



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

TESIS

“La importancia de los módulos de información al interior del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México como detonadores de una opinión pública favorable que fomenta el turismo en México.”

Que para obtener el grado de Licenciado en Relaciones Internacionales presenta:

Casas Cárdenas Berenice

Directora de la tesina

Ana Cristina Castillo Petersen.



2012.

Índice

Introducción

1. El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM).....	1
1.1. Breve historia del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.....	3
1.2. Servicios que proporciona el AICM.....	9
1.3. Principales problemas que enfrenta el AICM.....	12
2. La importancia de los módulos de información al interior del AICM.....	18
2.1. Vinculación con el turismo.....	23
2.2. Vinculación con la infraestructura.....	38
2.3. Vinculación con la comunicación.....	48
3. La Importancia del recurso humano en la empresa.....	58
3.1. Los idiomas: clave para el éxito de los negocios.....	60
3.2. De la discapacidad a la inclusión laboral.....	63
4. Grado de satisfacción y calidad en los servicios del AICM.....	71
4.1. SKYTRAX.....	72
4.2. Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI).....	76
4.3. Asociación Latinoamericana y del Caribe de transporte aéreo (ALTA).....	82
4.4. Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC).....	83
Conclusiones.....	102
Fuentes de Información.....	113

Índice de Figuras

Fig. 1 Hoja de salida nacional.....	21
Fig. 2 Hoja de estadísticas.....	22
Fig. 3 Lista de los países con mayor captación de turistas en 2010.....	25
Fig. 4 Lista de los países con mayor captación de divisas por concepto de turismo.....	28
Fig. 5 Lista de los países con mayor gasto turístico en el extranjero.....	29
Fig. 6 Llegadas internacionales en millones de turistas.....	36
Fig. 7 Llegadas internacionales por región.....	37
Fig. 8 Competitividad de la infraestructura a nivel mundial.....	41
Fig. 9 Competitividad de la infraestructura en América Latina.....	41
Fig. 10 Inversión en infraestructura en México.....	43
Fig. 11 Mapa de Aeropuertos y ampliaciones.....	44
Fig. 12 Inversión estimada por sector 2007-2012.....	45
Fig. 13 Inversión en infraestructura (porcentual).....	46
Fig. 14 Tipo de discapacidad.....	65
Fig. 15 Motivos de la discapacidad.....	66
Fig. 16 ¿Cuál cree que es el principal problema de las personas con discapacidad en México?.....	67
Fig. 17 ¿De dónde proviene la mayor parte de los ingresos de las personas con discapacidad?.....	67
Fig. 18 Lista de los aeropuertos más transitados por número de pasajeros.....	77
Fig. 19 Lista de los aeropuertos con mayor número de movimientos: aterrizajes y despegues.....	77
Fig. 20 Lista de los aeropuertos con mayor volumen de carga en toneladas.....	78
Fig. 21 Los 10 aeropuertos nacionales con mayor registro de pasajeros.....	87
Fig. 22 Los aeropuertos nacionales con mayor registro de operaciones.....	88
Fig. 23 Origen del entrevistado.....	89
Fig. 24 Género de los turistas.....	89

Fig. 25 Mujeres turistas.....	89
Fig. 26 Hombres turistas.....	89
Fig. 27 Origen de los turistas nacionales.....	90
Fig. 28 Origen de los turistas internacionales.....	90
Fig. 29 El avión como medio de transporte utilizado para llegar a territorio nacional.....	91
Fig. 30 Servicios recibidos en los módulos de información	92
Fig. 31 Información recibida en el aeropuerto.....	92
Fig. 32 Índice de satisfacción con el aeropuerto.....	95
Fig. 33 Las instalaciones del aeropuerto.....	95
Fig. 34 Seguridad en el aeropuerto.....	96
Fig. 35 Limpieza en el aeropuerto.....	96
Fig. 36 La señalización e información de vuelos.....	97
Fig. 37 La entrega del equipaje.....	97
Fig. 38 El servicio ofrecido por el personal de la línea aérea.....	98
Fig. 39 ¿Regresaría a México? Definitivamente Sí.....	98
Fig. 40 ¿Regresaría a México? Probablemente Sí.....	99
Fig. 41 ¿Regresaría a México? Quizá Sí.....	99
Fig. 42 ¿Regresaría a México? Quizá No.....	99

Introducción.

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo resaltar la importancia del turismo internacional tanto para la economía nacional como mundial, así como detallar una de las estrategias de las cuales se ha valido nuestro país para lograr la captación de turistas. Con ello nos referimos a la puesta en marcha de módulos de información al interior del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México con el único fin de que éstos, al ponerse en contacto directo con el turista, logren generar una impresión favorable en ellos para que decidan regresar posteriormente al país.

El turismo internacional ha experimentado una continua y profunda diversificación hasta convertirse en uno de los sectores económicos de importante envergadura que crecen con mayor rapidez en todo el mundo ya que guarda una estrecha relación con el desarrollo socioeconómico de los países, por lo que se ha transformado en un motor clave para el progreso de las naciones subdesarrolladas, o en vías de desarrollo como sucede en el caso de México, para el cual el turismo representa uno de los sectores importantes de su economía obteniéndose considerables divisas del mismo, precedido del petróleo y las remesas.

La importancia del turismo para la economía mexicana es indudable, sus beneficios no sólo se reflejan en ser una industria que genera empleos, sino que también es detonador del desarrollo nacional y un factor de difusión de atractivos culturales y naturales. A nivel nacional el turismo genera aproximadamente 2,2 millones de empleos directos y más de 7 millones indirectos al año, del mismo modo, promueve a México alrededor del mundo lo que le da imagen, identidad y reputación internacional.

Por otra parte, si bien es cierto que el turismo es muy diversificado y utiliza diferentes medios de transporte para llegar a territorio nacional, en este trabajo, únicamente destacamos el papel y la importancia que juegan los aeropuertos (en particular el de la Ciudad de México) al ser la puerta de entrada de miles de visitantes tanto nacionales como extranjeros, así como convertirse en el primer

contacto del turista con el país receptor y que precisamente será el lugar donde se generará la primera impresión que el visitante tendrá de ese destino.

En ese sentido, nuestro estudio de caso se basa en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (en adelante AICM) por ser el aeropuerto con más operaciones de América Latina y el segundo en volumen de pasajeros movilizados. En específico destacamos la importancia que tiene la Subgerencia de Orientación e Información al interior del AICM y las actividades que realizan los módulos de información a su cargo, asimismo, y dada la exposición de factores que ya se han enlistado, se pretende hacer una vinculación de cómo éstos, a través de la Subgerencia de Orientación, quien es la encargada de llevar las relaciones públicas del AICM coadyuvan a generar una opinión pública favorable para la atracción de turistas a nuestro país, ya que si bien el turismo contribuye al bienestar económico de la nación, lo cierto es que éste depende a su vez de la calidad de un sistema turístico bien organizado, con servicios básicos, mano de obra calificada, e infraestructuras eficientes para lograr la obtención de ganancias económicas deseadas y que es justo lo que el gobierno federal de la mano del aeropuerto ha venido creando al poner en marcha programas y módulos de atención turística con personal calificado para responder a las demandas de un turismo que va en aumento cada día y que exige sentirse como en casa.

Nuestra investigación está dividida en cuatro capítulos; en el primero de ellos abordamos la historia del Aeropuerto internacional de la Ciudad de México para entender como está conformado, tanto al interior como al exterior, es decir, haremos un breve recorrido por la construcción de sus instalaciones hasta llegar a la misión, visión y valores que sustentan su actuar a diario.

En el segundo capítulo resaltaremos la importancia de los módulos de información como la puerta que facilita la entrada de turistas a México. De igual forma cabe decir que destacaremos la vinculación existente entre el sector turismo, la comunicación, la inversión en infraestructura y los módulos de información propiamente dichos.

Remarcaremos la relevancia de la comunicación como uno de los pilares básicos en los que se apoya cualquier tipo de relación humana es fundamental

para las Relaciones Internacionales, ya que nos permite entender que la era de la comunicación en que vivimos ha sido testigo de una rápida expansión de los medios de información y una mejora de las técnicas para el intercambio de ideas. En ese sentido, la falta de información, el desconocimiento o la ignorancia en los temas de orden mundial nos lleva a actuar de una forma errónea y descuidar fortalezas que nos pueden ofrecer beneficios.

Asimismo, en los últimos años se ha reconocido que el conocimiento, la información y la participación son elementos indispensables para garantizar que las sociedades puedan generar un cambio en aquellos procesos que afectan su calidad de vida. La comunicación en todos los niveles (población, gobierno, grupos de poder, etc.) permite reconocer los problemas más importantes de una sociedad y encontrar un terreno de acción común para poner en práctica soluciones, ya sean locales o globales.

Por otra parte, nos resulta relevante hacer hincapié en la necesidad que tienen los países de invertir en infraestructura para las comunicaciones y el transporte, ya que es un sector que se considera cada vez más importante para reducir la pobreza y aumentar el crecimiento económico de las naciones. Según el Banco Mundial en su reseña sobre infraestructura, invertir en este rubro reduce en un 2,2% la pobreza en países de bajos ingresos y en 1,4% en aquellos con ingresos medios. Asimismo, la inversión en infraestructura tiene un impacto positivo sobre el crecimiento económico y la distribución del ingreso, además de facilitar la integración territorial, el desarrollo de actividades productivas, el traslado de personas y el intercambio de bienes y servicios lo que reduce los costos y por ende aumenta la competitividad del país en cuestión.

El tercer capítulo estará dedicado a subrayar la importancia del recurso humano calificado para la empresa, así como explicar el rol fundamental que juega dentro de la misma como aquel capaz de generar la riqueza que busca la institución que lo emplea.

Asimismo, la integración de personas con discapacidad continúa siendo una asignatura pendiente para las empresas, por lo que abordaremos esta situación

laboral que nos aqueja y nos incumbe a todos como sociedad ya que en lugar de ir disminuyendo, va en aumento cada vez más.

Se ha olvidado que la contratación de personas con discapacidad tiene beneficios para las empresas, ello lo podemos ver reflejado en las bonificaciones o exenciones fiscales, en la mejora de la reputación corporativa de la institución, no sólo en el mercado sino también en la planilla; el orgullo de pertenencia a una empresa que respeta e integra a personas con discapacidad donde la igualdad se aplica a todos los colectivos es un factor de fidelidad del personal que se manifiesta como un distintivo o “marca” hacia sus clientes, familiares y amigos generando una opinión favorable en beneficio de los productos o servicios prestados por dicha corporación. Por lo tanto, la igualdad de oportunidades beneficia a toda la sociedad fomentando la cooperación de agentes públicos y privados que impulsan el bienestar y calidad de vida de las personas.

Finalmente en nuestro capítulo cuarto, destacaremos la importancia que tiene la calidad de los servicios prestados por una institución, en el grado de satisfacción del público usuario. Hablaremos acerca de las organizaciones internacionales, principalmente el Consejo Internacional de Aeropuertos, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, la Asociación Latinoamericana de Transporte Aéreo, la consultora inglesa Skytrax por mencionar algunas, las cuales han conjuntando esfuerzos para que el sector aéreo ofrezca servicios de calidad que reflejen la satisfacción del turista a la hora de viajar, con la única finalidad de impulsar el turismo en las naciones y hacer patente que éste último representa la clave de crecimiento de muchos países como el nuestro.

Asimismo, es el momento justo de hacer patente que ésta investigación en torno al turismo comenzó a partir de una experiencia laboral al hacer Prácticas Profesionales dentro del AICM en específico en los módulos de información, en los cuales debido a la cercanía con los turistas se hizo evidente la necesidad de escribir un documento en el que se plasmara la importancia que representa el aeropuerto como recinto, los módulos de información como servicio y el personal como aquel recurso humano que se necesita inevitablemente para el desarrollo de

toda empresa, como un todo capaz de generar una opinión favorable en beneficio del turismo nacional.

Ahora bien, esta investigación es relevante para las Relaciones Internacionales (en adelante RRII) partiendo de tres variables que iremos desarrollando poco a poco a lo largo del trabajo, la principal de ellas radica en destacar la importancia que tiene el Turismo para las naciones debido a las cuantiosas ganancias económicas tanto nacionales como mundiales que esta actividad genera. En este mismo orden de ideas, otro de los objetivos que se busca con la investigación, radica en destacar la importancia de crear infraestructura eficiente en cuanto a comunicaciones y transportes se refiere ya que gracias a ellos se impulsa el desarrollo económico, se facilita el intercambio de productos en los mercados nacionales e internacionales y se apoya el desarrollo de las comunidades mientras se amplía la cobertura de servicios de calidad en beneficio de todos.

Si bien, nuestra investigación trata de dar respuesta a un fenómeno social, como lo es el turismo, el cual ha sido abordado desde otras perspectivas, lo cierto es que desde las Relaciones Internacionales se engloba no únicamente la esfera económica como tradicionalmente se ha manejado sino por el contrario se vincula lo social, lo cultural y lo económico como un todo inseparable para finalmente demostrar que las tres esferas convergen dando como resultado un desarrollo integral en las naciones y que es justo donde radica la importancia de nuestra construcción científica.

Por otra parte, con los avances de la tecnología y las comunicaciones, en la agenda internacional han aparecido una multiplicidad de temas que en otros tiempos no tenían relevancia pero que en la actualidad deben ser tomados en cuenta, ya que se ha olvidado que en muchos de ellos se encuentra la solución a problemas que aquejan a las naciones actualmente como lo es, el estancamiento económico, la falta de empleo, la pobreza, la fuga de cerebros y por ende el detrimento en la calidad de vida mundial y que es justo donde entra la labor del científico social; el cual está obligado a conocer su entorno tanto interno como externo, evaluar las herramientas, fortalezas, capacidades, aptitudes con las que

se cuenta, analizar los obstáculos, las debilidades, los rezagos, los desafíos a los que hay que enfrentarse para finalmente poder dar respuestas y resultados a las interrogantes que nos impiden alcanzar la construcción de una comunidad internacional, donde lejos de existir las asimetrías existen beneficios reales para todos los que habitamos dicho planeta.

1. El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM)

Es necesario comenzar por resaltar la necesidad que tienen los Gobiernos Federales de invertir en infraestructura en general y en el sector de comunicaciones y transportes en particular, ya que ésta incide directamente en el desarrollo económico de cualquier país.

La infraestructura asimismo, permite el desarrollo de la actividad turística; por un lado, proporciona accesibilidad al área geográfica donde se ubica el recurso turístico; y por el otro, el acceso a los sistemas de información básicos que permiten desarrollar el turismo como actividad económica. En este sentido, no hay que olvidar que la mayor parte de estas infraestructuras han de estar suficientemente dimensionadas como para poder albergar al gran número de personas que se desplazan por motivos turísticos.

Igualmente, no se puede obviar que gran parte del desarrollo turístico se encuentra directamente relacionado con el avance experimentado por los sistemas de infraestructuras de comunicaciones y transportes, como carreteras, vías férreas, puertos, y aeropuertos. A ello hay que sumar los avances tecnológicos producidos en la industria aeronáutica y automovilística, que han propiciado un incremento y abaratamiento de los desplazamientos nacionales e internacionales.

El turismo hasta hace unos años, por ejemplo, no era un negocio extendido en todo el globo, éste fue creciendo con la llegada de la aviación civil, logrando transformar a la industria turística en una de las más rentables e importantes del mundo. Otra de las incidencias positivas en el aumento de turistas en los destinos, es la implementación de aviones más grandes y de mayor capacidad para transportar un número creciente de turistas. Además con la aparición de las aerolíneas de bajo costo se ha contribuido a la llegada de más viajeros, a los destinos turísticos nacionales e internacionales.

Como podemos notar, el sector del transporte reviste una particular importancia para la actividad económica de un país ya que no sólo comprende el transporte de pasajeros sino también el de mercancías para el abastecimiento de las necesidades de su población, así como la articulación del territorio nacional con el extranjero.

Por otra parte, el transporte aéreo es un sector crucial para el turismo en general; tiene impacto sobre la conexión de un país a nivel nacional e internacional mientras extiende su utilidad al personal que presta servicios turísticos y a las mercancías necesarias para proveerlos, por lo que resulta ser particularmente relevante para esta investigación.

Dentro de este sector existen varias actividades como son el transporte aéreo en sí, los servicios aeroportuarios, el control de la navegación aérea y el sistema de aeropuertos que recaen en las autoridades de la aviación civil de cada país y se rigen en el ámbito internacional a través de la Organización de la Aviación Civil Internacional (OACI) y de la cual hablaremos más adelante a lo largo del trabajo.

En la actualidad, el turismo es una de las industrias más grandes y más importantes del mundo, de ahí su importancia y la estrecha relación que posee el desarrollo de esta industria con el desplazamiento de los pasajeros que mueve a través de los aeropuertos.

Si logramos entender que los viajeros son la materia prima de la actividad turística y si además comprendemos que éstos deben ser atraídos por nuestro país, entonces los aeropuertos se constituyen en una prioridad para quienes pretenden hacer del turismo una herramienta de generación de riqueza y distribución más equitativa de los beneficios que produce la misma.

Sin embargo, estando los aeropuertos muy distantes de los destinos y atractivos que se pretenden ofrecer al turista, se hace indispensable emprender a corto plazo, las acciones necesarias para construir o rehabilitar aeropuertos que sirvan al propósito de acercar al turista a su destino.

La inversión asociada a la construcción y al mantenimiento de aeropuertos para el servicio del turismo es insignificante, si la comparamos con el desarrollo económico y social que a mediano plazo impulsa dicha obra en toda el área aledaña. Por lo tanto, la distribución de la riqueza y el beneficio social resultante se deja sentir en un amplio y diferenciado espectro de la sociedad.

En este sentido, y en relación con el transporte aéreo, cabe decir también que en los últimos años, se han venido dando condiciones de insuficiencia de la

infraestructura y de saturación de los aeropuertos, tanto en los países desarrollados que son importantes emisores de turismo, como en los países en desarrollo, como en el caso de México. Estos problemas obedecen a situaciones complejas como la falta de planeación, la desreglamentación del sector así como a factores sociales, económicos, financieros, políticos y medioambientales, por mencionar algunos.

Es evidente, por lo tanto, que el desarrollo del transporte aéreo en México no es solamente una problemática que afecta al turismo receptivo internacional, sino que impacta directamente el desarrollo del propio país.

Bajo este telón de fondo llegamos a la necesidad de explicar que si bien la inversión en infraestructura para las comunicaciones y transportes, en especial en el sector aéreo, es de vital importancia para impulsar el turismo internacional, entonces el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) resulta ser el punto clave para explicar por qué en nuestro país la actividad turística se ha convertido en la tercer fuente generadora de ingresos a nivel nacional.

En este sentido abordaremos la historia del AICM, los servicios que otorga al público usuario y las problemáticas a las que se ha tenido que enfrentar para posteriormente evaluar su funcionalidad y objetivo para el cual fue creado.

1. 1. Breve historia del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México

El actual Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) fue construido en lo que era el antiguo Aeródromo militar de Balbuena que comenzó a funcionar oficialmente el 15 de noviembre de 1915¹. El 18 de octubre de 1920, aparecieron en el Diario Oficial de la Nación las bases para el establecimiento de líneas aéreas de navegación de servicio público, siendo Mexicana de Aviación la primera en prestar servicios con una ruta internacional México-Tuxpan-Tampico-Brownsville así como a Los Ángeles, California, a la cual arribaba como la primera

¹ Secretaría de la Defensa Nacional SEDENA, *Evolución*, [en línea], Dirección URL: <http://www.sedena.gob.mx/index.php/conoce-la-sedena/antecedentes-historicos/fuerza-aerea-mexicana/evolucion>, [consulta: 05 de octubre de 2011].

y única aerolínea extranjera en 1929², además, otras aerolíneas como Corporación Aeronáutica de Transportes, Pickwick Latinoamericana, Aerovías Centrales y Líneas Aéreas Centrales consiguieron operar en dichas instalaciones hasta 1934³.

Años más tarde, en 1939 el Aeródromo militar dejaba de serlo para inaugurarse el nuevo edificio del Puerto Aéreo Central que daría servicio a operaciones civiles⁴, siendo hasta julio de 1943 cuando se publicó en el Diario Oficial de la Nación el decreto por el cual se declaraba “internacional” al mismo para efectos de entrada y salida de aviones⁵. Por tal motivo, en 1949 se comenzó la construcción de pistas, una nueva plataforma, la torre de control y el edificio para autoridades de la terminal aérea, inmueble que finalmente sería inaugurado el 19 de noviembre de 1952⁶.

Sin embargo, tendrán que pasar alrededor de diez años para que el 2 de diciembre de 1963 el entonces Aeropuerto Central adquiriera su nombre actual: Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) operando para ese entonces 34 aerolíneas en su interior⁷.

² Martín Hernández y Jorge López, “Una Historia con mucha turbulencia”, [en línea], México, *El universal*, sábado 28 de agosto de 2010, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/81631.html>, [consulta: 02 de octubre de 2011].

³ Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México, *Breve Historia del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México*, [en línea], p. 5, Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/Archivos/BREVEHISTORIA2011.pdf>, [consulta: 01 de octubre de 2011].

⁴ Academia de Historia Aeronáutica de México, Antecedentes Históricos del nacimiento de la Aviación en México, [en línea], p.18, Dirección URL: <http://www.colegiodepilotos.org.mx/cabina/bolet27/16-19.pdf>, [consulta: 05 de octubre de 2011].

⁵ Diario Oficial de la Nación, [en línea], Dirección URL: [http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SCT/Acuerdos/2006/24112006\(1\).pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SCT/Acuerdos/2006/24112006(1).pdf), [consulta: 06 de octubre de 2011].

⁶ Triunfo Elizalde y Rosa Elvira Vargas, “Decreta Fox que el AICM se llame Benito Juárez”, [en línea], México, *La jornada*, jueves 05 de octubre de 2006, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2006/10/05/index.php?section=politica&article=024n1pol>, [consulta: 02 de octubre de 2011].

⁷ AICM, *Breve Historia del Aeropuerto Internacional Benito Juárez*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/GACM/index.php?Publicacion=5>, [consulta: 09 de octubre de 2011].

En 1994 el entonces Presidente Carlos Salinas de Gortari puso en operación oficialmente las instalaciones de la Terminal Internacional del Aeropuerto de la Ciudad de México que contaba con mostradores de atención para el público, estacionamiento, espacios para aduana y otros servicios de carácter internacional así como capacidad para atender a seis millones de pasajeros anualmente⁸. Asimismo, se inauguraron las nuevas zonas de documentación del área internacional del aeropuerto, completando la división de operaciones nacionales e internacionales.

Es importante mencionar que el 10 de junio de 1965 el Gobierno Federal creó la entidad “Aeropuertos y Servicios Auxiliares” (ASA), que tuvo como fin administrar, operar y conservar los aeródromos civiles del país a través de una red aeroportuaria de la cual el AICM era miembro.⁹ Sin embargo, el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 estableció como objetivos primordiales fomentar el crecimiento económico a través de la construcción de infraestructura adecuada, moderna y eficiente, por lo tanto, para cumplir con dichos objetivos además de concesionar únicamente 35 de las 60 terminales del país, en 1998 el AICM se desincorporó de ASA para constituirse como Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (GACM) empresa de participación estatal mayoritaria que se encuentra conformada por los aeropuertos de Toluca, Puebla, Querétaro y Cuernavaca;¹⁰.

Para 2001, las autoridades del Aeropuerto iniciaron trabajos de ampliación para dotar a la terminal aérea de nuevas posiciones de contacto, salas de espera, sanitarios, sistema de sonido, aire acondicionado e información de vuelos y servicios con el único fin de agilizar las operaciones al interior del mismo. Sin

⁸ Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México, *Breve Historia del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México*, [en línea], p. 9, Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/Archivos/BREVEHISTORIA2011.pdf>, [consulta: 01 de octubre de 2011].

⁹ Secretaría de Comunicaciones y Transportes, *Diario Oficial*, [en línea], Dirección URL: <http://www.asa.gob.mx/ServletRepositorio?id=49>, [consulta: 07 de octubre de 2011].

¹⁰ Secretaría de Comunicaciones y Transportes, *Concesión otorgada a favor del Aeropuerto de la Ciudad de México S.A. de C.V.*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/archivos/files/MarcoNormativo/concesion%20AICM.pdf>, [consulta: 08 de octubre de 2011].

embargo, ante la creciente demanda y con el propósito de hacer del AICM uno de los diez mejores del mundo en calidad, servicios, seguridad y funcionalidad operativa el 30 de mayo de 2003 el Gobierno del Distrito Federal (GDF) anunció el proyecto “Ampliación del AICM” que pretendía la modernización de la terminal 1, así como la creación de la terminal 2 para aumentar su capacidad de atención de 20 a más de 32 millones de pasajeros anualmente¹¹.

Además, la remodelación y ampliación del AICM incluyó la construcción de una segunda terminal (T2) que inició operaciones el 15 de noviembre de 2007, pero fue hasta 2008 cuando el Presidente Felipe Calderón Hinojosa inauguró formalmente sus instalaciones.¹²

Por su parte, al interior, el AICM quedó dividido en cuatro Subdirecciones importantes que son la de Recursos Financieros, Recursos Humanos, Recursos Materiales y Sistemas. Sin embargo, nuestro estudio de caso estará enfocado en general en la Subdirección de Recursos humanos (de la cual se hablará con más detenimiento a lo largo de este trabajo), en la actualidad a cargo del Lic. Manuel Martínez Beltrán; y en específico en los módulos de información al interior del AICM¹³.

De igual manera, cabe mencionar que el AICM, al conformarse como cualquier otra empresa, sintetiza sus propósitos y metas a través de su misión, visión y valores los cuales se traducen de la siguiente manera¹⁴:

¹¹ Secretaría de Comunicaciones y Transportes, *Infraestructura Aeroportuaria*, [en línea], p. 163, Dirección URL: <http://www.sct.gob.mx/uploads/media/mem-2003-07-aeropuertos.pdf>, [consulta: 04 de octubre de 2011].

¹² Gabriel León Zaragoza, “En febrero, inauguración formal de la Terminal 2 del AICM”, [en línea], México, *La jornada*, miércoles 26 de diciembre de 2006, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2007/12/26/index.php?section=sociedad&article=038n1soc>, [consulta: 09 de octubre de 2011].

¹³ Portal de Obligaciones de Transparencia, Estructura Orgánica Operativa, [en línea], dirección URL: http://portaltransparencia.gob.mx/pot/estructura/showOrganigrama.do?method=showOrganigrama&_idDdependencia=09451, [consulta: 10 de octubre de 2011].

¹⁴ Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, *Misión, Visión y Valores*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/GACM/index.php?Publicacion=6>, [consulta: 11 de octubre de 2011].

- Misión: satisfacer plenamente las necesidades de los usuarios del aeropuerto, a través de la prestación de servicios para consolidar su desarrollo, crecimiento y evolución.

En esta frase se sintetizan los objetivos esenciales que el AICM pretende compartir y dar a conocer a todos los que colaboran en el desarrollo del mismo, además de permitirle orientar sus programas de una forma eficiente para potenciar sus ganancias en todos los ámbitos. Por otra parte, para los trabajadores la misión empresarial representa comprender que su participación es importante en el trabajo.

- Visión: proyectar al aeropuerto competitiva y rentablemente a nivel internacional, enfrentando los retos y oportunidades con actitud, eficiencia y eficacia, garantizando seguridad y calidad en sus servicios.

Ésta se entiende como la imagen que el AICM tiene de sí mismo a futuro, o lo que se traduce como el gran reto empresarial que motiva e impulsa sus actividades, además de permitirle identificar los puntos estratégicos en los que se debe trabajar con mayor ímpetu para alcanzar el objetivo deseado.

- Valores: *honestidad* al actuar con integridad y transparencia; *respeto* aceptando a cada uno como es sin pretender que su comportamiento sea acorde a los intereses propios; *lealtad* al mantener un compromiso individual y
- de grupo en beneficio de la empresa; *equidad* al momento de tratar a todos por igual, con cortesía y calidad; *tolerancia* manteniendo un acercamiento al cliente con disposición y entusiasmo para escuchar, comprender y resolver.

Los valores son el código ético que rige el actuar del AICM en su conjunto tanto al interior del mismo, como a la hora de prestar sus servicios al público, además de presentarse como los generadores del compromiso ante la sociedad en la que se desarrolla su desempeño diario.

Por otro lado, cabe hacer mención que al tener una relación directa con Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) y formar parte del Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (GACM) comparte con ellos otros valores que son importantes para llevar a cabo un servicio de calidad a los pasajeros, entre los que podemos destacar:

- Bien Común: entendiendo que el servicio público es patrimonio de todos los mexicanos que sólo se legitima y justifica cuando se pone por encima de los intereses particulares.
- Respeto: respetar sin excepción alguna, la dignidad de la persona humana, sus derechos y libertades inherentes, siempre con trato amable y tolerancia para todos los mexicanos.
- Imparcialidad: actuar sin conceder preferencias o privilegios indebidos a persona alguna.
- Honradez: nunca sacar ganancia personal, prestación o compensación de alguna persona que pueda llevar a actuar con falta de ética en las obligaciones y responsabilidades que la empresa ha conferido.
- Generosidad: actuar con sensibilidad y solidaridad, particularmente frente a los niños, las personas de la tercera edad, etnias y las personas con discapacidad y en especial a todas aquellas personas que menos tienen.
- Integridad: Ceñir la conducta pública y privada de modo tal que las acciones y palabras sean honestas y dignas de credibilidad, fomentando una cultura de confianza y verdad¹⁵.

Ahora bien, ¿Por qué es importante mencionar la misión, la visión y los valores del AICM en este trabajo? Como bien se dijo al principio de este documento, lo que se pretende demostrar es que los módulos de información dentro del AICM

¹⁵Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México, *Código de conducta de las empresas que conforman el Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México*, [en línea], pp. 7-9, Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/Archivos/codigodeconducta.pdf>, [consulta: 11 de octubre de 2011].

sirven para proyectar una imagen positiva de México a nivel internacional, ya que éstos juegan un papel importante al ser el primer contacto del turista con territorio nacional. Si se consigue impresionar al viajero con un trato digno, amable, y eficaz esto se traducirá en una promoción del turismo en beneficio de todo el país, por lo tanto, es trascendental mencionar la filosofía que tiene el AICM como empresa ya que en ella se sustenta el compromiso que el Aeropuerto tiene para con la sociedad y de esta forma podemos comprobar si su “pensamiento” es acorde con su actuar.

1.2. Servicios que proporciona el AICM

Como parte del proyecto de ampliación que sufrió el AICM en 2003 se incorporaron a la Terminal 1 numerosos servicios con los cuales no contaba anteriormente, quedando constituido de la siguiente forma:

En 2005 se amplió el ambulatorio de la T1 en general, así como la sala de documentación nacional (A, B, C, D), por otra parte, se construyó una nueva sala de pre-espera (sala Bravo); se integraron nuevas bandas de equipaje, se hizo un novedoso techo en forma de olas que permite reducir los costos de electricidad para el aprovechamiento de la luz de día; asimismo, en el edificio internacional se hizo una separación de pasajeros de llegada y salida, tres nuevas zonas de documentación (F1, F2, F3), seis nuevas bandas de reclamo de equipaje, la ampliación de la vialidad y reordenamiento de las puertas de acceso para los pasajeros. Se construyó una Terminal de Autobuses Foráneos con destinos a las ciudades de Puebla, Cuernavaca, Querétaro, Toluca, Pachuca y Córdoba mientras se reubicaron y remodelaron cuatro puentes para pasajeros: dos de acceso al estacionamiento nacional con capacidad para 4,077 vehículos, uno para el estacionamiento de pilotos y uno más que conecta con el Hotel Camino Real. Asimismo se dotó a la Terminal con alojamiento teniendo a su interior en la sala de llegadas internacionales, tercer nivel, puerta 8 el Hotel Hilton que cuenta con 110 habitaciones, gimnasio, bar, restaurant y sala de reuniones¹⁶.

¹⁶ Aeropuertos y Servicios Auxiliares, *Libro Blanco Programa de Atención a la Demanda de Servicios Aeroportuarios en el Centro del País*, [en línea], Dirección URL: <http://www.asa.gob.mx/ServletRepositorio?id=95>, [consulta: 08 de octubre de 2011].

Por otra parte, la construcción de la Terminal 2 fue un novedoso proyecto que dotó al Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México de un moderno edificio terminal, con el cual se buscó maximizar la eficacia y eficiencia del mismo, mientras se le ponía fin a la sobresaturación que había venido arrastrando el AICM anteriormente.

Dicho inmueble consiste en un doble nivel: uno para salidas y otro para llegadas y tres zonas de documentación (L1, L2 y L3), ocho bandas de reclamo de equipaje, estacionamiento para aproximadamente tres mil vehículos, un tren de cuatro vagones para la transportación de pasajeros con conexión entre Terminal 1 y 2 que recorre una vía de 3km con capacidad de transportar a 100 pasajeros por viaje en un recorrido de cuatro minutos y medio; siendo el primero en su tipo en América Latina, la construcción del Hotel NH que se encuentra al interior de dicha terminal contando con 287 habitaciones, restaurant, gimnasio, spa, salones para eventos y un centro de negocios, puentes elevados y nuevas vialidades de acceso y salida. Así como la construcción de un turbosinoducto subterráneo de seis km de largo y que suministra 13,837 litros por minuto para abastecer de combustible a aeronaves de cualquier dimensión¹⁷.

