

CAPÍTULO II

Marco Teórico

2.1 Historia de la transportación aérea

Los hermanos Orville y Wilbur Wright fueron los pioneros de la aviación ya que realizaron su primer vuelo en 1903 en un aparato más pesado que el aire en Carolina del Norte; pero no fue hasta la Primera Guerra Mundial, cuando el transporte aéreo logró un lugar destacado en otros países, induciendo los inicios de una nueva vía de comunicación (Simons, 2003).

Al ocurrir la reorganización de las líneas aéreas en operación, se amplió la red de vuelos regulares de itinerarios fijos y se inició la carrera competitiva por el mejoramiento en los servicios que ofrecían, tales como sobrecargos capacitados para atender eficazmente a los pasajeros durante los vuelos (Simons,2003).

Apoyándose en la evolución técnica y en la carrera de modernización y progreso, el avión ha logrado imponerse y ganar la batalla de forma brillante, sobre todo en cuanto a viajes internacionales. Es por eso que cada día se modernizan muchos servicios tales como sistemas de reservaciones, manejo de equipaje, documentación; así como los sistemas de seguridad para la navegación aérea. Asimismo se contruyen nuevos y mejores aeropuertos, se amplían y se crean nuevas rutas, con el fin de que mejoren en los servicios que ofrecen las aerolíneas. En México el avión ha sido un medio de transporte que más ayuda ha brindado para lograr una rápida comunicación (Simons, 2003).

En el año de 1911 se produjo el primer vuelo comercial en el cual se llevó una caja de lámparas eléctricas desde Shoreham a Hove en Inglaterra. Después de unos meses, se aprobó oficialmente por el gobierno de Estados Unidos el transporte aéreo de correo, que se realizó el 23 de septiembre de 1911. Éste consistió en un vuelo que duró tan sólo cinco minutos y que recorrió ocho kilómetros entre el boulevard Nassau y Mineola, en Long Island, Nueva York y que fue piloteado por Earle Ovington. Con esto se establecieron aeropuertos por todas partes del mundo, para que los aviones pudieran llegar a destinos diferentes (Gil, 2006).

La aviación comercial es una actividad que se crea a partir de que las compañías aéreas necesitaban transportar a personas o mercancías (Gil, 2006).

La compañía Boeing que era una pequeña empresa contratista militar fue unas de las mejores compañías comerciales del mundo, ya que por su tecnología avanzada, como el uso del motor a reacción, el radar y avances en el campo de la aerodinámica los cuales se utilizaban en aviones de guerra, se incorporaron entonces a la aviación comercial (Gil, 2003).

Si bien la aviación comercial comenzó al finalizar la Primera Guerra Mundial en 1919, su importancia en el movimiento turístico vino tras la Segunda Guerra Mundial gracias al enorme avance tecnológico logrado durante la misma, siendo el transporte aéreo un medio de desplazamiento más rápido y moderno (Simons, 2003).

Después de la Segunda Guerra Mundial se extiende el uso de aviones con motores de turbohélice, los cuales se siguen usando en estos días para rutas muy cortas.

El motor a reacción transformó el transporte aéreo, ya que los aviones eran capaces de volar a elevadas velocidades reduciendo los tiempos de vuelos. En 1952 una de las primeras compañías de vuelos comerciales en colocar estos motores fue British Overseas Aircraft (BOAC), que voló e hizo paradas en Roma y Beirut alcanzando una velocidad de setecientos setenta y dos kilómetros por hora. El gran desarrollo de la aviación a nivel mundial forzó a los países a crear regulaciones y leyes para permitir el tráfico aéreo y establecer convenios internacionales que garantizaran la regularidad de los vuelos. De este modo en diciembre de 1944 se firmó La Convención de Chicago formándose la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) (Gil, 2006).

El transporte aéreo ha logrado transformar los sistemas y costumbres de viajar. Antes los viajes se efectuaban en ferrocarril, autobús o barco; sin embargo, ésto significaba travesías de varias horas, días e inclusive semanas, sobre todo en viajes entre Europa y América, lo cual reducía considerablemente el tiempo de estancia en los destinos de los pasajeros. Poca gente pensaba en viajar por el tiempo en que se perdía en estas travesías, lo que generaba como resultado un porcentaje muy bajo en el potencial turístico de todos los países (Simons, 2003).

