

# Vueling Airlines Junta General de Accionistas

20 de Junio de 2008



Vueling by MTV. Diseñador: 3TTMan



# Contenido de la presentación

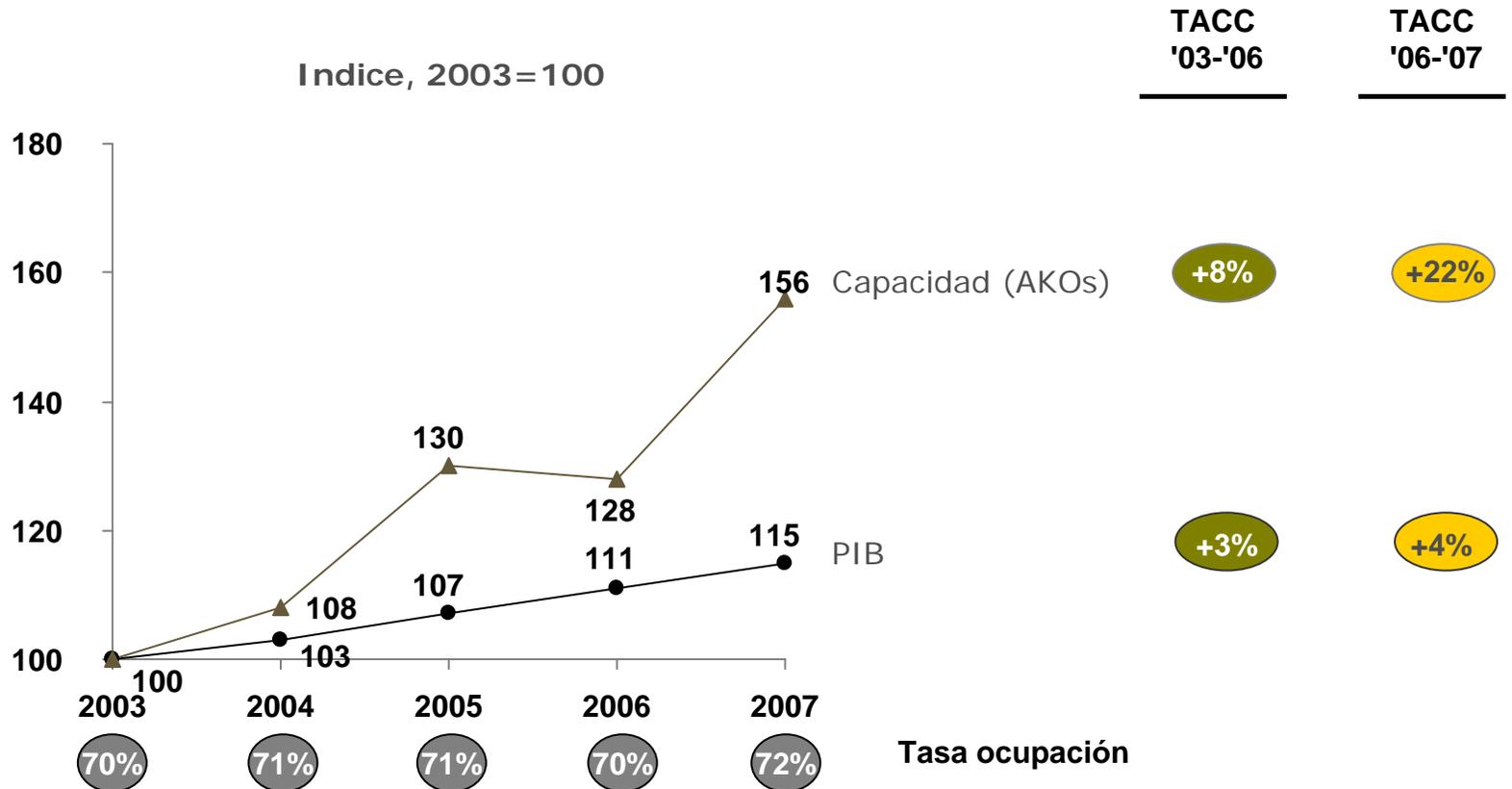
## Ejercicio 2007

Plan de mejora y evolución reciente 2008

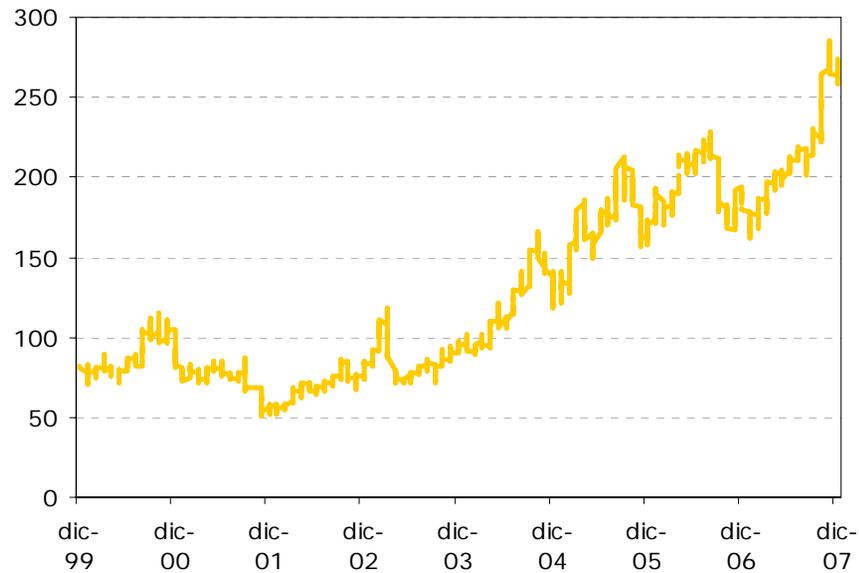


El 2007 estuvo marcado por un fuerte aumento de capacidad en el mercado español, que ha traído consigo una reducción de precios para estimular la demanda...

