

ressac  
INTELLIGENCE UNIT

# AERO-SOCIAL RANKING

Edición Latinoamérica, 2012

# COMPARTE LA INFORMACIÓN

Para nosotros es importante que esta información sea de conocimiento público. Ayúdanos a cumplir esta meta, vitaliza este contenido a través de las redes sociales. Pulsa en los botones de las redes y expande esta información.



**FACEBOOK**



**TWITTER**

# INDICE

---

• Marco general.	4
• Análisis de la situación.	5
• Pasajero 2.0.	5
• Código IATA.	6
• Objetivos y metodología.	7
• Esquema conceptual I.	8
• Esquema conceptual II.	9
• Conclusiones.	10
• Oportunidades para la industria aérea	13
• Fuentes	14



# MARCO GENERAL

En Ressac estamos en una constante búsqueda de innovación en la forma de hacer marketing digital, pero también estamos interesados en contribuir con información inteligente a diferentes industrias. En este contexto hemos iniciado nuestro ciclo de reportes acerca de industrias que pueden incrementar su rentabilidad gracias a la utilización de redes sociales.

Es así como el equipo de Ressac se propuso diseñar un instrumento que midiera, de manera sencilla, cuán preparados se encuentran los principales aeropuertos de Latinoamérica, con la finalidad introducir mejoras en la infraestructura tecnológica de cada terminal aéreo.

En este documento usted podrá encontrar una evaluación de los principales aeropuertos de la región y ver cual de ellos ofrece una mejor infraestructura tecnológica y de servicios digitales para los pasajeros.

Los principales resultados de este ranking grafican la escasa implementación de infraestructura tecnológica respecto a Internet, y la consiguiente subutilización de las redes sociales, que podrían transformarse, sin embargo, en una importante plataforma de servicios tecnológicos para los pasajeros. Destaca el aeropuerto de Ezeiza, Argentina, como el líder dentro de la región en materia de conectividad e implementación de redes sociales.

A continuación vemos el resumen final del ranking desarrollado:

AEROPUERTOS	100
Ezeiza - Ministro Pistarini ( <b>Argentina</b> )	45
Rio de Janeiro / Galeão ( <b>Brasil</b> )	40
Carrasco International ( <b>Uruguay</b> )	39
Juan Santmaría Internacional ( <b>Costa Rica</b> )	39
Afonso Pena International ( <b>Brasil</b> )	39
Jorge Chávez International ( <b>Perú</b> )	37
General Mariano Escobedo ( <b>México</b> )	37
Miami International ( <b>EEUU</b> )	33
Tocumen International ( <b>Panamá</b> )	32
Arturo Merino Benítez ( <b>Chile</b> )	27
São Paulo - Guarulhos International ( <b>Brasil</b> )	20
Brasilia International ( <b>Brasil</b> )	14
México City International ( <b>México</b> )	13
José María Córdova ( <b>Colombia</b> )	12
El Dorado International ( <b>Colombia</b> )	8

La tabla representa el puntaje final de cada aeropuerto analizado, siendo el máximo a lograr 100 puntos.

# ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN



Actualmente existe más de un centenar de aeropuertos en América Latina, los cuales cumplen diferentes funciones: comercial y turística, logística y militar. En cuanto a la administración de cada uno de los terminales aéreos existen dos modelos que se marcan en la región. El primero de ellos funciona mediante una concesión a privados para su administración. En cuanto a la administración de cada uno de los terminales aéreos, hay dos modelos distintivos en la región. La mayoría opera bajo el primer modelo; la concesión a empresas privadas. Dos países, en cambio, administran sus aeropuertos por empresas públicas: Brasil (Embraero) y Argentina. Este punto es importante, ya que tiene una relación directa con la asignación de recursos para mejoramientos en infraestructura y tecnología.

Nuestro informe se centró en los principales aeropuertos de la región, los cuales fueron elegidos por el flujo de pasajeros y la importancia financiera de la ciudad en donde se ubican.

Durante las últimas décadas, América Latina se ha transformado no sólo en un destino turístico, sino también en una plataforma de inversión para capitales extranjeros. Según datos de la Comisión Económica de América Latina y el Caribe, CEPAL, la región “mostró una gran resiliencia frente a la crisis financiera internacional y se convirtió en la región con mayor crecimiento, tanto en la recepción como en la emisión de flujos de inversión extranjera directa (IED) a nivel mundial”. Según el mismo organismo las economías que experimentaron un mayor crecimiento en los últimos años han sido Brasil, Chile, Colombia y México.

