

PROPUESTA DE DISEÑO DE ATRIBUTOS DE CALIDAD PERCIBIDA DE SERVICIOS AEROPORTUARIOS DESDE LA VISIÓN DE LOS PASAJEROS CORPORATIVOS

**PROPOSAL FOR THE DESIGN OF THE PERCEIVED QUALITY ATTRIBUTES ON AIRPORT SERVICES
FROM A CORPORATE PASSENGERS VISION**

Natalia De Miguel¹

S. Soledad Gallucci²

Ana Lía Guerrero³

Universidad Nacional del Sur

RESUMEN

El presente artículo plantea como objetivo diseñar un conjunto de atributos de calidad de servicios aeroportuarios que luego se constituyen en insumos para incorporar a herramientas de medición de la calidad percibida por el segmento de demanda corporativo que viaja por motivos de negocios, a partir del enfoque basado en procesos. Los resultados obtenidos muestran 35 atributos de calidad del servicio aeroportuario contruidos desde la óptica de este segmento, a partir de las cinco dimensiones del servicio propuestas por SERVQUAL y considerando las actividades que componen el proceso operativo "Tránsito de pasajeros". Estos atributos son aplicables a cualquier aeropuerto de uso comercial que opere vuelos domésticos en ciudades intermedias. Constituyen la base para diseñar los servicios a prestar en terminales aeroportuarias, garantizando así una experiencia global satisfactoria.

Palabras claves: turismo de negocios - servicios aeroportuarios – procesos - atributos de calidad percibida.

(1) Licenciada en Turismo (UNS). Alumna de la Licenciatura en Administración de Empresas (UNS) y alumna de la Maestría Gestión y Desarrollo del Turismo (UNQ). Docente con dedicación simple en la carrera Licenciatura en Turismo. Agente de Servicio al Pasajero en LAN Argentina S.A en Aeropuerto Comandante Espora (Bahía Blanca). Participa en proyecto de investigación PGI/UNS. Correo Electrónico: nataliaademiguel@gmail.com

(2) Licenciada en Turismo (UNComa). Magister en Desarrollo y Gestión Territorial (UNS). Docente investigador con dedicación exclusiva en la carrera de Licenciatura en Turismo, Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Participa en proyecto de investigación PGI/UNS. Correo Electrónico: gallucci@uns.edu.ar

(3) Licenciada en Geografía (UBA). Magister en Política y Estrategia (UNS). Doctora en Geografía (UNS). Docente investigador con dedicación exclusiva en la carrera de Licenciatura en Turismo y Licenciatura y Profesorado en Geografía, Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur. Participa en proyectos de investigación PGI/UNS. Correo Electrónico: aguerrero@uns.edu.ar

ABSTRACT

This article's goal is to design a set of quality attributes of airport services, which then become feedback for tools that measure the quality perceived by the corporate demand segment that travels on business reasons, based on the processes approach. The results show 35 airport services quality attributes built from the perspective of this segment, based on the five dimensions of the service proposed by SERVQUAL and considering the activities that comprise the "Transit passenger" operational process.

Keywords: business tourism – airport services – processes - quality - perceived attributes.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el interés de las organizaciones por la calidad del servicio brindado ha aumentado notablemente ya que la necesidad de adoptar criterios de calidad se ha convertido en un elemento necesario para asegurar la viabilidad tanto económica como financiera del negocio.

Desde el punto de vista de las investigaciones científicas, diversos autores se han interesado en las técnicas y herramientas para la medición de la calidad del servicio percibida por el cliente. Existen diferentes modelos que permiten evaluar la calidad de servicios tales como modelo de la Imagen (Escuela Europea) y, los modelos SERVQUAL y SERVPERF (Escuela Norteamericana) Serrano Bedia y López Fernández (2007); Duque (2005).

A partir de la aparición del modelo SERVQUAL (propuesto por Parasuraman, Berry y Zeithaml a través de diferentes publicaciones en 1985 y 1988) se han publicado artículos científicos y estudios académicos que toman como referencia este modelo procurando hacer una adaptación útil para distintas organizaciones turísticas tales como agencias de viajes, oficinas de información turística, líneas aéreas, hoteles, entre otras Falces Delgado, Sierra Diez, Becerra Grande y Briñol Turnes (1999); Bigné Alcañiz, Martínez Fuentes, Romero y Andreu Simon (2003); Dipierri y Zanfardini (2004); Gazzera y Lombardo (2007) Vázquez Casielles, del Río- Lanza y Suárez- Álvarez (2009); Zanfardini y Fernández (2009);Zanfardini (2001;2004); Robledo Camacho (2004).

