gestión del Talento Humano y la Productividad Profesora investigadora de la Facultad de Administración. Email: [tatiana.munoz@colmayor.edu.co](mailto:tatiana.munoz@colmayor.edu.co)

<sup>56</sup> Especialista en Evaluación Educativa Profesora y Coordinadora Académica de la Facultad de Administración. Email: [svalderrama@colmayor.edu.co](mailto:svalderrama@colmayor.edu.co)

<sup>57</sup> Doctora en Gestión de las Infraestructuras Aeroportuarias. Profesora agregada de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración, UDELAR, Uruguay. Investigadora adscrita al Grupo de investigación GIET. Email: [szapata@ccee.edu.uy](mailto:szapata@ccee.edu.uy)

organização e infraestruturas aeroportuárias, como qualquer outro prestador de serviços, não são exceção. Este artigo reflete, a partir de fontes originais, como, embora a satisfação dos passageiros seja um indicador importante de desempenho no campo da gestão aeroportuária, a qualidade de serviço percebida pelos passageiros tem sido negligenciada por muito tempo. Partindo da análise da importância desta infraestrutura para o desenvolvimento do transporte aéreo e do turismo, procedemos a descrever a interação dos passageiros com os elementos associados à qualidade do serviço e à satisfação. Também realiza os principais resultados encontrados na literatura relacionada. As implicações e perspectivas futuras de pesquisa são levantadas nas reflexões finais.

Palavras-chave: qualidade percebida, serviço, satisfação, comportamento do consumidor, aeroportos, turismo

## INTRODUCCIÓN

Los aeropuertos son complejas infraestructuras donde la satisfacción del pasajero está influenciada por las distintas dimensiones del conjunto de servicios ofrecidos. No obstante, en el campo de la gestión aeroportuaria, la calidad percibida del servicio por parte de los pasajeros ha sido desatendida por mucho tiempo, aun siendo uno de los principales indicadores del desempeño aeroportuario. Los gestores aeroportuarios se han preocupado principalmente por medir la calidad de forma más objetiva, identificando brechas en los servicios que representen una amenaza para el rendimiento global de su infraestructura. Un ejemplo son los sistemas de medición conocidos como benchmarking, donde se evalúa el desempeño desde el punto de vista de la eficiencia operacional (Humphreys & Francis, 2002). Por lo tanto, esto ha significado que, en general, las perspectivas de los pasajeros hayan sido consideradas como marginales en la gestión de las infraestructuras aeroportuarias.

Las percepciones de los clientes en relación con sus experiencias de servicio son elementos claves para el éxito de cualquier organización (Kelley & Turley, 2001). Las infraestructuras aeroportuarias, como cualquier otro proveedor de servicios, no son la excepción. El grado con el cual un cliente percibe cada atributo del servicio afecta directamente su actitud a la hora de emitir un juicio general sobre su experiencia con la calidad del servicio entregado. El creciente aumento del tráfico de pasajeros ha presionado a los operadores aeroportuarios a adoptar prácticas de gestión más orientadas al cliente. Es por lo que, para los gestores de estas infraestructuras, conocer y entender las necesidades de los pasajeros es vital.

Las nuevas realidades del *doing business* en el siglo 21 requieren que los aeropuertos piensen holísticamente acerca del servicio que ofrecen a sus clientes quienes esperan una experiencia lo más tranquila y agradable posible. Los pasajeros, en general, no distinguen quién o quiénes son los responsables por la calidad de los servicios, si las aerolíneas, la administración de seguridad del transporte aéreo, las oficinas de protección a los consumidores, los concesionarios u otros socios del aeropuerto. Por ello, el pasajero aéreo de hoy quiere una experiencia de viaje unificada. En este sentido los aeropuertos de todo el mundo están haciendo notables esfuerzos para mejorar sus terminales y aportar comodidad a los viajeros.

Se considera de utilidad el presente artículo de reflexión para la infraestructura aeroportuaria nacional visto que se trata de un sector caracterizado por ser uno de los de más rápido crecimiento en la economía mundial (en términos de crecimiento del tráfico de pasajeros y de carga) y en particular, para Colombia, cuyas cifras de crecimiento de pasajeros, vistas en el tiempo, han ido en aumento. Los mencionados hechos sumados al explosivo aumento de la flota mundial (que se duplicará) y al aumento del tamaño de los aviones en un 20% (Airbus, 2013), constituyen, sin duda, un desafío para las infraestructuras aeroportuarias de cualquier ámbito geográfico.