2.2 Historia de la transportación aérea en México

En 1924 se inició el desarrollo de la transportación aérea en México con la Compañía Mexicana de Aviación para cubrir una ruta de México a Tampico. Los primeros servicios que realizaron fueron para transportar a los obreros petroleros a diversos campos de la huasteca veracruzana. Tiempo después se ampliaron rutas de México a Tuxpan y de Tampico a Matamoros para el transporte de funcionarios petroleros. El resultado de esto fue la construcción de aeropuertos: en 1927 se concluyeron los aeropuertos de Pachuca, Guadalajara y Torreón y en 1929 quedó terminado el aeropuerto de la ciudad de México (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2008).

En este último año Pan American Airways (PANAM) obtuvo acciones de Compañía Mexicana de Aviación (CMA) y se reforzó con la expansión de rutas, inaugurando una nueva línea de Tejería, Veracruz a Tapachula, Chiapas. En los años 30's las aerolíneas pioneras comenzaron a facilitar un servicio a las comunidades, ya que era el único medio de transporte (SCT, 2008).

Con este nuevo aporte empezaron a construir aeropuertos por la Compañía Mexicana de Aviación. En 1946, se iniciaron las acciones para aumentar nombres a las listas de las aerolíneas internacionales: Aeronaves de México. A su vez, ésta aerolínea adquirió Transportes Aéreos del Pacífico (TAP), para dar comienzo al servicio de México a Acapulco (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2008).

Otras de las aerolíneas que surgieron, por entonces, fue Servicios Aéreos Panini que empezó a operar con una concesión de México a Morelia, realizando un circuito en el Valle del Río Balsas, esto orilló a que Panini operara un servicio aéreo de transbordo por el río de Ciudad de Altamirano a Coyuca de Catalán, en Guerrero. El tiempo de vuelo fue de 2 minutos, la distancia de un kilómetro y el costo de ocho pesos; evidentemente era la ruta aérea más corta del mundo (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2008).

A partir de 1935 Aeronaves de México obtuvo la concesión para realizar la ruta de México a Oaxaca, más adelante en 1943 Líneas Aéreas Mineras (LAMSA) fue adquirida por United Air Lines que más tarde cambió su nombre a Líneas Aéreas Mexicanas, S.A. (SCT, 2008).

A continuación se concretaron diversos proyectos y obras, en los cuales se aumentó el kilometraje de carreteras pavimentadas y se duplicó la producción eléctrica. Nuevas carreteras influyeron en la desaparición de pequeñas aerolíneas, pero el objetivo final estaba puesto en establecer una industria de aerolíneas mexicanas (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2008).

La rivalidad entre Compañía Mexicana de Aviación (CMA) y Aeronaves de México se había reforzado de manera notable, ya que la primera demostró superioridad adquiriendo equipo más moderno. Dicha compañía compró Líneas Transcontinentales de Aerotransportes S.A. (ATSA), que más adelante se convertiría en la tercera compañía más importante de México (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2008).

En 1962 el gobierno mexicano tomó el control de Aeronaves de México y Nacional Financiera compró las acciones de la firma Guest, la cual daba servicio de tres vuelos semanales y de once viajes en el Caribe, el Atlántico y Centroamérica a la ciudad de Miami (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2008).

En 1971 apareció la línea denominada Aeroméxico. Fue el resultado de la fusión de tres compañías: Aeronaves de México, Aerolíneas Mexicanas y Guest. Con el fin de convertirse en una entidad corporativa, Aeroméxico crecía en rutas más largas y durante los siguientes años, le fue otorgada la ruta a Acapulco y a Tijuana (SCT, 2008).

La intensificación del servicio a Los Ángeles era importante en términos económicos. A finales de 1974 desde México se realizaban a esta ciudad 60 vuelos semanarios, de los cuales 28 eran directos y otros vía Guadalajara, Puerto Vallarta y Mazatlán; cada uno de estos sitios estaba considerado como destino significativo en su categoría. En este mismo año de 1974 Aeroméxico conquistó los destinos internacionales, cuando el primer avión despegó rumbo a Madrid y después se inició otra ruta de Acapulco a México y Nueva York. En 1978, Mexicana llegó a ser la primera línea Latinoamericana en transportar

cinco millones de pasajeros al año (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2008).