Con respecto a la medición de la calidad de los servicios aeroportuarios brindados a pasajeros se han desarrollado algunas investigaciones académicas Ruz Carreño (2015), Onton Sarmiento, Mendoza Suárez y Ponce Otoyá (2010), Acosta y Verbeke (2006) pero los estudios científicos más recientes sobre esta temática se aplican en países con muy diferentes modos de organización social y estados de desarrollo de sus economías Bogicevic, Yang, Bilgihan y Bujisic (2013); Fodness y Murray (2007); Han, Ham, Yang y Baek (2012); Lioua, Tangb, Yehb y Tsaic (2011); Rendeiro y Cejas (2006). En la Región Sudamericana y en Argentina en particular, se observa a través de la revisión bibliográfica para conocer el estado de la cuestión sobre la calidad de los

servicios aeroportuarios, que las investigaciones que abordan esta temática son en su mayoría realizadas a pedido de organizaciones concesionarias del servicio mientras que, son escasos los antecedentes existentes sobre investigaciones académicas que aborden la misma.

A nivel mundial, se observa en los aeropuertos una tendencia de incremento en la cantidad de vuelos, volumen de pasajeros y cargas. En este sentido, los aeropuertos deben facilitar el flujo de personas, equipajes y cargas, así como el movimiento libre y seguro de las aeronaves, a través de inversiones que garanticen la prestación de un servicio seguro y eficiente. Los pasajeros corporativos –que viajan por motivos de negocios- tienen exigencias diferenciales respecto a la calidad de los servicios aeroportuarios en comparación con otros segmentos de demanda. Al constituir uno de los segmentos que más ingresos representan para el sector aéreo comercial, es de fundamental importancia estudiar sus expectativas y percepciones respecto a los servicios que utiliza dentro de la terminal.

En este marco, el presente artículo plantea como objetivo diseñar un conjunto de atributos de calidad de servicios aeroportuarios que luego se constituyen en insumos para incorporar a herramientas de medición de la calidad percibida por el segmento de demanda corporativo que viaja por motivos de negocios, a partir del enfoque basado en procesos.

Los resultados del artículo exponen una batería de 35 atributos de calidad que poseen valor percibido por los pasajeros corporativos, en cuyo diseño se contemplan las cinco dimensiones del servicio propuestas por el Modelo SERVQUAL y las actividades que componen el proceso “Tránsito de Pasajeros” - y sus subprocesos “Partidas” y Arribos”- vinculado a la atención del cliente.

Respecto a las implicaciones prácticas, los atributos de calidad percibida propuestos son aplicables a cualquier aeropuerto de uso comercial que opere vuelos domésticos en ciudades medias. Estos atributos constituyen la base para diseñar servicios brindados a pasajeros corporativos en una terminal aeroportuaria y, a través de ellos, los clientes puedan evaluar la calidad de los mismos. Además, el conjunto de atributos diseñados, son factibles de ser aplicados en varios modelos de medición de la calidad de servicios.

Cabe señalar que, la propuesta de diseño de atributos del presente artículo, forma parte de una investigación más amplia para alcanzar el título de Licenciado en Turismo que tuvo como objetivo evaluar la calidad percibida de los servicios aeroportuarios por el segmento de demanda corporativo en el Aeropuerto Comandante Espora, Bahía Blanca, Argentina - según la aplicación del modelo SERVQUAL - a partir del enfoque basado en procesos De Miguel (2014).

Esta ciudad es ejemplo de un centro urbano de tamaño medio en la cual los servicios aeroportuarios constituyen parte de un destacado nodo de comunicaciones y transporte tanto a escala regional como nacional. El aeropuerto opera vuelos regulares principalmente hacia la ciudad autónoma de Buenos Aires.