## FUNDAMENTACIÓN DE LA REFLEXIÓN

### **Importancia de las infraestructuras aeroportuarias**

El reconocimiento de la importancia de la infraestructura aeroportuaria como factor de desarrollo económico y de competitividad de una región ha sido evidente en el ámbito académico, y de ello dan fe la presencia de una variada gama

de publicaciones sobre el tema (Ogenyi & Kent, 2001; Volkova & Müller, 2012; Hakfoort, Poot, Rietveld, 2001; Graham, 2001; Bel & Fageda, 2006; Green, 2007; Lyon & Francis, 2006)

El transporte aéreo es el que más ha contribuido a la extensa globalización de los viajes y en gran medida al crecimiento económico del planeta. La industria turística y el transporte aéreo se han convertido en industrias conexas ya que, en conjunto, han generado crecimiento económico y propiciado el avance tecnológico de las aeronaves (Manchón-Contreras & Aranda-Pérez, 2007). Estos elementos han permitido que los territorios puedan ofertarse como destinos asequibles para los viajeros de clase media, de capacidad creciente y de alto poder adquisitivo; lo que potencializa los destinos y dinamiza el turismo.

En el caso particular del viaje turístico, la infraestructura aeroportuaria es el primer y último punto de contacto de los turistas en su destino. Esto implica que el manejo eficiente de los servicios aeroportuarios podría optimizar el disfrute del turista, minimizando el tiempo de entrada al destino y maximizando el tiempo y las posibilidades de realización de actividades destinadas a las compras y al ocio del pasajero al final de su viaje (Martin-Cejas, 2006). Por tanto, la percepción de la calidad de servicio del aeropuerto brinda el primer elemento de la calidad de una ciudad para los viajeros en el momento de su llegada y la última opinión para los que salen.

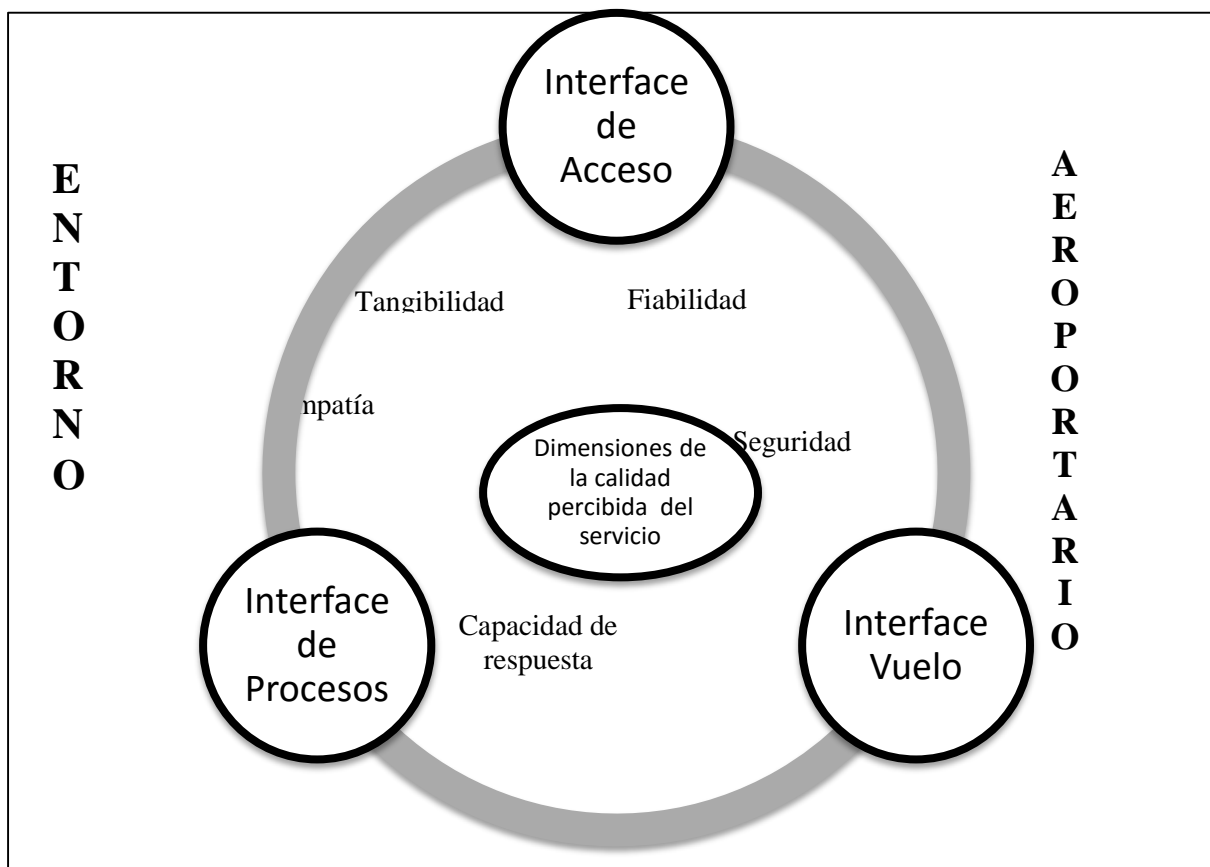
### **Los pasajeros y las dimensiones de la calidad del servicio**