Asimismo, el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México cuenta con dos pistas: la 05 izquierda 23 derecha (05L23R) de 3,846 km de longitud por 45 de anchura y la 05 derecha 23 izquierda (05R23L) de 3,900km por 45, plataformas para la aviación comercial, y edificios terminales para operaciones de pasajeros nacionales y extranjeros¹⁸. Igualmente posee 56 posiciones de contacto; 33 en Terminal 1 (T1) y 23 en Terminal 2 (T2) además de 11 posiciones remotas en T1: (7 A/B/C/), (14 A/B), (16 A), (19 A/B/C/D), (36 A) y 7 en T2¹⁹.

¹⁷ Aeropuertos y Servicios Auxiliares, *Obras del Aeropuerto de la Ciudad de México*, [en línea], Dirección URL: <http://www.asa.gob.mx/obrasaicm/es/opertiva.htm>, [consulta: 01 de octubre de 2011].

¹⁸ Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México, *Breve Historia del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México*, [en línea], p.24, Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/Archivos/BREVEHISTORIA2011.pdf>, [consulta: 01 de octubre de 2011].

¹⁹ Cabe destacar a manera de acotación que en la Terminal 1 a los vuelos nacionales les corresponden las posiciones 1-18 mientras que para los internacionales están designadas las posiciones 19-36. Mientras tanto, en Terminal 2 para vuelos nacionales se usa la Salida Nacional Sur, puertas 63-75 y para vuelos internacionales se usa la Salida Internacional Norte, puertas 52-62. Véase S/a, "Continental se muda a la T2

Por otra parte, el AICM cuenta con un Cuerpo de Rescate y extinción de Incendios (CREI) integrado por 51 bomberos que reciben capacitación permanente y cuyo objetivo principal es salvar vidas en caso de accidentes y siniestros en las aeronaves e instalaciones aeroportuarias²⁰.

En cuanto a los servicios que proporciona directamente el AICM encontramos los siguientes:

- Información y Orientación, (en temporada alta se impulsa el “Programa Amigo”)²¹.
- Atención de Relaciones Públicas.
- Servicio médico de emergencia las 24 hrs.
- Sistema de sonido para vocear información de vuelos.
- Pantallas con itinerarios de llegadas y salidas.
- Servicio de mini-vehículos para transportar a mujeres embarazadas, niños y adultos mayores dentro de las salas de última espera.

del AICM”, [en línea], *CNN Expansión*, domingo 17 de febrero de 2008, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/actualidad/2008/02/17/continental-se-muda-a-la-t2-de-aicm>, [consulta: 07 de octubre de 2011].

²⁰ Aeropuertos y Servicios Auxiliares, *Cuerpo de Rescate*, [en línea], Dirección URL: http://www.asa.gob.mx/wb/webasa/experiencia_crei, [consulta: 10 de octubre de 2011].

²¹ El Aeropuerto Internacional Benito Juárez de la Ciudad de México (AICM), aplica en sus terminales 1 y 2 el Programa Amigo tres veces al año en periodos vacacionales de alta demanda (Semana Santa, Verano y Vacaciones decembrinas), con la finalidad de orientar a usuarios y pasajeros, para que cuenten con una mejor estancia y rapidez durante su paso por la central aérea. Adicionalmente, algunos jóvenes realizan recorridos por los pasillos de ambas terminales para detectar puntos de aglomeración y contribuir para que haya mayor rapidez en el flujo de paseantes. La gente ubica fácilmente a este personal, debido a que se les otorga un informe que consiste en pantalón negro y chamarra roja con la leyenda Información, distribuidos en los pasillos de llegadas y salidas nacionales e internacionales, estación del Aerotrén, filtros de acceso y Salas de Última Espera (SUE). El grupo Amigo conformado por 70 jóvenes y 10 adultos mayores aproximadamente y dependiendo la demanda vacacional, está capacitado para proporcionar información sobre horarios de vuelo, ubicación de mostradores de documentación, Salas de Última Espera, zona de taxis autorizados, autobuses foráneos, estaciones del Aerotrén, áreas de comida rápida, bancos y casas de cambio. Pueden, incluso, orientar a los viajeros para llenar correctamente sus formatos de aduana y migración, ya que recibieron cursos por parte de representantes de autoridades adscritas al AICM, como el Instituto Nacional de Migración y Servicio de Administración Tributaria-Aduana, quienes los capacitan sobre los trámites que deben cumplir los viajeros en la terminal aérea. Su estancia en el aeropuerto es alrededor de dos semanas en un horario de 7:00am a 3:00pm y de 2:00pm a 10:00pm; perciben un sueldo de aproximadamente \$3,000 mensual y servicio de comedor durante la prestación de sus servicios.

- Oficina de objetos extraviados.
- Taxis de sitio.
- Estación de autobuses foráneos.

Además, en lo referente a las aerolíneas comerciales que dan servicio en el AICM tenemos que operan líneas nacionales y extranjeras con vuelos regulares así como charteras²² y cargueras con destinos nacionales e internacionales. Actualmente el Aeropuerto tiene operando únicamente 8 líneas aéreas nacionales que son: Aeromar, Aeroméxico, Aeroméxico connect, Aviacsa, Interjet, Magnicharter, Vivaaerobus y Volaris. Mientras que del lado internacional operan 20 aerolíneas extranjeras en su mayoría europeas y norteamericanas teniendo así a: Aerolíneas Argentinas, Air Canada, Air France, Alaska Airlines, American Airlines, Avianca, British Airways, Cubana de Aviación, Iberia, KLM, Lacsá, Lufthansa, Taca, United Airlines, US Airways, Continental Airlines, Copa Airlines, Aero Republica, Delta Airlines y Lan Chile, de las cuales las primeras 15 operan en Terminal 1 y las 5 restantes en Terminal 2.

1.3. Principales problemas que ha enfrentado el AICM

El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México en los últimos seis años, ha enfrentado serios problemas que han ido devaluando la calidad de sus servicios tanto al interior como al exterior de sus instalaciones, ello debido en gran medida a la corrupción, inadecuada dirección e incorrecta administración de los recursos con los que cuenta la dependencia así como a la falta de inversión por parte de las autoridades federales en la construcción y mantenimiento de infraestructura del AICM.

²² A diferencia de una línea aérea con itinerario regular que opera a destinos y horarios establecidos, la chartera o de fletamento se mueve en función de los vuelos o servicios solicitados o contratados por operadores turísticos hacia destinos diversos. Para más información véase Jesús Ugarte, “Mexicana alista despegue como chartera”, [en línea], *CNN Expansión*, Lunes 10 de octubre de 2011, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2011/10/10/mexicana-alista-despegue-como-chartera>, [consulta: 10 de octubre de 2011].

Debido a estas circunstancias, el aeropuerto más importante del país ha sido evaluado negativamente tanto por los pasajeros como por los organismos internacionales en la industria aeroportuaria por sus marcadas deficiencias en materia de seguridad, mantenimiento, infraestructura, equipo de rescate, limpieza y energía eléctrica.

Esto nos hace pensar que si bien es un recinto importante debido la cantidad de personas que transitan por sus pasillos, las operaciones que mantiene a diario, así como las mercancías que llegan y salen de sus instalaciones, lo cierto es que el Gobierno de México así como las autoridades encargadas del manejo del AICM han subestimado el valor real que simboliza el aeropuerto para el desarrollo de nuestro país. En primer lugar porque representa la articulación del territorio nacional con el extranjero; el recinto por el cual millones de turistas entran y salen de México, así como el sitio en dónde se genera gran parte del comercio exterior que satisface las necesidades de la población.

Por lo tanto, para lograr que el AICM se mantenga entre los mejores aeropuertos de América Latina y el mundo, es necesario reconocer los problemas que aquejan al mismo, provocando que sus operaciones se entorpezcan para después dar soluciones contundentes que generen la mejora en la calidad de sus servicios, la imagen positiva de México en el exterior y una marcada derrama económica por concepto de turismo en beneficio de todo el país.

De los múltiples obstáculos que el AICM ha tenido que enfrentar, únicamente destacaremos los más recientes suscitados a lo largo del año 2011 debido a que éstos nos proporcionan un panorama general de la situación por la que pasa actualmente nuestro recinto aeroportuario.

1- El 18 de agosto de 2011 el copiloto de Aeroméxico Rubén García García fue detenido cuando intentaba ingresar 42 kilogramos de cocaína al aeropuerto internacional de Barajas, España. A este caso se sumaba el antecedente del 9 de diciembre de 2010 cuando tres sobrecargos fueron detenidos por la Policía Nacional de España decomisándoles 140 kilogramos de cocaína transportados en su equipaje al momento de arribar al aeropuerto de Barajas, lo que hace pensar

que hay una mafia que actúa en complicidad con las autoridades federales y del AICM²³.

Que el AICM sea involucrado con el narcotráfico es un duro golpe al país entero, ya que pone de relieve los problemas por los que atraviesa México internamente mientras se propicia la creencia de que nuestro país no es lo suficientemente seguro alejando las inversiones, debilitando el turismo y minimizando los ingresos derivados de esta industria.

Lo paradójico del caso, es que siendo México un país que se encuentra en plena lucha contra la delincuencia organizada, su recinto aeroportuario sea vulnerable e inmiscuido con las redes del narcotráfico, ensuciando la imagen del país en el exterior en materia de seguridad mientras se opaca la credibilidad de una verdadera lucha contra el tráfico de sustancias ilícitas.

2- Dentro del AICM existe una red de complicidad entre vigilantes y supervisores quienes permiten el saqueo de maletas documentadas. A pesar de que hay cámaras de vigilancia, hay puntos ciegos que se aprovechan para robar artículos mientras se hace la separación y entrega de maletas favoreciendo que el equipaje se encuentre en poder de los trabajadores en un lapso prolongado y propiciando el hurto de las pertenencias de los viajeros²⁴.

Para el turismo en general y para las personas en particular, es muy importante que los destinos a los que deciden viajar sean sitios seguros para ir a vacacionar, descansar y hacer de su tiempo de ocio un viaje placentero que le garantice diversión, calidad, precio y seguridad tanto de su vida, su familia así como de sus pertenencias, por lo que la situación antes descrita desvirtúa la imagen de México entorpeciendo la actividad turística de nuestro país. Un destino turístico en el que la seguridad es nula, donde puedes ser víctima de asaltos, despojos, violencia y

²³ Georgina Saldierna, José Antonio Román, Alfredo Méndez, "Copiloto de Aeroméxico detenido en Madrid podría ser parte de una red de narcotráfico", [en línea], *La Jornada*, miércoles 24 de agosto 2011, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2011/08/24/politica/010n1pol>, [consulta: 25 de agosto de 2011].

²⁴ César Arellano García, "Denuncian red de complicidad en el AICM que permite robo de equipaje", [en línea], *La Jornada*, lunes 27 de febrero de 2012, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2012/02/27/sociedad/040n2soc>, [consulta: 01 de marzo de 2012].

hasta secuestros difícilmente será un lugar al que los turistas decidan volver a visitar. Por lo tanto, es un foco rojo en el que hay que trabajar.

3- Un mantenimiento insuficiente en las instalaciones eléctricas y mala planeación en el tendido del cableado de los sistemas emergentes fueron algunas de las causas principales que provocaron el apagón del pasado 28 y 29 de septiembre de 2011 en las pistas y torre de control del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México así como el obligado cierre del espacio aéreo de la capital del país durante más de cinco horas. De acuerdo con las conclusiones preliminares del peritaje, la falla eléctrica que afectó a 237 vuelos domésticos e internacionales y produjo contratiempos a unos 20 mil pasajeros, se dio por un cortocircuito que dañó uno de los transformadores de energía eléctrica.²⁵

Resulta sorprendente que siendo el AICM el aeropuerto más importante del país, no se le invierta lo suficiente para el mantenimiento y buen funcionamiento de sus instalaciones. El reciente apagón de las pistas de aterrizaje del AICM son un claro ejemplo de la urgente necesidad de construir un nuevo aeropuerto que satisfaga las necesidades aéreas del país, ya que de no hacerlo las consecuencias pueden ser graves; choque de aeronaves, cortos circuitos, incendios y pérdidas humanas pueden ser algunas de las secuelas de dicho problema.

4- Según Servicios de la Navegación en el Espacio Aéreo Mexicano (SENEAM) dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes informó que en el mes de octubre de 2011 se presentaron fallas en los equipos del sistema de procesamiento de información, radar y plan de vuelo del centro de control de tránsito aéreo de la Ciudad de México que controla los aterrizajes en las terminales del AICM perjudicando en tan sólo unas horas a 36 vuelos. Asimismo, este organismo reconoció que la “degradación en la utilización de los sistemas y equipos, no sólo en el AICM sino en otras terminales aéreas del interior del país,

²⁵ José Antonio Román, “El apagón en el AICM, por mala planeación y poco mantenimiento”, [en línea], La Jornada, lunes 17 de octubre de 2011, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2011/10/17/sociedad/048n2soc>, [consulta: 19 de octubre de 2011].

reduce los índices de seguridad, disponibilidad y confiabilidad, debido a la obsolescencia, y por consecuencia, a la dificultad de hallar refacciones en el mercado para dar mantenimiento y conservación acorde con las normas internacionales que recomienda la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI)”²⁶.

El Centro de Control de Operaciones aéreas es uno de los espacios más importantes en cualquier aeropuerto ya que en él se autoriza el despegue y aterrizaje de las aeronaves por lo que cualquier falla en el sistema puede ocasionar graves accidentes que pondrían en peligro la vida de los pasajeros y por lo tanto, una importante deficiencia en la calidad de los servicios que presta al público usuario.

5- Otro problema que enfrenta el AICM, es la urgente modernización de los tableros electrónicos que requieren ser sustituidos por tableros inteligentes, ello con el fin de permitir un monitoreo y control remoto, además de incrementar la seguridad en la infraestructura eléctrica y reducir los cortes del servicio por fallas en los tableros y componentes.²⁷

Las fallas en los monitores del AICM son un problema latente que afecta principalmente a los pasajeros a la hora de viajar. Cabe mencionar que en los tableros electrónicos dentro de las salas de última espera, se plasman la información necesaria para facilitar el abordaje de los pasajeros, principalmente las puertas de embarque y las demoras en los vuelos, sin embargo, es muy recurrente que los datos enlistados por los monitores sean erróneos, entorpeciendo en lugar de agilizar el embarque de los viajeros. Una información de mala calidad provoca en algunos casos que los pasajeros se confíen y pierdan sus

²⁶ Noé Cruz Serrano, “Atribuyen fallas en el AICM a obsolescencia”, [en línea], *El Universal*, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/90261.html>, [consulta: 15 de octubre de 2011].

²⁷ Noé Cruz Serrano, “Temer sea cancelada concesión del AICM”, [en línea], *El Universal*, 01 de octubre 2011, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/primera/37838.html>, [consulta: 05 de octubre de 2011].

vuelos, ocasionando el enojo y la insatisfacción de los usuarios con respecto al aeropuerto.

Ahora bien, ya enlistamos los principales problemas que ha enfrentado el AICM en tiempos recientes, los cuales van desde complicidades para permitir la salida de drogas hacia el exterior, conflictos con diversos prestadores de servicios así como el apagón de ambas pistas lo que hacen afirmar que la construcción de una nueva terminal que cuente con la tecnología de punta es una necesidad.

Lo que ha venido sucediendo es un foco rojo que demuestra el deterioro causado por una mala administración y por otro lado las limitaciones que tiene para poder incrementar su capacidad de operación ya que con sólo dos pistas sólo se pueden seguir trabajando con aterrizajes y despegues alternados, es decir, no puede hacerlo de forma simultánea lo que impide que se realicen más operaciones por hora.

En dos o tres años el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México estará saturado por el crecimiento del tráfico, por lo que es urgente la creación de uno nuevo. “La infraestructura aeroportuaria fue privatizada en los 90 desde una perspectiva fiscal, recaudatoria, sin atender al objetivo de eficiencia, lo que generó aeropuertos caros y saturados, por lo que hay que abaratar costos, ampliar y modernizar las terminales”²⁸.

Si bien se puede pensar que los problemas arriba enlistados son ajenos a nuestro trabajo, lo cierto es que están directamente relacionados en primer término con la necesidad de crear infraestructura en el país, con la calidad de los servicios dentro del aeropuerto y finalmente con el grado de satisfacción del público usuario, lo cual impacta positiva o negativamente nuestra industria turística tema central de donde parte nuestra investigación.

²⁸CNN Expansión, *Aeroméxico urge una terminal en el DF*, 01 de abril de 2012, [en línea], Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2012/04/01/aeromexico-urge-nueva-terminal-en-el-df>, [consulta: 05 de abril de 2012].

2. La importancia de los módulos de información al interior del AICM

Este trabajo contempla la experiencia laboral que se tuvo al realizar prácticas profesionales (en adelante PP) en el AICM durante un periodo de seis meses comprendido del 01 marzo al 01 de septiembre 2011, en donde las principales actividades que la Subdirección de Recursos Humanos enlistó en su programa “Apoyo al Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México” con clave: 2011-1381/1-770 para su realización al interior del mismo, estuvieron dirigidas a informar y orientar a los turistas y/o pasajeros tanto nacionales como extranjeros que se encontraban al interior de dichas instalaciones y que necesitaban asesoría en cuanto al abordaje de los vuelos (llegadas o salidas), el reclamo de su equipaje, el recibimiento de familiares, indicar el lugar en el cual obtendrían la información ampliada en cuanto a hoteles, museos, lugares de interés, zonas arqueológicas, rutas para llegar a su destino o simplemente información acerca de los precios de boletaje, destinos, conexiones a diferentes partes de la República Mexicana y el extranjero, recibir todo tipo de quejas de los usuarios e información de las aerolíneas en general.

Ahora bien, para entender el funcionamiento de los módulos de información al interior del AICM es necesario hacer referencia de la estructura del mismo, la cual como ya se mencionó anteriormente está conformada por dos terminales (T1, T2) cuya única diferencia radica en las aerolíneas que tienen operando a su interior cada una de ellas; dos zonas importantes: la nacional y la internacional; un ambulatorio en donde todas las personas pueden transitar sin mayor problema y finalmente las llamadas salas de última espera (SUES), a las cuales sólo los pasajeros y el personal autorizado tienen acceso.

En este mismo orden de ideas, en el ambulatorio de la T1 encontramos dos módulos de información; uno nacional (denominado según el alfabeto aeronáutico Alfa) y uno internacional (Eco). En las SUES, del lado nacional sólo se cuenta con

un módulo llamado Bravo y tres internacionales (19, 26 y 29) que corresponden a tres de las posiciones de contacto con las que cuenta el aeropuerto²⁹.

En la T2, por su parte, encontramos en su planta baja tres módulos; uno nacional (Quebec), uno internacional (Néctar) y uno más que sirve como conector entre ambos denominado (Papa). En su planta alta se encuentra el módulo de información (Lima) que al igual que Eco en T1, actúan como las matrices o los centros que dirigen al resto de los módulos. En las SUES de T2 encontramos por su parte un módulo en la zona nacional (Metro) y uno en la internacional (Kilo)³⁰.

En cada uno de éstos las actividades a realizar son diferentes; se puede decir que en los módulos del ambulatorio las preguntas más frecuentes son de tipo indirecto ya que son los familiares de los pasajeros los que en su mayoría piden información al respecto, ya sea para saber por dónde recibir a sus pasajeros, a menores de edad que viajan solos o en su defecto con custodia; la hora de arribo, el lugar y el procedimiento a realizar a la llegada de pasajeros deportados; sobre todo aquellos procedentes de Estados Unidos; la localización de los teléfonos para realizar llamadas de larga distancia; la ubicación de agencias de viajes, casas de cambio, farmacias, lockers para el resguardo del equipaje, oficinas de objetos perdidos así como de los mostradores de las aerolíneas para poder documentar el equipaje (*check in*); el lugar específico para la renta o préstamo de sillas de ruedas para personas de la tercera edad, con alguna discapacidad u enfermedad; cuestiones relacionadas con servicios de mensajería y paquetería, o bien preguntas relacionadas con servicios aéreos funerarios, de taxis, hotelería o transportación en general incluida la localización del metro o la renta de autos.

Por su parte, en los módulos de las salas de última espera las preguntas son de tipo directo, ya que son los propios pasajeros los que solicitan la

²⁹ Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, *Módulos de Información en Terminal 1*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/informacionalpasajero/Informacion/>, [consulta: 22 de septiembre de 2011].

³⁰ Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, *Módulos de Información en Terminal 2*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/informacionalpasajero/Informacion/index.php?Publicacion=338>, [consulta: 22 de septiembre de 2011].

información relacionada con la lectura de sus pases de abordar; las puertas de abordaje; la localización de los módulos de migración para poder obtener el sello de entrada y salida del país sin tener problemas en cuanto a las formas migratorias (FM1, FM2, FM3); el reclamo de su equipaje en caso de pérdida de vuelo; los documentos requeridos para la transportación de mascotas; lo referente a permisos del Servicio Nacional de Sanidad Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) y la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA); la localización de la aduana; los restaurantes más cercanos para comer antes de volar; la devolución de impuestos (*Tax back*); la localización de bancos y casas de cambio; la cantidad de equipaje o de kilos permitidos a la hora de viajar, así como los objetos y las mercancías que se podían llevar en el equipaje de mano o que necesitaban ser documentados para no tener problemas.

Sin embargo, es importante comenzar por destacar que si bien todas las personas empleadas para trabajar en los módulos de información traen consigo un bagaje de conocimientos en la materia, lo cierto es que no son suficientes para poder realizar dichas actividades, ya que es necesaria una capacitación previa que consiste básicamente y en primer término en aprender a utilizar todo el material proporcionado por el AICM mencionando en orden de importancia las hojas de vuelo (nacional, internacional, llegada y salida), las cuales tienen que ser llenadas diariamente y en dos periodos uno matutino y otro vespertino; las hojas de estadísticas que se realizan cada tercer día y cuya finalidad es contar con datos numéricos que proporcionen una visión general de la eficacia y utilidad de los módulos de información; el llenado de los formatos de quejas que son proporcionados a los pasajeros en casos de incumplimiento o abuso por parte del personal o los prestadores de servicios al interior del AICM; el uso del radio portátil por el cual se comunican todas las frecuencias del aeropuerto y se pasa la información que después será transmitida a los pasajeros; la utilización de los teléfonos para la solicitud de voiceos, conferencias telefónicas, llamadas en espera así como un conocimiento básico de las extensiones correspondientes a diferentes dependencias que se encuentran operando al interior del AICM como por ejemplo

Asignación de Bandas de Equipaje, Centro de Control de Operaciones (CCO), Salón Oficial, Conmutador, Cabina de sonido, Monitoreo etc. por mencionar algunas. En segundo lugar es de vital importancia aprender el alfabeto aeronáutico el cual es indispensable para tener una comunicación fluida al interior de las instalaciones de trabajo y en tercer lugar el dominio de las siglas que según la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), la Asociación Internacional de transporte Aéreo (IATA) y la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) denominan tanto a las aerolíneas como a los destinos de procedencia y llegada de los vuelos y que sin éstas no se podría realizar un trabajo rápido y eficaz para orientar a los pasajeros; fin último que se buscaba con la realización de las PP.

“Fig. 1 Hoja de salida nacional”.

Subgerencia de Orientación e Información
 SALIDA NACIONAL (TURNO VESPERTINO)
 ELABORO: Berenice Casas
 FECHA: Lunes, 06 de Junio de 2011

LÍNEA	VUELO	DESTINO	HORA	SALA	LÍNEA	VUELO	DESTINO	HORA	SALA
SLI	2092	CME	14:15	73	SLI	2442	CPE	16:20	75
GAM	774	CUN	14:15	02	AMX	202	TRC	16:25	66
AJ	2803	SJD	14:25	16	SLI	2636	AGU	16:25	15
SLI	2596	REX	14:25	72	VOI	732	GDL	16:25	70
TAO	352	SLP	14:30	75	AMX	278	CJS	16:30	71
VOI	704	CUN	14:30	04	AJ	2651	HUX	16:35	18
AJ	2410	TIJ	14:35	68	AMX	557	TGZ	16:35	58
SLI	2096	VER	14:50	71	SLI	254	GDL	16:35	70
VIV	710	TAM	14:50	08	SLI	2598	REX	16:35	70
AMX	445	CUN	14:55	66	TAO	645	VER	16:40	70
AMX	706	HMO	14:55	65	AJ	2524	MID	16:45	70
TAO	330	CVM	14:55	75	AMX	1815	CUN	16:45	70
AMX	228	GDL	15:00	70	AMX	527	MID	17:00	68
AMX	924	MTY	15:00	67	AMX	930	MTY	17:00	68
SLI	130	BJX	15:00	72	AMX	462	GDLFAT	17:00	68
TAO	324	XAL	15:00	75	SLI	2524	MTT	17:00	68
TAO	533	HUX	15:00	75	SLI	2474	NLD	17:00	68
AMX	176	TIJ	15:10	66	TAO	348	SLP	17:00	75
AMX	222	CUU	15:15	64	VOI	790	CUL	17:00	75
SLI	2414	TAM	15:15	75	AJ	2398	CUN	17:01	12
SLI	2014	OAX	15:15	75	AMX	585	CUN	17:05	73
SLI	405	ACA	15:25	75	AJ	2534	VSA	17:10	13
VIV	750	MZT	15:25	01	SLI	2418	TAM	17:10	76
AJ	2505	CME	15:30	76	TAO	622	MUM	17:10	70
AJ	2607	TGZ	15:30	12	VIV	880	HUX	17:10	02
GAM	782	CUN	15:30	01	VIV	708	MTY	17:15	08
SLI	2057	GDL-HMO	15:30	75	VIV	840	TRC	17:15	03
AJ	2548	CTM	15:35	18	VIV	760	VSA	17:25	05
AJ	2312	CUN	15:35	06	AJ	2474	CUL	17:30	15
AMX	166	CUL	15:40	68	SLI	154	BJX	17:30	70
SLI	2490	TAP	15:40	70	SLI	2036	OAX	17:30	60
AJ	2452	HMO	15:45	73	SLI	523	VSA	17:30	72
TAO	314	PAZ	15:50	75	AJ	2116	MTY	17:35	76
TAO	615	LZC	15:55	75	TAO	126	AGU	17:40	75
AJ	2285	CJS	16:00	05	SLI	2536	SLP	17:50	75
AMX	828	MTY	16:00	67	TAO	463	COL	17:50	75
AMX	252	GDL	16:00	65	SLI	2404	VER	17:55	71
SLI	2458	ZIH	16:00	75	AJ	2220	GDL	18:00	77
SLI	2514	MZT	16:00	75	AMX	126	GDL	18:00	67
SLI	2072	LAP	16:05	75	AMX	932	MTY	18:00	68
SLI	2406	VER	16:05	75	SLI	309	ACA	18:05	73
SLI	2600	DGO	16:10	63	VIV	742	CUN	18:05	74
AJ	2114	MTY	16:15	15	VOI	702	CUN	18:05	70
AMX	419	VSA	16:15	69	SLI	2082	LMM	18:20	70
GAM	806	SJD	16:15	12	SLI	2482	PAZ	18:25	75
SLI	142	PVR	16:20	72	AJ	2124	MTY	18:30	18

Información proporcionada por la Subgerencia de Información y Orientación AICM

La imagen anterior representa una hoja de salida nacional proporcionada por la Subgerencia de Orientación e Información a los módulos denominados Bravo, Metro y Kilo, con el fin de ser llenada adecuadamente por el personal de los mismos con la información emitida directamente por el Centro de Control de Operaciones del AICM para su posterior transmisión a los pasajeros.

Dicho documento está dividido en cinco columnas, la primera de lado izquierdo contiene las aerolíneas que operan tanto en terminal 1 (aquellas subrayas de color azul) como en terminal 2; la segunda columna representa el número de vuelo comercial; en la tercera se enlistan las claves de los diferentes destinos nacionales; la cuarta fila representa el horario de partida de cada vuelo y finalmente en la quinta columna se muestran las salas de abordaje las cuales tienen que ser llenadas por personal calificado de los módulos de información con cuarenta minutos de anticipación aproximadame. Ahora bien, la importancia de dicho documento radica en el hecho de que sirve como una guía para el pasajero tanto para saber por dónde abordar, así como dónde debe esperar la llamada de última espera y de esta forma no perder su vuelo, por lo que el llenado del mismo debe ser minucioso y evitar fallas de lo contrario la información otorgada al pasajero será errónea ocasionando serios problemas para el que viaja.

“Fig. 2 Hoja de estadísticas”.

SUBGERENCIA DE ORIENTACIÓN E INFORMACIÓN
REPORTE DE ACTIVIDADES EN MÓDULOS DE INFORMACIÓN

AICM Proceso Aeroportuario de la Ciudad de México

Nombre de Orientador Berenice Casas Cárdenas Módulo "Q"
 Fecha 07/junio/2011 Horario 14:00-18:00

CONCEPTO	FRECUENCIA																																								SUB-TOTAL			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40				
Información																																												
Llamadas Comis.																																												
Otros ICAIS																																												
Solicitudes Telef.																																												
Voceos																																												

TOTAL

OBSERVACIONES

a) Sugerencias para mejorar nuestros servicios:

b) Preguntas Inusuales:

Información obtenida de la Subgerencia de Orientación e Información AICM.

Las hojas de estadística son llenadas, de igual forma, por el personal de los módulos de información cada tercer día en ambos turnos (matutino, vespertino) en un lapso de cuatro horas, es decir, cuatro veces al día con el fin de medir la eficiencia de los módulos de información. Los rubros a cuantificar son: Información, llamadas de conmutador, solicitud de teléfonos, voceos y otros.

Cada que se atiende a una persona dependiendo del servicio solicitado se llena una barra y al final del periodo se hace tanto un conteo por rubro como uno final. Asimismo, en la parte inferior de dicha hoja encontramos un apartado de observaciones que a consideración del personal puede o no ser llenado con las sugerencias necesarias para mejorar el servicio prestado por el AICM

Ahora bien, el orientar y mantener informado al pasajero pareciera que no se encuentra vinculado o relacionado con los conocimientos adquiridos a lo largo de la licenciatura en Relaciones Internacionales, sin embargo, la vinculación existe y en gran medida, principalmente en tres sentidos, mismos que serán explicados en los siguientes apartados.

2.1. Vinculación con el Turismo

Como ya se ha venido mencionando, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento así como una profunda diversificación hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo.

Cabe decir entonces que si bien el turismo guarda una estrecha relación con el desarrollo de los países, lo cierto es que gracias a los méritos propios de cada nación, éste se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico. Hoy en día el turismo es un importante actor del comercio internacional y una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.

Pero entonces, ¿Qué significa el turismo y para quién es importante? El turismo es de relevancia principalmente para cuatro sectores que convergen dentro de una sociedad y que por lo tanto, es necesario destacar:

1. El turismo para los gobiernos representa una alternativa idónea para promover el desarrollo regional, la creación de empleo y la generación de

ingresos para las familias que participan directa o indirectamente en la actividad turística.

2. Para los empresarios representa la oportunidad de expandir sus inversiones.
3. Para los turistas representa obtener un servicio oportuno para satisfacer sus necesidades de diversión, recreación, descanso o negocios.
4. Para el sector social permite mejorar o incrementar los servicios públicos (seguridad, educación, drenaje, energía, agua potable, centrales de abasto, mercados etc.) obteniendo con ello beneficios por la llegada de capitales a la zona.

Si bien estos actores juegan un papel importante en el escenario de la actividad turística, lo cierto es que las tendencias internacionales también influyen de manera directa; gracias a la globalización, el aumento de la productividad, la apertura de los mercados y el avance en la tecnología de transportes y comunicaciones ha hecho que los consumidores potenciales estén mejor informados de los productos, servicios y destinos turísticos lo que permite que el abanico de posibilidades para la satisfacción de sus necesidades se cubra a una dimensión hasta ahora inusitada y sus preferencias y elecciones tiendan a inclinar la balanza hacia los destinos que cumplen sus expectativas de precio y calidad.³¹

En este contexto nos insertamos en el caso de México para el cual la actividad turística se encuentra en una situación privilegiada debido a la contribución del PIB y su peso en la economía nacional. México es el décimo país del mundo en captación de turistas, el vigésimo tercero en captación de divisas y el trigésimo primero en gasto turístico en el extranjero; el turismo supone más del 8% del PIB mexicano, genera 1.8 millones de empleos remunerados y es una de las actividades que más divisas genera en la economía mexicana³².

³¹ Alejandro Palafox Muñoz, Turismo: teoría y praxis, México, Plaza y Váldes Editores, 2005, 1ª Edición, pp. 73-74.

³² México Press Room, *Turismo en México*, [en línea], Dirección URL: http://es.visitmexicopress.com/en/presseues/pres_turismo_en_mexico, [consulta: 01 de noviembre de 2011].

