



ENTREVISTA A

BEATRIZ GUILLÉN DE VÁZQUEZ

DIRECTORA DE VENTAS GLOBALES DE **IBERIA**



Licenciada en Economía y Negocios por la ESEN de El Salvador y MBA por la Universidad de Manchester es, desde julio de 2022, la directora de Ventas Globales de Iberia.

Beatriz ha desarrollado toda su carrera en las áreas de gestión de ingresos de diferentes aerolíneas y en 2014 se incorporó a Iberia, como senior mánager de gestión de ingresos de los vuelos de largo radio. En mayo de 2019, se convirtió en directora del área y, durante su etapa al frente de esta responsabilidad, Beatriz contribuyó a que Iberia recuperara su liderazgo en las rutas entre Europa y América Latina.

1 ¿Cómo se presenta para Iberia la temporada de verano?

Realmente tenemos muy buenas perspectivas para este verano, con una demanda que continúa muy fuerte; parece que continúan las ganas de viajar.

Y nuestra gran apuesta va a ser América Latina. Es nuestro principal mercado y nuestro objetivo es consolidarnos como la opción preferida para volar a/desde Europa.



Con la vuelta a Río de Janeiro y Caracas, hemos recuperado todo nuestro mapa de destinos, en mercados como México y Argentina hemos consolidado los incrementos que comenzamos en la temporada de invierno, y en otros como Colombia y Perú, hemos anunciado un gran crecimiento.

Prácticamente, en todos nuestros destinos ya estamos operando un vuelo diario: Santo Domingo, Guatemala-El Salvador, Panamá, San José, Santiago de Chile, Montevideo; al tiempo que reforzamos nuestras conexiones con Caribe: La Habana y Puerto Rico, sobre todo.

En Estados Unidos, crecemos en Dallas hasta el vuelo diario, recuperamos nuestras rutas de verano a San Francisco y Washington y, en general, ofrecemos un 15 por ciento más de capacidad que antes de la pandemia.

En Europa, volveremos a operar nuestros vuelos estacionales a destinos muy atractivos en Grecia (Santorini, Corfú y Heraklion), Croacia (Split y Zagreb), Portugal (Faro y Ponta Delgada) e Italia (Catania, Olbia y Bari).

En España, de la mano de nuestra filial Express, también hemos programado importantes crecimientos a todas las Islas, tanto de Canarias como de Baleares.

Y, para quienes disfruten de su período más largo de vacaciones en invierno, ya tenemos a la venta un destino que operaremos a partir de diciembre: Rovaniemi, la tierra de Papá Noel.

Así que estamos llenos de novedades y con muchas ganas de recibir a bordo a nuestros clientes.

2 ¿Qué novedades ofrece Iberia para la mejora de la experiencia en vuelo?

Hemos incorporado un nuevo modelo de avión, el A350 de nueva generación, que incluye mejoras de eficiencia operacional, pero sobre todo, mayor confort para el cliente.

La cabina es más ancha y hemos aprovechado esta nueva generación de aviones para incluir también mejores prestaciones en todas las clases -Turista, Turista Premium y Business-, que se traducen en mayor privacidad y amplitud. Además, estos aviones incorporan una conectividad y entretenimiento a bordo de última generación, para que los clientes disfruten al máximo de la experiencia de vuelo.

En la clase Business, cada asiento cuenta con una puerta independiente y una estructura de butaca cerrada, lo que confiere ofrece más espacio personal y exclusivo a cada cliente. Todas las butacas de esta clase tienen acceso directo al pasillo, y las centrales -denominadas honeymoon- incorporan separador automático.

La butaca, con nuevo diseño, acabados en madera y otros detalles que aportan confort y calidez, tiene reposacabezas articulados de cuero y más espacio para artículos personales. Se convierte en una cama completamente horizontal, que ahora tiene cinco centímetros más de longitud, y el número de cada asiento se proyecta en el pasillo, para facilitar su localización cuando la cabina está a oscuras en momentos de descanso.



Las butacas en la Turista Premium tienen reposacabezas más amplios y pantallas con mejor definición y, en clase Turista también hemos cambiado las butacas que ahora son más anchas y cómodas, incorporando un nuevo cargador y soporte para los dispositivos personales, un entretenimiento con una navegación más intuitiva, conexión de nuestros propios auriculares vía bluetooth y wifi gratuito para chatear.

3 ¿Cuál es la estrategia de Iberia para promover e impulsar que los viajes sean más sostenibles?

La aviación es una actividad que presta un servicio esencial de interconexión, que genera prosperidad y contribuye al bienestar de la sociedad. Esa actividad, como otras, genera un impacto en el medioambiente, para cuya solución estamos haciendo importantes inversiones en nuevas tecnologías.

Nuestro esfuerzo se centra, sobre todo, en la renovación de nuestra flota, incorporando aviones que son hasta un 35 por ciento más eficientes, y en tratar de impulsar la producción de combustibles para aviación de origen sostenible. Estamos convencidos de que el SAF (Sustainable Aviation Fuel) es la mejor solución para avanzar en la descarbonización del sector aéreo mientras se desarrollan otras tecnologías

limpias, pues permite reducir las emisiones hasta un 80 por ciento y puede utilizarse con los aviones e infraestructuras actuales.

Como parte del grupo IAG, nos hemos comprometido a alcanzar emisiones netas 0 en 2050, a abastecer nuestros vuelos con un 10 por ciento de SAF en 2030 y, para ello, nuestro grupo ya se ha comprometido a invertir más de 900 millones de dólares en SAF, una cifra que va en aumento.

Además, ofrecemos a los clientes corporativos la posibilidad de compensar las emisiones generadas por sus vuelos o, si lo prefieren, adquirir SAF para descarbonizar sus viajes de empresa.

4 ¿Cómo trabajáis con las agencias de viaje?

Las agencias de viaje son un partner fundamental en la promoción y venta de nuestro producto. Por ello intentamos cuidar mucho nuestra relación, generar un clima de confianza mutua que nos permita a ambos ofrecer lo mejor de cada uno y que, en definitiva, tenga un impacto positivo en el cliente.

Con las agencias hemos creado grupos de trabajo para mejorar nuestros procesos y productos y, al mismo tiempo, identificar las necesidades y generar oportunidades; todo ello con la máxima transparencia, tanto para definir la orientación como para fijar objetivos.