La satisfacción del pasajero es un indicador de desempeño clave para la operación de un aeropuerto. La forma en que el operador aeroportuario elija ofrecer los distintos servicios aeroportuarios afectará no sólo su desempeño económico sino también su relación con los usuarios de estas estructuras.

La evaluación del servicio en un ámbito aeroportuario es un proceso siempre en curso, que requiere un continuo monitoreo para mantener altos niveles de servicio en las distintas áreas con las que interactúan los usuarios. De ahí que algunos autores consideren más relevante entender cuáles son los factores que influyen en la percepción de valor de un pasajero (llámese turista de placer, negocios u otra tipología), que invertir en programas de calidad del servicio que no respondan a las necesidades verdaderas de su público objetivo (Blázquez, 2014).

En general, los pasajeros se desplazan a través de tres interfaces dentro de un sistema aeroportuario: la interface de accesibilidad (vías de acceso o transferencia al terminal, parqueaderos, etcétera.), el componente de procesamiento (información de vuelos, proceso de check in del pasajero y su equipaje, proceso de aduanas, seguridad, equipaje, etcétera.) y la interface relativa al vuelo (circulación por las salas de abordaje, por las zonas de *duty free*, etcétera.). Es en este sistema donde los pasajeros desarrollan una parte importante de su experiencia de viaje. Este aspecto es particularmente importante para la industria turística dado que las infraestructuras aeroportuarias son el primer punto de contacto para un turista que usa el medio de transporte aéreo para llegar a su destino. Estas les dan la primera impresión acerca de la calidad esperada durante su tiempo de estadía. Por tanto, si un aeropuerto no puede ocuparse eficazmente de todos los procesos a los que son sometidos los usuarios, la calidad de servicio será baja y la percepción del pasajero sobre la calidad del servicio aeroportuario quizá disminuya (Martin-Cejas, 2006). Asimismo, en dicho sistema el pasajero se ve expuesto a todos los atributos de los servicios aeroportuarios. Por tanto, estos contarán con todos los elementos para construir su percepción de la calidad del servicio. A manera de ilustración, el Gráfico 1 modela esta interacción.

**Gráfico 1.** Modelo propuesto de la interacción de las dimensiones de la calidad del servicio en un entorno aeroportuario



Fuente: Elaboración propia

Se observan las dimensiones de la calidad del servicio (las mismas que utiliza el conocido modelo de calidad ServQual) que el pasajero experimenta durante su permanencia en un entorno de servicio, en este caso, en un contexto aeroportuario. A continuación, se describen cada una de las cinco dimensiones, según Zeithaml & Bitner (2006):

**Tangibilidad:** Es la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación.

**Fiabilidad:** Es la capacidad para ejecutar el servicio prometido en forma segura y precisa.

**Capacidad de respuesta:** Es la capacidad de reaccionar ante cualquier problema o eventualidad que ocurra previa o durante una atención. Es la disposición y voluntad del personal para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido (También formulado por Salazar-Luna, 2006).

**Seguridad:** Es el conocimiento y la cortesía de los empleados, la capacidad de la empresa y sus empleados para inspirar buena voluntad y confianza.