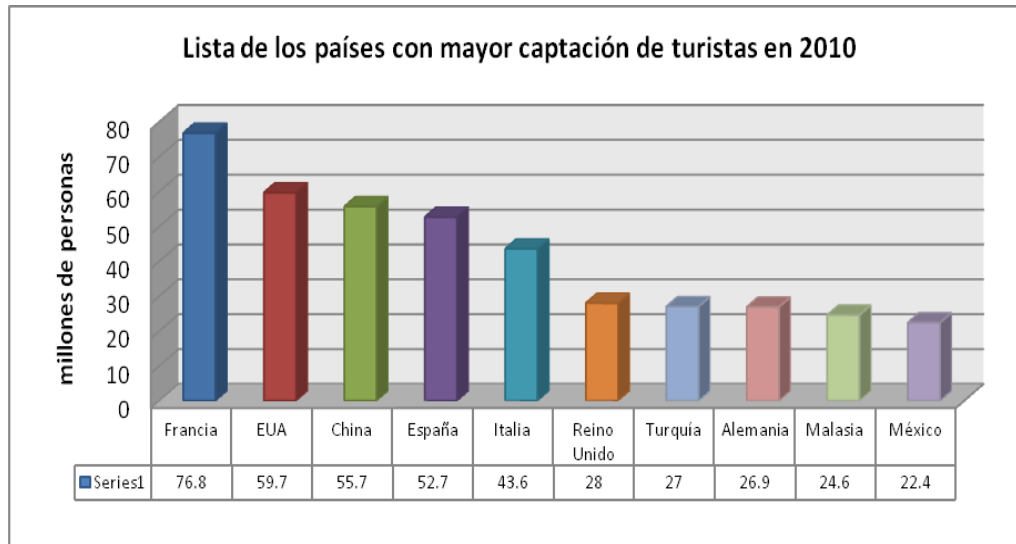


Fig.3 Fuente: Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), *Ranking Mundial OMT*.

En la gráfica anterior podemos notar dos cosas, por una parte, si hablamos de las tres primeras posiciones, encontramos que Francia es uno de los países que goza de gran popularidad como destino turístico pues cuenta con grandes atracciones para el visitante en los distintos sitios del país, siendo París, además de su ciudad capital, uno de los lugares más visitados tanto por sus atractivos turísticos como la famosa Torre Eiffel, como por la atmósfera de sofisticación que se percibe al pensar en Europa. Asimismo, Estados Unidos al ser una potencia mundial y uno de los países más poderosos económicamente hablando, visitarlo es una gran oportunidad para conocer una cultura emblemática que ha logrado permear gran parte del globo, siendo Nueva York, Las Vegas, Miami, Los Ángeles u Orlando tan sólo algunas de las ciudades más visitadas de este país. En el caso de China lo que más impresiona a los turistas es la distancia entre la realidad actual de China y la imagen ofrecida por Occidente. Este país antiguo que se encuentra en plena vía de la modernización nos permite apreciar a la vez la civilización milenaria y llena de cultura, mientras se disfruta de la comodidad moderna, por lo que viajar a este país colosal se ha vuelto una necesidad tanto para hombres de negocios, estudiantes y paseantes atraídos por las compras de productos a bajo precio.

Por otra parte, cabe destacar que si bien la mayor parte de los países que se encuentran en este ranking son del continente europeo, lo cierto es que la cultura, la gastronomía, la gran riqueza en cuestiones de biodiversidad así como los atractivos turísticos que brinda, han hecho de México un destino turístico predilecto, ello sin menoscabar los esfuerzos hechos por el gobierno mexicano en materia turística logrando como resultado posicionar a nuestro país entre los más visitados a nivel mundial, lo que es bastante alentador más no sinónimo de triunfo, por lo que bajar la guardia sería un rotundo error.

En 2010 México fue el país más visitado de América Latina convirtiéndose en un referente internacional al ubicarse en el décimo lugar en atraer a sus destinos a viajeros internacionales. Por otra parte, en el mismo año, 22 millones de paseantes extranjeros visitaron el territorio nacional, además de 7 millones de cruceristas, 49 millones de tursitas fronterizos así como un incremento del 8% en los viajes realizados por los propios mexicanos a nivel nacional, en comparación con el año 2009³³.

Si bien el turismo internacional ha generado una derrama económica importante para el país donde los prestadores de servicios buscan una mayor difusión y atención hacia los turistas creando nuevos polos turísticos y recreativos, lo cierto es que el turismo todavía tiene mucho que aportar al desarrollo nacional y para potenciarlo al máximo se requiere de un esfuerzo conjunto y coordinado de todos los actores, encabezados por el mismo Presidente de la República.

En este sentido, el gobierno mexicano se ha esforzado por hacer presente a nuestro país en ferias, seminarios, congresos y eventos de talla internacional con el fin de difundir los valores de nuestra cultura en el extranjero. Esta apuesta surge de la convicción de que la riqueza cultural de México es lo suficientemente fuerte como para competir con el resto del mundo.

³³ Jorge Ramos, "En 2010 el país fue el más visitado de América Latina", [en línea], México, *El universal*, sábado 26 de marzo de 2011, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/184371.html>, [consulta: 26 de marzo del 2011].

Asimismo, se ha buscado promover la imagen de México en el extranjero como un país rico en su diversidad cultural a través de la difusión de su patrimonio arqueológico, histórico y artístico. Bajo este contexto surge por ejemplo, el “Tianguis turístico” que es un evento comercial exclusivamente mexicano donde los expositores ofrecen sus productos, servicios y paquetes turísticos con el único fin de darse a conocer y establecer relaciones o acuerdos comerciales con otras organizaciones y países.

Otro evento muy importante para México es la “Expo Outlet Viaja y Vuela” la cual a diferencia del Tianguis turístico está enfocada a los viajeros como un foro para encontrar paquetes de viajes a precios accesibles.

Como destino turístico, nuestro país es percibido como un lugar de sol y playa, bellos paisajes, excelente clima, una inmensa oferta de sitios interesantes para visitar, con abundante diversidad cultural, excelente y variada gastronomía, además de gente amigable y una sociedad moderna. En lo que respecta a servicios, se considera que posee una gran oferta y calidad hotelera, así como una vida nocturna con muchas posibilidades. Las vías de comunicación y transporte están equilibradas, mientras que los servicios en general se inclinan hacia una valoración positiva. Por otro lado, en cuanto al punto de vista afectivo, México ha sido percibido a través de los años como un destino agradable, acogedor y divertido, así como con una buena relación calidad-precio en referencia a otros destinos del extranjero.

Si bien la imagen que se tiene de nuestro país en el extranjero se ha ido fortaleciendo a través de los años por los esfuerzos en materia turística hechos por el gobierno federal, lo cierto es que se tiene que trabajar con más ahínco para mantener esa percepción o de lo contrario no se alcanzarán los resultados esperados.

Se necesita hacer una importante propaganda y difusión, no únicamente de los destinos de sol y playa sino por el contrario potenciar a las ciudades importantes del país por su cultura y carácter histórico, hacer patente que México puede dar mucho más que sólo un turismo de masas (aquel destinado al público en general sin importar la clase socioeconómica) ya que en nuestro país también

es perfectamente viable el turismo exclusivo de mayor gasto y menos impactos en el medio ambiente.

Es de vital importancia que el gobierno federal de la mano de los gobiernos locales, las empresas públicas y privadas se den cuenta de la envergadura que representa el turismo para nuestro país para darle la preponderancia que dicha actividad merece ya que de lo contrario se tiende a descuidar fortalezas de las que México puede tener ventaja comparativa con el resto del mundo.

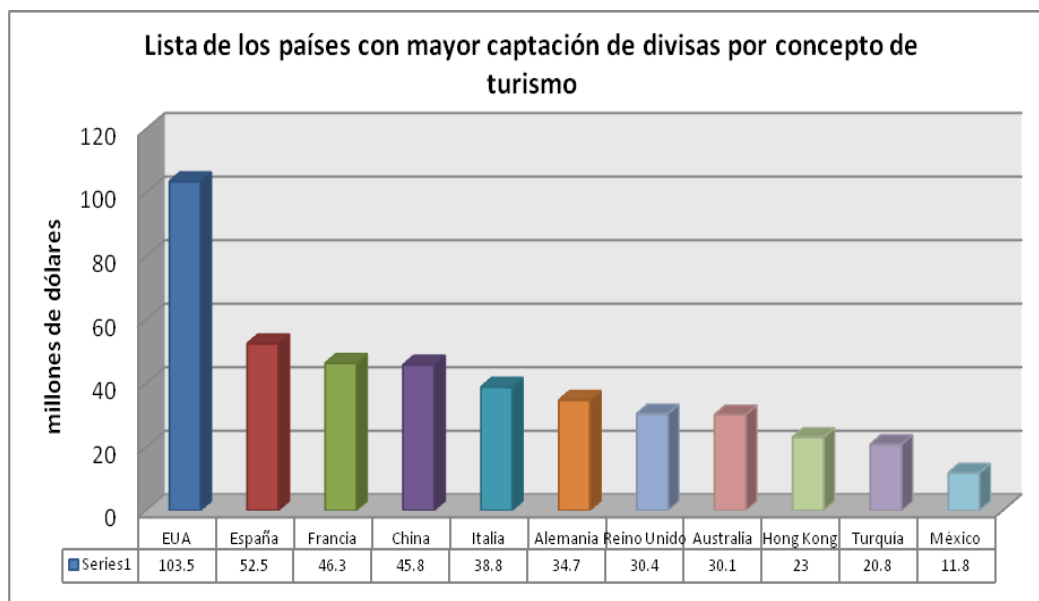


Fig. 4 Fuente: Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), *Ranking Mundial OMT*.

En cuanto a captación de divisas se refiere, podemos observar que nuevamente la mayor derrama económica se genera en países europeos precedidos por una marcada diferencia por los Estados Unidos. En el caso de nuestro país, éste se encuentra por debajo de los primeros diez lugares, ocupando la posición vigésimo tercera, lo que nos pone de relieve la necesidad conjunta tanto del gobierno, Secretarías de Estado y comunidades locales de crear estrategias que incentiven la demanda de nuestros destinos turísticos nacionales.



Fig. 5 Fuente: Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), *Ranking Mundial OMT*.

Por otra parte tenemos que si bien nuestro país recibe aproximadamente 20 millones de turistas al año, lo cierto es que los mexicanos que tienen la posibilidad de viajar a otra parte del mundo es considerablemente menor, ya que nuestro país en cuanto a gasto turístico en el extranjero se refiere, ocupa la posición trigésimo primera, lo que nos hace pensar en una serie de factores económicos a nivel interno que aún no se han podido superar como la extrema pobreza y la falta de empleo.

Asimismo, según la Organización Mundial de Turismo en su ranking de los diez destinos más visitados del mundo en 2010, como ya se mencionó anteriormente, México ocupa el décimo lugar precedido de Francia, Estados Unidos, China, España, Italia, Reino Unido, Turquía, Alemania y Malasia. Nuestro país se ha ganado esta posición ya que se caracteriza por tener:

- Destinos de sol y playa.
- 30, 000 sitios arqueológicos.

- 37 sitios considerados Patrimonio de la Humanidad.
- 62 grupos étnicos.
- 3,000 años de historia.
- Una gastronomía que fue considerada por la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y Cultura (UNESCO) en 2010 como Patrimonio de la Humanidad.
- Una Biodiversidad muy amplia.
- 174 Áreas Nacionales Protegidas.
- 110, 000 monumentos³⁴.

Para la Ciudad de México, que es justo donde se circunscribe nuestro estudio de caso, el turismo aporta el 7% del PIB dejando una derrama económica de casi 50 mil millones de pesos anuales y genera casi un millón de empleos; 300 mil directos y 700 mil indirectos³⁵.

Además, retomando datos proporcionados por la Secretaría de Turismo (SECTUR) la Ciudad de México es visitada anualmente por turistas de 188 países; recibe casi 12 millones de turistas por año; 85% nacionales y 15% extranjeros; cuenta con 650 hoteles; más de 1, 600 establecimientos de alimentos y bebidas; 1500 agencias de viajes así como más de 100 teatros y museos³⁶.

En 2010 el país recibió cerca de 22.6 millones de turistas extranjeros, además de ingresar 11,871 millones de dólares en el rubro de divisas internacionales a través del turismo, por lo tanto y ante esta situación el lunes 28 de febrero de 2011 el Presidente del país, Felipe Calderón Hinojosa, firmó el Acuerdo Nacional de Turismo que consta de un plan de cien acciones para impulsar el sector y que finalmente fue resumido en diez ejes de trabajo de los cuales debido a los objetivos de este estudio cabe destacar los siguientes:

³⁴ Cámara de comercio servicios y Turismo Ciudad de México, *Las cifras del Turismo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.camaradecomerciodemexico.com.mx/camara/content/blogcategory/176/268/>, [consulta: 27 de octubre de 2011].

³⁵ Ídem.

³⁶ Secretaría de Turismo, *Hechos y Tendencias del Turismo*, [en línea], Dirección URL: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin de Hechos y Tendencias](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin%20de%20Hechos%20y%20Tendencias), [consulta: 22 de octubre del 2011].

- Incrementar la conectividad para facilitar la llegada de turistas, con el aumento del número de asientos en vuelos y viajes terrestres.
- Apoyo a la infraestructura turística, con el compromiso del Gobierno de mantener en 5% del PIB el gasto en este rubro por año para la creación y mejoramiento de carreteras, puertos y terminales aéreas.
- Fortalecer la promoción turística a nivel nacional e internacional.³⁷

Entre los resultados derivados de dicho acuerdo, tenemos que las llegadas de turistas internacionales crecieron casi un 5% durante los primeros meses de 2011, durante este periodo ya se habían registrado en nuestro país la entrada de 11 millones 440 mil turistas internacionales, lo que representa un incremento de 3.3% en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Asimismo, cifras del Departamento de Comercio estadounidense citadas por la Secretaría de Turismo mexicana indican que México registró una participación del 16.5% en el mercado turístico de ese país, lo que lo colocó por encima de destinos como Canadá y Europa en la preferencia de los viajeros³⁸.

Además “La riqueza de México en términos de cultura, enorme diversidad climática, belleza orográfica, flora y fauna endémicas y su sociedad vibrante y abierta es lo que atrae y diferencia a nuestro país de otras naciones del mundo”³⁹. Es decir, [...] el turismo actúa como un elemento dinamizador y promotor de la cultura, por su parte, la cultura es un elemento esencial para la industria turística pues constituye la oferta o atracción de la que se beneficia esa actividad económica junto con los beneficios de la naturaleza.⁴⁰

³⁷ S/a, “México busca entrar a ‘top’ 5 de turismo”, [en línea], *CNN Expansión*, Lunes 28 de febrero de 2011, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2011/02/28/turismo-mexico-ingreso-viajes-turistas>, [Fecha de consulta: 25 de octubre de 2011].

³⁸ S/a, “Cada vez llegan más turistas a México pese a la inseguridad”, [en línea], México, *CNN México*, martes 19 de julio de 2011, Dirección URL: <http://mexico.cnn.com/nacional/2011/07/19/cada-vez-llegan-mas-turistas-a-mexico-pese-a-la-inseguridad>, [Fecha de consulta: 23 de octubre de 2011].

³⁹ Plan de Desarrollo Nacional, *Turismo*, [en línea], Dirección URL: <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/economia-competitiva-y-generadora-de-empleos/turismo.html>, [consulta: 05 de noviembre de 2011].

⁴⁰ Néstor García Canclini, Ernesto Piedras Fera, *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, Siglo XXI Flacso, 2008, 2ª Edición, p.64.

Sin embargo, si bien esta riqueza natural y cultural con la que cuenta nuestro país implica que existen amplias oportunidades de actividad turística, lo cierto es que aún falta mucho por hacer para que sean explotadas y desarrolladas cabalmente.

La lucha por la permanencia y expansión del mercado turístico abarca la necesaria transformación y modernización del conglomerado de empresas que ofrecen los servicios, la cual no puede darse si no se crea la infraestructura social básica que se requiere para que aquellos que cuentan con capital inviertan en los destinos turísticos; esto es, México necesita contar con personal calificado que promueva el turismo a nivel internacional, proyectando una imagen positiva en beneficio del país, asimismo para que los prestadores de servicios ya existentes puedan acceder a mayores niveles de competitividad es indispensable avanzar en la construcción y/o mejoramiento de las vías de transporte y comunicaciones: carreteras, aeropuertos, centros de información estratégicamente establecidos, la construcción y/o mejoramiento de servicios médicos, así como trabajar en la seguridad para evitar ilícitos que afecten el patrimonio de las empresas y de los propios turistas,⁴¹ así como desarrollar un turismo incluyente en lo referente a las condiciones de las poblaciones locales donde se ubique la actividad.

Los destinos mexicanos se enfrentan a crisis ambientales y sociales como los crecimientos urbanos desordenados, el deterioro del entorno ecológico el incremento en la oferta internacional y la mayor competencia de otros países en el mundo y en nuestro hemisferio para captar turistas. Por lo tanto, es necesario hacer una “Marca País”, la cual más que ser un logotipo sea antes que nada una esencia que impregne todo lo que lleve su sello, es decir construir una identidad con atributos únicos, relevantes y diferenciadores del resto del mundo.

Con el aumento de la oferta turística y la competitividad en el sector, los turistas cada vez más, exigen recibir servicios oportunos en cuanto a precio competitivo, calidad en el trato y profesionalismo. Para ello, es necesario que nuestro país conforme objetivos con el propósito de fortalecer la promoción

⁴¹ Ibídem p. 74.

turística nacional e internacional, extienda la cobertura de los servicios de información, amplíe la seguridad y la asistencia al turista, mejore la calidad de los servicios e impulse el desarrollo del turismo nacional, ya que el mercado doméstico es de gran importancia estimándose en el 80% de la actividad turística de México, como ya se mencionó anteriormente.

La visión del turismo es que en 2015 México será líder en la actividad turística, ya que habrá diversificado sus mercados, productos y destinos, asimismo sus empresas serán más competitivas en los ámbitos nacional e internacional. El turismo será reconocido como pieza clave en el desarrollo económico y su crecimiento económico se habrá dado con respeto a los entornos naturales, culturales y sociales; México se habrá consolidado como una de las potencias turísticas del orbe; será una de los siete países más visitados del planeta y una de las nueve con mayores ingresos por concepto de turismo internacional.⁴²

Ahora bien, esto es lo que proyectaba el gobierno federal al inicio del sexenio pero en un entorno de crisis internacional, de alerta sanitaria por la presencia de influenza humana AH1N1 en territorio nacional, así como el aumento de la inseguridad al interior de nuestro país ha venido a mermar esta meta.

Por un lado, podemos detectar cierta desaceleración del sector, tanto en relación con la actividad económica nacional como en el mercado internacional debido a la crisis económica por la que ha venido atravesando el mundo entero; asimismo, en este contexto ha aumentado la competencia mientras que México ha venido creciendo a un ritmo menor que otros destinos.

Si bien existen recursos naturales y culturales poco explotados que representan oportunidades para diversificar la oferta y lograr un mejor reparto de la actividad en el territorio, también existen frenos para promover el turismo hacia el interior del país debido a los desafíos que enfrenta México en materia de inseguridad y limitaciones en infraestructura de transporte, por mencionar algunos.

⁴²Secretaría de Turismo, *Comportamiento, avances y perspectivas del turismo en México: a cuatro años del cambio democrático*, México, FCE, 2006, 1ª edición, p. 94.

Por otra parte, las políticas del gobierno mexicano dirigidas a promover el desarrollo a través del turismo, han contribuido a la concentración de la oferta y la demanda en unos pocos destinos turísticos.

En este contexto, entre los retos que enfrenta nuestro país para mantener su industria turística y optimizar la contribución del turismo al desarrollo sostenible podemos destacar: mejorar y mantener la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos, explotar las oportunidades que ofrece el rico patrimonio natural y cultural del país para promover un modelo turístico orientado al desarrollo regional y local, así como avanzar en la coordinación interinstitucional a todos los niveles para mejorar la eficiencia y eficacia en la definición y aplicación de las políticas públicas.

Si bien la proyección de México para 2015 como destino turístico se ha visto entorpecida debido al contexto internacional y los problemas sociales, económicos y políticos a nivel nacional, lo cierto es que el objetivo de posicionar a México entre los primeros destinos turísticos de talla internacional aún es posible ya que nuestro país tienen un gran potencial, una sociedad dinámica y moderna que se enriquece con la hospitalidad y bellezas naturales; lo que nos diferencia del resto del mundo.

Como parte de las estrategias destacables que el gobierno federal ha puesto en marcha para la captación de turistas en nuestro país, podemos mencionar aquellas invitaciones a Jefes de Estado, servidores públicos y figuras internacionales para que visiten México con el fin de crear una imagen positiva del país en el extranjero.

Otras acciones concretas encaminadas a mejorar la percepción entorno a México y a su posicionamiento como un destino diferenciado del resto del mundo son las campañas “Vive México” (2009) y “México vive hoy, vive lo tuyo” (2011) que han servido de invitación para que más gente se motive a disfrutar de los innumerables tesoros con los cuales cuenta el país.

Por otra parte, las Rutas Gastronómicas de México, que comprenden 18 recorridos turísticos por los diferentes estados, diseñados para ofrecer una experiencia culinaria a través de los sabores del país, muestran al mundo la gran

riqueza de la gastronomía mexicana, declarada Patrimonio de la humanidad por la UNESCO en 2010.

Las 18 Rutas Gastronómicas se derivan de las Rutas de México y abarcan 155 destinos en 32 entidades del país, 31 Pueblos Mágicos, nueve ciudades Patrimonio de la Humanidad, 14 sitios naturales y culturales, 25 etnias y más de mil 500 platillos y bebidas típicas de los rincones de nuestro país; las Rutas son: Los fogones entre Viñas y aromas del mar (Baja California y Baja California Sur); Cocina de dos mundos (Chihuahua); La mesa de la huerta y el mar (Sinaloa); El altar del día de muertos (Michoacán); La ruta de los mercados (Morelos y Guerrero); El sabor de hoy (Ciudad de México); Platillos con historia (Querétaro y Guanajuato); Cocina al son del mariachi (Jalisco); Los sabores del mar (Nayarit y Colima); La cultura del maguey (Hidalgo); Del mar a la laguna (Tamaulipas); Del café a la vainilla (Veracruz); Los mil sabores del mole (Oaxaca); Los dulces sabores de antaño (Tlaxcala y Puebla); La ruta del cacao (Chiapas y Tabasco); Los ingredientes mestizos del Mayab (Yucatán y Quintana Roo); El sazón del minero (Aguascalientes, San Luis Potosí y Zacatecas); Entre cortes y viñedos (Nuevo León, Coahuila, Durango y Sonora)⁴³.

En este mismo orden de ideas, se ha venido dando la construcción del Atlas Turístico de México que actualmente se encuentra en su etapa final en colaboración con la SECTUR, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), los estados y la iniciativa privada, que se piensa, ofrecerá información de cerca de 240 mil unidades económicas del segmento turístico tales como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y arrendadoras de autos en todo el país⁴⁴.

Además, se lanzó la campaña "Viaja con tu Crédito FONACOT", otorgando financiamiento por más de 230 millones de pesos para que los trabajadores puedan disfrutar su país sin afectar el presupuesto familiar⁴⁵.

⁴³ S/a, "SECTUR presenta las Rutas Gastronómicas de México", [en línea], Sociedad, *El Universal*, martes 28 de febrero de 2012, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/833087.html>, [consulta 28 de febrero 2012].

⁴⁴ El Universal *Ídem*.

⁴⁵ El Universal *ídem*.

Por lo tanto, el Acuerdo Nacional por el Turismo ha avanzado permitiendo sentar las bases para el fortalecimiento de la industria turística, como motor del desarrollo del país. Los obstáculos son visibles y los esfuerzos indudables, sin embargo, para alcanzar el objetivo inicial, es necesario que el gobierno federal se ocupe en un primer término de los problemas que aqueja a la nación para poder modificar aquellos de percepción al exterior. Es decir, se necesita posicionar al país en la mente de la gente. Para ello se debe encontrar un elemento diferenciador y positivo respecto a otros destinos turísticos internacionales o de lo contrario la meta para 2015 seguirá siendo un tema pendiente.

Ahora bien, en lo que concierne al turismo mundial, las llegadas de turistas internacionales crecieron un 4,4 % en 2011 hasta obtener un total de 980 millones frente a los 939 millones alcanzados en 2010 para un sector que es responsable directamente del 5 % del PIB mundial, del 6 % de las exportaciones totales y del empleo de una de cada 12 personas tanto en las economías avanzadas como en las emergentes⁴⁶; los resultados son alentadores, especialmente al llegar en un momento en el que necesitamos urgentemente actividades que estimulen el crecimiento y la creación de empleo.

“Llegadas internacionales en millones de turistas”

Región	2007	2008	2009	2010	2011
Europa	485	487	461	476	503
Asia Pácífico	182	184	180	203	216
América	143	147	140	149	156
África	43	44	46	49	50
Medio Oriente	46	55	52	60	55

Fig. 6 Fuente: Panorama OMT del Turismo Internacional edición 2011 p.4

⁴⁶ Organización Mundial del Turismo OMT, *El turismo internacional alcanzará la cifra de los mil millones en 2012*, [en línea], Dirección URL: <http://media.unwto.org/es/press-release/2012-01-16/el-turismo-internacional-alcanzara-la-cifra-de-los-mil-millones-en-2012>, [consulta: 01 de enero de 2012].

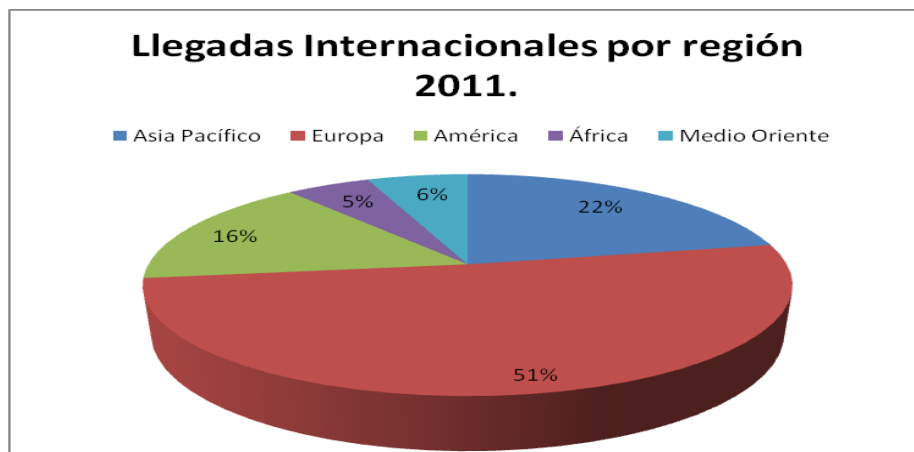


Fig. 7 Fuente: World Tourism Organization, *2011 International Tourism Results and Prospects for 2012*.

Tomando en consideración las gráficas anteriores, encontramos que la tendencia que se ha venido dando en los últimos cinco años apunta a que la región más importante en cuanto a captación de turistas se refiere, es Europa con 503 millones de personas, seguido de Asia Pacífico con 216 millones, el tercer lugar lo encabeza América con 156 millones para finalizar con Medio Oriente que recibió 55 millones de personas seguido de África con un ligero descenso captando 50 millones en 2011⁴⁷.

Las cifras lo demuestran; Europa, es la región más visitada del orbe y no es de extrañarse debido a que es un continente muy diverso con una de las economías más fuertes y consolidadas del mundo. Hablar de Europa es hablar de siglos de cultura que han ido cimentando el pensamiento que domina actualmente gran parte del globo terráqueo. Si a ello agregamos su posición como líder en el campo económico, con altos niveles de organización, estrategias como el uso de una moneda única y la integración entre sus países, hacen de este continente una región muy apta para el turismo y una experiencia a la cual los visitantes no pueden negarse.

Por otra parte, tenemos el polo opuesto, viajar a África es distanciarse de la blanca y rica Europa dejando atrás las comodidades que ofrece la tecnología y la

⁴⁷ World Tourism Organization, *2011 International Tourism Results and Prospects for 2012*, [en línea], Dirección URL: http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_hq_fitur12_jk_1pp_0.pdf, [consulta: 06 de enero de 2012].

seguridad de una sociedad con altos niveles de vida. Un continente exótico, lejano, un tanto olvidado, pobre, criticado por su estado de atraso y salvajismo, saqueado, con un estilo de vida y costumbres muy arraigadas que han sido puestas en tela de juicio por la visión occidental y que al final representa la imagen perfecta del colonialismo y la conquista de las generaciones que nos precedieron. Quizá sea la respuesta al porque una aplastante mayoría decide viajar a Europa olvidándose de regiones igualmente importantes e interesantes, con un potencial para desarrollar un turismo diferente a lo convencional como Medio Oriente y la propia África.

En las proyecciones para 2012 se estima que el turismo internacional alcance los mil millones de personas que dejarán una derrama económica de 1.2 billones de dólares según la Organización Mundial de Turismo (OMT) además de generar 280 millones de empleos en el próximo año⁴⁸.

Por lo tanto, como se ha podido vislumbrar a lo largo de esta somera exposición de factores, el estudio del turismo en nuestra investigación es muy importante debido al peso económico que esta actividad genera tanto a nivel nacional como internacional y que al presentarse como un sector que impulsa el desarrollo de las naciones y el bienestar de las sociedades se convierte en un tema de relevancia para las Relaciones Internacionales.

2.2. Vinculación con la Infraestructura

Si bien hemos estado hablando de la importancia del turismo como generador de divisas para el crecimiento de las naciones, éste último no puede llegar a territorio nacional si no es a través de una red de comunicaciones y transportes eficiente, que en nuestro caso está representado por el AICM, por lo tanto, abordaremos la relevancia que juega la infraestructura en el desarrollo de las naciones así como la necesidad que tienen los gobiernos de éstas de invertir en la construcción y mantenimiento de servicios básicos en beneficio de su

⁴⁸ Milenio, *Turismo mundial llegará a mil millones en 2012: OMT*, [en línea], Dirección URL: <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/bf99b464121f7aa6f065630be8742da9>, [consulta: 08 de noviembre de 2011].

población; si lo que se busca es alcanzar la competitividad de los sectores productivos de envergadura para la economía nacional (en este caso el turismo), es necesario realizar continuamente esfuerzos en la materia para así alcanzar el desarrollo deseado y posicionarse al nivel de los países de primer mundo.

Competitividad se entiende como la capacidad para obtener beneficios por encima de las empresas del mismo sector, de manera sostenida a lo largo del tiempo; ésta se centra en la coordinación de ventajas que pueden presentarse en tres vertientes: 1) por una mejor estructura de costos, 2) por una diferenciación que percibe consumidor, 3) por un mejor enfoque en puntos destacados de la gestión⁴⁹.

Ahora bien, entendemos por infraestructura al “[...] conjunto de estructuras de ingeniería, equipos e instalaciones de larga vida útil que constituyen la base sobre la cual se produce la prestación de servicios para los sectores productivos y los hogares.”⁵⁰ Dichas estructuras, como se ha venido mencionado anteriormente se han convertido en un actor clave para incrementar la competitividad de la economía nacional y el bienestar de la población puesto que la infraestructura actúa como vehículo de cohesión territorial permitiéndole a los habitantes mantenerse conectados con el entorno exterior y así poder dotarse de servicios fundamentales para la producción y el mejoramiento de los ya existentes.

La infraestructura facilita el desarrollo social, especialmente cuando la infraestructura está inserta en políticas de conectividad e inclusión social orientadas a las regiones más desamparadas económica y socialmente, contribuyendo a la vez a reducir los desequilibrios distributivos.⁵¹

De lo anterior, concluimos que la infraestructura es sinónimo de desarrollo económico, social y humano y que por lo tanto, el crecimiento económico así como las oportunidades de bienestar de las naciones están claramente relacionados con

⁴⁹ Secretaria de Turismo, *op. cit.*, p. 92.

⁵⁰ Daniel E. Perroti, Ricardo J. Sánchez, *La brecha de infraestructura en América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile, CEPAL, “División Recursos Naturales e Infraestructura”, julio de 2011, p. 29.

⁵¹ *Ibidem* p. 13.

el grado de desarrollo de su infraestructura”⁵². “[...] los altos costos de transporte, las telecomunicaciones, la electricidad y los servicios sanitarios entre otros servicios de infraestructura y la calidad de su provisión afectan negativamente la productividad de los factores, la competitividad de las empresas y las exportaciones”⁵³, por lo tanto, resulta importante contar con instalaciones y servicios básicos de calidad para evitar el atraso y el rezago económico.

Si bien la infraestructura nacional está compuesta por diferentes construcciones que después se transformarán en servicios al público usuario como lo son las carreteras, caminos y puentes, los puertos, los aeropuertos, las telecomunicaciones, la electricidad y los servicios sanitarios por mencionar algunos, en este documento únicamente centraremos nuestra atención en los servicios de transporte, ya que éstos poseen un rol central en el desarrollo económico de las naciones, permitiendo el desplazamiento de personas, materias primas y productos finales a través de las redes de transporte diseñadas para cumplir con despachos en tiempo y forma al menor costo posible tanto a nivel local, nacional o internacional⁵⁴ y que es justo en este rubro donde se inserta la importancia que tiene el AICM para la Ciudad de México al ser el vehículo por el cual llegan millones de turistas a nuestro país cada año, lo que sin una infraestructura aeroportuaria adecuada esto simplemente sería imposible.