En este contexto de crecimiento económico, donde nace este reporte, que pretende hacer un diagnóstico para ver qué tan preparados se encuentran nuestros terminales aéreos para recibir tanto a turistas como ejecutivos (as) de negocios.

## PASAJEROS 2.0



El pasajero de hoy está muy lejos de parecerse al de hace 10 años atrás. El perfil del pasajero actual se ha ido sofisticando de la mano de la tecnología y de la masificación de Internet. Es así como nace este nuevo pasajero, que hemos denominado “Pasajero 2.0”. Si antes viajar era una cosa de pocos y no se podía hacer con frecuencia, hoy gracias a las bajas barreras financieras para el acceso a créditos es posible.

El pasajero de hoy es una persona más conectada con el mundo, especialmente con sus amigos y familia, gracias a la masificación de las plataformas móviles y a los teléfonos inteligentes. Pertenecen a la era de la inmediatez, donde todo está a un par de clicks de distancia. No conciben profundizar una relación con otras personas si no es mediante una plataforma social. Son generadores de contenido, y se nutren de contenido de otros para tomar decisiones, y lo comparten sin pudor.

Estos Pasajeros 2.0 se transforman, de manera indirecta, en embajadores de los destinos a los que viajan, ya que comparten sus experiencias con sus contactos.

Por otra parte, dentro de los Pasajeros 2.0, se encuentran los “Hombres y Mujeres de Negocios”, que también han sufrido algunas transformaciones. Al igual que aquellos que viajan con una finalidad recreativa, los “hombres y mujeres de negocios” también utilizan las plataformas digitales para comunicarse, pero esta vez, en función de sus trabajos. Son pasajeros con tiempo para las visitas turísticas, y por lo general sus itinerarios están entre hoteles, reuniones y aeropuertos.

Estos dos perfiles componen al Pasajero 2.0, y como lo hemos dicho, están sumergido en un mundo digital, donde la infraestructura tecnológica debe estar a la par de las necesidades de los pasajeros de los terminales aéreos.

# CÓDIGO IATA



Para entender mejor este documento, es necesario saber que es el **Código IATA**, ya que será usado a lo largo del documento. El código IATA es un código de tres letras que designa a cada aeropuerto en el mundo. Estos códigos son decididos por la organización internacional para el transporte aéreo (International Air Transport Association) de ahí su sigla IATA. Los códigos no son únicos: 323 de los aproximadamente 20.000 códigos son usados por más de un aeropuerto. Las letras mostradas claramente en las etiquetas de equipaje usadas en las mesas de embarque de los aeropuertos son una muestra del uso de estos códigos.

En el siguiente cuadro podemos ver el código IATA designado para cada aeropuerto de este informe:

<b>CÓDIGO IATA</b>	<b>AEROPUERTO</b>
<b>BOG</b>	El Dorado International
<b>BSB</b>	Brasilia International
<b>CWB</b>	Afonso Pena International
<b>EZE</b>	Ezeiza - Ministro Pistarini
<b>GIG</b>	Río de Janeiro / Gãleo International
<b>GRU</b>	São Paulo - Guarulhos International
<b>LIM</b>	Jorge Chávez International
<b>MDE</b>	José María Córdoba
<b>MEX</b>	México City International
<b>MIA</b>	Miami international
<b>MTY</b>	General Mariano Escobedo International
<b>MVD</b>	Carrasco International
<b>PTY</b>	Tocumen International
<b>SCL</b>	Comodoro Arturo Merino Benítez
<b>SJO</b>	Juan Santamaria International

# OBJETIVOS Y METODOLOGÍA



El Informe de Aeropuertos de Ressac, es el primero de una serie de reportes creados por Ressac Intelligence Unit, que pretende evaluar el desempeño de los principales aeropuertos de Latinoamérica, particularmente en cuanto a la implementación de infraestructura tecnológica, tomando en cuenta las oportunidades de negocio que podrían estar presentándose para la industria aérea.