**Empatía:** Es la atención individualizada cuidadosa que la empresa proporciona a sus clientes.

### **Satisfacción de los pasajeros y calidad de las infraestructuras aeroportuarias**

Examinar la satisfacción es importante ya que brinda elementos para mantener la competitividad y en la industria

turística la satisfacción del cliente constituye un aspecto clave en la repetición de la visita y en la posibilidad de que este recomiende el destino a los amigos y familiares. (Babin & Griffin, 1998; Szymanski & Henard, 2001). La satisfacción del turista es crucial en el sentido que afecta las expectativas e intenciones en la decisión de compra al elegir un próximo destino (Martin-Cejas, 2006); de ahí que los destinos turísticos consideren la satisfacción de los visitantes como una de las mayores fuentes de ventaja competitiva (Fuchs & Weiermair, 2004). Por ello, la calidad de las facilidades de las infraestructuras aeroportuarias, como un factor de los servicios básicos turísticos, es relevante (Martin-Cejas, 2006) porque se encuentra íntimamente ligada con la satisfacción experimentada por el turista y porque influye en el posicionamiento del destino.

La infraestructura del transporte aéreo tiene que ser ofrecida de forma eficiente para garantizar un nivel de calidad del servicio turístico; para los servicios de transporte la confiabilidad se convierte en el núcleo de la calidad del servicio. Los pasajeros en los aeropuertos utilizan varios servicios, tales como el servicio de recogida de equipajes y control de pasaporte al llegar y el registro, pasaporte y controles de seguridad en la salida. Si un aeropuerto no puede ocuparse de todos estos servicios eficazmente, la calidad de servicio de aeropuerto será baja y la percepción del turista sobre las instalaciones aeroportuarias será negativa (Martin-Cejas, 2006).

En los tiempos actuales los aeropuertos están teniendo una gran competencia debido a factores como la desregularización y por la exigencia cada vez mayor de los pasajeros con respecto a la calidad del servicio. En este contexto, los aeropuertos y aerolíneas utilizan el continuo mejoramiento de la calidad en el servicio como una estrategia para incrementar el número de pasajeros y, por tanto, la evaluación de la calidad del servicio de los aeropuertos se ha convertido en asunto importante para la gestión aeroportuaria (Chou, 2012).

### **Principales atributos valorados por los pasajeros en los estudios sobre la calidad percibida de los servicios aeroportuarios.**

El constructo de la calidad del servicio ha recibido una fuerte atención por parte de los investigadores en el campo de la gestión empresarial y del marketing de servicios y ha sido sistemáticamente estudiado por más de dos décadas desde los trabajos pioneros de Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985, 1988). Estos autores definen la calidad del servicio como una función de la diferencia entre las expectativas y las percepciones de los clientes del servicio recibido.

Según Kotler y otros (2005), la calidad, más que perseguir el objetivo de cero defectos, debe comenzar con las necesidades del cliente (lo que espera) y terminar con la satisfacción del mismo (valor percibido).

Es comúnmente aceptado que las percepciones del servicio están estrechamente relacionadas con las percepciones de la marca, los niveles de lealtad hacia las empresas de servicio (Kelley et al 2001) y la probabilidad de recompra (Oliva & Oliver, 1992).

En el contexto de la industria aeroportuaria, la calidad del servicio se podría definir como la diferencia entre las expectativas previas de un pasajero de los servicios aeroportuarios y la impresión de los servicios efectivamente recibidos.

A partir del modelo de calidad del servicio-ServQual- de Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985, 1988), el interés de los investigadores por los temas de satisfacción y percepción de la calidad de servicio ha crecido sistemáticamente.

Los estudios que evalúan la calidad del servicio en el ámbito aeroportuario han surgido recientemente (Fernandes &

Pacheco, 2010), siendo un tema de investigación actual (Bogicevic y otros, 2013; Bezerra & Gomes, 2015). En la bibliografía específica sobre la calidad y la gestión de servicios aeroportuarios, muchos han examinado los criterios para evaluar el nivel de servicio en los aeropuertos y han intentado definir estándares (Horonjeff y otros, 2010). En general, las medidas del nivel de servicio de pasajeros, comúnmente asociado con los servicios ofrecidos en tierra dentro del aeropuerto, incluyen medidas de congestión dentro de la terminal y el sistema de acceso terrestre, los retrasos de pasajeros y la longitud de las filas de espera en las diversas instalaciones del terminal, las distancias caminadas por los pasajeros y el tiempo total de procesamiento (*check in*) de los mismos. Entre los estudios que proponen índices de niveles de servicios y escalas de la calidad del servicio se encuentran: Rhoades, Waguespack. & Young (2000), Correia & Wirasinghe (2007), Correia, Wirasinghe & de Barros, (2008a, 2008b) y George, Henthorne, & Panko (2013). Otros elementos propuestos por Yeh & Kuo (2003) son considerados a la hora de evaluar la calidad y el servicio de los aeropuertos y que deben estar en continuo monitoreo. Estos son: a) Confort, b) tiempo de procesamiento, c) conveniencia, d) amabilidad del personal, e) visibilidad de la información, f) seguridad, todos explicados en la Tabla 1.