EL SERVICIO Y LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA

Para referirse a la calidad percibida es necesario definir en primer lugar atributos de calidad. Un atributo es una característica que posee un valor percibido por el cliente, en tanto califica, define y ayuda a distinguir un producto o un servicio. En consecuencia, los atributos pueden ser considerados como los significantes de las emociones esperadas (vinculado con las creencias, valores y esencia espiritual) Capece (2006). De este modo, se definen como netamente cualitativos desde la visión de la demanda.

Desde el punto de vista metodológico, los atributos de calidad se reflejan en dimensiones, subdimensiones e indicadores los cuales concretan, en forma empírica el concepto de calidad de servicio bajo estudio. Estos atributos se toman como base para diseñar los servicios y es justamente a través de ellos, que los clientes evalúan la calidad de los mismos.

Siguiendo a García Buades (2001, p.25 con base en Johnston 1987) existen dos aspectos de calidad del servicio que influyen en la experiencia del encuentro consumidor-producto/servicio. En primer lugar, existe una calidad de los tangibles ("calidad del producto") que refiere a los resultados, aspectos físicos de la calidad provistos para el uso o consumo del cliente. En segundo lugar, existe una calidad de los intangibles ("calidad del servicio") que hace referencia a los procesos, aspectos interactivos de la calidad, es decir la forma en que se ofrecen los productos y el trato que se le brinda al cliente.

Por consiguiente, la evaluación de la calidad del servicio en las organizaciones turísticas debe ser contemplada desde la óptica de los clientes en tanto es un concepto subjetivo ya que depende de las percepciones propias del cliente sobre la prestación del servicio comparado con impresiones previas al consumo. A partir de lo expuesto, se define la calidad percibida como la evaluación global, similar a una actitud, que el consumidor realiza sobre el nivel de excelencia o superioridad del servicio ofrecido por una determinada organización. Se entiende así a la calidad percibida, como un resultado de la comparación entre las expectativas en relación con la prestación que se espera de ese servicio y, la percepción sobre el servicio prestado por una organización concreta Zeithaml, Parasuraman and Berry (1993).

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS

El presente estudio de acuerdo a su finalidad constituye una investigación aplicada con base en un enfoque teórico metodológico cualitativo. Dicho enfoque implica un proceso de recolección y análisis de datos cualitativos. De acuerdo al objetivo planteado, su alcance es exploratorio. Con respecto al diseño de la investigación, es de tipo no experimental y de acuerdo a la evaluación del fenómeno es transversal.

El presente artículo se fundamenta en los resultados alcanzados en una investigación de mayor alcance la cual tuvo como objetivo evaluar la calidad percibida de los servicios aeroportuarios por el segmento de demanda corporativo aplicado a un estudio de caso según el modelo SERVQUAL y a partir del enfoque basado en procesos. Los instrumentos de recolección de datos utilizados para determinar los atributos desde la perspectiva del cliente fueron diversos y permitieron luego construir los cuestionarios según el modelo SERVQUAL.

En primer lugar, la entrevista semiestructurada a personal jerárquico del Aeropuerto Comandante Espora de la ciudad de Bahía Blanca, Argentina (la cual permitió conocer los servicios principales y de apoyo brindados en un aeropuerto de uso comercial que opera vuelos domésticos). En segundo lugar, la observación simple Vieytes (2004) a partir de la experiencia laboral de las autoras en dicho aeropuerto, complementada por las quejas presentadas por los usuarios del servicio. Los datos recolectados permitieron construir un conjunto de atributos (reflejados metodológicamente en dimensiones, subdimensiones e indicadores) para ser luego utilizados en la confección de tres cuestionarios. En el primero, se evaluaron las expectativas (deseos o pretensiones de los consumidores); en el segundo cuestionario, la percepción de calidad del servicio (evaluación global del servicio) y un tercer cuestionario, en el cual se evaluó jerarquizando la preponderancia de las dimensiones de calidad percibida, detectadas por el usuario en el cuestionario anterior.

Los modelos de cuestionarios propuestos por SERVQUAL, se adaptaron al caso de estudio, respetando el modelo de cinco dimensiones y se confeccionaron a través de la incorporación de indicadores que permitieron evaluar la calidad de los servicios prestados. A partir del análisis de los resultados de la aplicación de los cuestionarios, se identificaron y midieron las ineficiencias en la prestación del servicio.