Los objetivos generales de este informe son:

**1. Medir el nivel de implementación de infraestructura tecnológica en los principales terminales aéreos.**

**2. Detectar los servicios complementarios de comunicación social ofrecidos al Pasajero 2.0.**

Para medir cada uno de estos objetivos se definieron un grupo de categorías, que son indicadores directos para medir el objetivo de este Ranking. Cada categoría apunta a capturar información precisa de cada objetivo. Para entregar un grado mayor de exactitud, cada categoría posee una ponderación diferente ya que existe una jerarquía en la estructura de las categorías, esto último apunta a dar un equilibrio al ranking.

Para la selección de los aeropuertos se realizó un cruce entre el número de pasajeros que cada terminal tiene durante el último año, con el índice de la revista América Economía, que entrega las primeras 15 capitales para hacer negocios en la región.

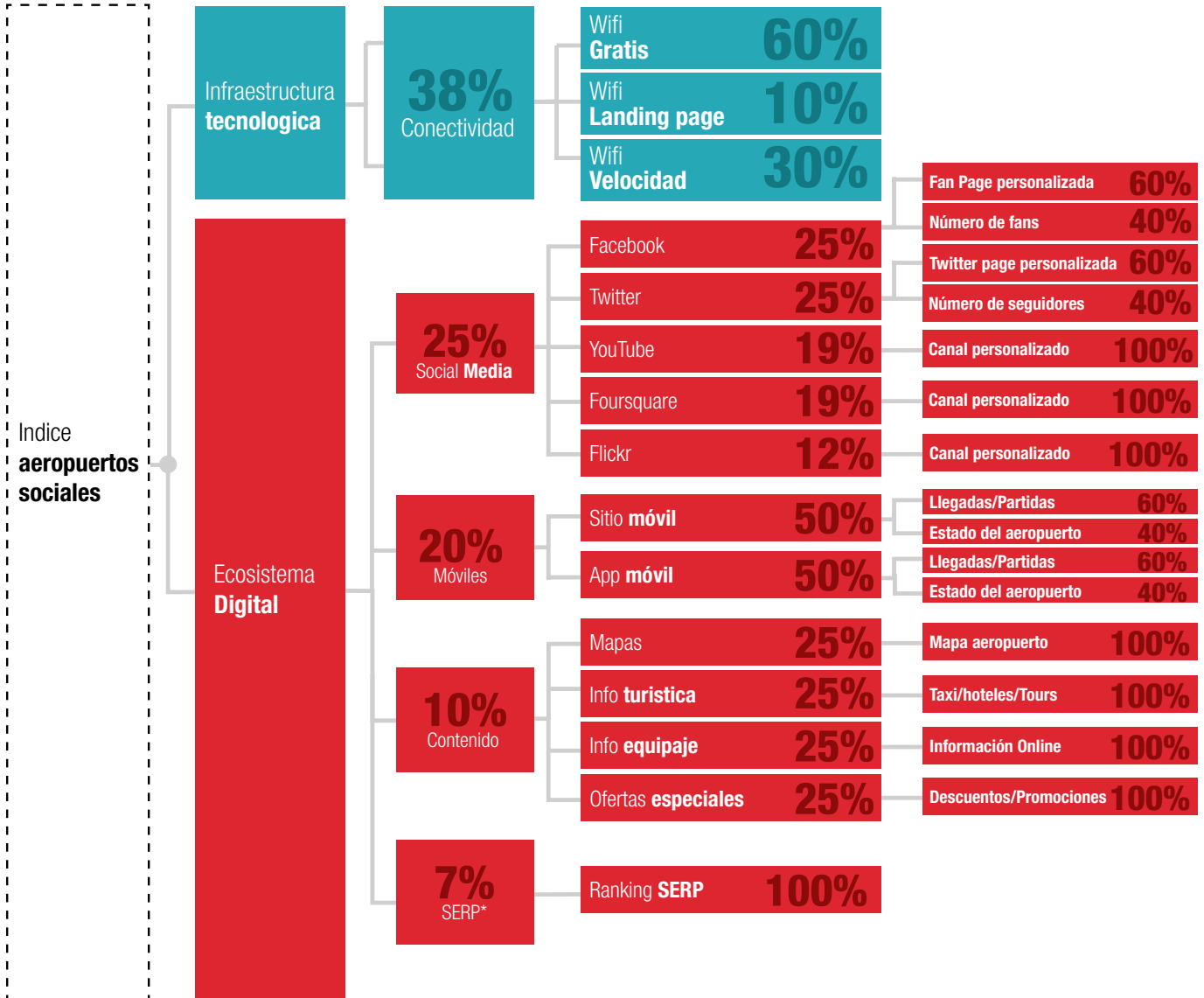
Cabe señalar que este informe está orientado a medir la infraestructura tecnológica desde el punto de vista de la conectividad de los pasajeros, y de cómo utilizan los terminales aéreos, las redes sociales y las tecnologías móviles para entregar a éstos mejores servicios.