**Tabla 1.** Atributos del servicio utilizado en la evaluación de servicio de pasajeros de los principales aeropuertos internacionales de la región Asia-Pacífico

Atributos del servicio	Medidas de desempeño
Confort	Limpieza, iluminación y grado de congestión de las zonas y salas de espera, y la atmósfera en general del aeropuerto
Tiempo de procesamiento	Tiempo requerido para los procesos de migración, aduanas y reclamo de equipajes.
Conveniencia	Disponibilidad de baños, tiendas, restaurantes, cambio de divisas, cajeros automáticos, carros de equipaje, etcétera.
Amabilidad del personal	Capacidad de ayudar y cortesía de todo el personal del aeropuerto
Visibilidad de la información	Claridad y/o frecuencia de la información provista por las pantallas en relación a los vuelos, instalaciones y señalización del aeropuerto
Seguridad	Sensación de seguridad en relación a las medidas de protección e instalaciones seguras

Fuente: Yeh & Kuo (2003)

Existe otro cuerpo de estudios en la bibliografía específica que han intentado investigar el efecto de los diferentes atributos de servicio en la satisfacción de los pasajeros del aeropuerto. Bezerra & Gomes (2015), en su estudio para Brasil, encontraron que el *check in*, la seguridad, el ambiente, los servicios básicos y la movilidad son los aspectos que más afectan la probabilidad de que los pasajeros asignen una alta calificación a su satisfacción general. Para el caso de los vuelos regulares del aeropuerto de Gran Canaria, el terminal de pasajeros presenta un excelente desempeño respecto al nivel de servicio del *check-in* (Martin-Cejas, 2006). La conveniencia de los servicios de transporte que conectan con el exterior del terminal aéreo, el diseño interior y el servicio de información del aeropuerto son tres atributos claves para los pasajeros del aeropuerto de Taiwán (Chou, 2012). La calidad de los sistemas de información de los vuelos y la facilidad de orientación dentro del terminal, presentan un gran nivel de importancia para los pasajeros del aeropuerto de Sri Lanka (de Barros, A. G., Somasundaraswaran, A. K., & Wirasinghe, S. C. 2007). La limpieza y un ambiente agradable para pasar el tiempo son determinantes claves de la satisfacción, mientras el control de seguridad, la señalización confusa y la mala oferta de comidas son los aspectos que más causan insatisfacción en un estudio realizado con opiniones de pasajeros de todo el mundo. La disposición de los asientos, las rampas para minusválidos y los pisos antideslizantes en los aeropuertos son los atributos con los cuales los pasajeros con discapacidad presentan mayor insatisfacción (Chang & Chen, 2011). La tarifa aérea, el tiempo de acceso, la frecuencia de vuelos y el número de líneas

aéreas fueron los atributos más importantes en el nivel de servicio del aeropuerto internacional de Hong Kong (Loo, 2008). Por lo contrario, en el mismo estudio, el número de formas de acceso al aeropuerto, el costo de acceso, la zona comercial del aeropuerto y el tiempo en la fila de los mostradores de *check-in* no fueron estadísticamente significativos. Tampoco los atributos del servicio como la amabilidad del personal, la apariencia del aeropuerto, la señalización o los baños del terminal del aeropuerto resultaron significativos en el contexto de un aeropuerto italiano de la región de Calabria (Eboli & Mazzulla, 2009).

Vale decir también que otro marco de análisis ha comenzado a abrirse paso en el análisis de la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción. Se trata de los enfoques de decisión multicriterios, los cuales han surgido con el fin de obtener una evaluación más precisa y fiable de la calidad del servicio de los pasajeros (Fernández y otros, 2010; Tsai, Hsu, & Chou, 2011; Chou, 2012), dado el componente subjetivo explícito en las encuestas de satisfacción.

