

Los nuevos negocios en la mira de Swissport

en el repunte de los servicios para la aviación

Con su posición en 16 aeropuertos y contratos con las tres principales aerolíneas, la compañía reafirma su apuesta a Chile y cuenta con una batería de servicios de próxima generación basados en automatización, desarrollo digital y la IA.

POR JORGE ISLA

En plena sintonía con el repunte del transporte aéreo tras la pandemia, Swissport –uno de los operadores más grandes del mundo en servicios para esa industria– ha crecido a un ritmo aún mayor con sus líneas de negocios presentes en 300 aeropuertos de 45 países en cuatro continentes.

Con ingresos globales que ascendieron a 3.700 millones de euros en 2024 –el último ejercicio con cifras oficiales– que arrojaron un incremento interanual de 11%, el balance del ejercicio recién pasado, que se reporta el próximo mes, se prevé auspicioso. "Acabamos de anunciar nuestro ingreso a China con el área de carga, que es tremadamente importante para la compañía. Nuestro crecimiento continúa de manera acelerada e importante y en 2026 va a ser de la misma forma a través de tecnología, seguridad, consistencia operacional y buscar continuar ingresando en más mercados", señala Rene Pascua, CEO de Swissport para Latinoamérica y El Caribe, una de las áreas que ha registrado un especial dinamismo, con presencia en 86 aeropuertos de 14 países, donde gestiona más de un millón de vuelos al año.

Las recientes expansiones en mercados clave, incluyen nuevas ubicaciones en Ecuador, Chile y Brasil, así como ampliación de nuevas líneas de servicios en Brasil, con acuerdos con Latam Airlines como uno de sus ejes. Con esa compañía asumió el 100% de la operación en Ecuador, en 2024, y el año pasado fue seleccionado en Brasil como proveedor de un nuevo servicio de atención de pasajeros con movilidad reducida en sillas de ruedas en 11 aeropuertos –incluyendo Sao Paulo, Rio de Janeiro y Brasilia– y hace pocas semanas comenzó su operación en Curazao.

No menos dinámica ha sido la expansión de Swissport en Chile, mercado que define como "una

parte fundamental del crecimiento que hemos tenido en la región", a partir de sus contratos con los tres grandes actores: Latam [a quien administra las operaciones en tres aeropuertos], Jetsmart [limpieza de aeronaves en Arturo Merino Benítez] y Sky, que externalizó todos sus servicios terrestres en 2023.

Ahora la multinacional está presente en 15 aeropuertos chilenos con vuelos regulares durante todo el año a lo largo del país, además de operaciones de temporada en Puerto Williams, donde apoya a Aerovías DAP. "El crecimiento de Swissport en Chile ha sido notable, ya que hasta 2021 operaba únicamente en Santiago, y en un período de cuatro años ha logrado expandirse operando en los 16 aeropuertos más importantes y la atención de casi 56.000 vuelos al año", señaló.

Desde esta posición, el principal ejecutivo de Swissport para la región subrayó que "Chile es y seguirá siendo tremendamente importante y, por lo tanto, la inversión en el país va a continuar. Nuestra ambición es seguir creciendo; apostamos por el país y vamos a estar posicionados para aprovechar cualquier oportunidad comercial que se nos pueda dar en el corto y mediano plazo".

Los nuevos negocios

Las tres líneas de negocio fundamentales son los servicios aeroportuarios en tierra, manejo de carga, y Salones VIP a través de la marca Aspire, con aproximadamente 100 recintos a nivel global.

En el mercado local, la



empresa presta servicios de atención de pasajeros, de rampa y de limpieza de aeronaves, donde ha alcanzado una alta consolidación. Por ello, la estrategia de Swissport en el país apuesta firme al despliegue de sus nuevas líneas de negocio.

Uno de estos frentes se abrió el año pasado tras la adquisición de un permiso para ofrecer servicios de seguridad –AVSEC– con recursos humanos especializados y actualmente ya atiende a Turkish Airlines, firma que empezó a volar a Chile en diciembre de 2024. "Tenemos conversaciones muy activas con clientes actuales a los que no brindamos el servicio de seguridad, así como otros clientes para poder empezar a brindar este servicio a otros aeropuertos en Chile, para poder seguir creciendo".

aeroporto de Zurich para el traslado de equipaje. Desde esta experiencia, la compañía está evaluando extender estos vehículos inteligentes a otros aeropuertos.

Asimismo, en el campo del desarrollo digital, Swissport diseñó Matchbox, herramienta basada en Inteligencia Artificial que permite prevenir que pasajeros viajen a destino si no disponen de la documentación requerida.

"Es una herramienta avanzada de digitalización de documentos con equipos móviles operada con IA que dispone de la información regulatoria para cada pasajero viajando hacia un destino específico. Mantiene y actualiza una base de datos de las regulaciones de cada país, similar a lo que realiza IATA, pero en este caso es actualizada cada hora",

Chile es y seguirá siendo tremadamente importante y la inversión en el país va a continuar. Nuestra ambición es seguir creciendo".

Desde la prioridad asignada a su estrategia de innovación global a través de Swissport Labs, la compañía viene invirtiendo activamente en automatización. Así, es la primera compañía de servicios de aviación en tierra que puso en marcha un vehículo inteligente completamente autónomo para operar equipaje utilizando tecnología de última generación, iniciativa que lleva a cabo en el aero-

Rene Pascua, CEO
Latin America & Caribbean de Swissport.

explicó Pascua.

Entre sus capacidades, figura el escaneo diario de 2,2 millones de páginas de requerimientos de inmigración regulatorios a nivel global. "Hemos procesado 2,5 millones de pasajeros en los últimos 12 meses en el plan piloto en Zurich con 100% de éxito. Estamos ofreciendo este servicio a diferentes aerolíneas en distintos hubs", explicó. Según la IATA, al año del orden de un 1% de los pasajeros vuelan sin la documentación adecuada, lo que equivale a 4,3 millones de personas.

"En Chile tenemos oportunidad de crecer con el negocio de seguridad y también podemos crecer mucho con los negocios de tecnología como, por ejemplo, Matchbox", señaló el ejecutivo. ■