En el caso de México, de acuerdo con el Foro Económico Mundial de Davos, Suiza, nuestro país por la competitividad de su infraestructura se ubica en el lugar 64 de 125 países; a nivel sectorial ocupa el lugar 65 en ferrocarriles, 64 en puertos, 55 en aeropuertos, 73 en electricidad, 51 en telecomunicaciones y 49 en carreteras. Mientras que en América Latina ocupa el 3° lugar en ferrocarriles, 11 en puertos, 8° en aeropuertos, 14 en electricidad, 9° en telecomunicaciones y

⁵² Programa Nacional de Infraestructura, Mensaje del Presidente, [en línea], Dirección URL: <http://www.infraestructura.gob.mx/>, [consulta: 01 de noviembre de 2011].

⁵³ *Ídem* p. 13.

⁵⁴ Georgina Cipoletta Tomassian, Gabriel Pérez Salas, Ricardo J. Sánchez, *Políticas integradas de infraestructura, transporte y logística: experiencias internacionales y propuestas iniciales*, Santiago de Chile, CEPAL, “División de Recursos Naturales e Infraestructura”, mayo 2010, p. 13.

6° en carreteras.⁵⁵ La meta para 2030 es que México se ubique en el 20% de los países mejor evaluados de acuerdo con el índice de competitividad realizado por dicho foro.

“Competitividad de la infraestructura a nivel mundial”.

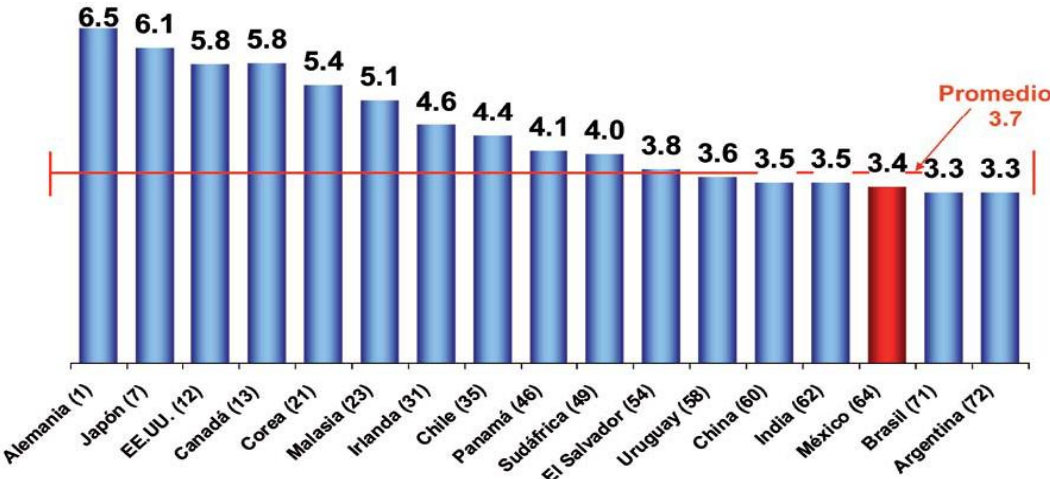


Fig. 8 Nota: 1=poco desarrollada e ineficiente, 7=entre las mejores del mundo.
Fuente: *Programa Nacional de Infraestructura* p.18

“Competitividad de la infraestructura en América Latina”

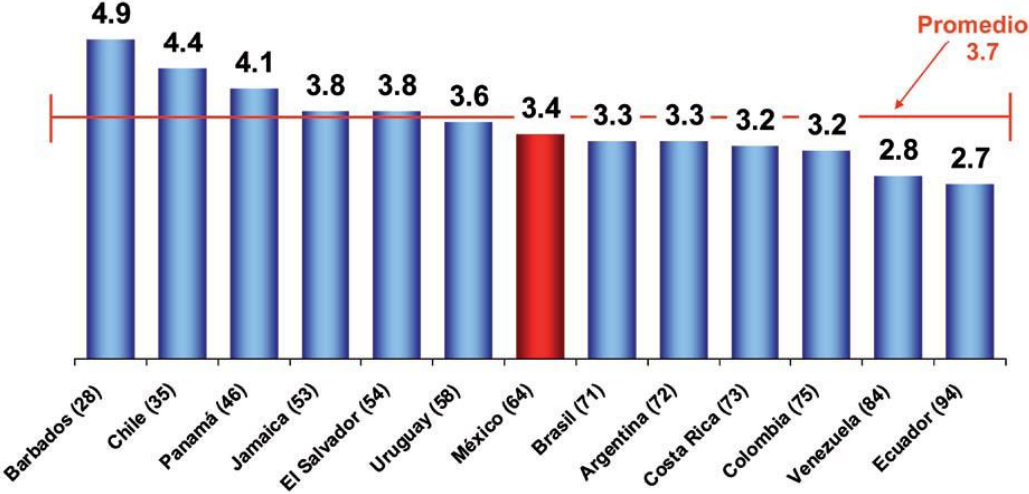


Fig. 9 Fuente: *Programa Nacional de Infraestructura* p. 19

⁵⁵ Programa Nacional de Infraestructura, *Dónde Estamos*, [en línea], Dirección URL: http://www.infraestructura.gob.mx/indexf8ea.html?page=cmsms_tags, [consulta: 01 de noviembre de 2011].

Entonces la pregunta inevitable es ¿Qué nos indican las cifras anteriores? Si bien a nivel regional el posicionamiento de México se encuentra por encima de muchos países de América Latina alcanzando los primeros lugares, lo cierto es que no ocurre lo mismo a nivel mundial, por lo tanto, si lo que se busca es lograr que México sea una nación de alta competitividad para el año 2030 se necesita invertir más en este rubro para la creación y no únicamente para el mantenimiento de la infraestructura ya existente, de lo contrario dicha meta estará lejos de alcanzarse.

Ahora bien, los esfuerzos en la materia son innegables, mas no suficientes. Por ejemplo tenemos que el financiamiento en infraestructura para 2010 fue cercano a 500 mil millones de pesos lo que significa que en la década 2000-2010 el país presentó una inversión en agua, electricidad, comunicaciones y transportes equivalente al 1.6% del Producto Interno Bruto (PIB). Sin embargo, el Banco Mundial estima que México debe invertir alrededor de 1 a 1.25 puntos adicionales para alcanzar un nivel de inversión cercano a 3.5% del PIB, esto le permitiría al país lograr la cobertura universal en servicios básicos, atender el crecimiento de la demanda y dar un mantenimiento elevado a la infraestructura ya existente.⁵⁶

⁵⁶ Véase México Evalúa, que es un centro de investigación que busca elevar la efectividad y calidad de la operación gubernamental a través de la elaboración de estudios especializados y el desarrollo de indicadores que sirvan para transparentar, evaluar y comparar acciones de gobierno. Lo que se busca es proveer a la sociedad mexicana de parámetros para evaluar al gobierno así como ofrecer propuestas para mejorar la toma de decisiones en la elaboración de mejores políticas públicas. Fausto Hernández Trillo, *10 puntos para entender el gasto en infraestructura en México*, [en línea], México evalúa, Dirección URL: http://www.mexicoevalua.org/descargables/f5b5d9_MEX_EVA-INFRAESTRUCTURA.pdf, [consulta: 3 de noviembre de 2011].

“Inversión en infraestructura en México”.

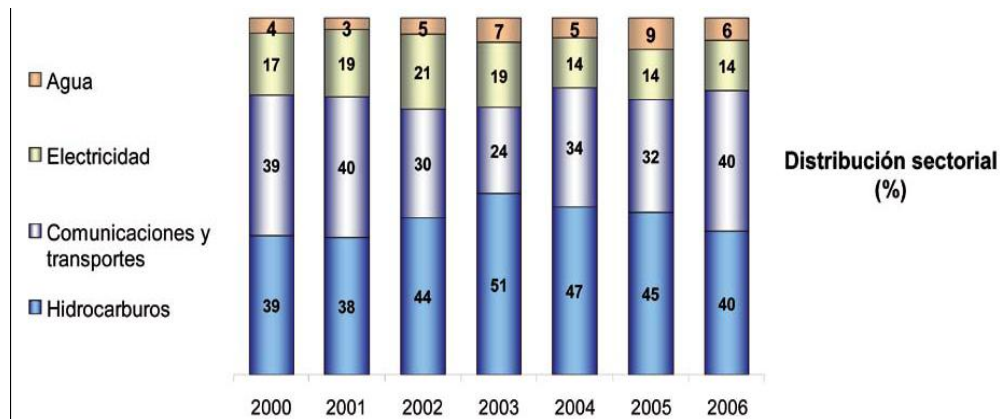


Fig. 10 La gráfica muestra la distribución del PIB nacional por sector. Fuente: *Programa Nacional de Infraestructura* p. 21

Por otra parte, el día 7 de febrero del 2008 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el cual se ordenaba la creación del Fideicomiso Fondo Nacional de Infraestructura (FONADIN)⁵⁷ para trabajar en coordinación con el Gobierno Federal en el desarrollo de infraestructura en los sectores de comunicaciones, transporte, agua, medio ambiente y turismo. Asimismo este fondo tenía como fin ayudar en la planeación, diseño, construcción y transferencia de proyectos de infraestructura con impacto social o rentabilidad económica en los que participará el sector privado.

De igual modo, tenemos que al comienzo de la Presidencia de Felipe Calderón Hinojosa en 2006 se impulsó el Programa Nacional de Infraestructura con una inversión equivalente a 2,500 millones de pesos correspondiente al 4% del PIB para el periodo 2007-2012. En el mismo periodo, el Gobierno Federal invirtió 82 mil 330 millones de pesos en aeropuertos, puertos y ferrocarriles, con el objetivo de fortalecer la conectividad y con ello beneficiar la actividad turística en el país y atraer a un mayor número de turistas nacionales e internacionales. Estos recursos permitieron concretar obras como la ampliación de las terminales aéreas de la Ciudad de México, Toluca, Cancún, Puerto Vallarta, Guadalajara, Monterrey,

⁵⁷ BANOBRAS, *Acerca del Fonadin*, [en línea], Dirección URL: <http://www.banobras.gob.mx/productosyservicios/productos/paginas/fonadin.aspx>, [consulta: 06 de noviembre de 2011].

Loreto, Querétaro y San José del Cabo. Con estas acciones se buscaba avanzar en los ejes estratégicos para impulsar la industria turística en México, los cuales se sintetizan en: mejorar la accesibilidad, infraestructura y mantenimiento, la promoción e imagen de México, el financiamiento y fomento, el mejor servicio, el desarrollo de producto y contenido turístico e incremento de la derrama económica⁵⁸.

“Mapa de aeropuertos y ampliaciones”

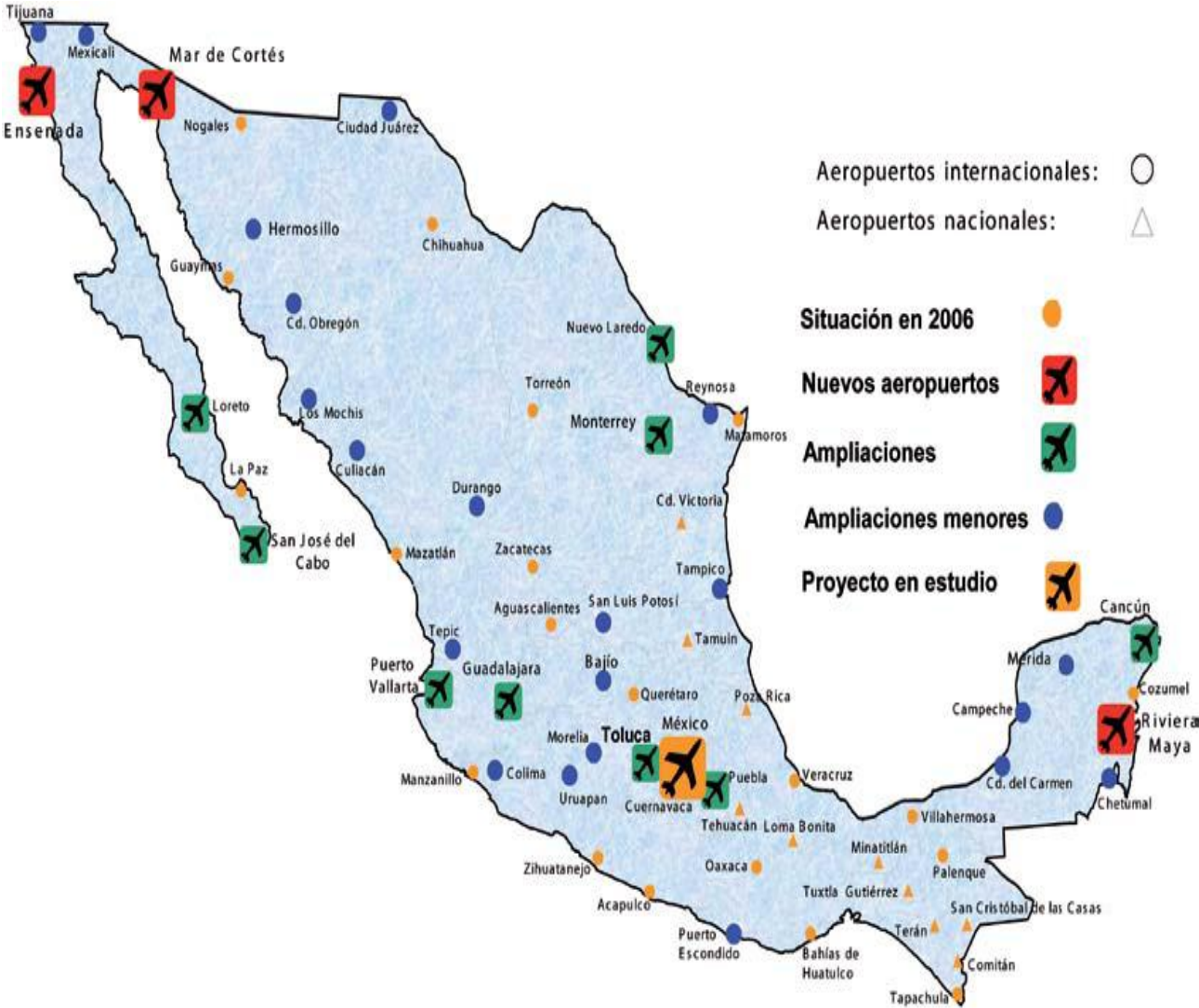


Fig. 11 Fuente: Programa Nacional de Infraestructura p. 85.

⁵⁸ Secretaría de Turismo, Destina Gobierno Federal más de 82 mil millones de pesos en infraestructura vinculada al turismo, [en línea], Dirección URL: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/237_Destina_Gobierno_Federal_mas_de_82_mil_millones_de_pesos_en_infraestructura_vinculada_al_turismo, [consulta 06 de enero de 2012].

Por otra parte, en el año 2011, la Secretaría de Turismo (SECTUR), estados y municipios invirtieron cerca de 3,360 millones de pesos en el desarrollo y construcción de 250 obras de infraestructura turística a lo largo y ancho del territorio nacional.⁵⁹

“Inversión estimada por sector (miles de millones de pesos) para el periodo 2007-2012”.

Sector	Total	Promedio anual
Carreteras	287	48
Ferrocarriles	49	8
Puertos	71	12
Aeropuertos	59	10
Telecomunicaciones	283	47
Agua potable y saneamiento	154	26
Hidroagrícola y control de inundaciones	48	8
Electricidad	380	63
Producción de hidrocarburos	822	137
Refinación, gas y petroquímica	379	63
Total	2,532	422

Fig. 12 Fuente: Programa Nacional de Infraestructura p. 162

Porcentualmente, tenemos que la inversión destinada a los hidrocarburos es la más elevada al ser una de las actividades motoras para el desarrollo de la industria (relacionada ampliamente a la producción de energía en el país) y la economía nacional, seguida de las comunicaciones y transportes, con lo que se ha intentando crear un sistema de redes de comunicación y transporte de cobertura universal para el traslado de bienes y personas, facilitando la prestación de servicios de oportunidad, precio y calidad.

⁵⁹ Enrique Hernández, “Invertirán 3 mil 360 mdp en infraestructura turística en México”, [en línea], México, *Milenio*, 12 de abril de 2011, Dirección URL: <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/434f5cc48739b1e6f2b64e6cf25b333e> [consulta: 03 de noviembre de 2011].

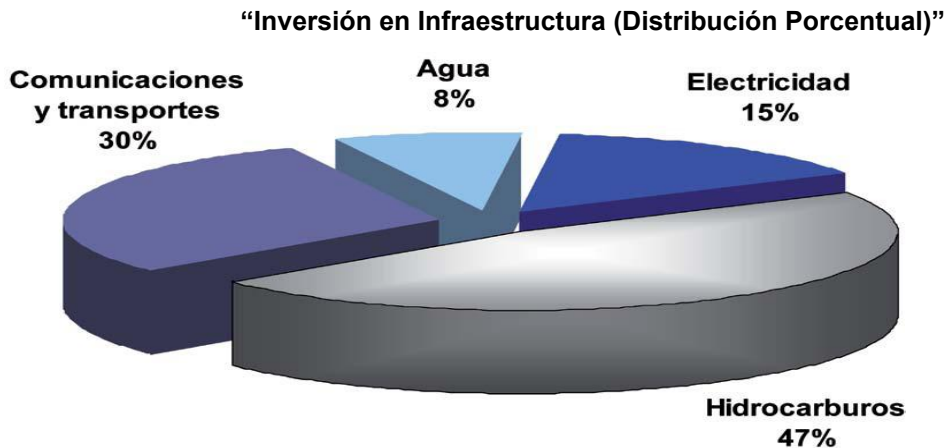


Fig. 13 Fuente: Programa Nacional de Infraestructura p. 164

Ahora bien, la inversión pública y privada destinada a la creación y mantenimiento de la infraestructura aeroportuaria para en el periodo 2007-2011 en miles de millones de pesos fue la siguiente: 2007= 2,861; 2008= 5,310; 2009= 3,359; 2010= 4,530 y 2011= 4,420⁶⁰ de los cuales, el AICM en el año 2010 recibió 191 millones de pesos programables para la rehabilitación de los edificios terminales, pistas, plataformas y calles de rodaje del mismo, de los cuales sólo se ejercieron 108 millones: 66 millones para el mantenimiento de inmuebles, principalmente de la Terminal 1 y 50 millones para hacerle reparaciones al estacionamiento del aerotren⁶¹.

Lo anterior nos demuestra que la inversión es mínima en comparación con las necesidades que hay que cubrir en este recinto, si a ello agregamos que el AICM recibe 54 operaciones por minuto encontrándose casi al punto de la sobresaturación, el apagón en las pistas de aterrizaje ocurrido en octubre de 2011 en el que tanto los vuelos como los pasajeros se vieron afectados, estamos hablando de que el deterioro de la infraestructura sobre todo de las pistas de aterrizaje es evidente, por lo que es necesario un aumento gradual en la inversión

⁶⁰ Quinto Informe de gobierno, *Infraestructura para el desarrollo*, [en línea], Dirección URL: http://quinto.informe.gob.mx/archivos/informe_de_gobierno/pdf/2_11.pdf, [consulta: 21 de marzo del 2012].

⁶¹ José Antonio Román, “Incumple el AICM sus programas prioritarios sobre infraestructura”, [en línea], Sociedad y Justicia, *La Jornada*, sábado 06 de agosto de 2011, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2011/08/06/sociedad/036n1soc>, [consulta: 06 agosto del 2011].

pública destinada al rubro de transportes sobre todo si tomamos en cuenta que estos representan la forma de estar conectados con el resto del mundo.

Sin embargo, si bien la infraestructura es un recurso para igualar las oportunidades de superación de las familias más pobres porque rompe el aislamiento y la marginación de las comunidades, promueve la educación, la salud y la vivienda, favorece la introducción de servicios básicos y multiplica las posibilidades de ingreso, lo cierto es que los beneficios para la sociedad no se han hecho del todo evidentes debido a que la infraestructura no ha evolucionado al mismo ritmo que la demanda de los servicios de la misma. Tan sólo en México, según datos del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social de acuerdo con su más reciente estudio, el número de personas en situación de pobreza en México subió de 48.8 millones a 52 millones entre 2008 y 2010, lo que significa que el 46.2% de la población se encuentra en esa situación, contra el 44.5% de 2008⁶². Esta información nos permite dimensionar la magnitud de los desafíos que enfrenta el Estado para erradicarla, especialmente en aquellas regiones y grupos sociales más desfavorecidos y rezagados.

Según datos de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) México, al ser parte de esta región, debe emplear más o menos entre un 3% y 6% de su PIB en infraestructura así como gastar mejor: es decir, buscar un adecuado equilibrio entre inversión y mantenimiento mediante la realización de inversiones con mayor productividad y competitividad.

En este contexto, se concluye que las inversiones en infraestructura son una condición necesaria para el desarrollo, pero no una condición suficiente para lograrlo; el impacto de las inversiones en infraestructura sobre el crecimiento depende a su vez de su articulación con otros factores, tales como el grado de desarrollo del capital humano, la disponibilidad de recursos naturales y el acceso al financiamiento y a la tecnología por mencionar algunos.⁶³

⁶² CONEVAL, *Medición de la pobreza*, [en línea], Dirección URL: <http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/pages/medicion/index.es.do>, [consulta: 03 de noviembre de 2011].

⁶³ Daniel E. Perroti, *op. cit.*, p. 64.

2.3. Vinculación con la Comunicación

Ahora bien, ya expusimos la vinculación de los módulos de información con la variable turismo dada su envergadura económica tanto a nivel nacional como internacional, asimismo, rescatamos la unión existente entre este último y la infraestructura como medio para facilitar la entrada y salida de turistas a nuestro país para finalmente desmenuzar la variable comunicación, la cual es una herramienta indispensable para los seres humanos y su relación con el entorno. Pero ¿Por qué es importante para nuestro estudio de caso? Si bien el turismo y la infraestructura tienen una relación inherente ya que uno no se puede dar sin el otro, lo cierto es que la comunicación pareciera ser un tema distante de ambos sin embargo, demostraremos que es todo lo contrario.

El interés de los teóricos de las Relaciones Internacionales por la comunicación viene de antiguo, pero hoy por una multiplicidad de factores, la comunicación y la información ocupan un lugar preeminente en nuestra sociedad, una sociedad a la que incluso se le ha llamado Sociedad de la Información, para caracterizar una realidad en la que todos los actores sociales se han convertido en potenciales actores comunicativos, ocupando la comunicación el lugar central de los diferentes parámetros sociales, por lo tanto, el especialista de las Relaciones Internacionales en ningún momento puede desinteresarse del problema de la comunicación a nivel internacional, pues la misma representa un aspecto particularmente relevante de los flujos e interacciones que constituyen las relaciones internacionales contribuyendo decisivamente a configurar la estructura de la Sociedad Internacional⁶⁴.

La comunicación se puede concebir como la transmisión de mensajes de una a otra persona, de un grupo a otro, o bien entre personas y un grupo. Sus elementos son los siguientes⁶⁵:

1. Emisor: que es la persona que inicia la transmisión.

⁶⁴José Luis de Castro Ruano, *Medios de comunicación y Relaciones Internacionales*, p. 181, [en línea], Dirección URL: <http://www.mexicodiplomatico.org/lecturas/Medios%20Comunicacion%20y%20las%20RI.pdf>, [consulta: 01 de enero de 2012].

⁶⁵ Víctor Manuel Soria Murillo, *Relaciones Humanas*, México, Limusa, 2004, 2ª edición, p.203.

2. Receptor: Persona que recibe la transmisión del mensaje y que a su vez envía información de regreso al emisor.
3. Canal: representado por los contactos que se establecen entre las diferentes unidades de la organización, es decir, es el puente a través del cual viaja el mensaje.
4. Simbología: La comunicación se expresa mediante un código o sistema de símbolos.

Siguiendo con la misma temática, cabe acotar que si bien la comunicación, como ya se dijo anteriormente se da entre individuos, en este trabajo abordaremos a la misma desde el punto de vista de la empresa, es decir, la comunicación empresarial que maneja el AICM tanto al interior como al exterior de su ámbito de operación, al ser considerado éste último como un corporativo más. Una vez hecha esta aclaración nos enfocaremos de lleno en el proceso comunicativo.

Las funciones de la comunicación son muy variadas, sin embargo, para nosotros la más importante de ellas es la de *informar*, ya que el proceso de la comunicación nos transmite la información necesaria para identificar y evaluar las distintas opciones que pueden existir antes de tomar una decisión, cualquiera que ésta sea. Asimismo, la información nos ayuda a la *resolución de problemas*, ya que a través de la comunicación se disipan las dudas y los males entendidos que puedan ocasionar confusión entre los involucrados. Por otra parte, a nivel empresarial la comunicación juega un papel importante en dos niveles; al interior, busca ayudar a *mejorar la productividad* de la empresa mediante la integración de los empleados en un proyecto común fomentando su participación y fortaleciendo la unidad de la organización. Esto se puede ver claramente ejemplificado en la misión, visión y valores (mencionados anteriormente) que el AICM proyecta al interior de su ámbito de acción para con sus empleados logrando alcanzar así que sus trabajadores colaboren efectivamente en la consecución de los objetivos que le dan vida al mismo como institución. En lo exterior, se busca *dar a conocer a la empresa* o institución y *proyectar credibilidad* ante el público en general o en ámbitos determinados. Cabe decir, de igual manera, que a través de la información externa se crea, se refuerza o se cambia la imagen de la empresa, por

lo tanto es de vital importancia que el proceso de comunicación en este nivel sea el adecuado para alcanzar los objetivos y sobre todo las ganancias económicas que toda empresa busca alcanzar⁶⁶.

En este sentido si lo que la empresa (en nuestro caso el AICM) trata de proyectar es confianza en sus clientes para alcanzar sus metas y así mantener su posición en el mercado, tenemos que decir que las estrategias deben de ser muchas, entre ellas y en orden de importancia, como primer término proporcionar servicios expeditos y eficaces para contar con el apoyo de un público cada vez más exigente: en este caso los turistas, además de tener un personal altamente calificado que sepa la importancia de su rol como empleado dentro de la empresa, ya que cualquier decisión unilateral afectará los esfuerzos de todo un conjunto y sobre todo la imagen positiva que se busca proyectar.

Ahora bien, si estamos hablando de que existe un emisor, en este caso el AICM, y un receptor que al interior son los empleados del mismo y al exterior son los turistas, para lograr la coordinación de las actividades de estos grupos, se tienen que establecer canales de comunicación, tanto para transmitir órdenes (empleados) e información (turistas) como para recibir la retroalimentación adecuada (ambos grupos) para detectar las reacciones de los diversos grupos con las que interactúa el AICM y a la vez conectarlas a la red interior de comunicación. ¿Cómo lograr este objetivo? A través de un departamento encargado de detectar, analizar y conjuntar todos los flujos de información en torno a la organización y hacer con ellos un esquema de trabajo estratégico para la consecución de sus objetivos como empresa. En el caso del AICM este departamento está a cargo de la Subdirección de Recursos Humanos encargada a su vez de la planeación, organización, desarrollo y coordinación del desempeño eficiente del personal con el único fin de lograr su permanencia y lealtad para con la empresa. Entre sus funciones esenciales podemos destacar las siguientes⁶⁷:

1. Prestar servicios a la organización y a los empleados.

⁶⁶ *Ibidem* pp. 208-211.

⁶⁷ Gary Dessler, *Administración del personal*, México, Pearson Prentice-Hall, 2001, 8ª Edición, p. 178.

2. Describir las responsabilidades y características que se necesitan para cada puesto.
3. Evaluar el desempeño del personal.
4. Reclutar al personal idóneo para cada puesto.
5. Capacitar al personal para que su desempeño sea el óptimo posible.
6. Proporcionar ayuda a los empleados para evitar conflictos y mantener la armonía entre éstos.
7. Desarrollar las Relaciones Públicas de la empresa.

Si bien todas las funciones desarrolladas por este departamento son importantes, lo cierto es que para nuestro trabajo destacaremos únicamente lo referente a las Relaciones Públicas dada su relevancia en el actuar de los módulos de información.

Como primer paso, definiremos a las Relaciones Públicas (en adelante RP) como aquella función directiva que evalúa las actitudes públicas, identifica las estrategias y procedimientos de un individuo u organización frente al interés público y planifica un programa de acción y aceptación pública.⁶⁸ Es decir, lo que buscan las RP, y sobre todo los responsables de las mismas, es transformar los objetivos privados en estrategia y acción públicamente aceptable con el único fin de mantener la confianza y simpatía del público para con ellos.

Las RP a su vez también implican la gestión de problemas o temas de relevancia para la empresa, ayudando a los directivos a mantenerse informados y sensibles hacia la opinión pública; además define y enfatiza en la responsabilidad de todos los implicados de servir al interés público y mantenerse al frente de los cambios para contemplarlos y así anticiparse a las tendencias que puedan afectar a la consecución de sus objetivos iniciales.⁶⁹ Por lo tanto, la dirección de las RP debe aceptar algunos puntos importantes:

⁶⁸ Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, *Manual de Relaciones Públicas Eficaces*, Barcelona, España, Prentice Hall, 2006, 2ª Edición, p.36.

⁶⁹ *Ibidem*, p. 44.

1. Deben de reconocer que en una sociedad de comunicación global la estabilidad de una organización depende de un apoyo y opinión pública favorable.
2. Es necesario establecer mecanismos para proteger la reputación general de los productos y/o servicios a nivel internacional.
3. Las organizaciones deben controlar sus comunicaciones para asegurarse que van a recibir una precisa y adecuada retroalimentación de manera que la empresa sea capaz de ajustarse a los cambios del sistema social.
4. Las organizaciones que no puedan cambiar inevitablemente morirán.⁷⁰

Ante este panorama el AICM ha tratado de poner énfasis en los puntos anteriormente citados para lograr su permanencia en el sector aéreo al reconocer que toda organización que actúa en el contexto internacional es catalogada en gran medida por la percepción que se tiene sobre el país en el que está asentada.⁷¹ En este sentido cabe recordar que la única forma que tienen los seres humanos para relacionarse entre sí es a través de la comunicación y que por tanto no pueden existir relaciones públicas si no existen buenas comunicaciones por lo tanto, la Subdirección de Recursos Humanos del AICM ha creado un complejo sistema de información que coadyuve a alcanzar su objetivo inicial y que está claramente ejemplificado con los Módulos de Información, punto nodal de nuestro estudio de caso.

Ahora bien, la información⁷² como ya se dijo anteriormente es un recurso vital producido por el proceso de comunicación y que hoy en día juega un papel muy importante debido a su carácter estratégico. En la actualidad la mayoría de las empresas se han concientizado de la importancia del manejo de la información

⁷⁰ José Daniel Barquero Cabrero, Mario Barquero Cabrero, *Manual de Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad*, Barcelona, España, Gestión 2000, 2005, 4ª Edición, p. 76.

⁷¹ *Ibidem*, p. 91.

⁷² La Real Academia de la Lengua Española la define como la acción y el efecto de informar; la oficina donde se informa sobre algo; comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada. Véase Real Academia de la Lengua Española, Información, [en línea], Dirección URL: <http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?LEMA=información&origen=RAE>, [consulta: 12 de octubre de 2011].

como elemento que brinda ventajas comparativas con respecto a la competencia, por lo tanto, las organizaciones, empresas o instituciones han creado Sistemas de Información (SI) que responden a los estímulos tanto internos como externos de su entorno con el fin de aventajar al rival, así como lograr que se cumplan los principios fundacionales que le dan vida a la empresa.⁷³

Bajo este telón de fondo, el AICM creó la Subgerencia de Orientación e Información que a su vez dio vida a los Módulos de Información con el fin de responder a la creciente demanda de turistas que aterrizaban en territorio nacional y que en muchas ocasiones al ser un lugar desconocido para los viajeros necesitan ser orientados durante su permanencia en el país.

Tenemos así que los módulos de información son un conjunto de elementos (recursos humanos, materiales así como tecnológicos) que interactúan entre sí con el fin de apoyar las actividades del aeropuerto. Sus objetivos principales puede decirse que son: proporcionar información de apoyo a los pasajeros, así como proporcionar ventajas competitivas respecto a otros aeropuertos a través de su implementación y uso; como por ejemplo:

1. Tener acceso rápido a la información y por ende mejorar la atención a los usuarios.
2. Generar informes e indicadores que permitirán corregir las fallas difíciles de detectar.
3. Solucionar el problema de falta de comunicación entre las diferentes instancias al interior del mismo.