Adicionalmente, la industria por sí misma ha hecho esfuerzos para desarrollar estándares respecto al nivel de servicio (Correia, Wirasinghe, & de Barros, 2008a) y ha motivado a los operadores aeroportuarios para llevar a cabo sus propios estudios con el fin de garantizar que las necesidades y deseos de los usuarios sean considerados en el contexto de sus planes de gestión.

## **REFLEXIONES FINALES**

La calidad del servicio es un indicador clave para el funcionamiento de un aeropuerto y la calidad del servicio percibida por los pasajeros podría tener un significativo impacto en la futura promoción de las actividades de turismo y negocios. (Chou, 2012).

De los estudios de gestión de aeropuertos revisados, se puede señalar que los relativos a América Latina como objeto de análisis han sido escasamente abordados. El caso más estudiado ha sido Brasil con una cierta presencia constante en la literatura (Correia & Wirasinghe, 2004; De Barros, Somasundaraswaran, & Wirasinghe 2007; Bandeira y otros, 2014). En consecuencia, la presente reflexión pretende llamar la atención sobre la necesidad de llenar esta brecha en lo que tiene que ver con el ámbito nacional. Actualmente, la Dirección Aeronáutica Civil de Colombia recopila datos de calidad del servicio. Esta es medida en función del número total de quejas por cada diez mil pasajeros transportados. Hasta donde las autoras tienen conocimiento, basadas en la revisión exhaustiva de la literatura, no hay trabajos aplicados al caso colombiano que permitan tener un diagnóstico de la valoración de la calidad percibida de los pasajeros en relación con los servicios aeroportuarios. Es por ello que, a partir de esta reflexión, se deja abierta esta línea de investigación como futuro campo de trabajo. De esta manera se contribuye no sólo a la literatura académica (presentando un análisis en un contexto suramericano) sino también al desarrollo del sector del transporte aéreo nacional, toda vez que los resultados son de utilidad en la toma de decisiones, tanto de los actores público (política pública), como de los privados (operador aeroportuario). Investigaciones en esta línea le podrían proporcionar al gestor aeroportuario información que les posibilite identificar y diferenciar los aspectos de la calidad del servicio que son percibidas positivamente por los pasajeros, de aquellas que podrían necesitar acciones correctivas apropiadas.