Este informe no mide cuales son los aeropuerto que cuentan con las mejores instalaciones o el flujo de pasajeros. El presente reporte está centrado en la utilización de las redes sociales.

# ESQUEMA CONCEPTUAL I



En el siguiente esquema, podemos ver la división porcentual que nos permitirá obtener un ranking lo más certero posible, tomando en cuenta las realidades de las redes sociales de los aeropuertos en cuestión.



\* SERP: son las siglas de Search Engine Results Page o Página de Resultados del Motor de Búsqueda, y se refiere al listado de sitios web que un buscador regresa en respuesta a las palabras clave de la búsqueda. Los resultados normalmente incluyen una lista de sitios web con sus títulos, links a los sitios y una pequeña descripción mostrando dónde la búsqueda coincide con el contenido de la página.



# CONCLUSIONES



Para concluir nuestro informe sobre **Aeropuertos Sociales**, podemos señalar que la mayoría de los aeropuertos de la región posee un nivel medio de desarrollo de infraestructura tecnología asociado a la conectividad, y un bajo nivel en cuanto al desarrollo de servicios complementarios en las redes sociales.

## INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA.

### Conectividad

Si bien gran parte de los aeropuertos posee redes de Wifi en sus terminales, existe un número importante de éstos cuya conexión es pagada. Sin duda, esto representa un barrera a la hora de querer utilizar Internet, ya sea con fines informativos, sociales o de comunicación. Éste es un hecho muy relevante: si el pasajero 2.0 dispusiera de una conexión gratuita a Internet, podría optar a beneficios y promociones tales como conocer información turística, hoteles, valores de taxis o información sobre el equipaje.

Mencionemos otro punto importante: la velocidad del servicio. En la mayoría de los terminales, la conexión es baja, ya sea en su origen o por la gran cantidad de usuarios conectados simultáneamente a la red. Esto también afecta, sin duda alguna, a la navegación

## ECOSISTEMA SOCIAL Y DIGITAL.

### Redes Sociales.

Éste es el aspecto más deficiente detectado por el presente estudio.

Actualmente esta categoría está siendo poco explotada, a tal punto que sólo tres aeropuertos poseen una Fan Page en Facebook y solo un de estos terminales tiene una cuenta en YouTube.

**Sólo 3 de los aeropuertos mencionados, están presentes en Facebook.**

Se trata del Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini, Ezeiza, de Argentina; el Aeropuerto Internacional Afonso Pena, Curitiba, de Brasil; y el Miami International Airport, de Miami, Estados Unidos.

En estos tres casos el nivel de personalización es bajo, es decir, solo disponen de una URL personalizada y una imagen de perfil.

No existen páginas de bienvenida o páginas personalizadas. Una de las personalizaciones interesantes es la del Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini, que en su página de Facebook cuenta con una Tab para revisar las "llegadas y partidas" de los vuelos, pero que actualmente se encuentra desactivada.

Sin embargo, el nivel de implementación y utilización por parte de los terminales aéreos es baja, considerando que las redes sociales como Facebook, poseen un porcentaje de penetración importante en los diferentes países de la región.

**Sin duda, se está desperdiciando una oportunidad para cautivar pasajeros nacionales y extranjeros.**

En cuanto a Twitter, existe una mayor presencia por parte de los aeropuertos. Concretamente, Brasil y Argentina poseen cuentas centralizadas para todos sus aeropuertos. En Brasil está a cargo de Infraero (Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária), que es la entidad del estado brasileño que se encarga de la gestión de los aeropuertos. En Argentina se da el mismo caso de administración pública (Aeropuertos Argentina 2000). En ambos casos, poseen cuentas unificadas para todos los terminales, centralizando la información oficial.

En cuanto a la personalización, ambas cuentan con URL (direcciones) coherentes a sus instituciones y poseen una identificación corporativa a nivel de diseño, ya sea en su fondo como en sus avatar.

