



16 jul, 2015 07:00 CEST

Norwegian presenta una fuerte mejora de resultados y un coeficiente de ocupación récord.

Oslo (Noruega), 16 de julio de 2015

Norwegian presenta hoy los resultados del segundo trimestre de 2015. El resultado antes de impuestos (EBT) fue de 456 millones de coronas noruegas (51 millones de euros: 1 euro = 0,1119 coronas noruegas), una mejora de 593 millones de coronas noruegas (66,33 millones de euros) en relación al año anterior. El coeficiente de ocupación fue del 85%, con un fuerte progreso en todos los mercados de Norwegian, y sobretodo en la operativa de largo

radio, donde el coeficiente de ocupación se situó por encima del 90% y el volumen de pasajeros dobló con creces el obtenido en el mismo periodo del año anterior.

El coeficiente de ocupación para el segundo trimestre fue del 85%, cinco puntos porcentuales por encima del del mismo periodo del año anterior. La operativa de largo radio de Norwegian obtuvo una ocupación todavía más elevada, del 91%: durante el segundo trimestre, la aerolínea transportó 324.000 pasajeros en su red de largo radio. Ello significa que el número de pasajeros en dicha operativa se ha doblado con creces en relación al mismo periodo del año anterior, cuando el número de pasajeros fue de 139.000. En estos momentos, Norwegian opera 434 rutas en Europa, Estados Unidos y Asia – de las que 21 son rutas de largo radio. En conjunto, Norwegian tiene 28 rutas de largo radio a la venta, y con más rutas por llegar.

Durante el segundo trimestre, Norwegian recibió un nuevo Boeing 787 Dreamliner y dos Boeing 737-800. A día de hoy, Norwegian tiene una flota de largo radio compuesta por ocho Dreamliners. Cuatro Dreamliners más serán añadidos a la flota el año que viene, en todos los casos en una versión de mayor capacidad a la existente a día de hoy en la flota de Norwegian.

Crecimiento sólido en todos los mercados

Siete millones de pasajeros optaron por viajar con Norwegian durante el segundo trimestre –un incremento del 9%. El mayor crecimiento en términos de volumen de pasajeros se dio en Londres Gatwick, seguido por el aeropuerto de Oslo de muy cerca. Los aeropuertos españoles también experimentaron un sólido crecimiento en el número de pasajeros. Durante el trimestre, Norwegian lanzó nuevas rutas de Europa al Caribe, así como entre el Caribe y las ciudades de Boston, Nueva York y Washington, D.C.

A pesar de la debilidad de la corona noruega, los costes unitarios se redujeron, asegurando la competitividad de la compañía de cara al futuro. Los precios del combustible descendieron, lo que compensó con creces los efectos de la debilidad en la corona noruega. Los nuevos aviones consumen mucho menos combustible que los antiguos, lo que otorga a Norwegian una ventaja competitiva significativa. Norwegian se enorgullece de tener una de las flotas más jóvenes del mundo, con una edad media de tan sólo cuatro años.

Durante el segundo trimestre, la facturación total de Norwegian se elevó a casi 5.900 millones de coronas noruegas (659,92 millones de euros), un 16% más que en mismo trimestre del año anterior. Las rutas de largo radio de Norwegian experimentaron un aumento en la facturación del 60%. La producción de Norwegian, medida en AKOs (*véase glosario al pie de esta nota*) se incrementó un 8%, mientras que el tráfico, medido en PKTs, lo hizo en un 15%, lo que refleja que cada pasajero de Norwegian vuela de media distancias más largas de lo que hacía antes. Además, un mayor número de pasajeros están adquiriendo extras a bordo.

Norwegian, reconocida como la mejor low-cost de largo radio del mundo

« Ha sido un trimestre muy bueno para Norwegian, con un crecimiento positivo en toda su red de rutas, y en especial en las de largo radio. Llenamos las plazas de nuestros aviones, seguimos lanzando nuevos y excitantes destinos y, además, hemos merecido unas críticas fantásticas por parte de nuestro pasajeros a través de dos premios SkyTrax », **ha declarado Bjørn Kjos, fundador y consejero delegado de Norwegian.**

En junio, Norwegian resultó elegida Mejor low-cost en Europa (por tercer año consecutivo) y también Mejor low-cost de largo radio del mundo (por primera vez), tan sólo dos años después de haber lanzado su servicio de largo radio. Estos premios SkyTrax son los reconocimientos más prestigiosos y reputados de la industria aérea. Pasajeros de 160 países tomar parte en los que constituye la mayor encuesta de satisfacción de clientes a escala mundial.

Para mayor información, véase fichero PDF adjunto.

Glosario:

AKO (asiento-kilómetro ofertado): número total de asientos ofrecidos de un avión por kilómetro volado. Es una unidad de producción que permite medir la capacidad ofertada de una línea aérea, en términos comparables con otras compañías.

PKT (pasajero-kilómetro transportado): número total de pasajeros transportados en un avión por kilómetro volado. Es una unidad de producción que mide la demanda.

Coefficiente de ocupación de pasaje (o load factor): porcentaje que representa el pasaje de pago que ocupa plaza en un avión sobre el total de AKOs en el avión ($PKT / AKO \times 100$). Es una medida del aprovechamiento de la oferta realizada a los pasajeros.

Norwegian Air Shuttle ASA, que opera bajo la marca comercial « Norwegian », es una aerolínea de bajo coste que cotiza en la bolsa de valores de Oslo. Norwegian es la segunda mayor aerolínea en Escandinavia y la tercera mayor aerolínea de bajo coste en Europa, con 24 millones de pasajeros transportados en 2014.

El mapa de rutas de Norwegian se extiende por toda Europa y abarca también el Norte de África y Oriente Medio, así como también vuelos de larga distancia a Estados Unidos y el Sureste Asiático. La empresa cuenta con un total de 434 rutas a 130 destinos y emplea a más de 5.500 personas en Noruega, España, Suecia, Dinamarca, Finlandia, Estonia, Reino Unido y Tailandia. Norwegian cuenta con un pedido firme de 251 aeronaves pendientes de entrega.

Fundada en 1993, Norwegian tiene su sede corporativa en las afueras de Oslo. Norwegian ofrece mayor espacio de pierna que la mayoría de aerolíneas, conexión gratuita de wifi bordo, uno de los mejores índices de puntualidad en el mundo y una flota de 96 aviones cuya edad media es de tan sólo 4,1 años.

En 2014, Norwegian ganó tres galardones en los reputados Passenger Choice Awards: Best Airline in Europe, Best Inflight Connectivity & Communications y Best Single Achievement por su mapa a bordo de su flota de 787 Dreamliner. Además, AirlineRatings.com premió a Norwegian como Mejor low-cost en Europa por segundo año consecutivo.

Contactos



Alfons Claver

Contacto de prensa

Comunicación y Relaciones Institucionales

Comunicación Corporativa

alfons.claver@norwegian.com

+34 697 787 193