

Iberia presenta nueva imagen en México

Con cabinas más amplias y servicios renovados, la **aerolínea** española busca afianzarse en el mercado latino

DIANA BRISEÑO

diana.briseno@eluniversal.com.mx

Después de dos años de trabajo para analizar las necesidades de los viajeros y su desempeño en el mercado, la **aerolínea** española Iberia lanzó en nuestro país su nueva campaña e imagen, con ello se busca afianzar su posición en el gusto latinoamericano, en especial en México.

Las clases Business y Turista, en las rutas de larga distancia, fueron las que presentan las mayores mejoras.

Las cabinas de Business, por ejemplo, ofrecen asientos que se convierten en camas. Estas se extienden hasta quedar en un ángulo de 180°, con un largo de dos metros. Sus pantallas táctiles de 15.4 pulgadas dan acceso a un renovado programa de entretenimiento a la carta. Series, películas, documentales, dibujos animados y una amplia variedad de música, entre otros menús, están al alcance con solo tocar un botón.

El servicio gastronómico ahora incluye recetas gourmet que se sirven acompañados con una selección de vinos españoles.

Aquellos que elijan la categoría Turista podrán disfrutar de asientos ergonómicos, más anchos y

cómodos. Las pantallas individuales son táctiles, miden nueve pulgadas y ofrecen el mismo programa de entretenimiento que la clase Business. Ambas secciones de cabina tienen conexiones para dispositivos móviles y acceso a Wi-Fi.

De acuerdo con Luis Gallego, presidente ejecutivo de la multinacional, el éxito de la línea aérea en la región se debe en parte a las similitudes culturales y el idioma.

Para la empresa el mercado mexicano es estratégico. Es por ello que al año ofrece 482 mil asientos en su vuelo entre el Distrito Federal y Madrid, con frecuencias diarias. Si la tendencia del mercado continúa a la alza ya se analiza la posibilidad de abrir una nueva ruta entre Guadalajara y la capital española.

En conjunto con su socio, Interjet, la compañía ofrece conexiones a 36 ciudades dentro del territorio nacional. Además, desde Madrid, los mexicanos pueden partir hacia más de 90 ciudades europeas, de África y Oriente Medio.

Para finalizar, el ejecutivo dijo que se ha trabajado intensamente en mejorar la puntualidad de la flota. En agosto y septiembre de este año la empresa fue la segunda más puntual del mundo, según estudios de la firma FlightStats.

Parte de la nueva estrategia de Iberia consiste en buscar la satisfacción de los viajeros. Se le da más peso al rubro de servicio al cliente, en lugar de solo buscar las mayores ganancias. Como consecuencia, desde el año pasado las finanzas de la empresa ya no están en números rojos. ●



Gastronomía. La clase Business ofrece menú gourmet y vinos españoles.