# CONCLUSIONES



Un punto negativo en cuanto a la personalización es que ninguna posee una “cuenta verificada” que la señale como una cuenta oficial de cada institución. Por otra parte el número de seguidores, en ambos casos, es bajo versus el número de visitas que recibe mensualmente.

Con respecto a **YouTube, Flickr y Foursquare**, podemos decir que la presencia es prácticamente nula, y muy pocos aeropuertos han explotado estas plataformas sociales.

Como hemos visto las plataformas sociales no han sido aprovechadas por los diferentes terminales aéreos. Sin embargo, son muy pocos los aeropuertos que han desarrollado iniciativas para generar mayores puntos de contacto con los pasajeros. Hay entonces, importantes oportunidades de negocio que se están perdiendo.

Hoy en día las redes sociales podrían utilizarse como un eficiente canal de comunicación directa con los pasajeros, entregando soluciones en tiempo real. A la vez, considerando que los aeropuertos son la puerta de entrada a cualquier país, sus redes sociales deberían ofrecer también contenido turístico.

## Móviles.

Otro aspecto que está en deuda es el desarrollo de soluciones móviles para los pasajeros. Existe solo un aeropuerto que posee un Sitio Móvil, donde se pueden verificar el estado de las llegadas y salidas de las diferentes aerolíneas.

***Tanto en Ezeiza como en Arturo Merino Benítez se dan los únicos casos de sitios móviles.***

Chile posee una de las más altas tasas de penetración de móviles del mundo (más del 100%). Quizá sea ésta una de las razones por las cuales el aeropuerto de Santiago posee este recurso móvil.

En este mismo contexto, la pobreza de soluciones móviles en otros países, puede explicarse por el hecho de una baja penetración de teléfonos y dispositivos móviles.

Con respecto a las aplicaciones móviles, podemos decir que ninguno de los aeropuertos dentro de este ranking posee una aplicación que entregue información a los pasajeros o muestre las llegadas y salidas de vuelos.

Considerando que cada día estamos viviendo un mundo más digital y móvil, se hace necesario desarrollar plataformas que tengan como función entregar información y orientación a pasajeros de diferentes latitudes y en diversos idiomas. Esta situación parece estar lejana en los aeropuertos de América Latina.

## Contenidos.

Un punto interesante para analizar son los tipos de contenido que poseen las diferentes plataformas digitales de los aeropuertos.

Como se puede ver en el ranking, gran parte de los aeropuertos posee información acerca de sus instalaciones, y cuenta con mapas del aeropuerto.

Pero esto no sucede con otros contenidos. Por ejemplo, con respecto a la información turística, con información del equipaje (en el caso de extravío) o si existen ofertas y promociones en las tiendas del duty free.

***Los aeropuertos son la puerta de entrada a los países, y en este sentido deberían ser lo más amigable posible.***

Como se ve, en relación a las comodidades y servicios que podría brindarse a los pasajeros, aún hay mucho por hacer, particularmente en el campo de los contenidos y la información en plataformas digitales.

# CONCLUSIONES

---



Podemos concluir que los aeropuertos de América Latina están en una etapa de crecimiento en cuanto al tema digital, si bien existen las intenciones de modernizar sus servicios y comodidades, éstas aún se encuentran en un nivel básico.

En este sentido, la finalidad de este Reporte Aero-Social es entregar información clave a las empresas administradoras de los terminales aéreos de la región, con el objetivo de que éstas generen nuevas plataformas de comunicación digital o que comiencen a utilizar las existentes, en pos de entregar un mejor servicio a sus pasajeros.

# OPORTUNIDAD PARA LA INDUSTRIA AÉREA.

Como hemos mencionado a lo largo de este documento, este informe aero-social está orientado a medir el nivel de infraestructura tecnológica, en función de la utilización de plataformas digitales. El contenido de este estudio puede constituirse en una herramienta de gran utilidad para las empresas administradoras de los aeropuertos. De este modo, dichas empresas podrían implementar estrategias de marketing digital, introducir mejoras importantes en la conectividad ofrecida en la actualidad, y desarrollar plataformas que sean más amigables y cercanas para los Pasajeros 2.0. Finalmente, este reporte quiere también brindar información clave para la detección de oportunidades de mercado y de información en cuanto al grado de satisfacción y fidelidad de los clientes.