Aumento capacidad vs. evolución PIB



...así como por un los máximos históricos en los precios del  
fuel, nuestro principal elemento de coste  
Coste de queroseno. Céntimos de US\$ por galón

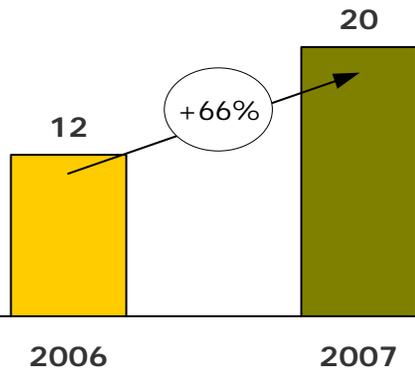


# 2007 fue un ejercicio de gran expansión para Vueling

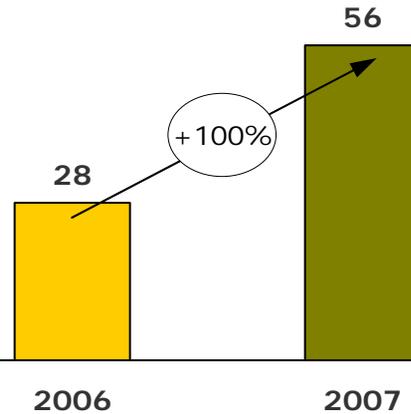
Aumento de capacidad y rutas...

... para ganar nuevos clientes

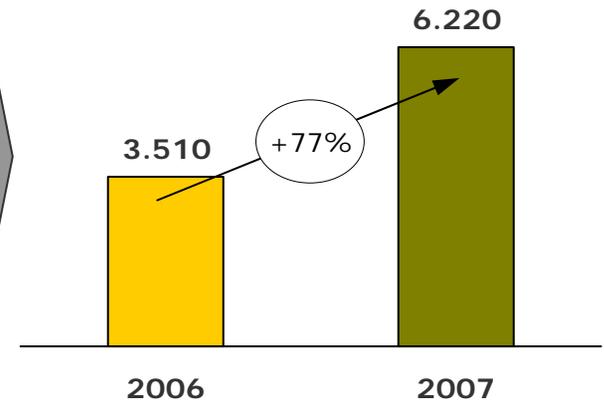
Aviones medios utilizados



Rutas operadas final de año



Pasajeros. Miles



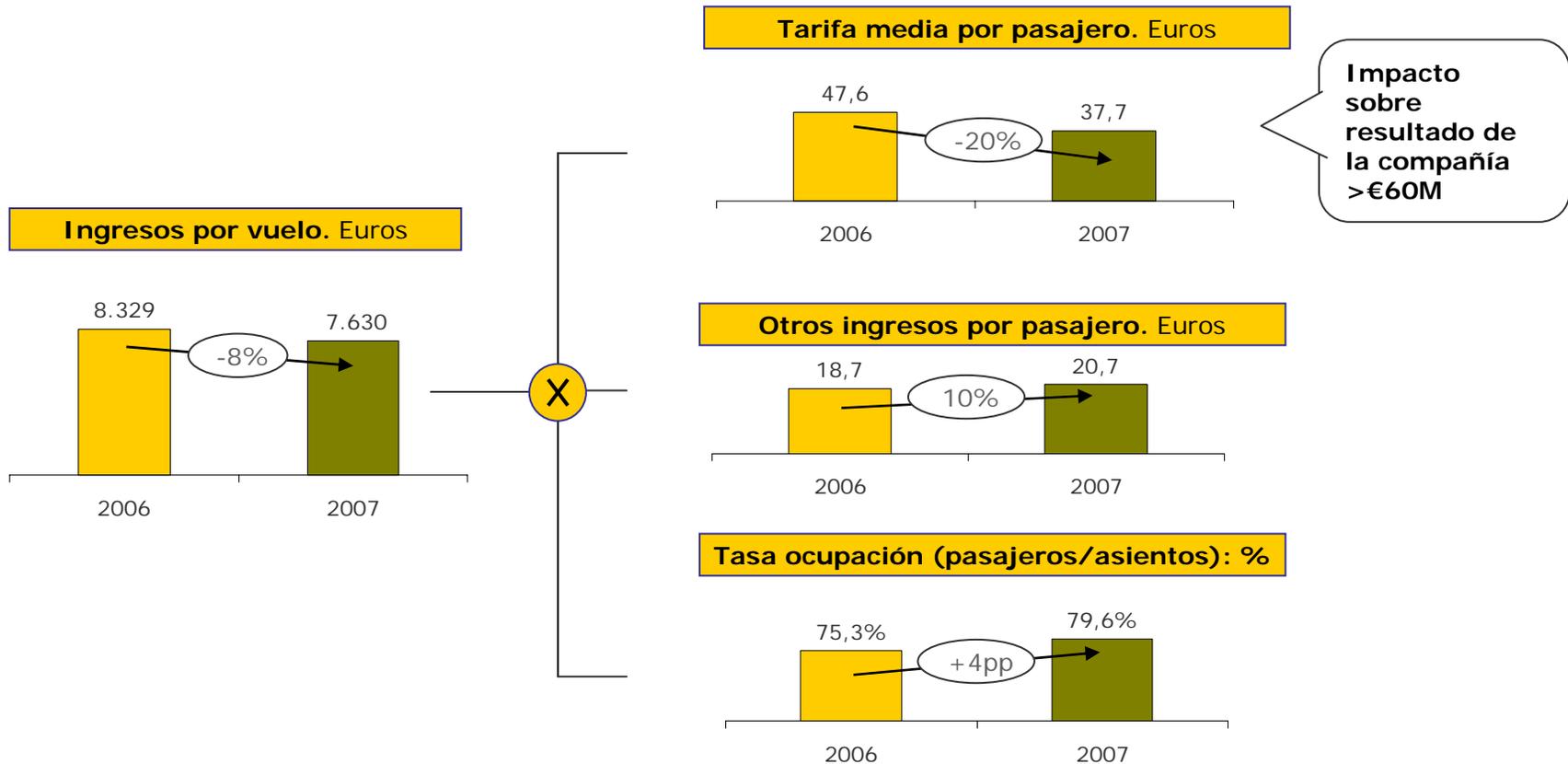
# La fuerte expansión de Vueling en un entorno de alta competencia y elevados precios de fuel tuvo como resultado unas pérdidas de 81 millones de Euros