Por lo antes dicho y a manera de ejemplo para entender mejor el vínculo existente entre módulos de información, turismo y comunicación destacaremos el siguiente caso:

El problema y declaración de quiebra de Mexicana de Aviación en el año 2010, el cual se vivió muy de cerca al interior del AICM viéndose afectadas las actividades en el mismo. Por una parte, las marchas realizadas por los trabajadores y el sindicato de Mexicana ponían de relieve la indignación y

⁷³ José Daniel Barquero Cabero, *op. cit.*, p. 99.

desesperación de miles de personas que al perder su trabajo no tuvieron otra opción más que manifestar su descontento a través de la presión para llamar la atención del gobierno y las autoridades competentes al interior del país. Si bien, en un momento esto pareció ser un problema meramente nacional, lo cierto es que las repercusiones se extendieron; ¿De qué forma? en primer lugar, el paro de actividades de Grupo Mexicana afectó a 2 millones 600 mil usuarios con pérdidas que ascendieron a 420 millones de dólares en el periodo de septiembre a diciembre del 2010 según datos de la Confederación Nacional Turística.⁷⁴

Tras el cese de actividades de las aerolíneas Mexicana, Mexicana Click y Mexicana Link, el 28 de agosto de 2010, argumentando el grave deterioro financiero en que se encontraba Nuevo Grupo Aeronáutico (NGA), 270 de los 900 vuelos diarios que tenía el AICM fueron suspendidos. De acuerdo con cifras del AICM, 33% de la afluencia del aeropuerto era de usuarios de esa aerolínea, lo que representa un total de 29 mil 40 pasajeros así que al declararse en banca rota decenas de pasajeros se quedaron con boletos en mano debido a que sus vuelos habían sido cancelados teniendo que recurrir a otras aerolíneas; Aeromexico en su mayoría y obviamente a las internacionales sobre todo US Airways y American Airlines para recuperar sus vuelos. Según datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC), al primer semestre de 2010 Grupo Mexicana de Aviación tenía una participación de 28.7% en el mercado doméstico de pasaje, ubicándose en segundo lugar después de Aeromexico que poseía un 32%.⁷⁵

Ante este panorama se puede decir que hubo un descenso en las ganancias económicas tanto para los locatarios del AICM (restaurantes, tiendas de ropa, artesanías, libros, regalos etc.) donde por lo menos 60 locales comerciales cerraron sus puertas y varios más consideraron la posibilidad de hacer lo mismo, como consecuencia de una caída de hasta 80 por ciento en sus ventas que fue provocada por la suspensión de operaciones de Mexicana y la menor afluencia de

⁷⁴ Jorge Arturo López, "Paro de Mexicana pega al turismo en 420 mdd", [en línea], México, *El universal.mx*, 01 de septiembre de 2010, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/81715.html>, [consulta: 25 de septiembre 2010].

⁷⁵ Jesús Ugarte, "Juez: Mexicana 'vuela' contra reloj", [en línea], CNN Expansión, miércoles 05 de octubre de 2011, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2011/10/04/mexicana-vuela-contra-el-reloj-juez>, [consulta: 05 de octubre de 2011].

pasajeros en el AICM;⁷⁶ así como para las aerolíneas nacionales debido a su incapacidad de viajar a destinos internacionales y a que la competencia resultaba mucho más atractiva en cuestión de precios y oferta de destinos.

La salida de Mexicana de Aviación provocó pérdidas económicas a las aerolíneas nacionales pues las compañías extranjeras acapararon gran parte del mercado abandonado por la línea aérea entre septiembre de 2010 y marzo de 2011.

En un estudio elaborado por la Confederación Nacional Turística (CNT) se indica que unas siete compañías extranjeras sobre todo estadounidenses, como Delta Airlines, Continental Airlines, West Jet, United Airlines, Sunwing, Alaska Airlines y US Airways capturaron 65% de los pasajeros dejados por Mexicana mientras que las compañías nacionales como Aeromexico y Volaris sólo cubrieron el 25%. Lo anterior derivó en pérdidas económicas para el país por al menos 100 millones de dólares, según estimaciones de la organización empresarial. En general la CNT consideró que más de 6.6 millones de pasajeros nacionales e internacionales dejaron de ser transportados por el cierre de Mexicana de Aviación, lo cual provocó un impacto negativo en la actividad turística nacional y una disminución en el ingreso de turistas extranjeros en el primer trimestre del año⁷⁷.

Asimismo, las manifestaciones de descontento al interior del aeropuerto a través del Sindicato Nacional de Trabajadores de Transportes, Transformación, Aviación y Servicios Similares (SNTTTASS), la Asociación Sindical de Sobrecargos de Aviación (ASSA) y el Sindicato Mexicano de electricistas (SME); el cual se unió a la causa, ponían de manifiesto frente a los turistas extranjeros la incapacidad del gobierno nacional de atender las demandas sociales de forma inmediata, lo que podía calificarse como un problema de seguridad nacional.⁷⁸

⁷⁶ "Se derrumba la economía en el AICM por Mexicana", [en línea], México, *El Excelsior*, 10 de septiembre de 2010, Dirección URL: www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&id_nota=660053, [consulta: 24 de septiembre 2010].

⁷⁷ Julio Reyna Quiroz, "Aerolíneas de EU, ganonas en la quiebra de Mexicana", [en línea], México, La jornada, 30 de mayo de 2011, Dirección URL: <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/aerolineas-de-eu-ganonas-en-la-quiebra-de-mexicana>, [consulta: 30 de mayo de 2011].

⁷⁸ Seguridad Nacional entendida como el estado de vida de una nación en el que no existe amenaza a la soberanía ni a la integridad del territorio; en el que desde el interior no se atenta contra el normal ejercicio

El desprestigio internacional crecía frente a nuestros ojos. Se necesitaba vivirlo y escucharlo para darse cuenta que era un problema real y latente ya que los propios turistas eran quienes con miedo llegaban a los módulos de información preguntando qué tan seguro era andar por las calles del país, o bien, se podía leer en las postales que enviaban al extranjero, decir a sus familiares que México era más tranquilo y acogedor de lo que se escuchaba en las noticias.

Por otra parte, si bien hemos venido hablando del peso económico y de la importancia que representa el turismo para nuestro país, especial atención merece alcanzar la estabilidad política en todo el territorio, puesto que es un factor determinante para el progreso del turismo ya que por una parte los turistas se sentirán atraídos no sólo por encontrar los satisfactores que buscan, sino además tendrán la confianza de que su integridad personal y familiar estará resguardada; de igual manera, los prestadores de servicios tendrán el clima de estabilidad, paz social, seguridad y tranquilidad que se requiere para realizar las acciones de mercado y así se logrará proyectar la imagen positiva del país y de las empresas que representa.

Por lo tanto, se puede afirmar que la comunicación en todos los niveles es de vital importancia para cualquier relación humana, tanto a nivel personal como empresarial ya que a través de ella se genera la opinión pública en beneficio o perjuicio de los intereses propios. Si bien al interior del AICM existen dependencias encargadas de dar información específica a los turistas, lo cierto es que los módulos de información siendo un servicio adicional proporcionado por el mismo aeropuerto, en este caso cumplieron con la finalidad para la cual fueron creados que finalmente es la de orientar al turista en un país totalmente ajeno al suyo para lograr que éste último se sienta como en casa. Asimismo, se puede decir que el AICM ha vislumbrado dicha importancia y como cualquier empresa ha buscado crear fuertes vínculos entre los empleados y sus clientes con el fin de que

de la autoridad ni contra las instituciones y en el que tanto las actividades públicas como las privadas pueden llevarse a cabo sin obstáculos que se opongan hacia los más altos niveles de prosperidad. Para más información véase Alejandro Martínez Serrano, *¿Qué es la seguridad Nacional?*, [en línea], Dirección URL: <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/020211124628.html>, [consulta: 05 de octubre de 2011].

los usuarios reciban un trato amable, digno, respetuoso y sobre todo eficaz para que éstos generen una opinión pública positiva y regresen nuevamente a México, lo cual ha generado una captación del turismo sin precedentes en beneficio del país entero.

3. La importancia del recurso humano en la empresa

En este apartado empezaremos por definir a la empresa como una “entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados”⁷⁹. Sin embargo, para lograr dichos objetivos se necesita contar con una fuerza de trabajo con las competencias necesarias que garanticen un buen desempeño y por lo tanto den como resultado un producto o servicio de calidad. Por lo antes dicho, nos enfocaremos en el elemento humano, ya que es justo éste, a través de sus proyecciones, esfuerzo, dedicación y creatividad el que garantiza el éxito o fracaso de una organización, institución, entidad o empresa.

El recurso humano, juega un papel muy importante dentro de la empresa, ya que la competitividad organizativa es en gran medida un factor vinculado al recurso humano, esfera que tiene que asumir grandes retos por los cambios que se vienen produciendo en el mundo entero en todos los aspectos económico político, cultural y social.

El personal empleado o recurso humano de una empresa generalmente está en contacto directo con el cliente, por lo tanto, debe estar consciente de su compromiso ante el mismo, ya que juega un papel trascendental en la prestación del servicio. Asimismo, los altos mandos de cualquier empresa deben orientar sus esfuerzos hacia la capacitación y mejora continua del desempeño de su personal para con ello marcar la diferencia generadora de una ventaja competitiva frente al rival.

Por otra parte, cabe decir que los servicios según Eduardo Gonzalez Rubiera tienen tres características principales: 1) son “intangibles” ya que la calidad de los mismos no puede verse antes de su despacho, por lo que el cliente deberá confiar plenamente en que el proveedor del servicio cumplirá con lo prometido por su empresa. 2) Deben de ser “eficaces” al satisfacer las necesidades y deseos del cliente tanto los establecidos como los implícitos (es

⁷⁹ Julio García del Junco, Cristóbal Casanova Rocha, *Prácticas de la gestión empresarial*, Madrid, España, Mc Graw Hill, 2003, p. 34.

decir las expectativas del consumidor). 3) Además, también se habla de que deben ser “eficientes” ya que el servicio debe ser proporcionado con los mínimos recursos y costos internos para con ello lograr ventajas competitivas con respecto al abanico de opciones que tiene el cliente a la hora de comprar un producto o contratar un servicio⁸⁰.

Se debe reconocer que el único juez de un servicio es el cliente y que su evaluación estará basada en una comparación de sus expectativas con lo que ha recibido. Lo que nos permite afirmar una vez más, que la percepción que se tiene de un servicio cualquiera que éste sea, está íntimamente ligada a las personas que lo suministraron; por lo tanto, lo que el cliente recibe y el grado en que se satisfagan sus necesidades y expectativas dependerán en gran medida del suministro del mismo. Así llegamos al gran reto empresarial que enfrentan las organizaciones en la actualidad; redoblar esfuerzos a la hora de reclutar a su personal, una fuerza de trabajo eficiente y competente que coadyuve al cumplimiento de los objetivos que le dan vida a dicha empresa y que es justo donde radica la importancia de el recurso humano como tal.

Si partimos del hecho de que un servicio es una herramienta para resolver problemas, para cumplir con este papel, es clave tener máxima destreza para escuchar la voz del cliente, pues sólo así se podrán determinar las necesidades y deseos del mismo, por lo tanto, el personal debe reunir varias características: en esencia debe ser competente con base en criterios de educación, formación, habilidades y experiencia. Además de tener las destrezas técnicas necesarias, el personal que entra en contacto directo con el cliente, debe saber escuchar, saber tratar y resolver los problemas del mismo, nunca alterarse, hablar claramente y actuar siempre de manera correcta, con un lenguaje corporal cordial y abierto, con habilidades para dar respuestas convincentes, tener iniciativa, ser flexible y saber ocupar el lugar del cliente.

Debe de entenderse que el verdadero eje generador de riqueza es el individuo, el trabajador es el eje fundametal en la empresa como ya se ha

⁸⁰ Sergio Eduardo González Rubiera, *Turismo: beneficio para todos*, México, Siglo XXI editores, 2002, p. 43.

explicado anteriormente, por ese motivo el manejo del talento humano debe dar prioridad a la formación de los profesionales con el fin de conseguir la eficiencia total en los procesos⁸¹.

La época moderna de la globalización de los mercados y apertura de las economías requiere modelos más flexibles en los cuales la inteligencia, la creatividad, la tecnología y la productividad sean determinantes en el establecimiento de las nuevas relaciones.

3.1. Los idiomas clave para el éxito de los negocios.

Si bien ya se ha explicado la importancia del recurso humano en una empresa al momento de suministrar un servicio, ahora abordaremos una de las destrezas con las que éste personal del cual se ha venido hablando, debe contar para poder desarrollarse en un ámbito cada vez más exigente y competitivo como son los negocios. Nos referimos a los idiomas.

En esta época de cambios constantes en que las distancias se han acortado, las comunicaciones se han acelerado y los cambios tecnológicos están al orden del día, se observa que los idiomas representan un acceso al mundo de los negocios y de las transacciones entre países⁸².

Los grandes adelantos en la tecnología, han hecho que las naciones tengan que abrir sus fronteras al intercambio global dando como consecuencia que el aislamiento cultural sea muy difícil de mantener, lo cual ocurre de igual forma con las comunicaciones verbales.

Por otra parte, el adquirir un idioma en la época actual ya no es un lujo, sino una necesidad ya que éste sirve para dos distintos papeles en el contexto de la globalización: 1) Es importante a nivel empresarial a la hora de recabar información sobre el mercado meta y realizar esfuerzos de evaluación. Es decir, la mejor información se reúne siendo parte del entorno y no observando desde fuera.

⁸¹International Conference of tourism professions, Human Resources in tourism: towards a new paradigm, Madrid, España, 1998, p.44.

⁸² Néstor García Canclini, *op. cit.* p. 86.

2) Los idiomas separan a las culturas al igual que las barreras físicas por lo que la única forma de tener acceso a la sociedad local es hablar en el mismo lenguaje⁸³.

Por tal motivo, una de las capacidades fundamentales que debe exigir una empresa a su fuerza de trabajo es el dominio de los idiomas con el objetivo primordial de responder a las transformaciones que demanda la sociedad internacional. Los cambios en el entorno exigen que el trabajador sea capaz de asumir nuevos retos, que pueda identificar necesidades y desarrollar nuevas destrezas que le permitan incursionar con éxito en el mercado laboral.

Asimismo, si aterrizamos la importancia del bilingüismo a nuestro estudio de caso, se hace evidente que el aeropuerto, al ser el primer contacto del país con extranjeros de todas partes del mundo, es necesario que el personal que se encuentra laborando dentro de dicha empresa tenga conocimientos sólidos respecto al manejo de por lo menos una lengua extranjera, ya que para responder a las crecientes demandas del turista no habrá otra forma para hacerlo más que el uso de la comunicación verbal. Sin embargo, la pregunta obligada es ¿basta con hablar otro idioma para poder trabajar en los módulos de información? La respuesta es un rotundo no. La globalización una vez más, nos hace patente la necesidad que tienen la sociedad y los empresarios de todos los sectores de aprender una lengua extranjera que domine el mundo de los negocios debido a que el crecimiento acelerado de la tecnología y las comunicaciones ha favorecido la aparición de un sistema global de comercio donde el límite de las fronteras se desvanece frente a nuestros ojos. No obstante, no es el único reto que los enlistados en la búsqueda de empleo enfrentan.

A los módulos de información dentro del AICM, como ya se dijo en secciones anteriores, llegan turistas de todo el mundo con la único motivo de ser orientados en un recinto en la mayoría de los casos desconocido para ellos, sin embargo, las preguntas van desde lo más sencillo: ¿Dónde está el baño? hasta lo más complejo: -“Llevo conmigo unas plantas que compré en territorio mexicano”

⁸³ *Ibid.* p. 89.

¿acaso debo documentarlas o es que debo de seguir algún procedimiento previo a mi embarque y si es así, a dónde me dirijo?-.

Cuestiones como estas, se viven a diario en el AICM por lo tanto, no basta con mantener una conversación en inglés o francés que son los idiomas más usuales y requeridos al interior del mismo, ni tratar de entender y dar una respuesta al tanteo, debe de ser personal empapado de un bagaje de conocimientos previos en la materia, es decir, los directivos de esta institución deben de asegurarse de reclutar a personas con estudios afines a lo que el mismo aeropuerto requiere, es decir en materia de turismo, negocios internacionales, y las propias relaciones internacionales.

Pareciera que el informar es tarea fácil y que si se tienen estudios a nivel superior se estará sobre-capacitado para ejercer dicha encomienda. Lo cierto es que como ya se mencionó anteriormente los módulos de información son parte de una táctica del departamento de Relaciones Públicas, área empresarial de alta envergadura estratégica en cualquier institución a nivel internacional, con el único fin de responder a la creciente demanda turística de nuestro país la cual deja cuantiosas ganancias en todo el mundo.

La falta de preparación en el personal contratado ocasiona serios conflictos en dos sentidos, tanto para el aeropuerto, como para el turismo en general; para el AICM se traduce en mermas monetarias ya que una mala información dada a un pasajero puede derivar en la pérdida de su vuelo, que en ese momento es lo más importante ya que volar hacia el destino deseado es el motivo por el cual la persona se encuentra en dicho recinto, ocasionando su molestia y el reclamo justo de sus derechos como usuario, que en este caso se traduciría en el pago de otro boleto para poder viajar o bien en el pago de los viáticos de hospedaje y comida por el tiempo que tenga que esperar para poder embarcarse en otro vuelo. Asimismo, si no se maneja un porcentaje adecuado de los idiomas francés o inglés, se puede dar información errónea debido a la falta de entendimiento entre las partes lo que ocasionará, procedimientos largos a la hora del embarque, al momento de documentar su equipaje, de declarar objetos en la aduana o simplemente desubicar a los pasajeros llevándose consigo una mala imagen del

personal que los atendió y por lo tanto, la generalización de que todos los mexicanos somos poco eficientes. Si esto lo vemos reflejado a escala mayor notaremos que habrá inevitablemente un descenso en la satisfacción de los servicios recibidos en el país por parte de los viajeros y directamente en el sector turismo que es justo lo que nos concierne.

Por lo tanto, el desacierto de tener a personas bilingües pero poco competentes trabajando en esta área, no es de nadie más que de los altos mandos de una empresa que no ha visto la importancia del recurso humano capacitado, creativo, comprometido con el servicio y el trato digno como una clave para el éxito de sus negocios.

Finalizaremos diciendo que éstos facilitan el intercambio cultural, de bienes y personas a través de un código o sistema de símbolos en común para que el proceso de la comunicación pueda desenvolverse sin complicaciones. Para relacionarse internacionalmente el dominio de los idiomas es básico, ya que sin ellos el desempeño de cualquier actividad de este tipo resultaría imposible.

3.2. De la discapacidad a la inclusión laboral

Hemos venido hablando del papel que juega el recurso humano al interior de las empresas, pero ¿qué pasa cuando los empleados son personas discapacitadas? ¿Qué tanto las empresas están dispuestas a incluir en su planilla a este sector de la población? ¿El propio Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México emplea a personas con discapacidad?

La inclusión es un fenómeno multidimensional que incluye dificultades o barreras en diversos aspectos:

- 1) La participación económica (empleo, carencia de ingresos, privación de ciertos bienes y servicios básicos).
- 2) La participación social (aislamiento, conflictividad familiar y social).
- 3) Participación del bienestar público (no acceso o limitación de acceso a vivienda digna, sanidad o educación).
- 4) Participación política.

Por lo tanto, los procesos de inclusión social [...] deben darse en varios niveles y en varias dimensiones: cultural, espacial, social, relacional, político, físico, ambiental, económico etc.⁸⁴ y no únicamente en una de estas esferas ya que entonces será una inclusión a medias.

Existen instrumentos jurídicos que velan por los derechos de las personas con discapacidad para lograr su inclusión como por ejemplo la Convención Internacional sobre los Derechos Humanos de las personas con discapacidad aprobada el 13 de diciembre de 2006 que proclama en su artículo primero que su propósito es el de “[...] promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales para todas las personas discapacitadas y promover del respeto de su dignidad inherente⁸⁵.

Ahora bien, los esfuerzos en la materia son innegables, mas no suficientes. En México, de acuerdo con el censo de Población y Vivienda 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 5 millones 739 mil 270 personas presentaron algún tipo de discapacidad, esto es 5.1% de la población total en México. De esta cifra cabe decir que los tipos más comunes de discapacidad son: motriz, visual, mental, auditiva, de habla, atención y aprendizaje así como de autocuidado.

⁸⁴ Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), *Discapacidad, tercer sector e inclusión social*, p. 45, [en línea], Dirección URL: http://www.socialia.org/StaticFiles/WINS003/FICHA_BIBLIOGRAFICA/STATIC_FILES/Discapacidad_tercer_Sector.pdf [consulta: 09 de febrero de 2012].

⁸⁵ *Ibidem* p. 67.



Fig.14 Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), *Discapacidad en México*.

Los motivos que producen discapacidad en las personas pueden ser variados, pero el INEGI los clasifica en cuatro grupos de causas principales: nacimiento, enfermedad, accidente y edad avanzada. De cada 100 personas con discapacidad:

- **39** la tienen porque sufrieron alguna enfermedad.
- **23** están afectados por edad avanzada.
- **16** la adquirieron por herencia, durante el embarazo o al momento de nacer.
- **15** quedaron con lesión a consecuencia de algún accidente.
- **8** debido a otras causas⁸⁶.

⁸⁶Los datos de las gráficas también fueron obtenidos del mismo sitio web. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), *Discapacidad en México*, [en línea], Dirección URL: <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/discapacidad.aspx?tema=P>, [consulta: 12 de enero de 2012].

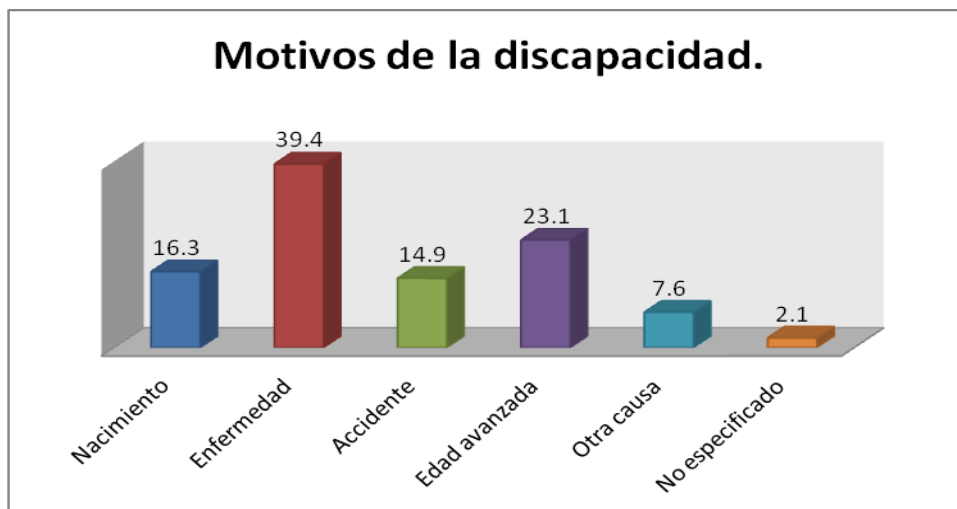


Fig.15 Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), *Discapacidad en México*.

Con base en estas cifras del 14 de octubre al 23 de noviembre de 2010 el Consejo Nacional para prevenir la Discriminación (CONAPRED) hizo un estudio para mediar la discriminación que sufrían las personas discapacitadas. Se visitaron 13 mil 175 hogares que arrojaron información referente a 52 mil 95 personas. Los hogares fueron seleccionados en las 32 entidades federativas del país en 301 municipios y 1,359 puntos de arranque⁸⁷.

Para este estudio se entendió por discriminación por motivos de discapacidad: “cualquier distinción, exclusión o restricción por motivo de discapacidad que tuviera el propósito o el efecto de obstaculizar o dejar sin efecto el reconocimiento, goce o ejercicios en igualdad de condiciones de todos los derechos humanos y libertades fundamentales en los ámbitos político, económico, social, cultural, civil o de otro tipo”.

Las respuestas que se obtuvieron fueron las siguientes:

⁸⁷ Consejo Nacional para prevenir la Discriminación (CONAPRED), Encuesta Nacional sobre Discriminación en México/Enadis 2010, Resultados Generales, México, junio 2011, pp. 87-91.

¿Cuál cree que es el principal problema de las personas con discapacidad en México?

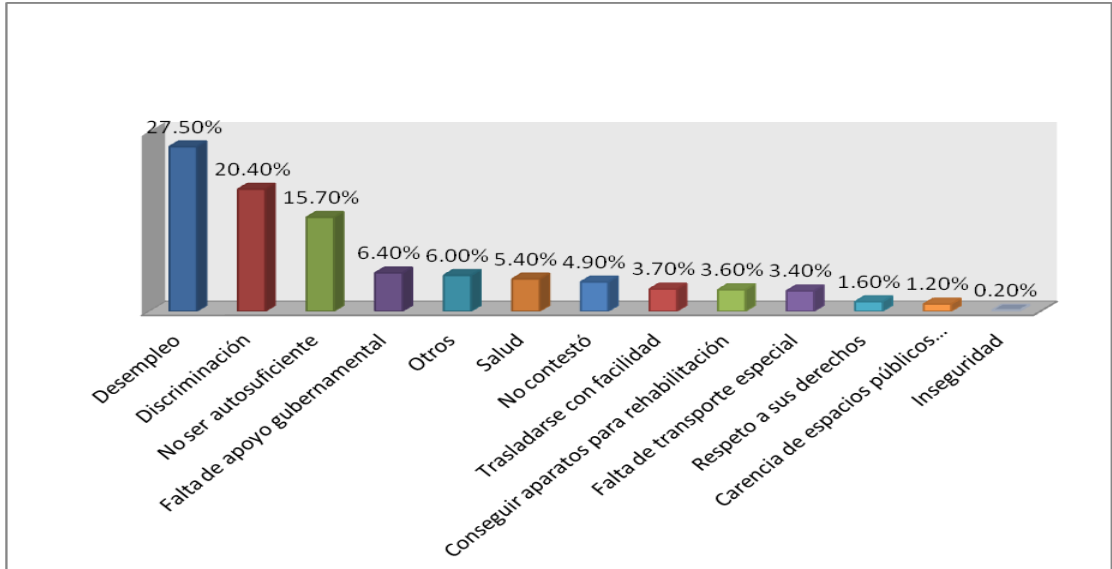


Fig. 16 Fuente: Encuesta Enadis 2010. p.87.

¿De dónde proviene la mayor parte de los ingresos de las personas con discapacidad?

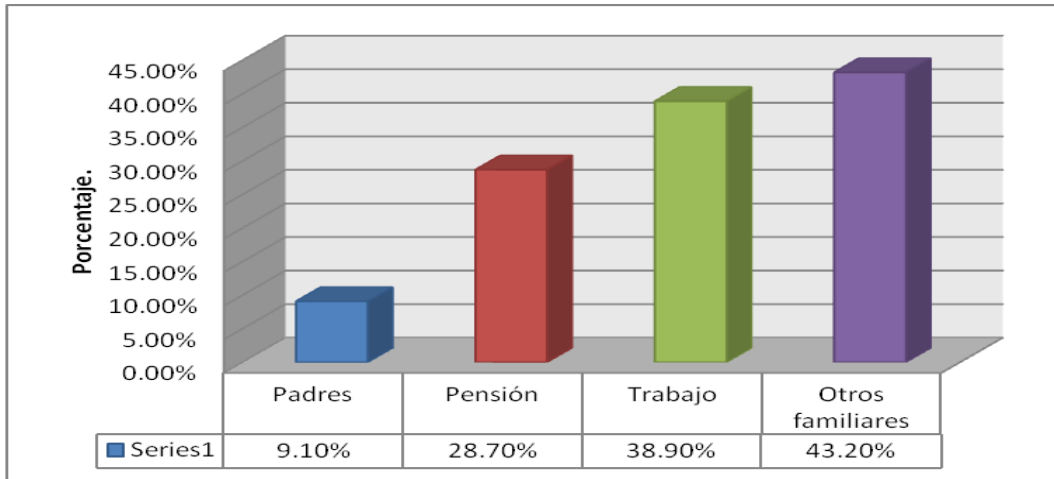


Fig. 17 Fuente: Encuesta Enadis 2010 p. 89.

Como podemos ver en las gráficas, el problema más grave que sufren las personas con discapacidad y una de las formas en que se discrimina a este sector de la población, se da en la negación de oportunidades de trabajo a través de la segregación y aislamiento que resulta de la imposición de

barreras físicas y sociales. Estas formas de discriminación se presentan tanto a nivel público como privado.

Sin embargo, ante este problema destacaremos a una institución que impulsa la inclusión laboral a través de la contratación de personas con discapacidad para caminar. Nos referimos a Grupo Eulen que fue creado en 1962 en Bilbao, España por David Álvarez Diez. Se especializa en la prestación de servicios de limpieza, seguridad privada, servicios sociosanitarios, servicios auxiliares (logísticos, generales y telemarketing), trabajo temporal, mantenimiento y medio ambiente a empresas de nuestro país. Tiene presencia en España, Portugal, Estados Unidos, México y seis países de América Latina (Chile, Colombia, Costa Rica, Panamá, Perú y República Dominicana)⁸⁸.

Grupo Eulen ganó el primer certificado europeo en marzo del 2011 que reconoce, puntúa y ayuda a mejorar a las organizaciones, buscando la excelencia de acuerdo con su nivel de compromiso con las personas discapacitadas a través de un sistema de verificación externa. Gracias a este certificado las organizaciones públicas y privadas pueden certificar que cumplen con la Ley de Integración social para personas con discapacidad vigente desde el 07 de abril de 1982 y que establece que toda empresa que opere en España y que tenga más de 50 empleados debe reservar al menos un 2% de su plantilla a personas con discapacidad⁸⁹.

En México la empresa Eulen opera desde 1997, cuenta con alrededor de 11 mil empleados y ofrece servicios de limpieza, mantenimiento, seguridad, servicios auxiliares y trabajo temporal a más de 150 clientes a nivel nacional⁹⁰.

⁸⁸ Para más información véase: Grupo Eulen, [en línea], Dirección URL: <http://www.eulen.com/>

⁸⁹ Carlos Guillén Gestoso, Rafael Contreras Chamorro, *Discapacitados y empresas: un análisis de la productividad*, Fundación Mapfre, p.19, [en línea], Dirección URL: <http://www.mapfre.com/ccm/content/documentos/fundacion/accion-social/Discapacitados-y-empresa.pdf> [consulta: 05 de enero de 2012].

⁹⁰ Ramiro Alonso, *El Universal*, Sección Nación, Obtener empleo, otro reto a discapacitados, sábado 13 de agosto de 2011, [en línea], Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/188022.html>, [consulta: 07 de enero de 2012].

Cabe decir que a partir de 2008 con la inauguración de la Terminal 2 del AICM y por iniciativa del director general del mismo, Héctor Velázquez Corona, se inició la contratación de personas con discapacidad motriz a través de Grupo Eulen, quienes pusieron en marcha un plan de inclusión laboral que les permitió a 61 personas con paraplejia tener un empleo seguro con las prestaciones de ley correspondientes, asistiendo a los usuarios de ambas terminales del aeropuerto con un horario de cinco horas diarias, un día de descanso y un sueldo de \$7,000 aproximadamente⁹¹.

Si bien estas acciones representan un avance en la materia, lo cierto es que aún falta mucho por hacer, ya que la discriminación sigue presente y en gran medida. ¿Qué nos hace afirmar lo anterior? En primer lugar, como ya se dijo, las personas de “EULEN” como se les conoce normalmente en el AICM, realizan el mismo trabajo que el personal de los módulos de información, la única diferencia es que ellos se encuentran deambulando al interior de las salas de última espera para poder orientar a todo aquel que lo necesite. Sin embargo, durante el ejercicio de las PP pudimos constatar que en muchas ocasiones los turistas, sobre todo los propios connacionales, presentaban un trato hacia ellos un tanto déspota y con ánimos de no tomarlos en serio. Asimismo, del otro lado de la moneda, había quienes se asombraban al ver a personas discapacitadas trabajando con entusiasmo y de la misma forma que cualquier otro individuo, por lo que mostraban su admiración así como un trato digno y amable.

Por otra parte, es necesario decir que el propio AICM maneja una doble moral, ya que si bien la institución promueve la inclusión laboral al contratar a personas con discapacidad, que en un principio tuvo como fin dar respuesta a la creciente demanda de información que se iba a presentar al momento de inaugurar la terminal 2 del mismo, lo cierto es que escudándose en la llamada “imagen empresarial” y “comodidad de los pasajeros”, las personas de Grupo Eulen no pueden usar el servicio de aerotren para transportarse intraterminales ya

⁹¹ Cristina Pérez Stadelmann, “Un aeropuerto incluyente”, *El Universal*, sección “sociedad”, México, viernes 31 de noviembre, 2008, [en línea], Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/1288.html>

que según declaraciones del propio AICM eso daña la imagen del mismo frente a los turistas extranjeros, además, con el uso de la silla de ruedas que estas personas necesitan, se reduce la cantidad de equipaje y limita la cantidad de personas que pueden acceder a cada vagón, por lo que ellos tienen que tomar transporte público para poder llegar a la terminal en donde prestarán sus servicios.

Como podemos darnos cuenta, los problemas que las personas con discapacidad enfrentan son una realidad latente, por lo tanto, incluirlos en la sociedad es el gran reto que tenemos que superar ya que este segmento de la población lejos de disminuir lamentablemente irá en aumento.

Como ya se ha venido mencionando la verdadera riqueza de las naciones en general y la de las empresas en particular está dada por el elemento humano, por lo que es necesario redoblar esfuerzos en la materia para así lograr el tan anhelado desarrollo que México necesita y que desde hace varias décadas ha venido buscando al igual que muchas otras naciones de la orbe mundial.

4. Grado de satisfacción y calidad en los servicios del AICM

Después de hablar un poco acerca de la importancia de los individuos, las destrezas con las que debe contar y los grandes retos que enfrenta dentro de la sociedad, llegamos a este último apartado que pone énfasis ahora en el consumidor y su satisfacción al comprar un producto o contratar un servicio. Para este trabajo, nuestros consumidores potenciales serán los turistas y el proveedor de los servicios será el propio AICM.