2.3 Aeropuertos en México

En 1943 El Diario Oficial de la Federación notificó el decreto que declaraba internacional al Puerto Aéreo Central de la Ciudad de México, para efectos de entrada y salida de aviones y pasajeros. Con posterioridad se inició la construcción de la pista 05D-23I e instalaciones como edificio Terminal, torre de control, plataformas y oficinas para autoridades. El nuevo aeropuerto remodelado se inauguró el 19 de noviembre de 1952 (Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, 2008).

Por acuerdo del entonces Secretario de Comunicaciones y Transportes, Walter C. Buchanan, el Aeropuerto Central cambió su nombre por el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), pero después el 24 de noviembre de 2006 el Diario de la Federación publicó el decreto mediante el cual se nombra Benito Juárez al Aeropuerto Internacional de México.

Por el crecimiento de la demanda, tanto de las operaciones comerciales como el número de pasajeros, el trece de enero de 1994 se declaró en el Diario Oficial de la Federación un acuerdo presidencial que prohibía las operaciones de aviación en el AICM, mismas que fueron trasladadas al Aeropuerto Internacional de Toluca para descongestionar el aeropuerto capitalino (AICM, 2008).

En 2001 se inició la construcción del Módulo XI para dar mejor servicio a los pasajeros, el cual proporcionó a la Terminal ocho nuevas posiciones de contacto con capacidad para recibir un número de aviones regulares. El Gobierno Federal comunicó la ampliación y modernización de esta Terminal el treinta de mayo de 2003 ante la creciente demanda y para hacer del AICM uno de los mejores Aeropuertos del mundo en calidad, servicios, funcionalidad operativa y seguridad y para aumentar su capacidad de 20 a 32 millones de pasajeros anualmente (Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, 2008).

El AICM permitirá incrementar su capacidad de atención a treinta y dos millones de pasajeros anualmente, el cual consta con veintitrés posiciones de contacto y siete remotas, estacionamiento para más de tres mil vehículos, un

tren para la transportación entre la Terminal 1 y la nueva Terminal 2, además tendrá capacidad para recibir al Airbus 380.

Para poder organizar y regular todo lo referente al transporte aéreo se crearon organismos que protegen la seguridad y gestión del espacio aéreo como la Organización Internacional de Aviación Civil (OACI) y la Internacional Air Transport Association (IATA) (AICM, 2008).

2.4 Aeropuerto Internacional Hermanos Serdán

La Operadora Estatal de Aeropuertos se creó en el 2001, a la cual le fue otorgada la concesión del Aeropuerto Internacional de Puebla. Este Aeropuerto está localizado en el centro del país, con una importante conectividad terrestre gracias a la red carretera que converge en el Estado. Cuenta con una pista hecha de asfalto con ranuras, la cual contiene luces de borde de alta intensidad, luces de umbral y está señalada con instrumentos de precisión (Aeropuerto Internacional de Puebla, 2008).

Tiene un ancho de pista de 45 metros, también posee 8 mostradores de documentación. Dispone de un servicio de rentas de autos y taxis seguros. (Aeropuerto Internacional de Puebla, 2008).

El Aeropuerto Internacional de Puebla es parte del Sistema Metropolitano de Aeropuertos y lo hicieron para ayudar a descongestionar el Aeropuerto Internacional de la ciudad de México. En estos años también ha demostrado un crecimiento en sus volúmenes de pasajeros, cargas y operaciones; y pronto se inaugurará el Centro Logístico Aeroportuario, que brindará facilidades para el manejo y procesamiento comercial de carga (AIP, 2008).

De acuerdo al Consejo del Aeropuerto Internacional de Puebla ha alcanzado niveles históricos en sus indicadores operativos y ha logrado que se inicien obras y proyectos para aumentar la capacidad del aeropuerto tanto de las plataformas como del Edificio Terminal de Pasajeros. En el año 2007 se transportaron cuatrocientos cuarenta y cinco mil pasajeros, lo cual indica el desarrollo alcanzado (AIP, 2008).