Miles de euros

Cuenta de Pérdidas y Ganancias	2007	2006	Var.	%/Vtas 07	%/Vtas 06
Ingresos explotación	362.673	235.035	54%		
Aprovisionamientos	105.636	56.424	87%		
Otros gastos de explotación	330.401	190.050	74%		
<b>Resultado de explotación</b>	<b>(73.364)</b>	<b>(11.439)</b>	<b>541%</b>	<b>(20%)</b>	<b>(5%)</b>
Resultado financiero	3.287	1.205	173%		
<b>Resultado de las act. ord.</b>	<b>(70.077)</b>	<b>(10.234)</b>	<b>585%</b>	<b>(19%)</b>	<b>(4%)</b>
Resultados extraordinarios	15	601	(98%)		
Impuesto sobre Sociedades	11.333	(2.121)	(100%)		
<b>Resultado del Ejercicio</b>	<b>(81.395)</b>	<b>(7.512)</b>	<b>984%</b>	<b>(22%)</b>	<b>(3%)</b>

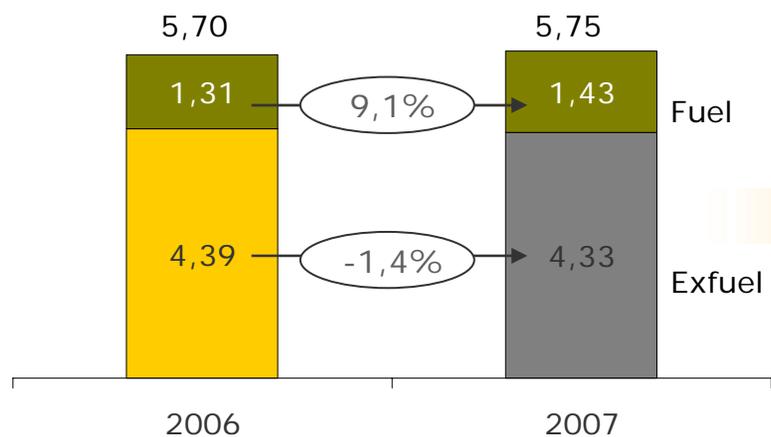


El ingreso unitario ha estado afectado negativamente por el contexto de precios, no lográndose compensar con otras mejoras como la producida en ingresos accesorios