Ahora bien, en una actividad como el turismo, donde los trabajadores tienen contacto directo y personal con los clientes, la calidad de su preparación es fundamental y debe constituir una oportunidad para tener una ventaja sobre los competidores porque en México los servicios no sólo se proporcionan con calidad, sino con la calidez tradicional que nos identifica en el mundo⁹².

Para medir la eficacia en la prestación de los servicios se han implementado diferentes líneas de acción, la más representativa está dada por el estudio “Perfil y Grado de satisfacción a los turistas”. Este indicador mide mes con mes la opinión directa de los visitantes, el grado de satisfacción, su percepción sobre la calidad del destino, los servicios recibidos y cumplimiento de sus expectativas.⁹³ Asimismo, tiene como propósito valorar el desempeño de las políticas del sector turismo, para ponderar sus impactos, cobertura, eficiencia y calidad de las acciones y programas prioritarios de la dependencia.

Cabe decir que el buen inicio o la correcta finalización de un viaje en avión dependerán en gran medida del funcionamiento, la seguridad y la calidad de los servicios prestados por los aeropuertos, por lo que numerosos organismos y asociaciones se han dedicado a recabar información para establecer que aeropuertos reúnen la mayor cantidad de requisitos y se destacan en cuanto a estándares internacionales de puntualidad, traslado dentro del aeropuerto y comodidad de las salas de última espera, por mencionar algunos rubros.

⁹² Secretaría de Turismo, *op.cit.* p. 89.

⁹³ Secretaría de Turismo (SECTUR), *Perfil y grado de satisfacción del turista internacional*, [en línea], Dirección URL: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect-Perfil-y-Grado-de-Satisfaccion-del-Turista-In>, [consulta: 12 de enero de 2012].

Las encuestas toman en cuenta parámetros como la calidad del servicio desde el *check in* antes de partir, recolección del equipaje, limpieza, eficiencia y cortesía del personal. También han sido analizados el tiempo y manera de ingreso a la terminal, el proceso de seguridad, la atención en puntos de salida o entrada del país, las distancias a recorrer a pie de un punto a otro, las opciones de compras, comida, entretenimiento y servicios de internet. Algunas de estas organizaciones son las siguientes:

4.1. SKYTRAX

Es una consultora inglesa de renombre internacional dedicada al análisis y comparación de la calidad en líneas aéreas y aeropuertos de todo el mundo, sus resultados se obtienen a partir de investigaciones y encuestas realizadas entre más de 8 millones de pasajeros. Su campo de análisis abarca 550 aeropuertos y más de 525 compañías aéreas alrededor del mundo y engloba aspectos tan diversos como el servicio dado por cada compañía, la labor de su personal, el servicio a bordo, la comodidad de las salas de espera, la eficiencia en el embarque entre otras categorías.

En el continente americano tiene más de 21 años trabajando con 215 aerolíneas y 75 aeropuertos con los que realiza revisiones de vuelo y encuestas sobre la satisfacción de los pasajeros. De los resultados derivados se otorga anualmente los *World Airport Awards* que gozan de un especial prestigio ya que reconocen la calidad otorgada por el mejor aeropuerto y la mejor aerolínea a nivel mundial⁹⁴. Por lo tanto, en el ranking de los mejores aeropuertos del mundo en 2011 basado en el producto, los servicios y la calidad, encontramos a los siguientes:

- 1) Aeropuerto Internacional de Hong Kong: es el principal aeropuerto que sirve a la región administrativa especial de Hong Kong en la República Popular de China, inaugurado en junio de 1998. La

⁹⁴ Skytrax, *The world's largest airline review site*, [en línea], Dirección URL: <http://www.airlinequality.com/>, [consulta: 25 de noviembre de 2011].

instalación fue construida a partir de una pequeña isla Chek Lap Kok por lo que dicho aeropuerto también es conocido con el mismo nombre. Entre los servicios que presta encontramos oficinas de cambio de divisas, bancos y cajeros automáticos repartidos por el edificio de la terminal de pasajeros, acceso a internet, oficina de correos, 150 bares, restaurantes y puestos de comida rápida, algunos de los cuales funcionan las 24 hrs. Hay todo tipo de tiendas incluidas las de libres impuestos. Tiene dos terminales, así como un tren gratuito automático además de autos eléctricos que se pueden utilizar previo pago. Los usuarios del tren Airport Express Line pueden utilizar gratuitamente los autobuses que salen desde las estaciones de Hong Kong hasta un gran número de hoteles de la ciudad. Asimismo cuenta con una oficina de turismo y línea telefónica de información con servicio de 9:00am a 6:00pm.

Dirección URL: www.hkairport.com/

- 2) Aeropuerto de Shangai, Singapur: es uno de los mayores aeropuertos asiáticos en cuanto a movimientos. Desde su apertura en 1981, el aeropuerto ha mantenido excelente imagen en cuanto a servicios ofrecidos por éste, ganando 280 premios en el periodo 1987-2007 y 19 premios al mejor aeropuerto solo en 2007. A su interior es posible encontrar tours gratuitos por la ciudad para todos aquellos pasajeros que se encuentran en tránsito y dispongan de algunas horas. Los relojes localizados en las salas de última espera cuentan con un sistema de alarma-despertador para que los pasajeros no pierdan sus vuelos en caso de quedarse dormidos. Además de todas las comodidades antes mencionadas es posible encontrar alberca, jacuzzi, salas de masaje y spa, jardines así como películas gratuitas. Su capacidad es de 70 millones de pasajeros.

Dirección URL: www.shanghaiairport.com/en/index.jsp

3) Aeropuerto Internacional Incheon: es el mayor de Corea del Sur. Sus instalaciones de seguridad son consideradas como muy efectivas y el equipo de inspección médica también muy avanzado, todo ello en respuesta a los casos de terrorismo y varias epidemias que se han dado en el sudeste asiático. Ofrece bancos, servicios de cambio de divisas, cajeros automáticos, oficinas de correo, alquiler de telefonía móvil, teléfonos públicos e internet Wi-Fi, centro médico, farmacias, centro de masajes, área de entretenimiento para niños, centros de oración así como lavado de ropa. Autobuses y taxis comunican al aeropuerto con el área urbana; periódicamente hay camiones que parten hacia los distritos y hoteles en la zona céntrica de Seúl. Por otra parte, cabe decir que a su interior se encuentra *The Air Garden Tourist Hotel*.

Dirección URL: <http://www.airport.kr/eng/>

4) Aeropuerto de Munich: es una base de Lufthansa y sus socias de la Star Alliance. El aeropuerto cuenta con dos terminales, recibe vuelos de toda Europa, Medio Oriente, África, Estados Unidos, Canadá y otros destinos. Éste aeropuerto abriga a más de 100 líneas aéreas de más de 70 países lo que se traduce en 245 destinos de todo el mundo. El aeropuerto dispone de bancos, oficinas de cambio, correo y cajeros automáticos, un centro de internet donde se puede tener acceso al servicio las 24 hrs. Además de bares y restaurantes cuenta con un centro de urgencias médicas que funciona de igual forma las 24 hrs; farmacia, salas para cambiar pañales, zonas infantiles, tintorería, dentista, duchas y más de 40 agencias de viajes y operadores turísticos. Cuenta con estacionamiento subterráneo uno para estadías largas y uno para cortas que se comunican con las terminales a través de un autobús gratuito que cuenta con lugares para discapacitados.

Dirección URL: <http://www.bahnhof.de/site/bahnhoefe/de/>

- 5) Aeropuerto Internacional de Beijing: se inauguró en 1958, cuenta con tres terminales, autobuses, minibús, metro y taxis que comunican al aeropuerto con el área urbana. Tiene servicio de alquiler de autos con y sin chofer, ofrece además bancos, cajeros automáticos, casas de cambio de divisas, oficina postal, teléfonos públicos, acceso a internet Wi-Fi, centro de negocios, restaurantes, café y bares en todo el recinto, tiendas y duty free-shops, lugares para guardar el equipaje, servicio médico las 24hrs., cuarto para cambiarse la ropa, mostradores de información en general así como módulos de atención turística y hotelería. Cuenta con acceso para discapacitados y estacionamiento multinivel de seis pisos.

Dirección URL: <http://www.bcia.com.cn/>

De la lista anterior cabe destacar que si bien los aeropuertos mencionados son de primer mundo y han sido calificados como los mejores prestadores de servicios por sus altos estándares de calidad en el año 2011, lo curioso es que únicamente el aeropuerto de Beijing cuenta con servicio de información en general al igual que el aeropuerto de nuestro país. El por qué el resto de los aeropuertos carecen de este servicio se desconoce, sin embargo, podemos afirmar que en el caso de México los módulos de información nacieron en respuesta a una demanda que cada vez iba en aumento y que radicaba principalmente en el número creciente de turistas que llegaban a territorio nacional. Lo que queremos decir con esto, es que el AICM es uno de los aeropuertos más transitados y que por lo tanto se buscó dar la bienvenida a todos los viajeros que ingresaban al país ofreciendo un trato amable y digno de un sector de envergadura para México, logrando distinguirnos del resto de otros aeropuertos hasta del propio país.

4.2. Consejo Internacional de Aeropuertos

Otra organización interesada en la calidad de los servicios es el Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI por sus siglas en inglés).

En 1991 los operadores de aeropuertos en todo el mundo crearon el Consejo Internacional de Aeropuertos, siendo la primera asociación mundial para representar sus intereses comunes y fomentar la cooperación entre socios de la industria del transporte aéreo. A través del ACI la comunidad aeroportuaria habla con una sola voz sobre cuestiones clave y preocupaciones en la materia.

El ACI persigue los intereses de los aeropuertos en los debates con organizaciones internacionales. La relación más importante es la que mantiene con la Organización de Aviación Internacional donde las normas internacionales para el transporte aéreo se debaten y son desarrolladas. El ACI defiende posiciones sobre normas y métodos recomendados en los ámbitos de la seguridad y las iniciativas del medio ambiente. También protege los intereses en los anticipos y cambios de política sobre las tasa aeroportuarias⁹⁵. El Consejo Internacional de Aeropuertos que agrupa a 1.650 aeropuertos de 179 países presentó en 2011 su estudio preliminar de aeropuertos con mayor tráfico de pasajeros en el mundo. Así tenemos a las cinco primeras posiciones y el lugar que ocupa México a nivel mundial:

⁹⁵ Airports Council International, The voice of the world's airports, [en línea], Dirección URL: http://www.airports.org/cda/aci_common/display/main/aci_content07_banners.jsp?zn=aci&cp=1_725_2 [consulta: 07 de enero de 2012].

“Lista de los aeropuertos más transitados por número de pasajeros”

Nombre de los aeropuertos más transitados.	Tráfico de pasajeros Febrero 2010-Febrero 2011 ⁹⁶ .
1. Aeropuerto Internacional. Hartsfield Jackson Atlanta, Georgia (EUA).	89,331,622
2. Aeropuerto de Pekín (China)	73, 891, 801
3. Aeropuerto Internacional O’ Hare Chicago, Illinois (EUA).	66, 528, 691
4. Aeropuerto de Londres- Heathrow, (Reino Unido).	66, 101, 510
5. Aeropuerto Internacional de Tokio, Japón	64, 511, 475
55. Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México “Benito Juárez” (México).	24, 055, 470

Fig. 18 Fuente: *Top 50 de los mejores aeropuertos del mundo.*

“Lista de los aeropuertos con mayor número de movimientos: aterrizajes y despegues”

Nombre de los aeropuertos con mayor número de movimientos.	Movimientos: aterrizajes y despegues 2010-2011.
1. Aeropuerto Internacional Hartsfield Jackson Atlanta, Georgia (EUA).	944, 281
2. Aeropuerto Internacional O’ Hare Chicago, Illinois (EUA).	883, 310
3. Aeropuerto Internacional Dallas Fort Worth (EUA).	651, 668
4. Aeropuerto Internacional de Denver, Colorado (EUA).	631, 468
5. Aeropuerto Internacional de los Ángeles, California (EUA).	576, 778
31. Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México “Benito Juárez” (México).	336, 421

Fig. 19 Fuente: *Top 50 de los mejores aeropuertos del mundo.*

⁹⁶ Los datos enlistados en las tres gráficas anteriores fueron tomados del *Top 50 de los mejores aeropuerto del mundo*, [en línea], Dirección URL: www.aicm.com.mx/acercadelaicm/archivos/files/TOP50/TOP50Mundo.pdf, [consulta: 15 de enero de 2012].

“Lista de los aeropuertos con mayor volumen de carga en toneladas”

Nombre de los aeropuertos con mayor volumen de carga.	Carga en toneladas 2010-2011.
1. Aeropuerto Internacional de Hong Kong (China).	4, 186, 019
2. Aeropuerto Internacional de Memphis, Tennessee (EUA).	3, 905, 259
3. Aeropuerto Internacional de Shanghai (Singapur).	3, 215, 296
4. Aeropuerto Internacional de Incheon, Seúl (Corea del Sur)	2, 681, 873
5. Aeropuerto Internacional de Anchorage, Alaska (EUA).	2, 578, 396
53. Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México “Benito Juárez” (México).	403, 316

Fig. 20 Fuente: *Top 50 de los mejores aeropuertos del mundo.*

Después de analizar las tres gráficas anteriores podemos hacer notar que los aeropuertos son la infraestructura que genera un valor añadido para el territorio donde son construidos y que tienen un impacto económico directo sobre las actividades turísticas del país en cuestión.

Tomando en consideración que el AICM se encuentra en el lugar 53 de los aeropuertos con mayor volumen de carga movilizada a nivel mundial, nos pone de relieve que una oferta aeroportuaria de calidad permite aumentar la productividad de las empresas al facilitar y abaratar el acceso a proveedores y clientes, por lo tanto, es necesario hacer énfasis en la importancia vital que reviste para cualquier país del mundo el buen funcionamiento de sus aeropuertos.

Si bien, las cifras son alentadoras los obstáculos y los rezagos son muchos; la cantidad de toneladas que llegan y salen del AICM, hacen de nuestro aeropuerto uno de los más importantes a nivel mundial sin embargo, el desgaste en las pistas de aterrizaje, las fallas en cuestión de radares que entorpecen las operaciones del AICM, así como la sobresaturación que ha venido mostrando el mismo, son retos

que nos impiden seguir creciendo tanto a nivel regional como mundial por lo que dar solución a estos problemas incluidos la inversión en mantenimiento y creación de infraestructura aeroportuaria es aún un reto que México enfrenta.

Si hablamos del AICM en cuanto a pasajeros transportados se refiere, nos enfocamos en una de las terminales aéreas más importantes de América Latina; con 24 millones de pasajeros transportados anualmente es el principal centro de operaciones de las aerolíneas más grandes de México: Aeromexico y la extinta Mexicana de Aviación que ofrece vuelos directos a muchos destinos alrededor del mundo.

En este mismo orden de ideas, nuestra investigación hace énfasis en la importancia que tiene el turismo tanto para nuestro país como para el mundo entero, así como la vinculación existente entre este último y la creación de infraestructura ligada al nivel de satisfacción del público usuario, por lo tanto, podemos afirmar que el impacto de un aeropuerto sobre el crecimiento económico en términos de ocupación y turismo depende directamente del volumen de pasajeros movilizados dentro del mismo, lo que nos hace pensar que las cifras y el posicionamiento del AICM dentro de la lista anterior, es un logro alentador para el país, donde los esfuerzos han rendido frutos. El turismo representa una de las actividades más importantes económicamente hablando para México, sin embargo, el AICM como institución tiene el reto de modernizarse y ampliar su capacidad de servicio para aumentar la eficacia y eficiencia en sus operaciones, de esta forma no únicamente se alcanzará subir de puesto en la lista de los aeropuertos más importantes sino que los beneficios económicos para el país se verán reflejados. Asimismo, el reto para el gobierno federal se presenta en redireccionar y redefinir los esfuerzos enfocados a la inversión real en infraestructura aeroportuaria para alcanzar los niveles óptimos de satisfacción que los usuarios buscan.

Con un tráfico aéreo que crece cada año gracias tanto a los bajos costos y ofertas de boletaje como a una mayor globalización de los mercados, que obligan tanto a personas como a mercancías a moverse a cada vez mayores distancias, los aeropuertos deben prepararse para recibir y acomodar a este creciente

número de pasajeros, cargas y aviones. Por lo que el ACI ha puesto en marcha programas de calidad en servicios aeroportuarios que tienen por objetivo el mejoramiento de las prácticas y la evaluación de los niveles de calidad en lo que se refiere a los servicios que se proporcionan a los pasajeros. Asimismo, mediante el análisis e intercambio de experiencias entre los aeropuertos de la región se busca comprender mejor los elementos que contribuyen o a lograr la satisfacción de los pasajeros en su paso por los aeropuertos. Entre estos programas se encuentran los siguientes⁹⁷:

ASQ (Airport Service Quality): es una iniciativa integral para ayudar a los aeropuertos en sus continuos esfuerzos para mejorar la calidad del servicio al pasajero; está conformada por cuatro programas básicos que proporcionan información de gestión y consejos prácticos específicos para la industria aeroportuaria.

1) *ASQ Survey*: es una comparación de parámetros mundiales de satisfacción al pasajero que cuenta con más de 220 aeropuertos participantes. Proporciona el más complejo y detallado análisis de la prestación de servicios aeroportuarios en la actualidad.

2) *ASQ Performance*: es la evaluación comparativa de los tiempos de espera de los pasajeros. Mide los tiempos de tránsito y espera de pasajeros, utilizando 16 indicadores de rendimiento clave, como tiempo de espera en el *check in* y tiempo de entrega de la primera a la última maleta. Asimismo, permite a los gerentes de aeropuertos identificar con precisión escenarios de bajo rendimiento, cuellos de botella y utilización ineficiente de recursos.

3) *ASQ Assured*: es el programa de certificación de gestión de calidad diseñado específicamente por el ACI para la industria aeroportuaria. El programa ayuda a los aeropuertos a enfocar la excelencia en la gestión de la calidad del servicio, identificando iniciativas y procesos necesarios. Los aeropuertos

⁹⁷ Airports Council International, The voice of the world's airports, [en línea], Dirección URL: http://www.airports.org/cda/aci_common/display/main/aci_content07_banners.jsp?zn=aci&cp=1_725_2, [consulta: 07 de enero de 2012].

certificados se benefician del reconocimiento de la industria, así como de un análisis independiente realizado por el ACI y un informe sus procedimientos.

4) *ASQ Management*: proporciona apoyo y servicios de asesoría para los aeropuertos que desean mejorar su calidad de servicio.

Ahora bien, más de 300, 000 encuestas realizadas a los pasajeros por el Programa de Calidad de los Servicios Aeroportuarios 2011(ASQ) por medio del cual el ACI mide la excelencia, calidad y desempeño de los principales aeródromos del mundo descalificó los servicios del AICM ya que las deficiencias en sus instalaciones fueron múltiples: en julio de 2010, durante la temporada de lluvias se presentaron numerosas filtraciones de agua, principalmente en los ambulatorios, áreas de documentación, comida rápida y salas de última espera, a pesar de que las autoridades de la terminal aérea invirtieron alrededor de 13 millones de pesos en los últimos cuatro años para impermeabilizar las instalaciones. En septiembre del mismo año, ocurrió un corto circuito y un incendio en un transformador detonando un apagón en las pistas de aterrizaje lo que provocó la cancelación de todas las operaciones aéreas del aeropuerto por más de cinco horas. Sin embargo, un mes después la terminal aérea volvió a presentar fallas, esta vez en algunos equipos del sistema de radares del control del tránsito aéreo, las cuales afectaron aproximadamente 36 vuelos⁹⁸. Aún así y a pesar de las inconveniencias el AICM logro posicionarse en la quinta posición de entre los mejores aeropuertos de América Latina quedando la lista de la siguiente manera: Cancún (CUN), Guayaquil (GYE), San José de Costa Rica (SJO), el jamaicano Montego Bay (MBJ) y en la quinta posición el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM).

⁹⁸ La Jornada, *Descalifica organismo mundial servicios del aeropuerto de la Ciudad de México*, [en línea], Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2012/02/18/politica/017n1pol>, [consulta: 18 de febrero de 2012].

4.3. ALTA

Asociación Latinoamericana y del Caribe de transporte aéreo es una organización privada no lucrativa con más de 30 aerolíneas como miembros representando al 90% del tráfico convencional aéreo de la región. Tiene como fin juntar y coordinar esfuerzos para solucionar los problemas en el transporte aéreo, fortalecer la cooperación y comunicación entre las compañías en beneficio del transporte de la región.

ALTA colabora con sus miembros haciendo grandes esfuerzos para facilitar el desarrollo de un transporte aéreo seguro, eficiente y amigable con el medio ambiente de Latinoamérica y el Caribe para lograr beneficios para los miembros de la asociación, los consumidores y la industria aérea. Fundada en 1980 en Bogotá, Colombia sigue manteniendo los objetivos que le dieron vida los cuales se pueden sintetizar en: Examinar los desafíos económicos, políticos y legales de la región en cuestiones y acciones de transporte aéreo; ofrecer recomendaciones y acciones para impulsar soluciones en la materia; colaborar con otras industrias y asociaciones que se desenvuelvan en el tema; trabajar en conjunto para alcanzar la seguridad y la eficiencia en el transporte aéreo de la región.

ALTA tiene comités y grupos de trabajo que fijan estándares en nombre de sus miembros como un todo y en representación de los intereses de la asociación, comparten experiencias e ideas, promueven las mejores prácticas y desarrollan políticas específicas en la materia.

Como asociación líder en transporte aéreo de la región su rol es traer expertos en la aviación, aerolíneas y otros actores con incidencia en la industria para actuar en los diferentes temas de interés por lo que ALTA organiza reuniones y conferencias por año, lo que sirve como una plataforma para analizar y proponer sobre los desafíos que enfrenta la industria.

ALTA tiene tres tipos de miembros:

1) Miembros completos: aerolíneas con servicios nacionales e internacionales regulares, dentro, hacia y desde América Latina y el Caribe cuya peculiaridad es que cuentan con nacionalidad de un país de la región. Entre estos encontramos a Aerolíneas argentinas, Aeromexico, Aerosur, Air Jamaica, Avianca,

Bahamas air, Caribbean Airlines, Cayman Airways, Copa Airlines, Cubana de aviación, Gol, Insel air, Lan, Liat, Pluna, Taca, TAM, TAME y Volaris.

2) Miembros asociados: aerolíneas fuera de la región interesadas en establecer relaciones y hacer negocios con la región por ejemplo: Air Canada, Continental Airlines, Delta, Iberia, Tap Portugal, United y UPS.

3) Miembros afiliados: aerolíneas relacionadas con organizaciones o compañías que trabajan de cerca con la industria de la región. Así tenemos que Airline Bussiness, Boeing, Chrevron, General Electric, Lufthansa System, Petrobras, Rockwell, Shell por mencionar algunas se han convertido en miembros afiliados de ALTA que tienen incidencia en las decisiones tomadas por dicha organización⁹⁹.

4.4. Consejo mundial de viajes y turismo WTTC.

El consejo mundial de viajes y turismo es el foro de los líderes de negocios en la industria turística cuyo fin es tratar de que el sector público y privado convezan a los gobiernos a reconocer que el turismo es un sector prioritario para la economía y el desarrollo de las naciones siempre y cuando tengan un balance entre medioambiente sociedad y cultura. Se constituyó en 1990 en la ciudad de Londres donde tiene su sede y desde donde ha promovido la reducción de las barreras al crecimiento del sector.

En 1997 logró alcanzar su objetivo de contar con 100 miembros entre presidentes y jefes ejecutivos de las más importantes empresas de viajes y turismo a nivel mundial. Su membresía actual incluye prácticamente todo el espectro de la industria de viajes y turismo del mundo: desde líneas aéreas, hoteles, operadores turísticos y agencias de viajes minoristas, empresas de alquiler de automóviles, distribuidores de viajes en línea, líneas de cruceros, empresas de inversión, grupos de seguro entre otros.

⁹⁹ ALTA, *Latin American and Caribbean air transport*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aital.org/>, [consulta: 14 de enero de 2012].

Realiza cada año estudios profundos en la materia para un número creciente de países y regiones del mundo. Cabe decir que el WTTC es la entidad más seria y confiable en cuanto a estudios económicos y previsiones sobre turismo mundial y regional se refiere. Constituye un foro que reúne a prácticamente la totalidad de las empresas que manejan el turismo en todo el mundo. Para la realización de sus estudios económicos y previsiones del turismo cuenta con el apoyo de socios de reconocido prestigio a nivel internacional.

Entre las prioridades del consejo podemos mencionar tres:

1) Libertad para viajar: esto es el derecho que tienen las personas para viajar de forma segura y eficiente a través de las fronteras internacionales.

2) Políticas para el crecimiento: esto es que a pesar de los desafíos de la economía global la industria del turismo sigue siendo uno de los sectores que crecen con mayor rapidez en el mundo teniendo un gran potencial para crear empleos, incrementar las exportaciones y potenciar la inversión.

3) Turismo del mañana: significa maximizar el crecimiento del turismo lo que proporcionará beneficios sustanciales tanto para los consumidores, para los hacedores de negocios y el medio ambiente¹⁰⁰.

Por otra parte, dejando de lado a las organizaciones encargadas de la calidad aeroportuaria cabe destacar que cuando un usuario compra un boleto de avión no solamente usará los servicios que la aerolínea presta, sino también una serie de servicios que proveen los aeropuertos en el origen y destino del vuelo. Los servicios que los aeropuertos prestan hacen posible el transporte aéreo y la eficiencia en su provisión es fundamental para la competitividad de este sector.

Lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y por ende en el mercado meta, por ello el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales

¹⁰⁰ World Travel & Tourism Council, *The authority on world travel & Tourism*, [en línea], Dirección URL: <http://www.wttc.org/>, [consulta: 15 de enero de 2012].

objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas recursos humanos etc.) de las empresas exitosas. Los principales beneficios son:

1) el cliente satisfecho vuelve a comprar, por lo tanto, la empresa obtiene su lealtad y con ello la posibilidad de venderle el mismo u otros productos en el futuro.

2) El cliente comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio, por lo que la empresa obtiene una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

3) el cliente deja de un lado a la competencia por lo que la empresa obtiene un determinado lugar en el mercado.

En síntesis toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios: a) lealtad del cliente (que se traduce en futuras ventas), b) difusión gratuita (nuevos clientes), c) una determinada participación en el mercado.

Philip Kotler define la satisfacción del cliente como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. La satisfacción está conformada por¹⁰¹:

1) El rendimiento percibido: la cual tiene las siguientes características:

- a) Se determina desde el punto de vista del cliente y no de la empresa.
- b) Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- c) Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- d) Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- e) Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

2) Las expectativas: son las esperanzas que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:

¹⁰¹ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Dirección de Mercadotecnia*, México, Pearson Prentice Hall, 2006, pp.40-41.

- a) Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- b) Experiencias de compras anteriores.
- c) Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.
- d) Promesas que ofrecen los competidores.

3) Los niveles de satisfacción: luego de hecha la compra de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de estos tres niveles de satisfacción:

- a) Insatisfacción: se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- b) Satisfacción: cuando la percepción del producto coincide con las expectativas del cliente.
- c) Complacencia: se produce cuando el desempeño percibido del producto excede las expectativas del cliente.

Una vez mencionado lo anterior, llegamos al estudio *Perfil y grado de satisfacción de los visitantes* que se ha venido realizando a través de la Secretaría de Turismo y cuyos objetivos son:

- a) conocer el perfil del turista a través de sus variables sociodemográficas y de hábitos de viaje.
- b) generar un indicador de satisfacción global del turista en destinos del país.
- c) identificar fortalezas y áreas de oportunidad en México y en sus destinos turísticos en general, a través de las variables que determinan su grado de satisfacción.
- d) medir la intención de volver a viajar al destino visitado y medir el nivel de recomendación del mismo.

Dentro del Programa Nacional de turismo 2001-2006 se establece que uno de los ejes de la política turística nacional es el tener turistas totalmente satisfechos. Con el objeto de apoyar el logro de este eje rector, se ha establecido un programa permanente de medición de resultados, a través del estudio *Perfil y Grado de Satisfacción de los visitantes*. Este estudio, como ya se dijo antes, permite monitorear la percepción de la calidad de los servicios turísticos y del

destino detonando diversas acciones, tanto en el gobierno como de la iniciativa privada para mejorar distintos servicios ofrecidos al turista. Esta permanente evaluación ha permitido generar una serie histórica de datos que sirve de base para la presentación de un análisis específico de gran precisión sobre la experiencia del turismo que nos visita.

La cobertura geográfica de este estudio es la siguiente: 12 destinos de playa (Cancún, Riviera Maya, Cozumel, Huatulco, Ixtapa Zihuatanejo, Acapulco, Mazatlán, Nuevo Vallarta, Puerto Vallarta, Los Cabos, Veracruz y Tampico) así como 9 destinos de ciudad (Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey, Tijuana, Morelia, Oaxaca, Puebla, Querétaro y Mérida). Los resultados obtenidos para el año 2010 son los siguientes¹⁰²:

“Los diez aeropuertos nacionales con mayor registro de pasajeros”.

AEROPUERTO	TOTAL 75,883,621	PORCENTAJE %
AICM	24,220,237	31.9%
Cancún	11,191,636	14.7%
Guadalajara	6,453,385	8.5%
Monterrey	5,199,895	6.9%
Tijuana	3,407,420	4.5%
Toluca	2,489,577	3.3%
Hermosillo	1,174,372	1.5%
Mérida	1,065,461	1.4%
Puerto Vallarta	2,645,470	3.5%
San José del Cabo	2,620,407	3.5%

Fig. 21 Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCYT), Anuario estadístico 2009 p.93.

¹⁰² Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCYT), Anuario estadístico 2009 óp.cit. p.93.94.

“Los aeropuertos nacionales con mayor registro de operaciones”.

AEROPUERTO	TOTAL 1,626,619	PORCENTAJE
AICM	348,306	21.4%
Guadalajara	131,721	8.1%
Cancún	110,936	6.8%
Monterrey	85,260	5.2%
Toluca	79,830	4.9%

Fig. 22 Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCYT), Anuario estadístico 2009 p.94.

Nota: Las gráficas siguientes fueron hechas por el autor, los datos fueron obtenidos del estudio Grado y Perfil de satisfacción de los turistas: Secretaría de Turismo (SECTUR) centro de estudios superiores en turismo (CESTUR), *Perfil y grado de satisfacción del turista; Reporte global*, marzo 2011 [en línea], Dirección URL: http://tajin.sectur.gob.mx:8080/MICROSITIO%20ACTUAL/Anexos/PERFIL_2009-2010.pdf



Fig. 23

En esta gráfica porcentual se muestra una marcada diferencia entre los turistas nacionales que viajan dentro del país y los turistas extranjeros que llegan a territorio nacional, denotando que si se pretende posicionar a México como uno de los mejores destinos para ir a vacacionar a nivel mundial, es necesario una pronta y eficaz promoción de los destinos nacionales de cobertura universal con el fin de incentivar la derrama económica que tanto necesita el país.

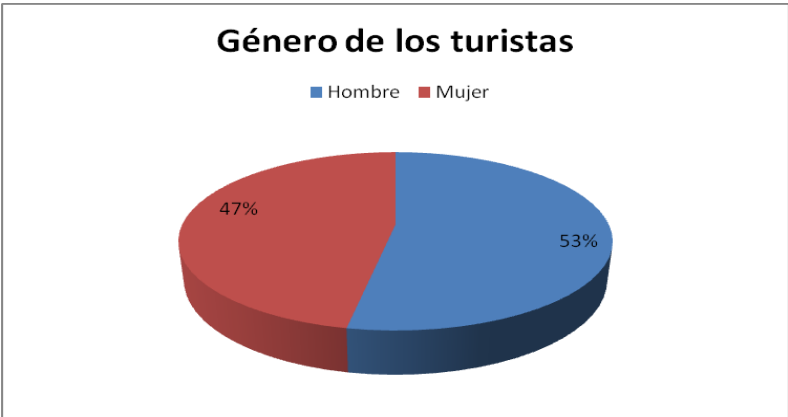


Fig. 24



Fig. 25

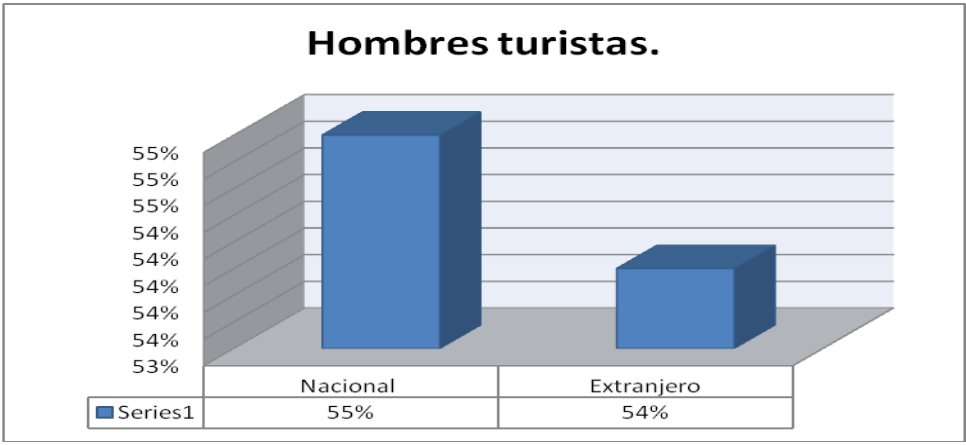


Fig. 26

De las tres gráficas anteriores cabe destacar que si bien en el mundo entero existen más mujeres que hombres, lo cierto es que a la hora de viajar, el sexo masculino se mantiene a la cabeza. De los factores culturales y socioeconómicos que generan esta práctica podemos enfatizar en el hecho de que casi en todas las sociedades, las mujeres siguen siendo vistas como frágiles, indefensas y vulnerables por lo que viajar solas representa un peligro inminente para ellas. Asimismo, en cuanto a viajes de negocios se refiere, los hombres en su mayoría son los encomendados a realizar dicha tarea; de lo anterior subrayamos que los retos en igualdad de géneros sigue siendo un tema no resuelto y una oportunidad para hacer del turismo un sector incluyente.