Este documento pretende transformarse en una hoja de ruta, por lo cual los aeropuertos pueden regirse en función de este reporte si es que desean implementar estrategias digitales; no sólo para las empresas que administran los aeropuertos, sino que también para aerolíneas en general, ministerios de turismo, terminales y los sectores que estén relacionados con la industria aeronáutica en general.

# FUENTES

# FUENTES



## • Websites de aeropuertos, de acuerdo a ranking Top 15 Ressac:

- Ezeiza, Buenos Aires  
<http://www.aa2000.com.ar/>
- Tom Jobim/Galeao, Río de Janeiro  
<http://www.infraero.gov.br/>
- Montevideo, Uruguay, Carrasco  
<http://www.aeropuertodecarrasco.com.uy/contactenos.php>
- Costa Rica, Juan Santamaría  
<http://www.aeris.cr/>
- Curitiba, , Brasil, Afonso Pena  
<http://www.infraero.gov.br/index.php/br/aeroportos/parana/aeroporto-afonso-pena.html>
- Lima, Jorge Chávez  
[http://www.lap.com.pe/lap\\_portal/index.asp](http://www.lap.com.pe/lap_portal/index.asp)
- Monterrey, México, Gral. Mariano Escobedo  
<http://www.oma.aero/es>
- Miami  
<http://www.miami-airport.com/home.asp>
- Tocumén, Panamá  
<http://www.tocumenpanama.aero/>
- Pudahuel/Arturo Merino Benítez  
<http://www.aeropuertosiago.cl>
- São Paulo, Guarulhos  
<http://www.aeroportoguarulhos.net/en/guarulhos-international-airport-gru>
- Brasilia  
<http://www.aeroportobrasilia.net/en/>
- Ciudad de México  
<http://www.aicm.com.mx/home.php>
- Medellín, Colombia, José María Córdoba  
[http://www.airplan.aero/airplan/index.php?option=com\\_content&view=frontpage&Itemid=130](http://www.airplan.aero/airplan/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=130)
- Bogotá, Colombia, El Dorado  
<http://www.elnuevodorado.com/>

# FUENTES

---



- **América Economía: "Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina".**  
- <http://rankings.americaeconomia.com/2010/mejoresciudades/>
- **Facebook:**
  - Miami International: <https://www.facebook.com/Miami.International.Airport.MIA?ref=ts>
  - Afonso Pena International: <https://www.facebook.com/pages/Aeroporto-Internacional-Afonso-Pena-Afonso-Pena-International-Airport/113983118682875>
- **Twitter:**
  - Aeropuertos Argentina 2000: <http://twitter.com/aa2000oficial>
  - Infraero Brasil: <http://twitter.com/infraerobrasil>
- **Airports Council International, ACI World Annual Report 2010:**  
- [http://www.aci.aero/cda/aci\\_common/display/main/aci\\_content07\\_banners.jsp?zn=aci&cp=1-2-7432\\_725\\_2\\_\\_](http://www.aci.aero/cda/aci_common/display/main/aci_content07_banners.jsp?zn=aci&cp=1-2-7432_725_2__)
- **Top Ten Social Airports:**  
- <http://simpliflying.com/2011/top-10-airports-on-social-media-case-studies-of-the-airports-best-at-driving-engagement/>
- **Flickr:**  
- [www.flickr.com](http://www.flickr.com)
- **YouTube:**  
[www.youtube.com](http://www.youtube.com)
- **Foursquare:**  
- [www.foursquare.com](http://www.foursquare.com)
- **All Facebook Stats:**  
- [www.allfacebookstats.com](http://www.allfacebookstats.com)
- **Tweet Reach:**  
- [www.tweetreach.com](http://www.tweetreach.com)
- **The most popular airports on Foursquare:**  
- <http://www.jaunted.com/story/2011/11/17/03814/138/travel/The+Most+Popular+Airports+on+Foursquare>

**ressac**

**Europe**

Ressac Switzerland  
Eichstrasse 25, 8045  
Zurich,  
Switzerland  
+001.514.651.1300  
[www.Ressacmedia.com](http://www.Ressacmedia.com)

**North America**

Ressac Canada  
5605 avenue de Gaspé, #704  
Montreal, Quebec,  
H2T 2A4, Canada  
+1-514-843-7029  
[www.Ressacmedia.com](http://www.Ressacmedia.com)