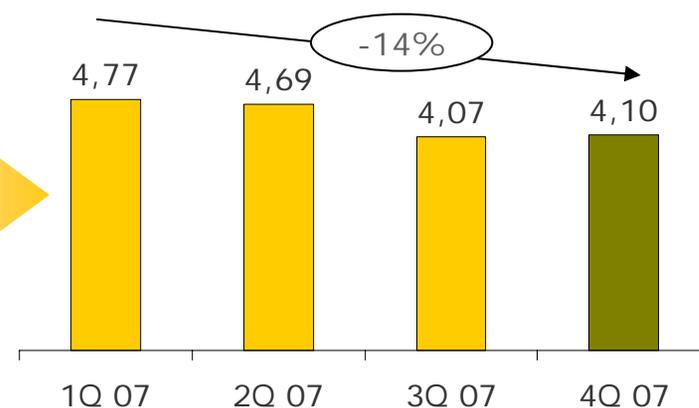


Exceptuando la subida del fuel, la evolución del coste unitario ha sido positiva

**Coste por AKO. Céntimos de Euro**

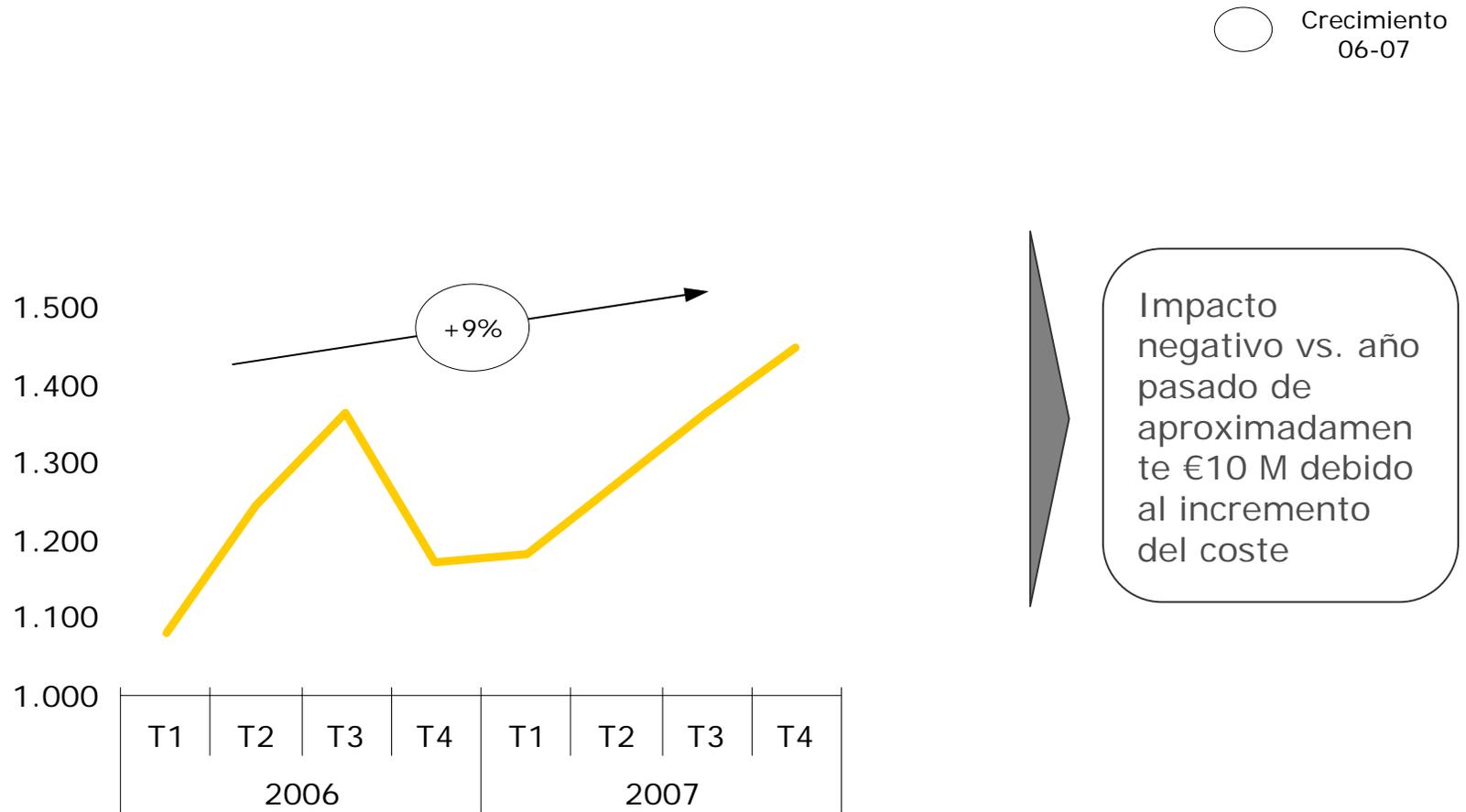


**Coste por AKO ex-fuel. Céntimos de Euro**



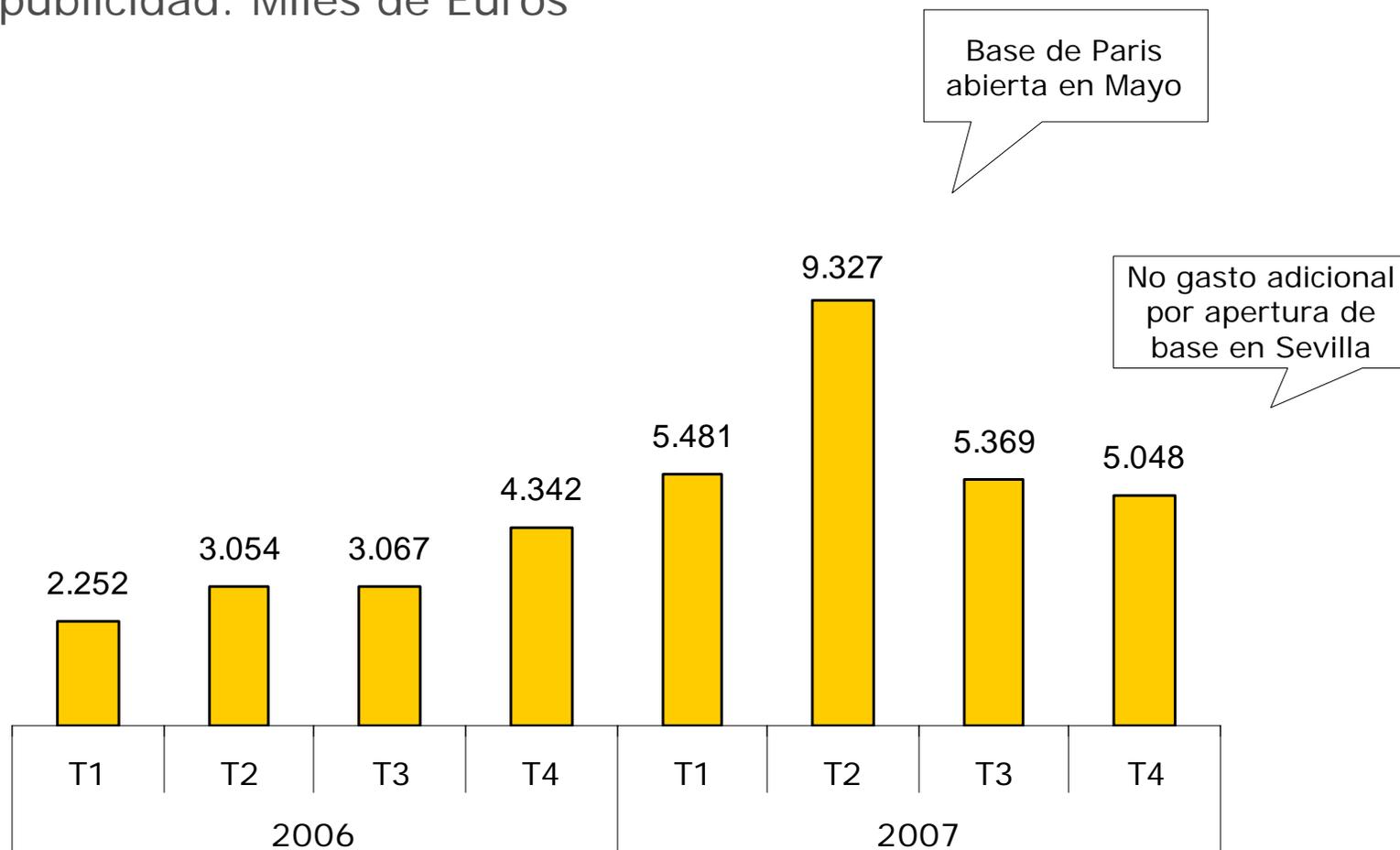
# El coste del fuel incrementó considerablemente durante el ejercicio