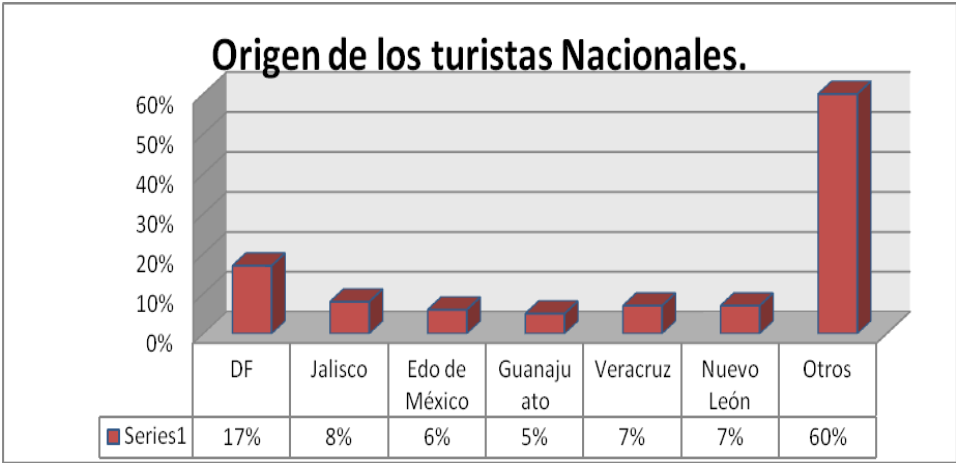


Fig. 27

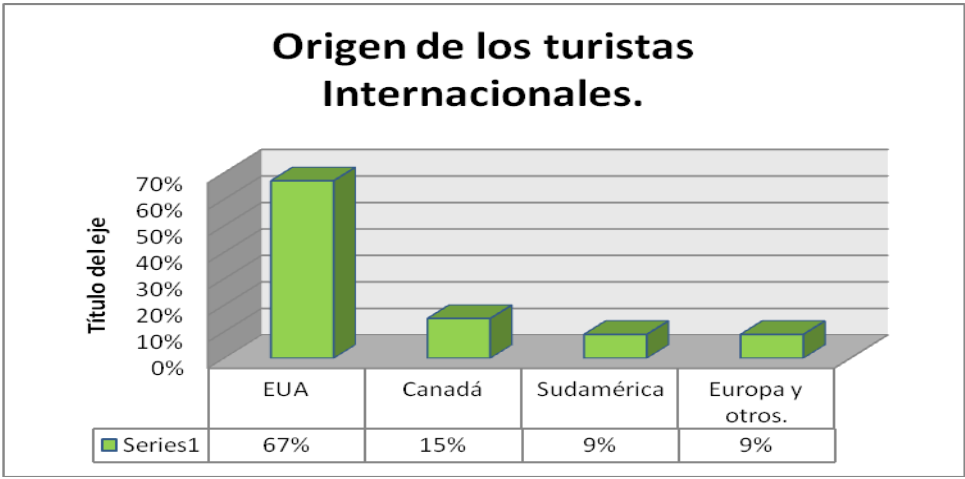


Fig. 28

En lo que respecta al origen de los turistas extranjeros que se internan a territorio nacional, vemos que el turismo proveniente de los Estados Unidos encabeza las visitas a México. Si bien la cercanía geográfica que existe entre ambos países beneficia este intercambio de bienes, servicios y personas, lo cierto es que se nos presenta como una alerta en la que hay que reflexionar ya que al igual que en otros sectores, como el comercio exterior del país por ejemplo, los esfuerzos siguen estando dirigidos a un mercado en específico, en este caso el de Norteamérica, olvidando que la diversificación es una excelente oportunidad para extender los lazos comerciales y por ende los beneficios nacionales. Atraer más turistas latinoamericanos y europeos es un reto para el gobierno y el país entero.



Fig. 29

Como pudimos ver en gráficas anteriores del 100% del turismo que recibe México, el 25% esta representado por turistas extranjeros, es por ello, por motivos de distancia, comodidad, tiempo y precio que el medio más fácil para internarse en el país resulta ser el servicio aéreo, lo que nos hace pensar una vez más, en la importancia que juegan los aeropuertos en la captación de turismo y en nuestro tema de investigación.

Ahora bien, las sucesivas gráficas muestran el grado de satisfacción de los pasajeros encuestados respecto a los servicios brindados durante su estancia en los aeropuertos del país, obteniendose lo siguiente:

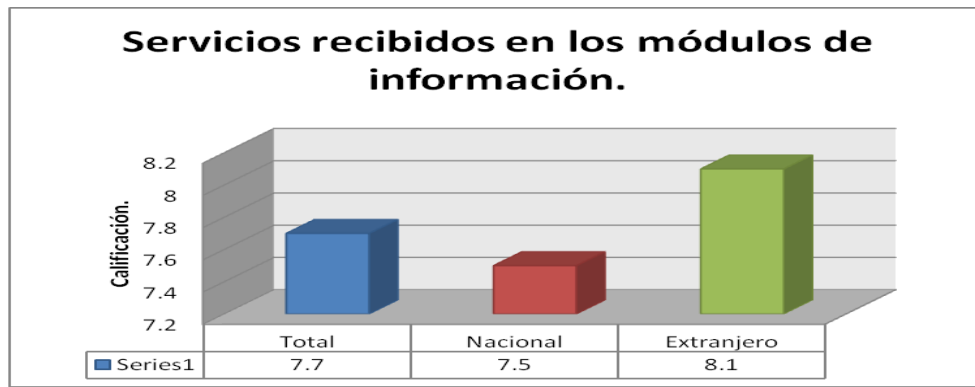


Fig. 30

**Nota: 7.0-7.9= turistas que respondieron estar poco satisfechos (servicio malo).
8.0-8.9= turistas satisfechos (servicio bueno).**

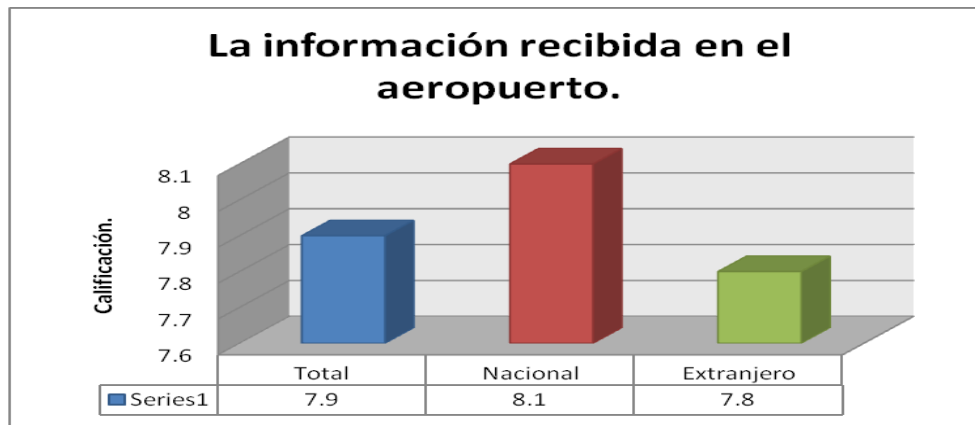


Fig. 31

Cuando se acude a una ciudad en la que nunca antes se había estado -o que se quiere conocer mejor- los módulos de información se convierten en punto de referencia estratégico de muchos viajeros. Ahí esperan encontrar asesoramiento experto acerca de qué procede ver, cómo llegar a un punto específico, dónde alojarse, comer, hacer compras, o simplemente hacer trámites. La primera exigencia de un turista cuando acude a un módulo de información es que se interesen por sus preferencias y particularidades. Asimismo, es fundamental la calidad de la información, entendida como la precisión en el detalle

de las explicaciones. Pero aún queda algo: el turista valora también que se le informe sobre las zonas de la ciudad donde conviene extremar las precauciones debido a la especial incidencia de problemas de seguridad que se da en ellas.

Para que un punto de información turística tenga una eficacia óptima como la antes mencionada, tiene que cumplir varios requisitos. Además de tener la información y el personal adecuados, debe contar con la ubicación apropiada para que cualquier persona pueda acceder a él sin dificultad; lo cual mejora su función radicalmente.

Tomando en consideración lo anterior, las gráficas referentes a los “Servicios recibidos en los módulos de información” así como la “Información recibida dentro del aeropuerto” son las más importantes para nuestra investigación ya que representan la opinión de los turistas tanto nacionales como extranjeros acerca de la ayuda brindada por los módulos de información en el aeropuerto. Si bien la calificación que se otorgó a este servicio fue en promedio de 7.9, lo cierto es que los turistas extranjeros dijeron estar satisfechos con la información obtenida en ellos, lo que nos hace pensar que vamos por buen camino y la imagen positiva que se pretende crear en las mentes de los viajeros para posteriormente ser proyectada al exterior, se está logrando satisfactoriamente. Sin embargo, en cuestión de información en general no estamos muy bien librados, cabe entonces, reforzar esfuerzos en la materia para lograr así la satisfacción completa del turista fin último que se busca para lograr el regreso del mismo a territorio mexicano.

Es importante remarcar que la información turística juega un papel relevante en la promoción de los destinos turísticos, con una gran influencia en la creación e imagen de los mismos, por ello los gestores del destino deben conocer qué fuentes de información utilizan los turistas durante su viaje. hay que entender que el turista de hoy solicita más información y más válida, por ello, hoy en día la información turística es una herramienta de marketing que puede derivar en ventaja competitiva de un destino.

Debido a la competencia existente entre los destinos, conocer los aspectos que valoran los turistas es fundamental para priorizar lo que contribuye significativamente con el objetivo establecido. Se debe considerar que, aunque

muchos factores puedan influir sobre el éxito turístico de un destino, el foco de las estrategias y las acciones debe ser aquel que más se relaciona con la satisfacción del turista ya que priorizarlos puede optimizar los recursos empleados y consecuentemente generar nuevos recursos para emplear tanto en la oferta turística como en las demandas sociales existentes.

La mayoría de los clientes insatisfechos no realizan reclamos pero comienzan a consumir productos o servicios de otros oferentes lo cual constituye una cuestión bastante delicada pues dificulta saber incluso por qué se perdió el cliente. Es cierto que si queda insatisfecho, además de perder la oportunidad de tenerlo nuevamente como turista, el esparcimiento de esa insatisfacción puede contaminar a otros turistas potenciales. Caso contrario, también su satisfacción puede motivarlos a viajar como turistas.

Considerando que los recursos son escasos para la plena atención de todas las expectativas de los turistas, resulta importante conocer cuáles deben ser los elementos de la oferta turística a ser priorizados con base en cuán determinantes son para la satisfacción del turista.

En los últimos años se ha incrementado el reconocimiento y la importancia de los módulos de información a la hora de ofrecer (vaya la redundancia) información de calidad. En este sentido, los módulos no deben ser subestimados; son una importante e influyente fuente de información del visitante dentro del destino por lo que deben examinarse nuevas y diferentes maneras de ofrecer la información al público usuario en un esfuerzo por lograr que permanezcan más tiempo en el país.

Ahora bien, la existencia del recurso humano calificado dentro de cualquier empresa en especial en los módulos de información, es crítica para que el visitante tenga una experiencia satisfactoria dentro del país:

- ✓ Tiempo de espera
- ✓ Horario de atención
- ✓ Imagen del personal
- ✓ Tono de voz del empleado
- ✓ Atención recibida

- ✓ Imagen de los módulos de información
- ✓ Localización y accesibilidad
- ✓ Material informativo
- ✓ Oferta de información en varios idiomas
- ✓ Fiabilidad y claridad de la información recibida

Son tan sólo algunos de los rubros que deben de ser constantemente evaluados para proporcionar un servicio de calidad en un recinto como el aeropuerto donde los viajeros exigen sentirse como en casa.

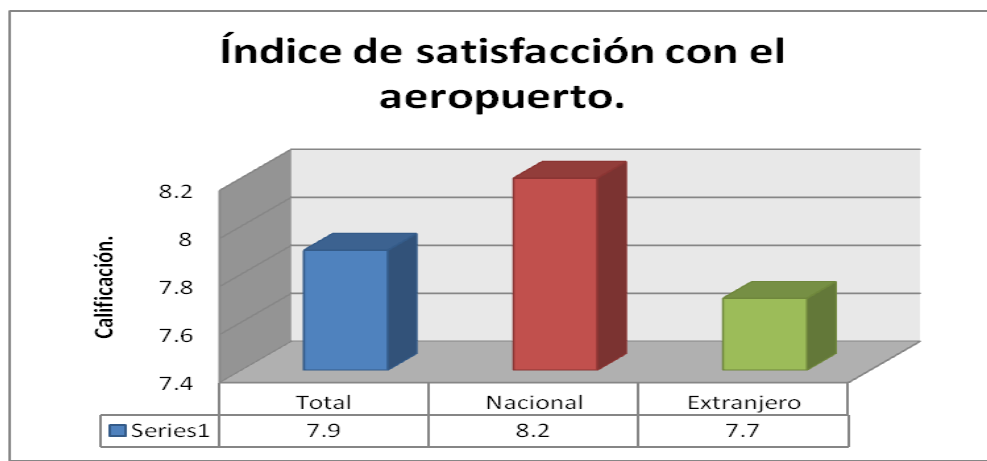


Fig. 32

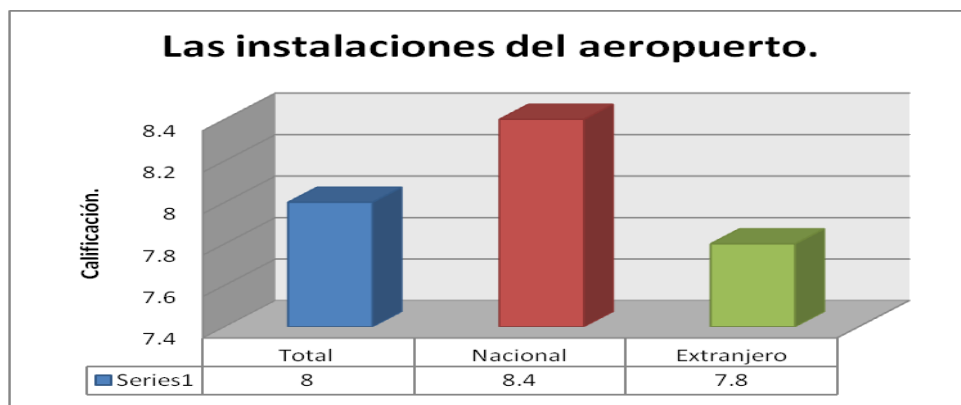


Fig. 33

De las dos gráficas anteriores cabe recalcar el hecho de que la opinión del turismo nacional y extranjero en conjunto, calificaron como bueno el servicio prestado dentro de las instalaciones del aeropuerto, sin embargo, si tomamos en

cuenta únicamente la opinión de los turistas extranjeros es evidente que hay una inconformidad con este rubro, por lo que hay que trabajar más en la mejora de la calidad de los servicios prestados, por una parte, para evitar que esto se transforme en una debilidad en nuestra contra así como posicionar a los aeropuertos nacionales entre los mejores del mundo.



Fig. 34

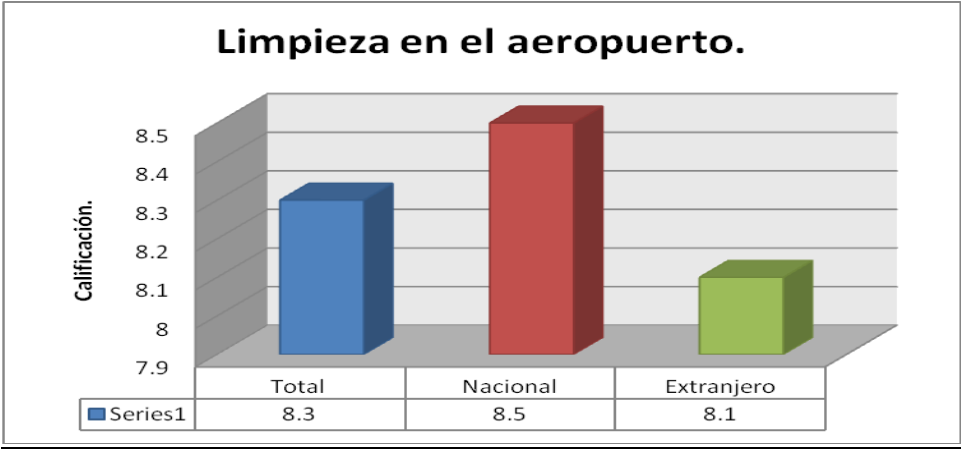


Fig. 35

Es importante que los turistas se sientan como en casa, por lo tanto, la limpieza y la seguridad en las instalaciones del aeropuerto son dos rubros que no deben descuidarse por ningún motivo. Llegar a un lugar sucio y descuidado denota un país con graves conflictos sociales sobre todo en lo referente a índices de educación, lo que provocará que el turista en un futuro no quiera volver nuevamente debido a la mala impresión que tuvo de dicho destino. De igual

manera un aeropuerto inseguro que da cabida a actos delictivos es poco probable que sea considerado como un lugar propio para vacacionar o simplemente para ir a hacer negocios.

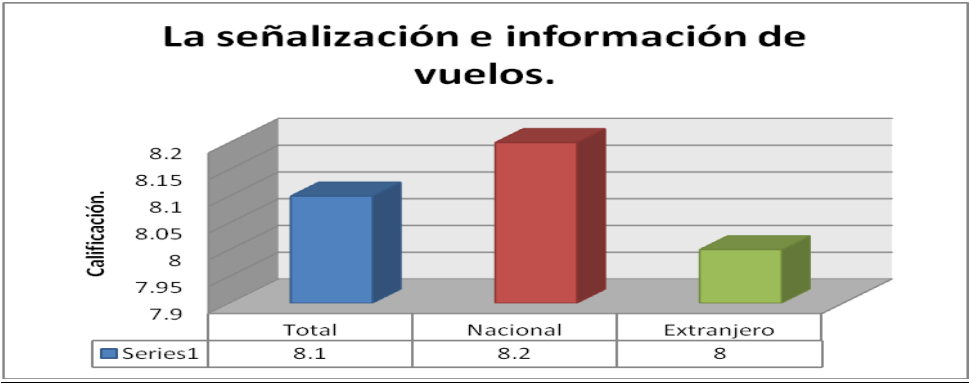


Fig. 36

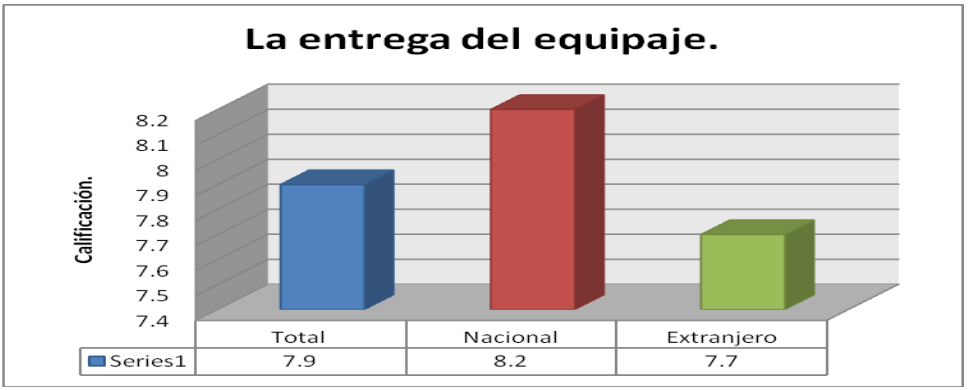


Fig. 37

Si bien la señalización de los vuelos tiene que ver con las instalaciones del propio aeropuerto en cuestión, en lo que respecta a la información de los mismos, esta se encuentra a cargo de la Subgerencia de Orientación e Información y por tanto a los módulos propiamente dicho, por lo que una vez más se hace hincapié en la eficacia que estos muestran al atender al turista siendo una calificación de satisfacción la que nos avala.

La entrega de equipaje, este es un problema que hay que atender ya que las bandas de equipaje son insuficientes en comparación con el equipaje recibido diariamente, lo que denota que las instalaciones aeroportuarias necesitan una ampliación inmediata o de lo contrario se corre el riesgo de una sobresaturación sin medida.

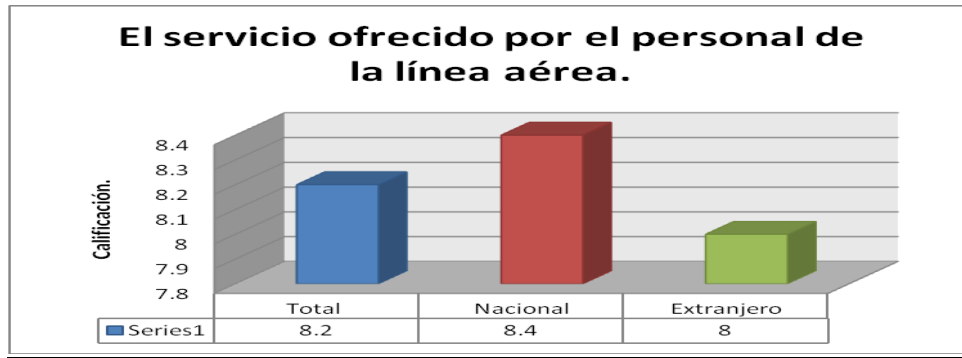


Fig. 38

A pesar de que los servicios prestados por las aerolíneas son directamente independientes respecto de las instalaciones de cada aeropuerto, lo importante a destacar es que no por ello éstas deben olvidar que están comprometidas a cumplir con estándares de calidad dictados por organismos internacionales como la Dirección General de Aeronáutica Civil y que la opinión del pasajero respecto al servicio brindado por la misma tiene un gran peso en la incidencia de preferencia y compra de boletaje.

Ahora bien, en las gráficas siguientes se destaca la opinión del turismo respecto a si volverían a territorio nacional o no. El total está dado por cada una de las barras azul, rojo y verde las cuales representan el 100% mismo que va disminuyendo según las cuatro variables (definitivamente sí, probablemente sí, quizá sí, quizá no) es decir al sumar cada una de las barras el resultado sera de 100.

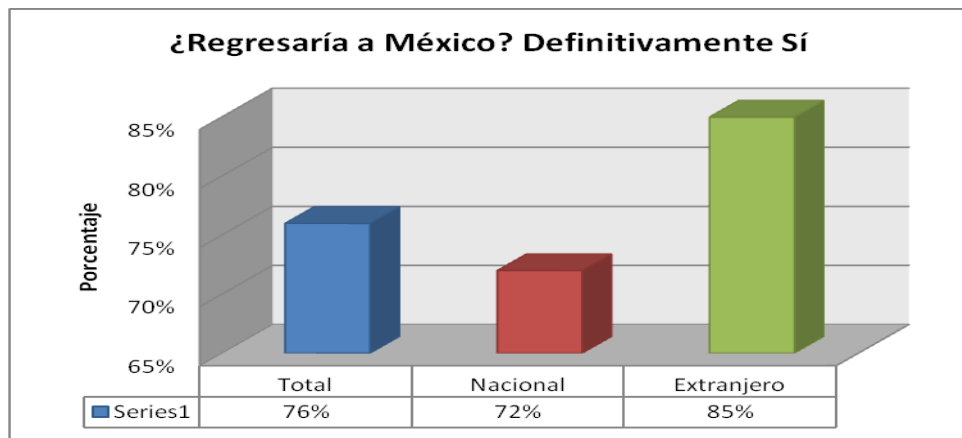


Fig. 39

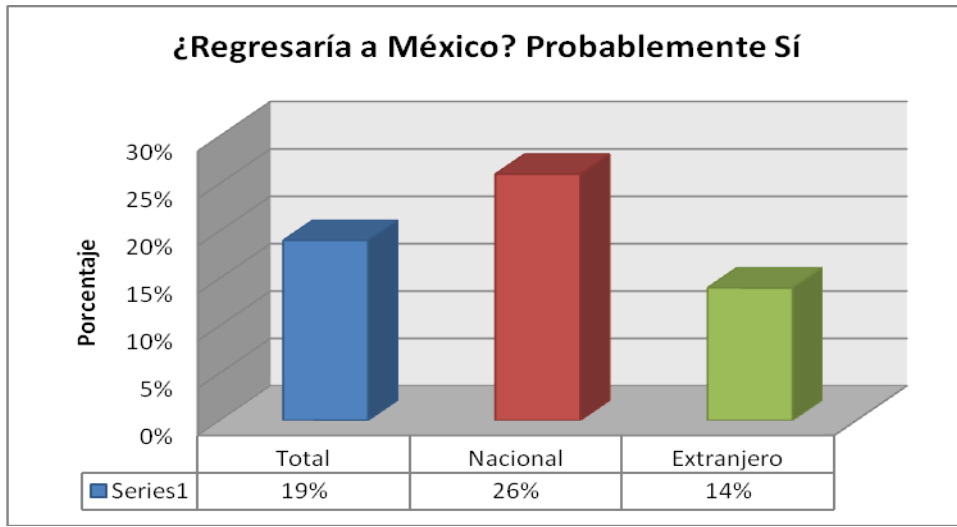


Fig. 40

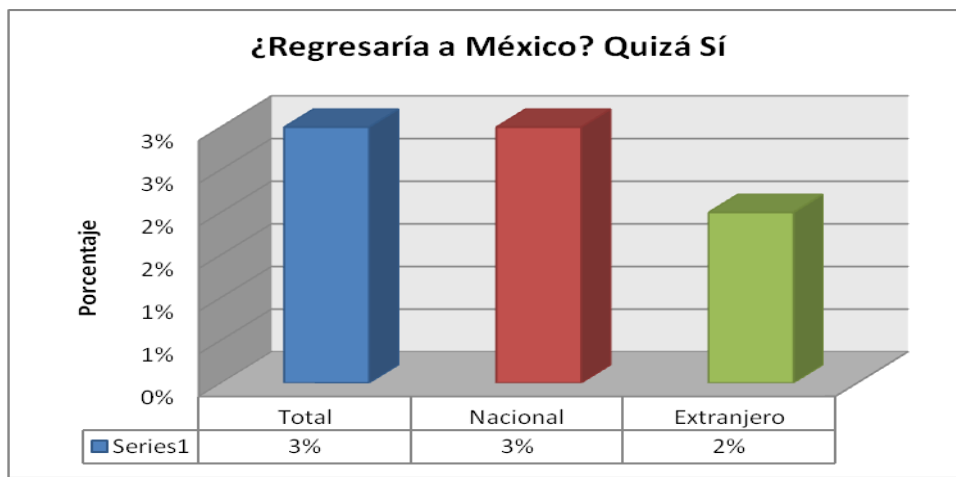


Fig. 41

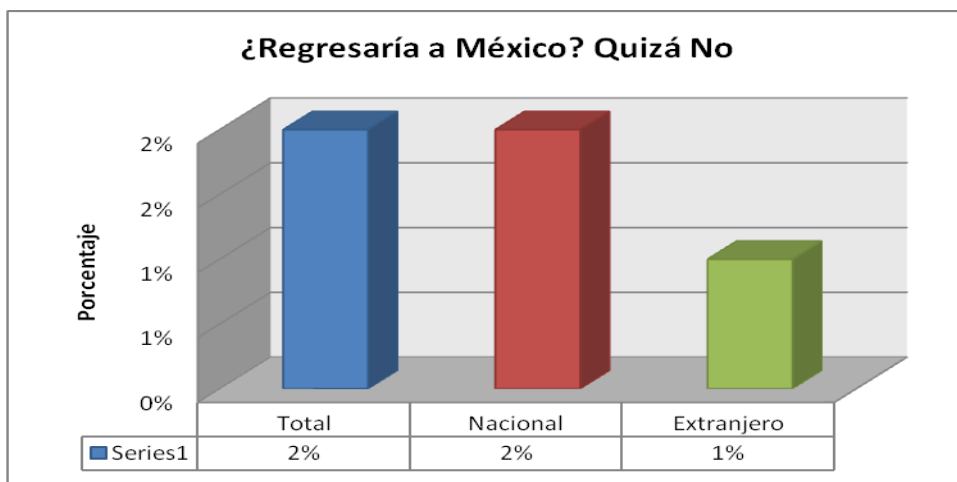


Fig. 42

Como podemos ver el turismo en general, ha hecho de nuestro país un destino turístico de importante envergadura, tan sólo el 76% de ellos afirma con un “Definitivamente Sí” volver a México contra un incipiente 2% que asegura que “Quizá No” volverá a territorio nacional.

Es por ello que cabe subrayar que la Ciudad de México cuenta con el Aeropuerto más importante del país atendiendo el 35% de las operaciones áreas que se realizan en territorio nacional, y al 20% de la población en total, ya que da servicio a importantes centros urbanos como Cuernavaca, Cuautla, Pachuca, Puebla, Querétaro, Toluca y Tlaxcala. Asimismo, es importante destacar que a través del AICM, la capital de la República se une con 50 ciudades del país y 40 del extranjero; 17 de Estados Unidos, 4 en Canadá, 6 en Europa, 5 en países centroamericanos y del Caribe, 7 en Sudamérica y 1 en Asia.¹⁰³

Las organizaciones internacionales encargadas de la calidad aeroportuaria como el programa ASQ elaborado por el Consejo Internacional de Aeropuertos tiene como fin dar recomendaciones sobre las áreas que requieren ser mejoradas para lograr la calidad esperada por el usuario de los servicios del aeropuerto y con ello fomentar la competitividad de la imagen turística de México a nivel nacional e internacional, así como mejorar la primera impresión del turista que llega por vía aérea a nuestro país.

Si bien los resultados de satisfacción según las gráficas observadas anteriormente distan de proporcionar datos totalmente positivos, lo cierto es que los estándares de calidad del AICM no están por los suelos. Los esfuerzos para alcanzar la satisfacción completa de los usuarios deben redoblar y tomar en consideración que si lo que se busca es la competitividad nacional e internacional es necesario tomar en cuenta pequeños pero grandes aspectos como el recurso humano y la inclusión total de éste para con la empresa.

Debe de quedar claro, asimismo, que el turismo es una de las industrias más grandes del mundo. Es generador de empleos, riqueza, y crecimiento económico. Soporta 260 millones de empleos, es decir uno de cada doce en el

¹⁰³ Secretaría de Turismo (SECTUR), *op.cit.* p. 31

mundo. Tan solo en 2010 la contribución directa al PIB mundial incrementó en un 3.3% y se espera que este crecimiento se mantenga hasta 2012. Se predice además que el turismo genere 69 millones de empleos en 2012 y que el 4% o 5% de estos empleos se den en Asia, Sudamérica, Medio Oriente y África¹⁰⁴.

De acuerdo con el Consejo Internacional de Viajes y Turismo, más o menos 21 millones de nuevos empleos serán creados en el turismo los próximos diez años. Estos empleos generarán como resultado 4% anual de la contribución al PIB mundial en turismo, asimismo el crecimiento de la clase media en las economías emergentes generarán 2 mil millones de nuevos consumidores potenciales en 2030¹⁰⁵. Por lo tanto, habrá necesidad de que la gente trabaje en nuevos hoteles, en la industria de la aviación, y proveer de servicios turísticos a nuevos destinos. Nuevos consumidores, nuevas tecnologías y nuevas expectativas significa que aquellas que trabajen en el turismo necesitan nuevas habilidades y altos niveles de conciencia cultural y adaptabilidad.

¹⁰⁴ Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), *Tourism trends and policies* 2010, [en línea], Dirección URL: www.oecd.org/.../0,3746,en_2649_34389_44607576_1_1_1_1,00.html, [consulta: 11 de enero de 2012].

¹⁰⁵ World Travel and Tourism Council, *Travel and Tourism* 2011, [en línea], Dirección URL: www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf, [consulta: 13 de enero de 2012].

Conclusiones.

El turismo para nuestro país, ha ido convirtiéndose en una de las prioridades nacionales y uno de los ejes rectores de la economía mexicana debido a la rentabilidad en términos monetarios que esta actividad genera, sin embargo, los desequilibrios sociales y ambientales provocados por el crecimiento turístico sin la planeación adecuada también se han hecho presentes. En estos términos cabe destacar algunas fortalezas y debilidades que ha venido mostrando la actividad turística en nuestro país.