2.5 Aerolíneas en Puebla : comunes y de bajo costo

En el Aeropuerto Internacional de Puebla existen en este momento (diciembre 2008) tres aerolíneas que facilitan a los pasajeros transportarse a diferentes destinos. Estas aerolíneas son: Aeroméxico, Volaris y Continental.

Existen dos tipos de aerolíneas: las de bajo costo y las comunes. Las de bajo costo son una opción para viajeros que cuentan con presupuestos reducidos y desean un traslado rápido a distancias cortas. Algunas veces por el bajo costo disminuye la comodidad por las características del avión, los horarios y no existen servicio de alimentos y bebidas. En estos aviones no existen clase premier o ejecutiva, sólo clase turista. En este año de 2008 se otorgaron tres concesiones más para aerolíneas de bajo costo, las cuales sumarán una inversión de doscientos millones de dólares (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2008).

Respecto a las aerolíneas comunes, estas ofrecen un servicio de alimentos y bebidas durante la travesía, las rutas de los vuelos son más largas, y su precio es mayor al de las aerolíneas de bajo costo. En el caso del Aeropuerto poblano Aeroméxico y Continental son dos exponentes de aerolíneas comunes.

2.5.1 Aeroméxico

En 1934 Antonio Díaz Lombardo crea Aeronaves de México. Uno de los primeros aviones fue un Stinson SR, tripulado por el piloto Julio Zinser, el cual representó el vuelo inaugural en la ruta México a Acapulco. La Segunda Guerra Mundial obligó a don Antonio a buscar un socio, y fue cuando en 1941 Aeronaves de México vendió a Pan American el 25% de sus acciones.

Más tarde en 1957, se adquirieron permisos para volar las rutas de México a Nueva York y de Acapulco a Los Angeles. Después, el gobierno federal se adueñó por decreto de todas las acciones y bienes de Aeronaves de México. (Aeroméxico, 2008).

Aeronaves de México contaba con dos mil novecientos ochenta empleados y ofrecía servicio a treinta y dos ciudades de la República, así como vuelos a Estados Unidos, Europa y Canadá (Aeromexico,2008).

La crisis económica de 1982 elevó la deuda en dólares del sector aeronáutico por lo cual dificultó las operaciones y los pasajeros internacionales disminuyeron veintisiete por ciento y siete por ciento los nacionales (Aeroméxico, 2008).

En 1988 nació Aerovías de México, S.A.de C.V., conservando el nombre comercial de Aeroméxico. La aerolínea tuvo problemas al principios para contratar personal pero pudo iniciar sus operaciones con alrededor de tres mil empleados y con veinticinco aviones, siendo unas de sus prioridades el lograr estándares de puntualidad, cuidado en el manejo de servicio y equipaje y confiabilidad para conquistar la preferencia del público. (Aeroméxico, 2008).

En 1988 esta aerolínea se redefinió una estrategia comercial en función de sus tres segmentos de mercado: negocios, playa y fronteras.

En junio del 2000, Aeroméxico, Air France y Korean Air fundaron una nueva alianza aérea global llamada Sky Team, la cual permite a sus socios competir a nivel mundial y sumar beneficios para satisfacer a sus clientes. Aeroméxico opera en Puebla y vuela a Monterrey desde el 2006. Es una aerolínea común ya que va enfocado a todo tipo de mercado basándose en el turismo de negocios (Aeroméxico, 2008).

Esta empresa tiene bien definida su misión, visión y valores. Su misión consiste en ser una empresa rentable, eficiente y de excelencia en los servicios de transporte aéreo que satisfaga plenamente las expectativas de sus clientes con seguridad, hospitalidad y que genere valor para sus accionistas y colaboradores. En cuanto su visión se propone ser el líder de la industria aérea nacional que por su compromiso, calidad y participación de su personal y proveedores proporcione un servicio de excelencia promoviendo la presencia de México en el mundo. Algunos de los valores que promueven la empresa son: integridad, compromiso, confianza y orgullo (Aeroméxico, 2008).

