



Vueling transportó 356.930 pasajeros en noviembre, con una ocupación media del 65,3%

La aerolínea incrementó la ocupación de sus aviones en 1,7 puntos respecto al mismo mes del año anterior, gracias a su plan de ajuste de rutas y flota

Las ventas por Amadeus se sitúan ya por encima del 15% del total de ventas de Vueling con previsión de seguir creciendo en este canal

Vueling ha eliminado un 33% de capacidad, correspondiente a las rutas no rentables, para centrarse en segmentos de negocio que permiten obtener significativas mejoras en el resultado de la Compañía

Barcelona, 5 de diciembre de 2008. – Vueling, la aerolínea de nueva generación, transportó un total de 356.930 pasajeros el pasado mes de noviembre. La aerolínea incrementó su nivel de ocupación en 1,7 puntos respecto al mismo período de 2007, pasando éste de un 63,6% a 65,3%.

En noviembre, Vueling operó siete aviones menos que durante el mismo mes del año anterior, lo que se tradujo en un menor número de vuelos—una reducción de un 30% de año en año. Desde enero, Vueling viene ajustando su oferta, dentro del marco de su plan de mejora, recortando flota y cancelando rutas no rentables. Dicho ajuste de capacidad está permitiendo a la compañía reducir costes de forma muy significativa.

El plan de mejora de la aerolínea marca, asimismo, la orientación hacia un pasajero de mayor valor añadido. Para ello, Vueling viene expandiendo las rutas de negocios, ampliando la oferta de servicios de cara a los pasajeros que viajan por motivos laborales, además de invertir en la distribución a través de agencias de viaje tradicionales.

Gracias a la ejecución de su plan de mejora, la aerolínea viene logrando desde enero la mejora del ingreso por vuelo (el producto de multiplicar la recaudación media por pasajero por el número medio de pasajeros por vuelo), el cual es el principal vector comercial de la compañía.

La compañía espera que, transportando pasajeros de mayor valor añadido, operando un menor número de vuelos durante el trimestre (y éstos, en rutas más rentables) y reduciendo su base de costes, conlleven a una significativa mejora en los resultados del cuarto trimestre del año, en línea con lo conseguido durante el tercer trimestre de 2008.

Para más información:

Vueling Airlines, SA
Relaciones Públicas +34 93 378 78 83
Alfons Claver alfons.claver@vueling.com
Bárbara Fisa barbara.fisa@vueling.com
Patricia Burgos patricia.burgos@vueling.com

Estudio de Comunicación, SA
Fernando Geijo +34 619 28 73 15
fgeijo@estudiodecomunicacion.com

	Noviembre				
	AKOs (‘000)	PKTs (‘000)	vuelos	pasajeros	nivel de ocupación
2007	735.450	468.288	4.295	495.707	63,6%
2008	494.342	323.152	2.999	356.930	65,3%
% 08/07	(33,8%)	(31,0%)	(30,2%)	(28,0%)	1,7 pp.

AKO (asiento kilómetro ofertado): número de asientos volados multiplicado por el número de kilómetros volados

PKT (pasajero kilómetro transportado): número de pasajeros multiplicado por el número de kilómetros que volaron

Hechos destacados del periodo

El 24 de noviembre, Vueling **ya había puesto a la venta el 73% de su programa de verano**, ofreciendo como mínimo una frecuencia en cada ruta, excepto en las correspondientes a las Baleares y Malta. A finales de año, el 85% del programa estará a la venta, mientras que el 100% lo estará a finales de enero, dos meses antes del inicio de la temporada.

El 28 de noviembre, **Vueling empezó a vender a través de Amadeus en Italia**, adoptando el e-ticketing y el sistema de pago BSP como opciones estándar. Italia fue el quinto mercado donde Amadeus fue implementado, tras España, Francia, Portugal y Benelux. Durante la última semana del mes, las ventas a través de Amadeus ya representaban el 15% del ingreso total por tarifa de Vueling.

Para más información:

Vueling Airlines, SA
 Relaciones Públicas +34 93 378 78 83
 Alfons Claver alfons.claver@vueling.com
 Bárbara Fisa barbara.fisa@vueling.com
 Patricia Burgos patricia.burgos@vueling.com

Estudio de Comunicación, SA
 Fernando Geijo +34 619 28 73 15
fgeijo@estudiodecomunicacion.com