En síntesis, el presente artículo propone atributos de calidad percibida por el cliente diseñados a partir de los resultados obtenidos en dicha investigación aplicada a un estudio de caso. Su posterior análisis y revisión en la actual investigación permiten obtener un conjunto de atributos de calidad con mayor grado de generalización aplicables a cualquier aeropuerto de uso comercial que opere vuelos domésticos en ciudades intermedias. Por lo tanto, los atributos propuestos constituyen la base para diseñar los servicios a prestar en terminales aeroportuarias.

Servicios aeroportuarios al pasajero y perfil del segmento de demanda corporativo

Los servicios que forman parte de los procesos aeroportuarios, se prestan dentro y fuera de la terminal de pasajeros y se vinculan tanto a servicios prestados directamente a aeronaves como al servicio de transporte aéreo cuando para su funcionamiento se utilizan equipos e infraestructura especializada.

Además de los servicios aeroportuarios necesarios para el correcto funcionamiento de las aeronaves, existen otros tipos de servicios que complementan la oferta, tales como: concesiones para la venta de comida y bebida (restaurantes, bares, confiterías, máquinas expendedoras, entre otras), tiendas, bancos y casas de cambio, servicios de aprovisionamiento a las líneas aéreas, publicidad en aeropuerto, servicios de comunicación complementarios (telefonía, internet), alquiler de vehículos, estacionamiento de vehículos, entre otros.

Para la investigación, se determina el "Tránsito de pasajeros" como el principal proceso operativo vinculado a la atención de clientes. Dentro del mismo, se determinan los subprocesos "Partidas" y "Arribos", que permiten definir atributos específicos a partir de diferentes actividades que integran cada subproceso y que facilitan la prestación del servicio aéreo.

En síntesis, para llegar a diseñar atributos, desde el enfoque basado en procesos, se debe en primer lugar determinar el principal proceso operativo para luego identificar los diferentes subprocesos que lo componen. De este modo, se definen:

El subproceso "Partidas" que comprende actividades propias como entrada al aeropuerto, facturación y obtención de tarjeta de embarque, pre-embarque y embarque. En particular, incluye:

- Entrada al aeropuerto: Abarca el momento en que el pasajero ingresa al estacionamiento del aeropuerto, haciendo uso de las instalaciones e ingresa al edificio terminal.

- Facturación y obtención de tarjeta de embarque: Abarca desde el momento en que el pasajero, una vez dentro del edificio terminal, se acerca a los mostradores de la compañía aérea con la cual realiza su viaje para retirar su tarjeta de embarque y despachar su equipaje, y espera en los espacios públicos antes de ingresar al área de pre-embarque.

- Pre-embarque: Abarca el momento en que el pasajero se dirige al área destinada a la realización de los controles de seguridad hasta el consiguiente ingreso a la sala de embarque.

- Embarque: Desde que el pasajero cruza el control de seguridad, espera en sala, presenta la tarjeta de embarque y luego atraviesa la puerta de embarque continuando por manga o por plataforma hasta ingresar al avión.

El subproceso "Arribos" abarca actividades como tránsito del pasajero desde el avión hasta el edificio terminal, retiro de equipajes y salida del edificio terminal. En particular, comprende:

- Tránsito del pasajero desde el avión hasta el edificio terminal: Abarca desde el momento en que el pasajero cruza la puerta del avión y avanza por manga o plataforma hacia la sala de arribos.

- Retiro de equipajes: Abarca desde el momento en que el pasajero ingresa a la sala de arribos, se dirige al área de retiro de equipajes y espera la llegada de su equipaje.

- Salida del edificio terminal: Abarca desde el momento en que el pasajero se retira del edificio terminal y hace uso o no de las instalaciones del estacionamiento hasta retirarse del mismo.

Desde la perspectiva de los servicios aeroportuarios, en términos generales la demanda de pasajeros se divide en distintos segmentos en función de su motivación principal: ocio, negocios, visita a familiares o amigos, entre otros. Los pasajeros corporativos –que viajan por motivos de negocios- tienen exigencias diferenciales respecto a la calidad de los servicios aeroportuarios en comparación con otros segmentos de demanda. Además, al ser uno de los segmentos que más ingresos representan para el sector aéreo comercial, es de fundamental importancia estudiar sus expectativas y percepciones respecto a los servicios que utiliza dentro de la terminal.