2.5.2 Volaris

Volaris se creó en el 2003 y forma parte del Grupo Carso (al que pertenece Televisa e Inbursa). Este poderoso grupo está asociado a un grupo americano llamado TACA. Con la ayuda dicho grupo ha desarrollado proyectos de mantenimiento y operaciones en los aviones, en cambio con el Grupo Inbursa se trabaja en temas financieros y telecomunicaciones. El Grupo Televisa ha ayudado a posicionar la marca (Volaris, 2008).

El primer vuelo fue el trece de marzo de 2006 de Toluca hacia Tijuana. Su visión es trascender al crear y vivir las mejores experiencias de viaje. Volaris cuenta con 68 empleados por cada avión. Esta fuerza laboral le ha llevado a alcanzar altos estándares en términos de operación y calidad (Volaris, 2008).

2.5.3 *Continental Airlines*

En 1934 se fundó Continental Airlines por Walter T. Varney y su socio Louis Mueller como Varney Speed Lines. Tiempo después Mueller vendió el cuarenta por ciento a Robert F. Six, quien se encargó de la compañía por más de cuarenta años. El primero de julio de 1937 Robert F. Six decide cambiar el nombre de la compañía a Continental Airlines (Continental, 2008).

Con posterioridad en los años ochenta, la aerolínea se unió con Texas International, la cuál dirigía Frank Lorenzo y ofrecieron servicio a tres continentes: América del norte y del sur, Asia y Australia, con una flota de ciento doce aeronaves. Más tarde se inauguró el primer servicio sin escalas a Europa con vuelos desde Houston a Londres, después se viajó a Paris, Frankfurt, Madrid y Munich (Continental, 2008).

2.6 Calidad

Oliver (citado en Cavazos, 2004) describe a la calidad como el grado y dirección de la discrepancia entre las percepciones del resultado y las expectativas del consumidor acerca del servicio.

La calidad es aquel servicio o producto que se adquiere y que satisfaga las expectativas. El Dr. Armand V. Ferigenbaum define la calidad como “la composición total de las características de los productos y servicios de marketing, ingeniería, fabricación y mantenimiento, a través de los cuales los productos y los servicios cumplirán las expectativas de los clientes” (Cavazos, 2004).

Algunas empresas son conscientes de que ofrecer un servicio de calidad proporciona una ventaja competitiva, ya que la calidad de un servicio es la vía más adecuada para que las empresas alcancen su objetivo con los clientes satisfaciendo sus necesidades (Kotler, 1990).

Como comenta Cerezo (citado en Cavazos, 2004) el servicio es instantáneo ya que no puede existir un servicio defectuoso por que no puede revenderse, ni cambiarse por un buen servicio, por eso debe realizarse bien a la primera vez.

Crosby señala que debe hallarse en conformidad con las necesidades del cliente, y como sus características son intangibles, heterogéneas e inseparables, se tienen que consumir en el momento por el cliente (Cavazos, 2004).

2.7 Calidad en el servicio

Un servicio se puede definir como un conjunto de actividades que busca responder a las necesidades de un cliente. Las características que distiguen a los servicios son:

- **Intangibilidad:** esta característica significa que estos no se pueden ver, sentirse, oírse ni olerse antes de la adquisición. Los servicios no se pueden ni inventariar ni medir su calidad antes de la compra.

- Heterogeneidad: no pueden ser idénticos o iguales, puesto que son realizadas por personas a personas en momentos diferentes.
- Inseparabilidad: el consumo en los servicio son simultáneos.
- Perecedero: no se pueden almacenar, ni ser prestado (Zeithml,1985).

Berry (1994) declara lo siguiente:

La filosofía de calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, se presten servicios post – venta a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente. (Pág., 75).

Un servicio de calidad es ajustarse a las especificaciones de los clientes, refiriéndose a la realidad como percepción, lo que el cliente percibe es lo ocurre basándose en sus expectativas de servicio.

La calidad en el servicio es una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente. Berry, Parasuramn y Zeithml (1985) encontraron cinco

dimensiones totales del funcionamiento de servicio: tangibles, confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía.