## REFERENCIAS

- Airbus (2006). Global Market Forecast 2006–2025.
- Babin, B.J. & M. Griffin (1998). The nature of satisfaction: an updated examination and analysis. *Journal of Business Research*, 41 (2), 127–136.
- Bandeira, M.C.G.D.S., G.M.R. Borille, M.C.D. Maia & R.F. Moser (2014). Key indicators that affect the perception of service quality in critical airport areas of passenger boarding. *Journal of Transport Literature*, 8(4), 7-36. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/2238-1031.jtl.v8n4a1>
- Bel, G. & X. Fageda (2006). Airport management and airline competition in OECD countries. En: F. Fichert, J. Haucap, & K. Rommel (Eds.), *Competition policy in network industry* (pp. 81–98). Berlín: LIT Verlag.
- Bezerra, G.C.L. & C.F. Gomes (2015). The effects of service quality dimensions and passenger characteristics on passenger's overall satisfaction with an airport. *Journal of Air Transport Management*, 44, 77-81
- Blázquez, A. (2014). La comercialización del producto “turismo deportivo”. *Dimensión Empresarial*, 12(2), 46-58.
- Bogicevic, V., W. Yang, A. Bilgihan & M. Bujisic (2013). Airport service quality drivers of passenger satisfaction. *Tourism Review*. 68(4), 3-18.
- Chang, Y.C. & Ch.F. Chen (2011). Identifying mobility service needs for disabled air passengers. *Tourism Management*, 32, 1214-1217.
- Chou, C.C. (2012). Evaluating the quality of airport service using the fuzzy multi-criteria decision-making method: a case study of Taiwanese airports. *Expert Systems with Applications* 29(3), 246-260
- Correia A.R. & S.C. Wirasinghe (2007). Development of level of service standards for airport facilities: Application to Sao Paulo International Airport. *Journal of Air Transport Management*, 13, 97-103
- Correia, A.R., S. Wirasinghe, & A.G. De Barros (2008b). Overall level of service measures for airport passenger terminals. *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 42(2), 330-346
- Correia, A.R. & S.C. Wirasinghe (2004). Evaluation of Level of Service at Airport Passenger Terminals: A Review of Research Approaches. *Transportation Research Record* 1888, 1–6.
- Correia, A.R., S.C. Wirasinghe & A.G. de Barros (2008a). A global index for level of service evaluation at airport. *Transportation Research Part E* 44(4), 607-620.
- De Barros, A.G., A.K. Somasundaraswaran & S.C. Wirasinghe (2007). Evaluation of level of service for transfer passengers at airports. *Journal of Air Transport Management*, 13(5): 293-298.
- Eboli, L. & G. Mazzulla (2009). An ordinal logistic regression model for analysing airport passenger satisfaction. *EuroMed Journal of Business* 4(1), 40-57.
- Fernandes, E. & R. Rodrigues-Pacheco (2010). A quality approach to airport management. *Quality and Quantity* 44, 551-564.
- Fuchs, M., & K. Weiermair (2004). Destination Benchmarking: an indicator-system's potential for exploring guest satisfaction. *Journal of Travel Research*, 42(2), 212–225.
- George, B., T.L. Henthorne & T.R. (2013). ASQal: measuring tourist perceived service quality in an airport setting. *International Journal of Business Excellence* 6(5), 526-536.
- Graham, A. (2001). *Managing airports: an international perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Green, R.K. (2007). Airports and economic development. *Real Estate Economics*, 35(1), 91–112.
- Hakfoort, J.A., T.B. Poot & P.C. Rietveld (2001). The regional economic impact of an airport: The case of Amsterdam schiphol airport. *Regional Studies*, 35(7), 595-604
- Horonjeff, R., F.X. McKelvey, W.J. Sproule & S. Young (2010). *Planning and Design of Airports* (5th Ed.). New York, McGraw-Hill.
- Humphreys, I. & F. Graham (2002). Performance measurement: a review of airports. *International Journal of Transport Management* 1, 79–85
- Kelley, S.W. & L.W. Turley (2001). Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events. *Journal of Business Research*, 54 (2), 161–166.
- Kotler, P., G. Armstrong, J. Sauters & V. Wong (2005). *Principles of marketing* (4a) Londres, Prentice-Hall.
- Loo, B.P.Y. (2008). Passengers' airport choice within multi-airport regions (MARs): some insights from a stated preference survey at Hong Kong International Airport. *Journal of Transport Geography*, 16, 117–125
- Lyon, D. & G. Francis (2006). Managing New Zealand's airports in the face of commercial challenges. *Journal of Air Transport Management*, 12, 220-226

- Manchón-Contreras, F., & T. Aranda-Pérez, T. (2007). Transporte aéreo y turismo: dos industrias estrechamente relacionadas. *Estudios Turísticos*, 172/173, 265-271.
- Ogenyi O. & A. Kent (2001). International airport influences on impulsive shopping: trait and normative approach. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 29(5), 226 – 235.
- Oliva, T.A. & T.L. Oliver (1992). A catastrophe model for developing service satisfaction strategies. *Journal of Marketing*, 56 (3), 83–95
- Oliver, R.L. (1997). Satisfaction: a behavioural perspective on the consumer. New York, McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml & L.L. Berry (1985). A conceptual model of service quality and its implication. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml & L.L. Berry (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.
- Pizam, A. & T. Ellis (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11 (7), 326-339
- Martin-Cejas, R.R. (2006). Tourism service begins at airport. *Tourism Management*, 27: 874-877
- Rhoades, D.L., B. Jr. Waguespack, & S. Young (2000) Developing a quality index for US airports. *Management Service Quality*, 10(4): 257–262
- Salazar-Luna, G. (2006). *Calidad de servicio percibida por pacientes atendidos en dos clínicas dentales privadas de Lima metropolitana*. Perú: Universidad Peruana Cayetano Heredia.
- Szymanski, D.M. & D.H. Henard (2001). Customer satisfaction: a meta-analysis of the empirical evidence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(1), 16-35.
- Tsai, W.H., W. Hsu & W.Ch. Chou (2011). A gap analysis model for improving airport service quality. *Total Quality Management*, 22(10), 1025-1040
- Volkova, N. & J. Müller (2012). Assessing the non-aviation performance of selected US airports. *Transportation Journal*, 51(3), 289-304.
- Yeh, C.H. & Y.L. Kuo (2003). Evaluating passenger services of Asia-Pacific international airports. *Transportation Research Part E*, 39 (1), 35-48
- Zeithaml, V. & M. Bitner (2009). *Marketing de Servicios*. México, McGraw Hill.