Este segmento posee diferentes hábitos de comportamiento fácilmente identificables:

- En cuanto a las tarifas, adquieren las más altas, ya que disponen mayor flexibilidad en sus regulaciones (cambios a último momento, devolución, etc.),
- La compra de tickets se realiza por diferentes vías: autogestión a través de páginas web de las aerolíneas, por teléfono o bien a través de agencias con tarifas especiales para empresas.
- Integran un grupo preferencial para las líneas aéreas. Se consideran pasajeros frecuentes de las aerolíneas debido a la gran cantidad de viajes que realizan por mes, a los altos valores de las tarifas abonadas y a que muchas veces poseen tickets de cabinas superiores (ejecutiva o primera clase).
- Realizan el check in por web, ahorrando tiempos en la estación terminal.
- Viajan solos o en grupos reducidos de no más de 4 personas.
- La mayor parte de sus viajes llevan solamente equipaje de mano, principalmente maletines y/o mochilas porta notebooks.
- Arriban al aeropuerto poco tiempo antes de la salida del vuelo.
- En cuanto al alquiler de autos, gran proporción del segmento corporativo que viaja frecuentemente, no utiliza este tipo de servicios ya que se traslada con empresas de taxis o remises locales que poseen acuerdos con las empresas a las cuales pertenecen.
- Conocen las instalaciones, procedimientos y tiempos propios de cada aeropuerto en mayor medida que otros segmentos de demanda que utilizan los servicios de apoyo del aeropuerto.
- Se caracterizan por una mayor exigencia en la calidad de los servicios aeroportuarios.

En síntesis, el segmento corporativo que utiliza los servicios aeroportuarios posee características específicas y homogéneas, claramente diferenciables respecto a otros segmentos de pasajeros. La identificación de estos hábitos

de comportamiento durante la partida y arribo, se convierten en un factor clave para la gestión turística y en particular para la gestión de un segmento de importancia estratégica como son las personas que viajan por motivos de negocios. En este sentido, conocer estas características facilita el diseño de atributos de calidad percibida

Propuesta de diseño de atributos de calidad de servicio según el segmento de demanda corporativo

A partir de los resultados de la aplicación de las herramientas de recolección de datos mencionadas anteriormente como parte de una primera investigación, se procede a diseñar el conjunto de atributos de calidad de los servicios aeroportuarios. Los resultados generados, brindan información útil para detectar las actividades que comprenden los procesos operativos y que aportan valor en la prestación del servicio y por ende en la satisfacción del cliente.

La construcción de los atributos de la calidad del servicio para aeropuertos se realiza a partir de cinco dimensiones propuestas por SERVQUAL: Instalaciones, Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad y Empatía. Además, se aplica el enfoque basado en procesos ya que se consideran las actividades que realizan los pasajeros en un Aeropuerto. Como se menciona anteriormente, se define el proceso "Tránsito de Pasajeros" y dentro del mismo se definen los subprocesos "Partidas" y "Arribos", cada uno con las distintas actividades que los conforman.

Las tablas 1 y 2, muestran los 35 indicadores propuestos (atributos de calidad percibida), asociados al proceso Tránsito de Pasajeros y los subprocesos Partidas y Arribos y, según las dimensiones del servicio consideradas. Se diseñan un total de veinte atributos de calidad para el subproceso Partidas (cinco para cada dimensión), los cuales hacen referencia a subdimensiones del servicio tales como: señalización, vigilancia, climatización del ambiente, manejo de idiomas, horarios de prestación de servicios, entre otros. En relación con el subproceso Arribos, se diseñan un total de quince atributos de calidad (tres por cada dimensión), los cuales refieren a subdimensiones del servicio tales como limpieza y mantenimiento, servicios de manga telescópica, normas de seguridad, información, señalización, áreas de espera, entre otras.