1. Existe un amplio y diversificado patrimonio natural y cultural que permite impulsar nuevas modalidades de oferta turística.
2. No solamente el turismo internacional es de envergadura para nuestro país, también existe una importante demanda interna que ha estimulado el turismo propiciando que se incorporen programas regionales que toman en consideración factores sociales y ambientales de las regiones en específico como por ejemplo el recientemente inaugurado metrobus Centro Histórico-Aeropuerto T1, T2.
3. Se han incorporado nuevas tecnologías que permiten ampliar los canales de comercialización de nuestros destinos turísticos.
4. Asimismo los avances en telecomunicaciones permiten el acceso más amplio y directo para la promoción de los valores turísticos de México.
5. Por otra parte, se ha fortalecido la aparición de organismos no gubernamentales (ONG) en el turismo que aportan nuevos elementos para orientar el desarrollo turístico.
6. Dada la relevancia que tiene el turismo para todo el mundo, se han aperturado gran cantidad de escuelas técnicas y profesionales en la materia, que son una primera base para el fomento de nuevos esquemas de servicio y calidad en los servicios turísticos. Entre ellas podemos mencionar la Escuela Mexicana de Turismo, el Instituto de Estudios Superiores de Turismo o la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional.

7. También se han creado instituciones y organismos especializados que fomentan el turismo como la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR), la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM), la Confederación Nacional de Asociaciones de Agencias de Viajes de México (CONAAV), el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), o la propia Secretaría de Turismo (SECTUR) .
8. Debido a la planeación turística elaborada por los organismos especializados en la materia, existe una mejora en la articulación de las estrategias nacionales y locales.

Si bien esto nos demuestra que se han llevado a cabo acciones para la mejora tanto de la actividad turística como de los servicios que de éste se derivan, lo cierto es que los rezagos aún continúan por lo que hay que reconocerlos para poder actuar sobre ellos; entre estas debilidades citamos las siguientes:

1. Existe una marcada dependencia de un solo mercado internacional principalmente el de Estados Unidos sobre todo en los destinos de sol y playa.
2. La participación de la demanda interna está subordinada a las modalidades de operación del turismo internacional.
3. En nuestro país reina un desarrollo turístico limitado a destinos de sol y playa lo que restringe otras modalidades de viaje.
4. Los organismos encargados de la planeación turística han privilegiado el desarrollo de zonas turísticas en determinadas localidades olvidándose de impulsar gran parte del territorio mexicano.
5. Debido al avance de las comunicaciones, prevalece en el exterior una percepción de México como país barato e inseguro.
6. La promoción turística de nuestro país se ha concentrado en captar al turismo de masas (aquel que se realiza de forma masiva por todo tipo de personas sin importar su nivel socioeconómico) abandonando alternativas de turismo exclusivo, de mayor gasto y menores impactos ambientales.
7. Falta de mecanismos de financiamiento e incentivos nacionales adecuados que fomenten el desarrollo de nuevos destinos.

8. Con el avance de la tecnología, las comunicaciones y los transportes existe una mayor exigencia de calidad, seguridad y certidumbre por parte de los turistas en particular los de mayor gasto.

9. Deficiencias y carencias de infraestructura en gran parte del país.

Como podemos ver el panorama es amplio y complejo, existen fortalezas y amenazas que por una parte, nos impulsan a seguir trabajando en la materia, mientras que por otra, se nos presenta como un freno que impide el avance de una actividad lucrativa de importante relevancia nacional y mundial. Sin embargo, como se ha tratado de subrayar a lo largo de esta investigación, para nuestro país el turismo representa una palanca de desarrollo nacional por lo que ha puesto en marcha programas y estrategias que le permitan posicionarse entre los mejores destinos y proveedores de servicios turísticos a escala mundial, por tal motivo, debemos dejar en claro que los módulos de información de los cuales se ha venido enfatizando a lo largo de este trabajo son parte de esas tácticas de las cuales México se ha valido.

Ahora bien, ya dijimos en páginas anteriores que los módulos de información cumplen con su labor y han sido un claro ejemplo de que su importancia radica en el hecho de ser un vínculo eficaz entre el turista y el país receptor en este caso México, sin embargo, no son entes perfectos, las deficiencias a su interior son múltiples por lo que decimos tomar este espacio para hacerlas patentes.

La primera de ellas radica en contar con instalaciones poco decorosas para un servicio que tiene un alcance no únicamente nacional sino por el contrario internacional. Partiendo de la premisa de que las instalaciones del propio aeropuerto como tal, tienen serias deficiencias al verse rebasadas en los últimos años por la gran cantidad de turistas y operaciones que recibe al interior dicho inmueble, en lo referente a los módulos de información no tendría por qué ser diferente.

Falta inmobiliario, sillas de calidad, escritorios amplios, una renovación de las herramientas de trabajo, tanto de los teléfonos como de los radios de frecuencia que diario se usan. En ocasiones éstos últimos dejaban de funcionar o simplemente la recepción no era la más adecuada por lo que la información se

cortaba, se distorsionaba o en el peor de los casos no llegaba a tiempo lo que ocasionaba que no se pudiera atender al pasajero o al familiar del mismo como merecía y aunque en repetidas ocasiones trato de arreglarse las averías de los radios portátiles, lo cierto es que nunca logró darse una solución contundente.

Por otra parte, en cuanto al personal que labora en los módulos de información así como en el servicio de mini vehículos cabe destacar dos cosas. En primer lugar existen personas poco capacitadas para desempeñar una actividad que requiere tanto del conocimiento de una lengua extranjera como habilidades respecto al trato amable para con la gente que necesita ser atendida, por lo que frente a dichas carencias el servicio prestado de igual forma era ineficiente.

Si se trataba de pasajeros extranjeros que hablaban un idioma diferente al español, simplemente no se les atendía o se les hacía esperar a que llegara una persona capacitada que se pudiera comunicar con ellos para poder resolverles sus dudas. Asimismo, existen módulos en los que debido a su localización tienen una mayor afluencia de pasajeros que necesitan ser atendidos por lo que muchos de los compañeros eran un tanto agresivos, poco cordiales y hasta déspotas con ellos debido a que no se daban abasto a la hora de tratar con las personas. Respecto a esta situación y debido también a la carencia de personal en las instalaciones en ocasiones se empleaba a los trabajadores de mini vehículos como una forma de llenar esos faltantes, sin embargo, ellos al ser de otra área no contaban con las habilidades necesarias o simplemente no conocían los procedimientos que debían realizarse al interior de los módulos por lo que de igual manera se entorpecían las actividades en los mismos.

En este sentido, es necesario subrayar que si se carece de personal es en gran medida porque no se invierte en dicho rubro. Los trabajadores de planta son pocos en comparación con las necesidades existentes, por lo tanto, podemos decir que el grueso de la mano de obra ocupada para desempeñar dicho trabajo son estudiantes tanto de preparatoria como de licenciatura que se encuentran realizando servicio social o prácticas profesionales en las instalaciones del AICM; ahorrándose con ello tanto salarios como dinero invertido en el pago de capacitaciones.

Si a ello agregamos el hecho de que existen módulos mal ubicados como es el caso de la sala P o la sala K, en los cuales la afluencia de pasajeros es casi nula, encontramos que el personal que se ocupa para atender a éstos, estará prácticamente desperdiciándose, ya que se podían emplear como refuerzos en aquellos donde hay mayor cantidad de turistas que atender.

Otra falla que no puede quedar al margen es el hecho de que la Subgerencia de Orientación e Información a cargo del Sr. Edwin del Llano Eisenman en su calidad de jefe de ésta área, ha propiciado que los empleados se fusionen según sus lazos de amistad en dos bandos, los cuales se encuentran en continua disputa entorpeciendo las actividades al interior de los módulos debido a las rivalidades existentes.

Finalmente la debilidad más grande es la falta de priorización real del turismo ya que la Subgerencia de Orientación e Información no se ha dado cuenta de la relevancia que tienen los módulos de información como detonadores de una opinión pública favorable en el rubro de turismo para México. Como ya se ha dicho anteriormente el AICM es el primer contacto que tiene el turista con nuestro país, por lo que tanto lo bueno como lo malo que viva al interior de ese recinto coadyuvará a generar la opinión que tenga del país entero (no únicamente del recinto aeroportuario) en adelante.

Si a los módulos de información se les diera la importancia que merecen el servicio prestado en ellos distaría mucho de ser lo que actualmente es.

En este mismo orden de ideas, México es un destino turístico potencial de importante envergadura debido a los atractivos turísticos, los recursos naturales y la posición geográfica con la que cuenta, lo que le permite mantener una fácil conectividad con Estados Unidos Centro y Sudamérica; por lo tanto, el Aeropuerto Internacional Benito Juárez Ciudad de México se ha transformado en la principal puerta de entrada a territorio nacional para millones de turistas anualmente, cuyos intereses y necesidades son tan variados que ha sido necesario poner en marcha estrategias para satisfacer las demandas de un turismo internacional que va cada día en aumento y del cual depende nuestra economía nacional.

Si bien hemos estado hablando de que las ganancias económicas derivadas del sector turismo están íntimamente ligadas entre otras cosas al trato y la comodidad percibida por los usuarios a la hora de viajar, lo que provocará el decidir regresar o no a un destino determinado, lo cierto es que nuestro país al igual que muchos otros han dejado abandonado el rubro “servicios de calidad” olvidando que como en toda empresa “el cliente es primero.”

Nuestro país se encuentra posicionado entre los primeros cincuenta lugares del ranking de competitividad de viajes y turismo elaborado por el Foro Económico Mundial, lo que suena bastante alentador, sin embargo, y aunque los esfuerzos son evidentes, rubros como salud e higiene, infraestructura en transportes, sustentabilidad ambiental y seguridad en el país requieren especial atención para poder alcanzar la competitividad mundial que México es capaz de dar.

En cuestión de infraestructura por ejemplo, tan sólo en 2007 con la ampliación del AICM se pretendió cubrir una demanda de 32 millones de pasajeros anualmente, sin embargo, si bien, se ampliaron los edificios terminales y las posiciones de contacto, las pistas de aterrizaje siguieron siendo las mismas por lo que la vida útil de dicha construcción y la saturación de pasajeros sigue y seguirá siendo un problema latente al que hay que darle una pronta solución o de lo contrario llegaremos a un punto en el que congestiónamiento de las pistas de aterrizaje rebase su capacidad y por lo tanto los servicios aeroportuarios de nuestro país se vean gravemente afectados. Cabe recordar, que por si fuera poco todavía en la actualidad los debates en torno a la construcción de un nuevo aeropuerto que sirva de desahogo al ya de por sí saturado AICM sigue en puerta esperando la oportunidad para por fin darle solución a este problema que va en aumento.

Lo que se debe hacer para tal efecto es que el gobierno federal ponga especial atención a los sectores productivos en los que se tiene una ventaja comparativa con el resto del mundo, en este caso el turismo, e invertir más y mejor en infraestructura para el desarrollo; si lo que se pretende es posicionar a México entre los primeros destinos turísticos a nivel mundial, los desafíos a superar aún son muchos; comenzando por la modernización de la infraestructura obsoleta e

insuficiente con la que cuenta nuestro país, pasando por la inversión en capital humano (educación), para llegar a la erradicación de la pobreza, la superación de la falta de empleo y como meta final el bienestar en la calidad de vida de los mexicanos.

A lo largo de esta investigación hemos enfatizado en la importancia que tienen los módulos de información al interior del AICM para mantener informado al pasajero y de esta forma lograr que su estancia en el país sea más cómoda y placentera, que finalmente para ese fin fueron creadas dichas instalaciones, sin embargo, debe tenerse bien claro que éstos son solo un vehículo para lograr que los turistas se lleven una imagen positiva del país y decidan posteriormente regresar a territorio nacional, mas no son la causa o el motivo final por el cual los turistas deciden internarse en territorio nacional convirtiendo a México en un destino turístico potencial. Si bien son un servicio funcional para nuestro país, que debería estar presente en cualquier aeropuerto internacional para servir de guía al turista, lo cierto es que tampoco se pretende afirmar que ésta sea la panacea para alcanzar la visita desmesurada de turistas a un determinado destino.

Los módulos de información en México han cumplido con el papel para el cual fueron concebidos: crear una opinión pública favorable en beneficio del turismo nacional hipótesis central de este estudio de caso y lo cual pudimos constatar en el estudio *Grado y Perfil del visitante*, sin embargo, las deficiencias dentro de ellos son muchas como ya lo mencionamos anteriormente.

Por lo tanto, podemos decir, que si bien México como país cuenta con amplias oportunidades a su favor para lograr el desarrollo anhelado, lo cierto también es que los desafíos que enfrenta son grandes por lo que es necesario seguir trabajando en ellos y no bajar la guardia.

Asimismo, es necesario distinguir entre los módulos de información como tal y los módulos de información turística que son con los que cuentan la mayoría de los mejores aeropuertos internacionales del mundo según los estándares de calidad y cuyo fin fundamental es dar información acerca de las actividades que se pueden desarrollar en un determinado destino, o mejor dicho enlistan los atractivos turísticos con los que cuenta el país determinado, la oferta hotelera que

brinda así como los paquetes de diversión a los cuales pueden tener acceso; mientras que los módulos de información actúan como intermediarios entre un turista que muchas de las veces desconoce el país receptor, el idioma natal y los procedimientos que debe llevarse a cabo en las distintas dependencias como lo son Aduana y Migración por mencionar algunas dentro de un aeropuerto y que es justo la diferencia que ha marcado el AICM frente a otros aeropuertos del mundo entero por lo que es necesario potenciar esta ventaja en cuanto a prestación de servicios se habla para tomar la delantera en este rubro.

Si bien México económicamente hablando depende de tres sectores importantes como lo es el petróleo en primer lugar, al ser un productor innato, lo cierto es que nuestro país depende en gran medida de las importaciones de los hidrocarburos procesados, es decir vende crudo barato y lo compra ya transformado a un costo mucho más elevado lo que a la larga le ocasionará serios conflictos económicos; de igual forma como segundo rubro importante, México se apoya en las remesas las cuales dependen directamente de la economía de Estados Unidos así que la tercer fuente de ingresos potencial para el país recae directamente en el turismo el cual tiene una serie de ventajas competitivas con respecto a los dos rubros anteriores, en primer lugar tiene un bajo impacto ecológico pero sobre todo la infraestructura que se requiere para desarrollar dicho sector también beneficia a la población local, lo que es de suma importancia para el bienestar de la sociedad; debido a ello, todas las acciones que se planeen realizar en pro del turismo tienen que ser medidas tomadas en consenso y llevarse a cabo de manera integral.

Necesitamos hacer hincapié en que falta una verdadera coordinación entre los diferentes órganos de gobierno así como la iniciativa privada y una estrategia eficaz en medios de comunicación para mejorar la imagen del país como un destino competitivo a través del fomento de la iniciativa pública y privada así como la diversificación y enriquecimiento de la oferta turística con destinos, productos y servicios de mayor calidad.

Ofrecer un servicio de calidad asimismo, significa promover la cultura turística que desarrolle una conciencia nacional sobre la importancia de este sector.

En segundo lugar dicha investigación nos deja un foco rojo en cuanto a capital humano se refiere, por una parte, es muy importante entender que la única y verdadera riqueza de las naciones son los individuos por ellos y gracias ellos existen todas las relaciones que le dan vida al mundo en el que vivimos, por lo tanto, detrás de todo servicio que se proporcione siempre estará presente la mano del hombre y éste estará íntimamente ligado a la capacidad o calificación que tenga dicho individuo; de ahí nace la necesidad como primer término de que el gobierno federal invierta de igual forma en educación para su población lo que le dará como resultado una sociedad productiva que en un futuro le reeditará lo invertido en ella y en segundo lugar nos pone de relieve el hecho de que las empresas, en un mundo tan competitivo en donde el trabajo es escaso, deben hacer un reclutamiento minucioso para así tener en sus instalaciones de trabajo a las personas más capacitadas para desempeñar las actividades necesarias para el desarrollo de la empresa, independientemente de la dificultad que ésta represente.

Asimismo, se hace patente que dentro del recurso humano sigue existiendo la discriminación laboral a la cual se enfrentan tanto mujeres como personas con alguna discapacidad, lo cual se traduce en un tema no concluido y un desafío que tenemos que enfrentar, uniendo esfuerzos para superarlo, de lo contrario estaremos condenados al atraso y el rezago económico.

La discriminación laboral es un tema de relevancia mundial que engloba muchos factores sobre todo socioculturales y que es necesario erradicar en beneficio de la sociedad; un individuo que se inserta a la vida profesional a pesar de sus discapacidades será un individuo productivo que trabajará con mucho más ahínco que cualquier otro individuo por el temor a perder su empleo debido a su situación de desventaja. Por lo tanto, educar a nuestra sociedad para que no discrimine así como crear los espacios necesarios para que este segmento de la

población pueda convivir sin ningún problema con el resto de los individuos es una tarea en la que aún falta mucho por trabajar.

Finalmente como tercer punto relevante cabe mencionar que lo que pareciera un caso nacional aislado es completamente un modelo a seguir para muchas otras naciones con características similares a las de nuestro país.

Invertir en infraestructura, en capital humano e incentivar el turismo como una actividad humana de esparcimiento es una obligación que tienen todas las naciones para alcanzar un nivel de vida alto, fin último que se busca alcanzar en cualquier parte del mundo.

Dotar al país con comunicaciones y transportes que hagan posible la integración de todos los mexicanos entre sí con el resto del mundo, aprovechando los avances tecnológicos que generen un valor agregado para las diversas actividades económicas y sociales del país de manera equilibrada, sostenida y en armonía con las particularidades culturales y del medio ambiente debe de ser el objetivo central. Necesitamos entonces, promover el cambio en el país mediante la promoción y generación de más y mejores servicios e infraestructura de comunicaciones y transportes que sean accesibles a todos los mexicanos y coadyuven al mejoramiento de la calidad de vida así como a la construcción de una sociedad más justa e igualitaria.

Por lo tanto, es necesario destacar el hecho de que los servicios de calidad deben estar presentes no únicamente en los aeropuertos, sino por el contrario en cualquier ámbito de la sociedad para que las ganancias esperadas sean las más jugosas en cuanto a beneficios se refiere. La satisfacción del empresario, del cliente, del inversionista, es un rubro que se debe buscar alcanzar siempre con el único fin de mejorar el bienestar y la calidad de todos los individuos en el orbe.

Es así que llegamos a concluir que esta investigación basada en una experiencia laboral que comenzó con la pregunta ¿para qué sirven los módulos de información y cuál es su vinculación con las Relaciones Internacionales? Nos ha dado la oportunidad de vislumbrar que a diario, sin darnos cuenta, estamos ejerciendo actividades que de una u otra forma tendrán incidencia en el exterior, que las acciones que hagamos en lo local tienen un eco global, que las pocas

aportaciones para la mejora de la sociedad en el plano micro tarde o temprano pueden tener resonancia en lo macro y que nosotros como científicos sociales tenemos el cambio en nuestras manos.

Fuentes de información

Bibliografía.

Barquero Cabrero José Daniel, Barquero Cabrero Mario, *Manual de Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad*, Barcelona, España, Gestión 2000, 2005, 4ª Edición, 662 pp.

Cipoletta Tomassian Georgina, Pérez Salas Gabriel, J. Sánchez Ricardo, *Políticas integradas de infraestructura, transporte y logística: experiencias internacionales y propuestas iniciales*, Santiago de Chile, CEPAL, “División de Recursos Naturales e Infraestructura”, Mayo 2010, 64 pp.

Consejo Nacional para prevenir la Discriminación (CONAPRED), *Encuesta Nacional sobre Discriminación en México/Enadis 2010*, Resultados Generales, México, junio 2011, 114 pp.

Dessler Gary, *Administración del personal*, México, Pearson Prentice-Hall, 2001, 8ª Edición, 736 pp.

García Canclini N, Piedras Fera Ernesto, *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, Siglo XXI Flacso, 2008, 2ª Edición, 128 pp.

García del Junco Julio, Cristóbal Casanova Rocha, *Prácticas de la gestión empresarial*, Madrid, España, Mc Graw Hill, 2003, 352 pp.

González Rubiera Sergio Eduardo, *Turismo: beneficio para todos*, México, Siglo XXI editores, 2002, 89 pp.

Kotler Philip, Lane Keller Kevin, *Dirección de Mercadotecnia*, México, Pearson Prentice Hall, 2006, 729 pp.

M. Cutlip Scott, H. Center Allen, M. Broom Glen, *Manual de Relaciones Públicas Eficaces*, Barcelona, España, Prentice Hall, 2006, 2ª Edición, 728 pp.

Palafox Muñoz Alejandro, *Turismo: teoría y praxis*, México, Plaza y Váldes Editores, 2005, 1ª Edición, 338 pp.

Perroti Daniel E., J. Sánchez Ricardo, *La brecha de infraestructura en América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile, CEPAL, "División Recursos Naturales e Infraestructura", Julio de 2011, 85 pp.

Secretaría de Turismo, *Comportamiento, avances y perspectivas del turismo en México: a cuatro años del cambio democrático*, México, FCE, 2006, 1ª edición, 199 pp.

Soria Murillo Víctor Manuel, *Relaciones Humanas*, México, Limusa, 2004, 2ª edición, 42 pp.

World Tourism Organization, *International Conference of tourism professions, Human Resources in tourism: towards a new paradigm*, Madrid, España, 1998, 227 pp.

Documentos electrónicos.

Academia de Historia Aeronáutica de México, *Antecedentes Históricos del nacimiento de la Aviación en México*, [en línea], p.18, Dirección URL: <http://www.colegiodepilotos.org.mx/cabina/bolet27/16-19.pdf>

Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, *Módulos de Información en Terminal 1*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/informacionalpasajero/Informacion/>

Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, *Módulos de Información en Terminal 2*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/informacionalpasajero/Informacion/index.php?Publicacion=338>

AICM, *Breve Historia del Aeropuerto Internacional Benito Juárez*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/GACM/index.php?Publicacion=5>

Aeropuertos y Servicios Auxiliares, *Obras del Aeropuerto de la Ciudad de México*, [en línea], Dirección URL: <http://www.asa.gob.mx/obrasaicm/es/opertiva.htm>

Aeropuertos y Servicios Auxiliares, *Libro Blanco Programa de Atención a la Demanda de Servicios Aeroportuarios en el Centro del País*, [en línea], Dirección URL: <http://www.asa.gob.mx/ServletRepositorio?id=95>

Airports Council International, *The voice of the world's airports*, [en línea], Dirección URL: http://www.airports.org/cda/aci_common/display/main/aci_content07_banners.jsp?zn=aci&cp=1_725_2

ALTA, *Latin American and Caribbean air transport*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aital.org/>

Banco Mundial, *Reseña sobre la infraestructura*, [en línea], Dirección URL: <http://www.bancomundial.org/temas/resenas/infraestructura.htm>

BANOBRAS, *Acerca del Fonadin*, [en línea], Dirección URL: <http://www.banobras.gob.mx/productosyservicios/productos/paginas/fonadin.aspx>

Cámara de comercio servicios y Turismo Ciudad de México, *Las cifras del Turismo*, [en línea], Dirección URL: <http://www.camaradecomerciodemexico.com.mx/camara/content/blogcategory/176/268/>

Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), *Discapacidad, tercer sector e inclusión social*, p. 45, [en línea], Dirección URL: http://www.socialia.org/StaticFiles/WINS003/FICHA_BIBLIOGRAFICA/STATIC_FILES/Dis-capacidad_tercer_Sector.pdf

CONEVAL, *Medición de la pobreza*, [en línea], Dirección URL: <http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/pages/medicion/index.es.do>

De Castro Ruano José Luis, *Medios de comunicación y Relaciones Internacionales*, p. 181, [en línea], Dirección URL: <http://www.mexicodiplomatico.org/lecturas/Medios%20Comunicacion%20y%20las%20RI.pdf>

Diario Oficial de la Nación, [en línea], Dirección URL: [http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SCT/Acuerdos/2006/24112006\(1\).pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SCT/Acuerdos/2006/24112006(1).pdf)

Elizalde Triunfo y Vargas Rosa Elvira, "Decreta Fox que el AICM se llame Benito Juárez", [en línea], México, *La jornada*, jueves 05 de octubre de 2006, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2006/10/05/index.php?section=politica&article=024n1pol>

Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México, *Breve Historia del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México*, [en línea], p. 5, Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/Archivos/BREVEHISTORIA2011.pdf>

Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México, *Código de conducta de las empresas que conforman el Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México*, [en línea], pp. 7-9, Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/Archivos/codigodeconducta.pdf>

Grupo Eulen, [en línea], Dirección URL: <http://www.eulen.com/>

Guillén Gestoso Carlos, Contreras Chamorro Rafael, *Discapitados y empresas: un análisis de la productividad*, Fundación Mapfre, [en línea], Dirección URL: <http://www.mapfre.com/ccm/content/documentos/fundacion/accion-social/Discapitados-y-empresa.pdf>

Hernández Enrique, "Invertirán 3 mil 360 mdp en infraestructura turística en México", [en línea], México, *Milenio*, 12 de abril de 2011, Dirección URL: <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/434f5cc48739b1e6f2b64e6cf25b333e>

Hernández Trillo Fausto, *10 puntos para entender el gasto en infraestructura en México*, [en línea], México evalúa, Dirección URL: http://www.mexicoevalua.org/descargables/f5b5d9_MEX_EVA-INFRAESTRUCTURA.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), *Discapacidad en México*, [en línea], Dirección URL: <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/discapacidad.aspx?tema=P>

León Zaragoza Gabriel, "En febrero, inauguración formal de la Terminal 2 del AICM", [en línea], México, *La jornada*, miércoles 26 de diciembre de 2006, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2007/12/26/index.php?section=sociedad&article=038n1soc>

López Jorge Arturo, "Paro de Mexicana pega al turismo en 420 mdd", [en línea], México, *El universal.mx*, 01 de septiembre de 2010, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/81715.html>

Hernández Martín y López Jorge, "Una Historia con mucha turbulencia", [en línea], México, *El universal.mx*, sábado 28 de agosto de 2010, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/81631.html>

México Press Room, *Turismo en México*, [en línea], Dirección URL: http://es.visitmexicopress.com/en/presseues/pres_turismo_en_mexico

Milenio, *Turismo mundial llegará a mil millones en 2012: OMT*, [en línea], Dirección URL: <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/bf99b464121f7aa6f065630be8742da9>,

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), *Tourism trends and policies* 2010, [en línea], Dirección URL: www.oecd.org/.../0,3746,en_2649_34389_44607576_1_1_1_1,00.html

Organización Mundial del Turismo OMT, *El turismo internacional alcanzará la cifra de los mil millones en 2012*, [en línea], Dirección URL: <http://media.unwto.org/es/press-release/2012-01-16/el-turismo-internacional-alcanzara-la-cifra-de-los-mil-millones-en-2012>,

Organización Mundial del Turismo, *¿Por qué el Turismo?*, [en línea], Dirección URL: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

Pérez Stadelmann Cristina, "Un aeropuerto incluyente", *El Universal*, sección "sociedad", México, viernes 31 de noviembre, 2008, [en línea], Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/1288.html>

Plan de Desarrollo Nacional, *Turismo*, [en línea], Dirección URL: <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/economia-competitiva-y-generadora-de-empleos/turismo.html>

Portal de Obligaciones de Transparencia, *Estructura Orgánica Operativa*, [en línea], dirección URL: <http://portaltransparencia.gob.mx/pot/estructura/showOrganigrama.do?method=showOrganigrama&idDependencia=09451>

Presidencia del Gobierno Nacional, *Plan Nacional de Desarrollo*, “Economía competitiva y generadora de empleos”, [en línea], Dirección URL: http://pnd.presidencia.gob.mx/pdf/Eje2_Economia_Competitiva_y_Generadora_de_Empleos/2_8_Turismo.pdf

Programa Nacional de Infraestructura, *Mensaje del Presidente*, [en línea], Dirección URL: <http://www.infraestructura.gob.mx/>

Quinto Informe de gobierno, *Infraestructura para el desarrollo*, [en línea], Dirección URL: http://quinto.informe.gob.mx/archivos/informe_de_gobierno/pdf/2_11.pdf, [consulta: 21 de marzo del 2012].

Ramos Jorge, “En 2010 el país fue el más visitado de América Latina”, [en línea], México, *El universal*, sábado 26 de marzo de 2011, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/184371.html>, [consulta: 26 de marzo del 2011].

Reyna Quiroz Julio, “Aerolíneas de EU, ganonas en la quiebra de Mexicana”, [en línea], México, La jornada, 30 de mayo de 2011, Dirección URL: <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/aerolineas-de-eu-ganonas-en-la-quiebra-de-mexicana>

Román José Antonio, “Incumple el AICM sus programas prioritarios sobre infraestructura”, [en línea], Sociedad y Justicia, *La Jornada*, sábado 06 de agosto de 2011, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2011/08/06/sociedad/036n1soc>, [consulta: 06 agosto del 2011].

S/a, "Cada vez llegan más turistas a México pese a la inseguridad", [en línea], México, *CNN México*, martes 19 de julio de 2011, Dirección URL: <http://mexico.cnn.com/nacional/2011/07/19/cada-vez-llegan-mas-turistas-a-mexico-pese-a-la-inseguridad>

S/a, "México busca entrar a 'top' 5 de turismo", [en línea], *CNN Expansión*, Lunes 28 de febrero de 2011, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2011/02/28/turismo-mexico-ingreso-viajes-turistas>

S/a, "SECTUR presenta las Rutas Gastronómicas de México", [en línea], Sociedad, *El Universal*, martes 28 de febrero de 2012, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/833087.html>, [consulta 28 de febrero 2012].

Secretaría de Comunicaciones y Transportes, *Anuario Estadístico 2009-2010*, [en línea], p. 93, Dirección URL: <http://www.sct.gob.mx/uploads/media/ANUARIO2009-final.pdf>

Secretaría de Comunicaciones y Transportes, *Concesión otorgada a favor del Aeropuerto de la Ciudad de México S.A. de C.V.*, [en línea], Dirección URL: <http://www.aicm.com.mx/acercadelaicm/archivos/files/MarcoNormativo/concesion%20AICM.pdf>

Secretaría de Comunicaciones y Transportes, *Diario Oficial*, [en línea], Dirección URL: <http://www.asa.gob.mx/ServletRepositorio?id=49>

Secretaría de Comunicaciones y Transportes, *Infraestructura Aeroportuaria*, [en línea], p. 163, Dirección URL: <http://www.sct.gob.mx/uploads/media/mem-2003-07-aeropuertos.pdf>

Secretaría de la Defensa Nacional SEDENA, *Evolución*, [en línea], Dirección URL: <http://www.sedena.gob.mx/index.php/conoce-la-sedena/antecedentes-historicos/fuerza-aerea-mexicana/evolucion>

Secretaría de Turismo, *Acuerdo por el que se declara, 2011 Año del Turismo en México*, [en línea], México, 26 de enero de 2011, Dirección URL: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/1229/1/images/decreto2011.pdf>

Secretaría de Turismo, *Destina Gobierno Federal más de 82 mil millones de pesos en infraestructura vinculada al turismo*, [en línea], Dirección URL: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/237 Destina Gobierno Federal mas de 82 mil millones de pesos en infraestructura vinculada al turismo](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/237_Destina_Gobierno_Federal_mas_de_82_mil_millones_de_pesos_en_infraestructura_vinculada_al_turismo)

Secretaría de Turismo, *Hechos y Tendencias del Turismo*, [en línea], Dirección URL: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin de Hechos y Tendencias](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_de_Hechos_y_Tendencias),

Secretaría de Turismo (SECTUR) centro de estudios superiores en turismo (CESTUR), *Perfil y grado de satisfacción del turista; Reporte global*, marzo 2011 [en línea], Dirección URL: http://tajin.sectur.gob.mx:8080/MICROSITIO%20ACTUAL/Anexos/PERFIL_2009-2010.pdf

Secretaría de Turismo (SECTUR), *Perfil y grado de satisfacción del turista internacional*, [en línea], Dirección URL: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect Perfil y Grado de Satisfaccion del Turista In](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Perfil_y_Grado_de_Satisfaccion_del_Turista_In)

Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), *Ranking Mundial OMT*, [en línea], Dirección URL: www.siimt.com/wb/siimt/ranking_mundial_omt

Skytrax, *The world's largest airline review site*, [en línea], Dirección URL: <http://www.airlinequality.com/>

Top 50 de los mejores aeropuerto del mundo, [en línea], Dirección URL: www.aicm.com.mx/acercadelaicm/archivos/files/TOP50/TOP50Mundo.pdf

Ugarte Jesús, "Juez: Mexicana 'vuela' contra reloj", [en línea], *CNN Expansión*, miércoles 05 de octubre de 2011, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2011/10/04/mexicana-vuela-contra-el-reloj-juez>

World Economic Forum, *Travel and Tourism Competitiveness Report 2011*, [en línea], Dirección URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf

World Tourism Council, *The Travel & authority on world travel & Tourism*, [en línea],
Dirección URL: <http://www.wttc.org/>

World Tourism Organization, *2011 International Tourism Results and Prospects for 2012*,
[en línea], Dirección URL: http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_hq_fitur12_jk_1pp_0.pdf

World Travel and Tourism Council, *Travel and Tourism 2011*, [en línea], Dirección URL:
www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf