



Iberia planea expandir su presencia en Chile y descarta por ahora alza de pasajes por motivo de subida del petróleo

La directora para América Latina de Iberia, Marina Colunga, explica que el plan de la firma en Chile es seguir creciendo en el número de vuelos a la semana entre Madrid y Santiago y con la oferta arriba del avión.

EMILIANO CARRIZO

Iberia en Chile mantiene su hoja de ruta de expansión en medio de la preocupación de la industria por el alza del petróleo y los efectos en su operación.

Marina Colunga, directora para América Latina de la aerolínea española, explica a Pulso que el objetivo es expandir el número de vuelos semanales entre Santiago y Madrid, ciudad que también funciona como punto de entrada de Europa. Además, el plan considera fortalecer la oferta de servicios.

En su visita a Chile por motivo del evento Wings of Change de IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), que se está desarrollando aquí en Santiago, destaca el desempeño de la operación a la fecha y sus oportunidades de crecimiento.

La aerolínea planea cerrar el año con 420.000 asientos para la ruta Santiago-Madrid y pasar de 12 a 13 las rutas semanales entre las capitales chilena y española para el verano en Chile. "Es una apuesta financiera enorme que estamos haciendo como parte de la expansión de Iberia en Latinoamérica", dice la ejecutiva.

Respecto a la demanda, la empresa reportó que crecieron un 8% entre 2024 y 2025. Otra cifra que entregan es que el 7% de la capacidad aérea que tiene Iberia en la región, en Latinoamérica, está destinada para Chile.

"Hay un apetito creciente de los chilenos y también de todos aquellos que inician su vuelo en Chile, ya sea hacia España o hacia cualquiera de los destinos que conectamos con Europa", explica.

Además, Colunga destaca que la demanda de su ruta también está por "otra mitad de europeos y españoles que están viniendo a Chile, no solamente a Santiago, sino a los otros destinos dentro del país".

"Nosotros contamos con una alianza con la aerolínea Latam, que nos ayuda a conectar los destinos interiores y que también nos conecta con algunos destinos desde Argentina", agrega.

De su oferta, Iberia no solo destaca sus frecuencias y la demanda, sino que también habla de la oferta en base a ofrecer tres categorías: turista, premium economy y la business. "Es un vuelo largo y, por lo mismo que es un vuelo largo, tiene una penetración de las cabinas premium muy significativa", acota.

"Hemos trabajado de forma transversal para elevar la experiencia del cliente desde la oferta gastronómica, y estamos dando pasos, si quieres cortos pero firmes", comenta Colunga, quien resalta como novedad una alianza para implementar, a lo largo de 2026, la internet satelital de Starlink de Elon Musk en la flota de Iberia.

Para la operación entre Madrid y Santiago, Iberia apunta también a la segmentación de sus clientes. "Hemos visto que hay un crecimiento acelerado del segmento corporativo. El corporativo chileno que está haciendo negocios en Europa y en España ha crecido de forma sostenida. Lo mismo ocurre con el



Marina Colunga, directora para América Latina de Iberia.

turismo de lujo o de placer mezclado con negocio", identifica.

Otro de los perfiles es el de quienes viajan para visitar a familiares de origen latinoamericano que hoy viven en España u otra parte de Europa y viceversa. "El perfil de las personas es distinto de lo que era hace 60 años, cuando esta ruta empezó", comenta. Estudiantes de postítulos en el viejo continente también son parte de quienes la aerolínea tiene identificados.

Respecto al plan de seguir creciendo la ruta, que en el caso de Iberia dice que tiene a la fecha demanda necesaria, Colunga apunta como piso clave que los vuelos realizados por estos aviones grandes tengan la ocupación que haga la ruta viable. El promedio de Iberia a nivel global fue una ocupación cercana al 90% en 2025 y para la ruta en Chile utilizan uno de sus aviones más grandes: el Airbus A350, de capacidad de casi 300 personas.

En Chile, la aerolínea tiene presencia comercial para relacionamiento con las agencias de viajes.

EFFECTO DE LA GUERRA

Iberia dijo estar monitoreando los efectos de la guerra, que al momento de la conversación con Pulso, se encontraba en medio de una tregua. En el caso de Latinoamérica y las rutas, la firma no reporta problemas por estar lejos de la zona de conflicto.

Colunga explica que siguen avanzando con sus planes de expansión en la región, pero con atención a lo que ocurra en Medio Oriente. "Seguimos apostando al crecimiento de nuestra red. Abrimos Caracas (Venezuela), tenemos abriendo Newark (Estados Unidos, Nueva Jersey) y Monterrey (México), seguimos con nuestro plan de crecimiento de la red", resalta.

Respecto al precio de los pasajes, Iberia dice que tiene en su modelo subir el precio final de los pasajes en ciertas condiciones, pero que en este modelo, donde el petróleo se disparó, todavía no amerita que Iberia suba el valor del servicio.

"En este momento nosotros no estamos haciendo ajustes y estamos viendo que la demanda continúa (...) Europa está suficientemente alejado de las zonas de conflicto actual y vemos que hay un apetito por seguir viajando y, como tal, pues tenemos un plan para seguirlo atendiendo", destaca y apunta a las posiciones de cobertura que tiene Iberia respecto al precio del crudo.

En esa línea, Colunga comenta que habría que haber cambios en la materia si el conflicto en el Medio Oriente escala a "otra dirección" de lo que ha ocurrido a la fecha. Para el sector de aerolíneas, en general, el gran impacto fue el barril de petróleo que llegó a casi los US\$120 por barril tras rondar los US\$70 antes del inicio de la guerra en Medio Oriente.

"No estamos anticipando ningún cambio ni trasladando ese coste a los pasajeros", dice Colunga. ●