Tabla 1: Atributos – Subproceso Partidas

Atributos de calidad de servicio propuestos presentados por dimensión, para el subproceso Partidas correspondiente al proceso Tránsito de Pasajeros

PROCESO: TRÁNSITO DE PASAJEROS			
SUBPROCESO: PARTIDAS			
ACTIVIDADES	DIMENSIÓN	SUBDIMENSIÓN	INDICADOR (ATRIBUTOS DE CALIDAD PERCIBIDA)
ENTRADA AL AEROPUERTO	IN	Rampas de acceso	Rampas de acceso al edificio terminal desde el estacionamiento
	CO	Estacionamiento	Estacionamiento disponible las 24 horas
	RE	Información	Presencia de personal que oriente y brinde información
	SE	Personal de vigilancia	Personal de vigilancia permanente en el área de estacionamiento
	EM	Señalización	Lugares reservados y señalizados para personas discapacitadas
FACTURACIÓN Y OBTENCIÓN DE TARJETA DE EMBARQUE	IN	Áreas a disposición de las compañías aéreas	Amplitud de las áreas de obtención de tarjeta de embarque y facturación de equipaje puestas a disposición de las líneas aéreas
	CO	Manejo de idiomas extranjeros	Manejo de idiomas extranjeros por parte del personal que brinda servicios de alimentación y amenidades
	RE	Horarios de prestación de servicios complementarios	Servicios de kiosco y confitería disponibles las 24 horas.
	SE	Cámaras de vigilancia	Cámaras de vigilancia en las distintas salas del edificio terminal
	EM	Canales de comunicación en la gestión de reclamos	Conocimiento y acceso por parte de los usuarios a los canales de comunicación que permiten gestionar reclamos
PRE-EMBARQUE	IN	Ascensor y escalera mecánica	Ascensor y escalera mecánica en funcionamiento continuo
	CO	Información relativa a los vuelos	Información visible sobre horarios de embarque y estado de los vuelos
	RE	Servicio ágil	Agilidad del personal a cargo del control policial previo a sala de embarque
	SE	Control policial	Personal policial suficiente que garantice el proceso de control de ingreso
	EM	Personal policial	El personal de control policial es amable al ejercer su tarea
EMBARQUE	IN	Cajeros automáticos y casas de cambio	Disponibilidad de cajeros automáticos y casas de cambio
	CO	Áreas de formación de fila	Delimitación correcta de las áreas de formación de fila de cada vuelo
	RE	Personal de sala de embarque	Amabilidad y predisposición a resolver consultas por parte del personal de sala de embarque
	SE	Ambiente climatizado	Ambiente climatizado en sala de embarque
	EM	Sala VIP	Servicios de alimentación y amenidades y conexión a internet en la sala VIP

Fuente: Elaborado por Natalia De Miguel (2014)

Referencias: Instalaciones (IN) – Confiabilidad (CO) – Responsabilidad (RE) – Seguridad (SE) – Empatía (EM)

Tabla 1: Atributos – Subproceso Partidas

Atributos de calidad de servicio propuestos presentados por dimensión, para el subproceso Arribos correspondiente al proceso Tránsito de Pasajeros

PROCESO: TRÁNSITO DE PASAJEROS			
SUBPROCESO: ARRIBOS			
ACTIVIDADES	DIMENSIÓN	SUBDIMENSIÓN	INDICADOR (ATRIBUTOS DE CALIDAD PERCIBIDA)
TRÁNSITO DEL PAX DEL AVION AL EDIFICIOAEROPORTUARIO	IN	Limpieza y mantenimiento	Sanitarios en buenas condiciones de limpieza y mantenimiento
	CO	Área de circulación de pasajeros en plataforma	Señalización y delimitación del área de circulación de pasajeros por plataforma
	RE	Servicios de Manga telescópica	Servicio de manga suficiente para atender todos los vuelos diarios
	SE	Normas de seguridad en plataforma	Personal que garantiza el cumplimiento de las normas de seguridad en plataforma
	EM	Personal de asistencias	Amabilidad del personal que brinda servicios de asistencia
RETIRO DE EQUIPAJES	IN	Cintas transportadoras de equipajes	Cantidad suficiente de cintas transportadoras de equipajes sin dar lugar a inconvenientes en vuelos simultáneos
	CO	Señalización en sala de arribos	Carteles que indique a que vuelo corresponde cada cinta
	RE	Colaboración e información en sala de arribos	Personal que brinda información y colabora en el retiro de equipajes
	SE	Control en el subproceso de retiro de equipajes	Personal policial que verifique la salida de cada pasajero de la sala de arribos y su correspondiente equipaje
	EM	Información en sala de arribo	Información en sala de arribos sobre tiempos de demora en salida de equipaje y vuelos de procedencia
SALIDA DEL EDIFICIO TERMINAL	IN	Vías de circulación de vehículos	Vías pavimentadas para la circulación de vehículos.
	CO	Áreas de espera de taxis	Señalización del área disponible para espera de taxis
	RE	Salida del edificio terminal	Personal que guíe y oriente en la salida del edificio terminal.
	SE	Seguridad en las áreas exteriores	Personal de seguridad en las áreas exteriores del edificio terminal.
	EM	Áreas exteriores cubiertas	Áreas cubiertas para la espera de pasajeros.