**Latin America**

Ressac Chile  
Encomeneros 253  
Las Condes  
Santiago, Chile  
+56-2-662-8070  
[www.Ressacmedia.cl](http://www.Ressacmedia.cl)



## AERO-SOCIAL RANKING 2012

AEROPUERTO	PAÍS	SCORE	INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA				ECOSISTEMA DIGITAL / SOCIAL																				
			CONECTIVIDAD				SOCIAL MEDIA										MÓVILES						CONTENIDO				SERP
			Conexión Wifi	Wifi gratis	Wifi Landing Page	VELOCIDAD Wifi	FACEBOOK			TWITTER			YOUTUBE		FLICKR	FOURSQUARE	SITIO MÓVIL			APP MÓVIL			MAPAS	INFO. TURÍSTICA	EQUIPAJE PERDIDO	OFERTAS ESPECIALES	Ranking SERP
				Facebook Fan Page	Fan Page personalizada	Número de "likes"	Cuenta de Twitter	Cuenta personalizada	Número de "Seguidores"	Cuenta de YouTube	Canal personalizado	Cuenta de Flickr	Nº de Check-ins	Sitio móvil disponible	Llegadas/Partidas online	Estado Aeropuerto online	App móvil disponible	Llegadas/Partidas On-line	Estado Aeropuerto On-Line	Mapa aeropuerto	Tours / Taxis / Hoteles	Información equipaje	Descuentos / Promociones				
1	Ezeiza - Ministro Pistarini	Argentina	45	Sí	Sí	No	Baja	Sí	Media	Baja	Sí	Media	Baja	No	----	No	Baja	Sí	Sí	No	No	----	----	No	No	Media	
2	Río de Janeiro / Galeão	Brasil	40	Sí	Sí	No	Baja	No	----	----	Sí	Media	Baja	No	----	No	Media	No	----	----	No	----	----	No	No	Media	
3	Carrasco International	Uruguay	39	Sí	Sí	No	Baja	No	----	----	No	----	----	No	----	No	Media	No	----	----	No	----	----	Sí	No	Alta	
4	Juan Santamaría International	Costa Rica	39	Sí	Sí	No	Baja	No	----	----	No	----	----	No	----	No	Media	No	----	----	No	----	----	Sí	Sí	Media	
5	Afonso Pena International	Brasil	39	Sí	Sí	No	Baja	Sí	Baja	Baja	Sí	Baja	Baja	No	----	No	Media	No	----	----	No	----	----	No	No	Baja	
6	Jorge Chávez International	Perú	37	Sí	Sí	No	Baja	No	----	----	No	----	----	No	----	No	Media	No	----	----	No	----	----	No	No	Alta	
7	General Mariano Escobedo	México	37	Sí	Sí	No	Baja	No	----	----	Sí	Baja	Baja	No	----	No	Media	No	----	----	No	----	----	Sí	No	Baja	
8	Miami International	Estados Unidos	33	Sí	No	Sí	Baja	Sí	Baja	Media	No	----	----	No	----	Sí	Media	No	----	----	No	----	----	Sí	Sí	Alta	
9	Tocumen International	Panamá	32	Sí	Sí	No	Baja	No	----	----	No	----	----	No	----	No	Media	No	----	----	No	----	----	No	No	Baja	
10	Arturo Merino Benítez	Chile	27	Sí	No	No	Baja	No	----	----	No	----	----	No	----	No	Media	Sí	Sí	No	No	----	----	Sí	Sí	Alta	
11	Sao Paulo-Guarulhos International	Brasil	20	No	No	No	----	No	----	----	Sí	----	Baja	Sí	Media	No	Media	No	----	----	No	----	----	Sí	Sí	Alta	
12	Brasília International	Brasil	14	No	No	No	----	No	----	----	Sí	Media	Baja	No	----	Sí	Media	No	----	----	No	----	----	Sí	No	Baja	
13	México City International	México	13	No	No	No	----	No	----	----	No	----	----	No	----	No	Media	No	----	----	No	----	----	No	No	Alta	
14	Jose María Córdoba	Colombia	12	Sí	No	No	Baja	No	----	----	No	----	----	No	----	No	Media	No	----	----	No	----	----	Sí	No	Baja	
15	El Dorado International	Colombia	8	No	No	No	----	No	----	----	No	----	----	No	----	No	Media	No	----	----	No	----	----	No	No	Media	