

ESP500

La transformación global de Iberia marca hitos

- * Iberia recibirá nueve aviones nuevos: cuatro A350-900 y cinco A320Neo
- * Podrá incrementar su capacidad, sobre todo, en América Latina y Europa



Imagen: A350-900

Noelia García

25/03/2019 - 17:32

La aerolínea española [Iberia](#) demuestra con sus diferentes iniciativas que, de la mano de la innovación tecnológica, se puede transformar la forma de viajar.

El grupo se encuentra inmerso en una profunda transformación, que se marca como reto conseguir una digitalización plena de procesos para mejorar la experiencia de empleados y clientes. Además, a lo largo de 2019, recibirá nueve aviones nuevos: cuatro A350-900 (el último empezará a operar en 2020) y cinco A320Neo que le permitirán acometer el crecimiento de capacidad que se ha fijado. El Grupo Iberia estrenará este verano Oslo y Bergen, en Noruega, así como Génova, Bari y Verona en Italia, Bastia (Córcega), Zadar (Croacia) y Corfú en Grecia, al tiempo que refuerza su presencia en América Latina y, más concretamente, en países como Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, México y Uruguay.

Vuelos más verdes

Al mismo tiempo, Iberia, junto con Ecoembes, Ferrovial Servicios, Gate Gourmet y ESCI-UPF apuesta por la sostenibilidad en sus vuelos. Entre las metas que se ha fijado la aerolínea con esta iniciativa, están reducir en, al menos, un 5 por ciento los residuos o bajar en 4300 toneladas las emisiones de CO2 anuales. Desde octubre de 2018 se está implantando la separación de los residuos a bordo de los vuelos operados por la compañía, dentro del proyecto LIFE Zero Cabin Waste. Esta iniciativa cuenta con el apoyo de la Unión Europea a través del llamado programa LIFE. Con la clasificación de los residuos en reciclables y no reciclables se puede lograr el reciclado del 80 por ciento de los residuos que se generan en la cabina de los aviones, lo que supone una reducción de 4.340 toneladas de CO2. Los materiales recogidos durante el vuelo se recuperan a través de procesos de reciclado, compostaje o valorización energética, logrando un beneficio directo en el impacto medioambiental. Los residuos ya separados llegan a las instalaciones de Gate Gourmet en el Aeropuerto de Madrid Barajas-Adolfo Suárez, y posteriormente son retirados por el gestor de residuos, clasificados por materiales y reciclados en las respectivas instalaciones.

Según la Asociación Internacional de Transporte Aéreo, al año se generan alrededor de 5,7 millones de toneladas de residuos en las cabinas de los aviones, por lo que lograr un modelo universal optimizaría su gestión. Otra de las claves de la iniciativa radica en su capacidad para ser replicada por otras aerolíneas europeas.

Gestionar los residuos de una manera más eficiente es uno de los principales objetivos de Iberia. Hasta el momento, la medida se está llevando a cabo en vuelos nacionales, sobre todo del puente aéreo que conecta Madrid y Barcelona y destinos como Bilbao y A Coruña. También en algunas rutas europeas como Londres, Roma, París, Ginebra, Zúrich, Viena, Dusseldorf y Oporto.

Transformación digital

Para Iberia, transformarse digitalmente y dar un paso al frente en la innovación está relacionado con tener el cliente y el empleado en el centro de su estrategia y al mismo nivel; ser los primeros en poner en práctica nuevas tendencias; ser flexibles y ágiles, introduciendo nuevas maneras de trabajar; apoyar iniciativas de Open Innovation, aprovechar la tecnología explorando todo el valor de la inteligencia artificial, VR/AR, big data, IoT, etc...



Iberia acaba de lanzar su chatbot después de tenerlo en pruebas entre sus más de 16.000 empleados. Este nuevo servicio ofrece información a sus clientes sobre el estado de su vuelo, toda la información relacionada con equipajes, reserva de asientos, servicios especiales y, en definitiva, casi toda la información que podría encontrar en www.iberia.com.

La apuesta por la tecnología de la aerolínea ha llegado a la realidad virtual y ya han empezado a ofrecer en sus vuelos a Nueva York y Tel Aviv gafas de realidad virtual con las que el cliente puede trasladarse desde la cabina del avión a una playa paradisíaca, nadar con ballenas o pasear por la calles del destino adonde se dirige. Además, las aplicaciones prácticas de los proyectos de Big Data que Iberia está poniendo en marcha son la consolidación de una visión 360 del cliente en los call centers y las oficinas de atención de la compañía.

Para Gabriel Perdiguero, director de Transformación de Iberia "la clave de la transformación es la ejecución y tener realmente al cliente y al empleado en la cabeza, al mismo nivel porque el cambio cultural es la verdadera innovación. Es aquí donde tenemos mucho que aprender de las start-ups y es donde se diferenciarán los líderes".

elEconomista.es

© Copyright Editorial Ecoprensa, S.A.

[Política de Privacidad](#) • [Aviso Legal](#) • [Política de cookies](#) • [Cloud Hosting en Acens](#) • [Ajustes de cookies](#)