Coste de fuel por Hora Bloque. Euros



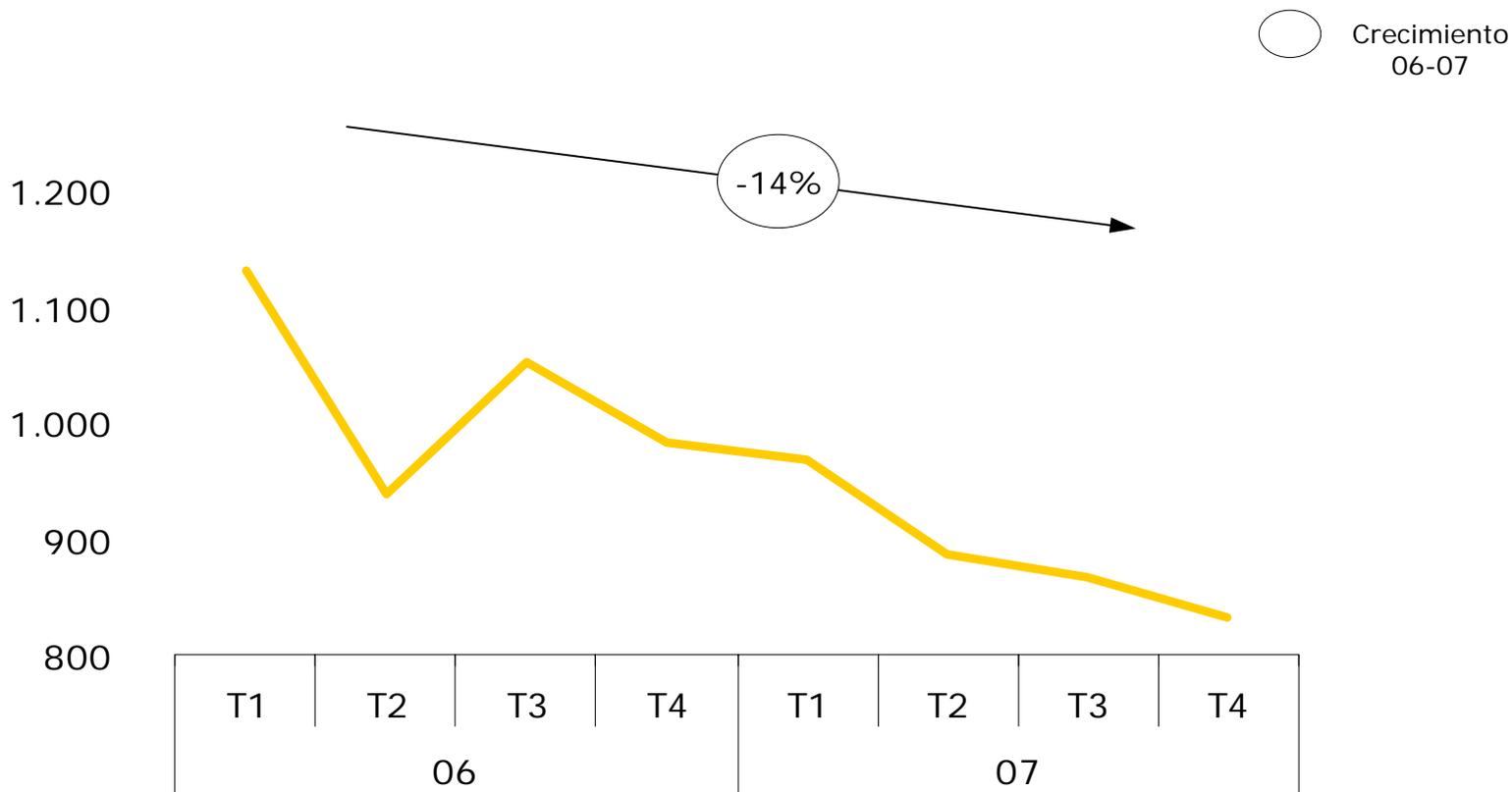
Se redujo el coste de publicidad significativamente, tras el máximo del 1S, debido al lanzamiento de la base de París

Coste de publicidad. Miles de Euros



# El coste unitario de Handling se ha reducido gracias al auto-handling en BCN y la firma de nuevos contratos en 2007

Coste por vuelo. Euros



# El balance mostraba una posición a final de año de 85 Millones de Euros de caja

Balance de situación a 31 Dic 2007. Miles de euros

Activo	2007	2006	Var.
<b>Total inmovilizado</b>	<b>44.423</b>	<b>32.581</b>	<b>36%</b>
<b>Gastos a distribuir en varios ejercicios</b>	<b>-</b>	<b>814</b>	<b>(100%)</b>
Otros activos circulantes	12.844	19.168	(33%)
Tesorería e inversiones financieras temporales	84.821	130.161	(35%)
<b>Total activo circulante</b>	<b>97.665</b>	<b>149.329</b>	<b>(35%)</b>
<b>Total activo</b>	<b>142.088</b>	<b>182.724</b>	<b>(22%)</b>

Pasivo	2007	2006	Var.
<b>Total fondos propios</b>	<b>43.895</b>	<b>125.290</b>	<b>(65%)</b>
<b>Ingresos a distribuir en varios ejercicios</b>	<b>2.660</b>	<b>2.332</b>	<b>14%</b>
<b>Provisión para riesgos y gastos</b>	<b>16.131</b>	<b>7.928</b>	<b>103%</b>
Acreeedores comerciales	62.641	36.657	71%
Otros pasivos circulantes	16.761	10.517	59%
<b>Total acreedores a corto plazo</b>	<b>79.402</b>	<b>47.174</b>	<b>68%</b>
<b>Total pasivo</b>	<b>142.088</b>	<b>182.724</b>	<b>(22%)</b>



# Contenido de la presentación

Ejercicio 2007

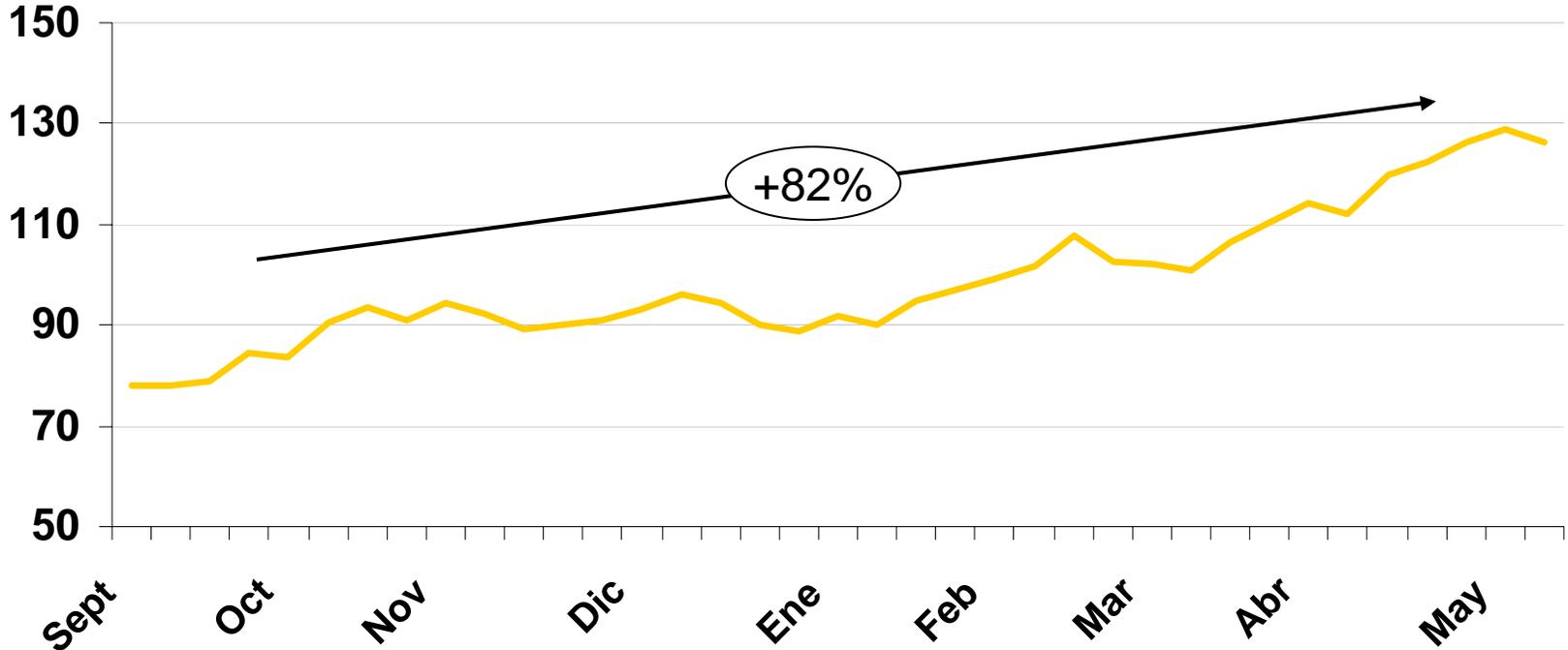
## Plan de mejora y evolución reciente 2008



En 2008, aunque no se prevén aumentos de capacidad significativos, el precio del fuel tendrá una influencia mucho mayor que en 2007

Evolución del precio del fuel. US\$ por barril de brent

○ Crecimiento Sept- May



# El plan de mejora para 2008 se basa en cuatro pilares principales

## Optimización de capacidad y red

- Cancelar rutas no rentables
- Ajustar capacidad para mantener o incrementar productividad

## Acceso a segmentos de mercado diferentes

- Desarrollar canales off-line
- Complementar el producto actual con otro orientado a pasajero de negocios

## Incremento de eficiencia / eficacia

- Costes gestionables:  
Estructura, productividad de tripulaciones, handling...
- Mejora de prácticas de "Revenue Management"

## Incremento del ingreso accesorio

- Lanzamiento de nuevos productos
- Ajuste dinámico de precios para maximizar ingreso



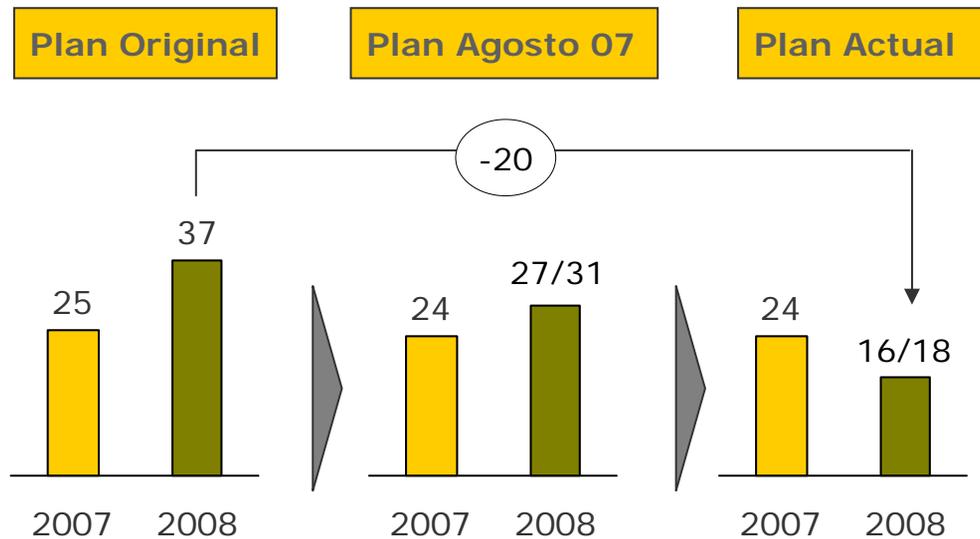
# Se ha comenzado a ejecutar tanto el ajuste de capacidad...

## Ajuste de capacidad

### Actividades

- Ajustar el número de aviones que operan rutas no rentables
- Maximización de la utilización de Aviones
- Optimización el exceso de capacidad de corto plazo a través de "wet leases" y "subcharters"

### Número de aviones. Final de año



Plan en ejecución sin penalizaciones



# ... como el proceso de optimización de la red

ILUSTRATIVO

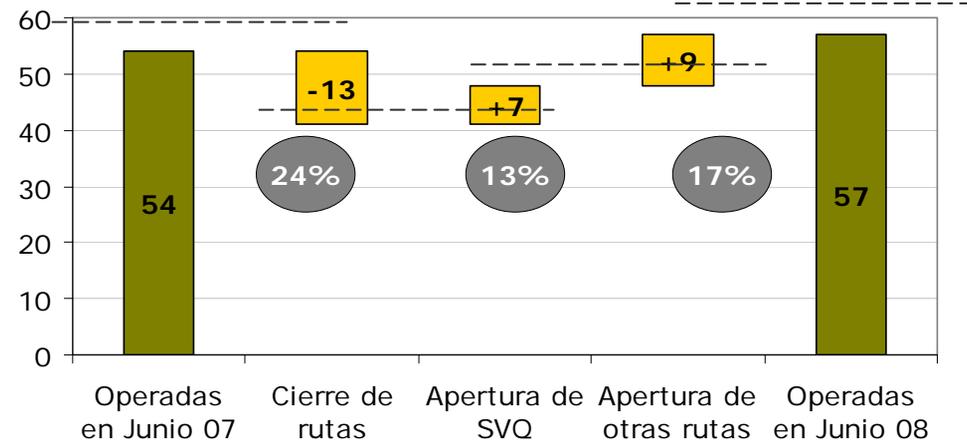
● % Rutas  
iniciales

## Actividades

- Cancelación de rutas y vuelos no rentables
- Asignación de capacidad a a otras rutas rentables (e.g. Islas Canarias, BCN-MAD, SVQ)

Optimiza-  
ción de  
red

Plan de restructuración de rutas. # rutas

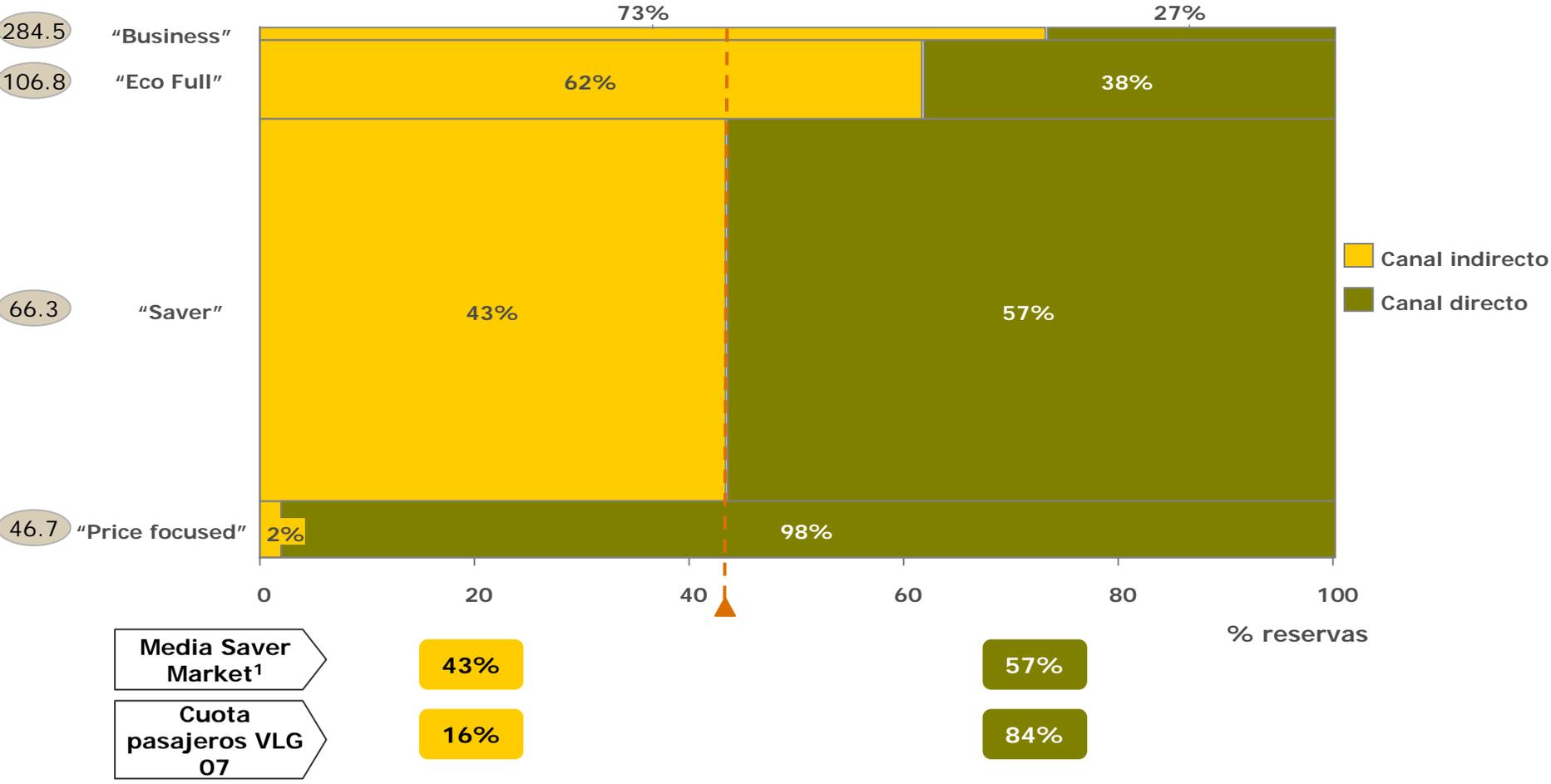


# Vueling se enfocará en desarrollar el canal indirecto, que tendrá un impacto estimado de entre 12 y 20 Millones en '08

Precio Billete (€)

### Distribución mercado <sup>1</sup> según canal distribución

Número de pasajeros por segmento de cliente



1. Pasajeros domésticos y España-Europa  
Fuente: Paxis Plus y estimaciones internas



# Vueling complementará su oferta con un producto adicional enfocado hacia el tráfico de negocio

## Producto "Flex"

Producto mejorado orientado hacia el tráfico de negocio:

- Facturación preferencial
- Equipaje facturado sin cargos adicionales
- Embarque prioritario
- Asientos en primeras filas
- Más puntos de programa fidelización Punto
- Sin overbooking

## Producto "Saver"

Producto básico orientado hacia el tráfico de ocio:

- No selección asiento
- Cargo por equipaje
- Overbooking

Cargo por elección de asiento

Ingresos  
accesorios de  
pago

- Asiento XL
- Asiento Dúo
- Venta a bordo

- "Dynamic packaging"
- Hotel/Reserva coches
- Seguro

- SMS
- Tarjeta de crédito

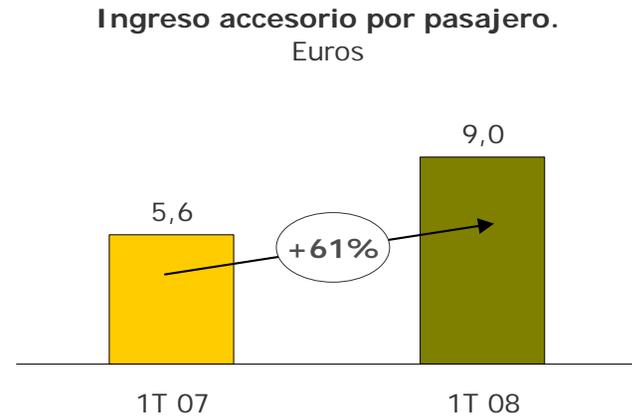


# Vueling está trabajando en aumentar sus ingresos accesorios

## Aumento de ingresos accesorios

### Actividades

- Nuevos productos desde el año pasado:
  - Cargo por equipaje
  - Asiento XL
  - Cargo por tarjeta crédito y débito
- Acciones recientes
  - Lanzamiento del cargo por elección de asiento
  - Incremento de cargo por exceso de equipaje

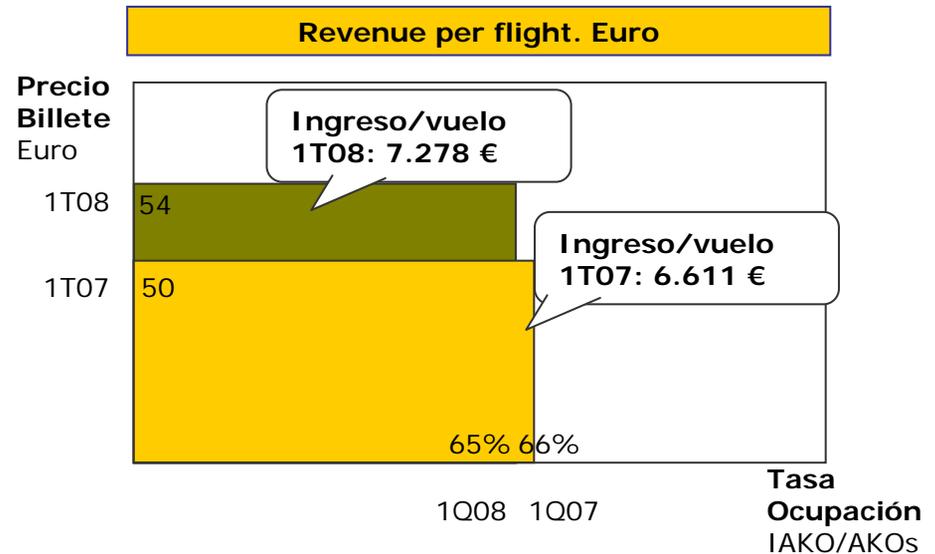


# ... y en gestionar de forma más óptima el "revenue management"

**Maximización del ingreso por vuelo**

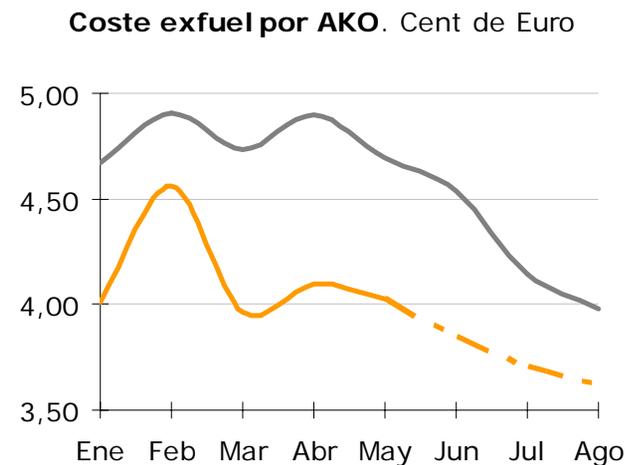
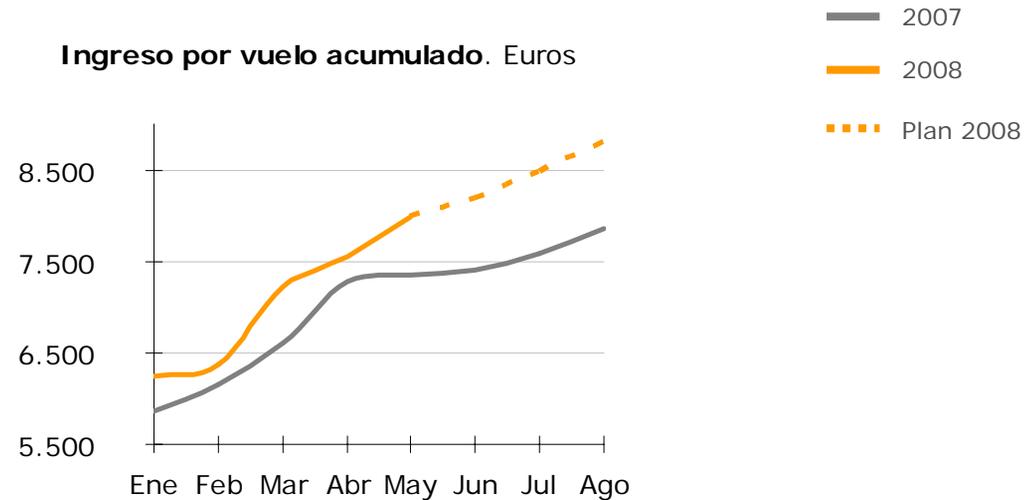
## Actividades

- Ajuste de "trade-off" entre niveles de precios y tasa de ocupación
- Incremento del nivel de precios
- Promociones selectivas
- Cambio a canales con mayor precio medio y menor anticipación



# Las acciones del Plan de Negocio tendrán un reflejo en los resultados ya desde el segundo trimestre

Se prevé que las mejoras de costes ex-fuel y de los ingresos por vuelo permitan compensar en su totalidad los efectos del aumento de fuel en el segundo trimestre, manteniendo un resultado similar al del ejercicio anterior



Nota: AKOs expresados en Great Circle Distance

Fuente: Vueling. Datos bajo Spanish GAAP.



El equipo de Vueling está totalmente comprometido con los objetivos del plan y va a hacer todo lo posible para cumplirlo

<b>Optimización capacidad y red</b>	<b>€ 25 M</b>
<b>Acceso a nuevos segmentos de mercado</b>	<b>€ 12-20 M</b>
<b>Incremento ingresos accesorios</b>	<b>€ 18-22 M</b>
<b>Incremento eficiencia en costes e ingresos</b>	<b>€ 15-25 M</b>

### Objetivos del plan

- Presentar un resultado del segundo trimestre en línea con el del ejercicio 2007
- Mejorar significativamente el resultado del total del ejercicio, a pesar de la subida de fuel
- Alcanzar rentabilidad durante 2009



Para más información...

**Web**                    [www.vueling.com/investors](http://www.vueling.com/investors)

**Email**                [investors@vueling.com](mailto:investors@vueling.com)

**Teléfono**            **93 378 78 78**

**Fax**                    **93 378 78 79**



vueling<sup>o</sup>

