



Vueling alcanza un beneficio neto de 1,35 millones de euros en el tercer trimestre

Las ventas superan los 118,4 millones de euros, un 49 por ciento más que en el mismo período del año anterior.

Vueling ha logrado una ocupación récord del 84,4 por ciento, 5,4 puntos por encima del obtenido en el mismo trimestre del 2006, que se situó en el 79 por ciento.

El número de pasajeros transportados en el tercer trimestre ha superado los 2,1 millones, lo que supone un aumento del 83 por ciento con respecto al mismo período del pasado año (1,1 millones más).

La Compañía ha puesto en marcha nuevas rutas, hasta operar un total de 54 frente a las 38 del 2006, y ha incrementado las frecuencias con los destinos ya ofertados. La utilización por avión se ha incrementado en un 20,2 por ciento, hasta un nivel cercano a las 12 horas por día.

Los costes unitarios, sin incluir combustible, se han reducido un 14 por ciento respecto al mismo trimestre del 2006, hasta un nivel de 3,69 céntimos de euro.

Barcelona, 18 de octubre de 2007.- Vueling, que está inmersa en un importante proceso de expansión –próxima apertura de la nueva base de Sevilla, incremento de rutas y adquisición de aeronaves-, tres años después del inicio de sus operaciones, ha obtenido un beneficio neto de 1,35 millones de euros frente a los 5,02 millones del año anterior.

Vueling Airlines ha presentado hoy los resultados económicos correspondientes al tercer trimestre del ejercicio. La cifra de negocio entre julio y septiembre ha mejorado hasta los 118,4 millones de euros, un 49 por ciento más que los 79,4 millones del mismo período del pasado ejercicio, gracias al coeficiente de ocupación récord de sus aviones, que alcanzó un 84,5 por ciento.

El incremento del coeficiente de ocupación en más de 5 puntos; el menor coste unitario total -11,5 por ciento menor que en 2006, el segundo más bajo de Europa, tras Ryanair-, que sin incluir carburante sería un 14 por ciento menor; la mayor utilización de los aviones -20 por ciento- y el mayor transporte de pasajeros –más de un 70 por ciento- no se han visto suficientemente compensadas por el descenso de las tarifas, en un 22 por ciento, hasta los 40 euros por pasajero.



Este descenso es debido, fundamentalmente, a la entrada en funcionamiento, y a su falta de maduración del negocio, de las 16 nuevas rutas -54 actuales frente a 38 del mismo periodo el año anterior-, y a la fuerte presión competitiva de competidores tradicionales y sus filiales.

Además, el volumen de pasajeros aumentó un 83 por ciento hasta alcanzar una cifra superior a los 2,1 millones de viajeros, más de 1,1 millones de pasajeros más que en el mismo periodo de 2006.

La reducción de costes unitarios se ha producido gracias a las nuevas operaciones de auto-handling en Barcelona e Islas Baleares, un descenso en otras áreas operativas, en gastos generales y en gasto de publicidad, que ha vuelto a niveles normales tras el lanzamiento de la base en París en primavera.

Para Carlos Muñoz, consejero delegado de Vueling, "éstos son unos buenos resultados que van en la dirección correcta de reducción de costes y preparan a la compañía para competir mejor en un mercado tan complicado como éste. Todavía tenemos un largo camino".

Muñoz añade que "hay un duro trabajo por hacer todavía hasta finales de año. Hay tres importantes proyectos en marcha, el pleno desarrollo de París, el lanzamiento de la nueva base de Sevilla y ser capaces de atraer a los clientes de negocios, con acciones como el incremento de frecuencias en el Barcelona-Madrid, a siete diarias".

Vueling ha incorporado recientemente una nueva aeronave –octubre- y está previsto que incorpore otras dos unidades más a lo largo del mes de noviembre. Junto a las 21 unidades del moderno Airbus A 320 existentes, un 50 por ciento más que en el mismo periodo del año anterior, totalizarán 24 aeronaves. Asimismo, en las próximas semanas está prevista la inauguración oficial de su nueva base en Sevilla, lo que refuerza la posición como compañía líder en el mercado de las aerolíneas de bajo precio en España. Además, Vueling pondrá en marcha un programa de captación de clientes de negocios a través de canales tradicionales, que complementará a los existentes.

Por último, está previsto que los niveles de utilización y los costes, sin incluir combustibles, continúen siendo favorables a lo largo del último trimestre del año.