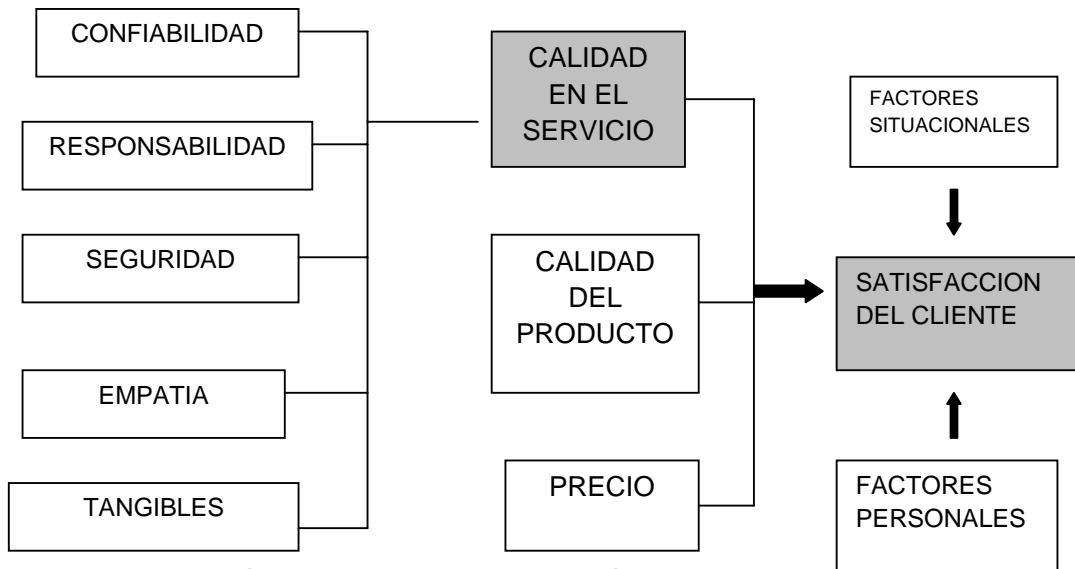


Figura 1. Percepción de la calidad y satisfacción del cliente

En estas cinco dimensiones se distingue el funcionamiento del servicio que dirigen en el viaje hacia la calidad en el servicio, aunque estas dimensiones tendrán una importancia diferente dependiendo del segmento de mercado. Los compradores de servicios juzgan la calidad basándose en las experiencias que tienen durante el proceso de servicio (Zeithml 1985).

Para obtener información se necesita la investigación de mercado que involucra el uso de varios instrumentos para así analizar las tendencias del consumidor. Algunos de estos son las encuestas, estudios estadísticos, observación, entrevistas y focus group. La investigación nos provee

información sobre el perfil de los clientes, como datos demográficos y psicológicos.

Algunos de los principios básicos de un servicio son:

- Actitud de servicio.
- Satisfacción del consumidor.
- Actitud positiva y abierta de parte de empleado.
- Un buen empleado que se encuentra satisfecho de servir a los clientes (Charles, 2002).

La mayoría de los autores sugieren que la calidad de servicio implica una comparación entre las expectativas del cliente y las percepciones que éste tiene sobre el servicio recibido.

Como Gronroos declaró: “he desarrollado un modelo en el que para evaluar la calidad de servicio los clientes comparan el servicio esperado con el servicio recibido” (Setó, 2004).

Por otra parte, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) en su modelo también definen la calidad como la diferencia entre las expectativas de los clientes y sus percepciones (Setó, 2004).

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry: “las expectativas pueden ser definidas como las predicciones hechas por los consumidores sobre lo que es probable que ocurra una transacción inminente”; es decir que cuando un cliente se dirige a una empresa a solicitar la prestación de un servicio, tiene creada una expectativa de cómo va a ser el servicio.

Como declara Setó (2004): las expectativas del cliente cuando entra en contacto con la empresa pueden ser determinadas por varias situaciones como por ejemplo: cuando es la primera vez que el cliente se relaciona con el proveedor del servicio y cuando el cliente se ve relacionado en alguna otra ocasión con el mismo.

En cuanto a la percepción del servicio, estará en función de la prestación del mismo, teniendo en cuenta el antes, durante y después del servicio. Como comenta Barroso y Martín “hay que ofrecerle al cliente lo que éste quiere y valora, no lo que percibe” (Setó, 2004).