Fuente: Elaborado por Natalia De Miguel (2014)

Referencias: Instalaciones (IN) – Confiabilidad (CO) – Responsabilidad (RE) – Seguridad (SE) – Empatía (EM)

CONSIDERACIONES FINALES

A modo de conclusión, se resalta que el artículo propone destacar la importancia del diseño de atributos de calidad percibida para los servicios turísticos en tanto su construcción constituye la base para la posterior implementación de herramientas de medición de la calidad del servicio. Los resultados obtenidos a partir de la aplicación de estas herramientas, son indicativos de cómo los clientes perciben los servicios brindados por la organización. Por lo tanto, la organización debe identificar aquellos atributos de calidad que afectan de forma más relevante la percepción global de calidad que tiene el cliente.

En este sentido, desde la perspectiva del cliente, la calidad de servicio integra atributos tangibles e intangibles. Sin embargo, ciertos atributos no son expresados claramente por el cliente y en ocasiones ni él mismo es capaz de identificar, pero sí percibe su presencia o ausencia influyendo ello en la percepción global de la calidad del servicio. Esto lleva a las organizaciones orientadas hacia la calidad a invertir esfuerzos y recursos que faciliten la identificación de dichos atributos y permitan luego, su medición. A su vez, esto posibilitará realizar ajustes en los procesos operativos que aportan valor a la actividad central de la organización, detectando oportunidades de mejora que permitan lograr la eficacia y eficiencia en el servicio brindado.

Por último, el diseño de atributos para la medición de la calidad del servicio debe considerarse como una etapa previa y necesaria para la planificación, implementación, seguimiento y control del proceso de satisfacción del cliente, de modo que posibilite realizar mediciones a través de cuestionarios (entre otros instrumentos) a fin de mejorar la calidad del servicio prestado y orientar a la organización en la cultura de la mejora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M. Verbeke, G. (2006). La investigación empírica: La calidad en los servicios de pasajeros. Seminario y Taller de Metodología de la Investigación Contable Actividad Académica. Buenos Aires, Argentina: Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Investigaciones Contables, Universidad de Buenos Aires, 173-185. Disponible en: http://home.econ.uba.ar/economicas/sites/default/files/u35/SEMINARIOyTALLERLIBRO_140906.pdf. Fecha de Acceso: 15 de julio de 2014.
- Almeida, M. (2006). Gestión de la calidad de los procesos turísticos. Madrid: Síntesis.
- Bogicevic, V.; Yang, W.; Bilgihan, A.; Bujisic, M. (2013). Airport service quality drivers of passenger satisfaction. *Tourism Review*, 68 (4), 3-18. <http://dx.doi.org/10.1108/TR-09-2013-0047>

- Bigné Alcañiz, E.; Martínez Fuentes, C.; Romero, M.; Andreu Simó, L. (2003). Fiabilidad y validez de SERVQUAL en las agencias de viajes. *Annal of Tourism Research en español*, 5 (1), 167-170. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/149520>. Recuperado: 20 de Marzo 2015.
- Capece, G. (2006). Del inventario de recursos al inventario de atributos. Excelencia en marketing & administración turística, *Foro de Profesionales en turismo*, III (VII) Junio/julio, 27-29.
- De Miguel, N. (2014). Turismo de negocios: Calidad de servicios en el aeropuerto Comandante Espora de la ciudad de Bahía Blanca. Medición de la calidad percibida por el segmento de demanda corporativo. Universidad Nacional del Sur, Dpto. de Geografía y Turismo. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/2391>.
- Dipierrri, A.; Zanfardini, M. (2004). Indicadores de calidad en agencias de viajes receptoras. *Aportes y Transferencias Tiempo Libre Turismo y Recreación*, 8(2), 45-60.
- Duque, O. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR Revista de Ciencias Administrativas y Sociales* 15 (25), Bogotá. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/818/81802814.pdf>. Recuperado: 15 de marzo 2015.
- Falces Delgado, C.; Sierra Diez, B.; Becerra Grande, A.; Briñol Turnes, P. (1999). Hotelqual: una escala para medir calidad percibida en servicios de alojamiento. *Estudios Turísticos*, 139, 95-100.
- Fodness, D.; Murray, B. (2007). Passengers' expectations of airport service quality. *Journal of Service Marketing*, 2 (7), 492-506. <http://dx.doi.org/10.1108/08876040710824852>
- García Buades, E. (2001). *Calidad de servicio en hoteles de sol y playa*. Madrid: Síntesis.
- Gazzera, M. A.; Lombardo, A. (2007). Calidad percibida en empresas de transporte aéreo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16 (3), 361-371.
- Han, S.; Ham, S.; Yang, I.; Baek, S. (2012). Passengers' perceptions of airline lounges: Importance of attributes that determine usage and service quality measurement. *Tourism Management*, 33, 1103-1111. doi:10.1016/j.tourman.2011.11.023

- Lioua, J.; Tangb, C-H; Yehb, W-C; Tsaic, C-Y. (2011). A decision rules approach for improvement of airport service. *Expert Systems with Applications*, 38 (11), 13723-13730. doi:10.1016/j.eswa.2011.04.168.
- Ontón Sarmiento, I.; Mendoza Suárez, C.; Ponce Otoya, M. (2010). Estudio de calidad de servicio en el aeropuerto de Lima: expectativas y percepción del pasajero turista. Tesis para optar por el título de Magíster en Administración Estratégica de Empresas. Pontificia Universidad Católica del Perú. Junio 2010. Disponible en: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4562?show=full>. Recuperado: 7 de Diciembre de 2015.
- Rendeiro, R., Cejas, M. (2006). Tourism Service quality begins at the airport. *Tourism Management*, 27 (5), 874- 877. doi:10.1016/j.tourman.2005.05.005.
- Robledo Camacho, M. (2004). Modelos de medición de la calidad de servicio: su aplicación a empresas de transporte aéreo. *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, 18, 147-172. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1143677>. Recuperado: 7 de diciembre 2015.
- Ruz Carreño, J. (2015). Desarrollo de una escala de medición de calidad de servicio para LAN enfocado en el servicio en aeropuertos para rutas nacionales. Tesis para optar al grado de Magíster en Marketing, Posgrado economía y negocios. Santiago, Chile: Universidad de Chile. Disponible en: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/136581>. Recuperado: 10 de Enero 2016.
- Serrano Bedia, A.; López Fernández, C. (2007). Modelos de gestión de la calidad de servicio: Revisión y propuesta de integración con la estrategia empresarial. XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM, Vol 2 (comunicaciones), Universidad de Cantabria, Cantabria. Disponible en: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionDeLaCalidadDeServicio-2480844%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionDeLaCalidadDeServicio-2480844%20(1).pdf). Recuperado: 3 de Diciembre 2014.
- Vázquez Casielles, R.; del Río- Lanza, A.; Suárez- Álvarez, L. (2009). Las agencias de viajes virtuales: ¿Cómo analizar la calidad de e-servicio y sus efectos sobre la satisfacción del cliente?. *Universia Business Review*, cuarto trimestre (24), Madrid. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43312278008#>. Recuperado: 7 de Abril 2015.
- Vieytes, R. (2004). Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Buenos Aires: De las ciencias.
- Zanfardini, M. (2001). Calidad del servicio en las líneas aéreas de la Patagonia Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo* 10 (3 y 4), 335-347.

Zanfardini, M. (2004). Calidad en hoteles de San Martín de los Andes, Patagonia, Argentina. Anuario de Estudios en Turismo III, 127-150. Disponible en: <http://170.210.83.98:8080/jspui/handle/123456789/170>. Recuperado: 20 de Julio 2015.

Zanfardini, M.; Fernandez, C. (2009). La calidad en las oficinas de informes turísticos, Caso Neuquén, Argentina. Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo IX, (7), 155-171.

Zeithaml, V.; Parasuraman, A.; Berry, L. (1993). Calidad total en la calidad de los servicios. Madrid: Díaz de Santos.

Recibido 30/11/2017 | Aceptado: 20/12/2017