

17 jul, 2014 08:35 CEST

Norwegian registra un fuerte crecimiento en capacidad y un coeficiente de ocupación récord.

Oslo (Noruega), 17 de julio de 2014

Norwegian Air Shuttle ASA (« Norwegian ») obtuvo un beneficio neto de 128,3 millones de coronas noruegas (15,31 millones de euros: 1 corona noruega = 0,1193 euros) durante el segundo trimestre de 2014, periodo que se caracterizó por un fuerte crecimiento en la capacidad ofertada y un coeficiente de ocupación récord, y se vio asimismo afectado por importantes gastos extraordinarios, así como por la debilidad de la corona noruega y los altos precios del petróleo.

Los datos del segundo trimestre también ponen de manifiesto la estrategia de crecimiento de Norwegian, y la intención de la compañía de llenar el incremento de plazas en oferta. A pesar de los considerables gastos relacionados con la puesta en marcha de las operaciones de largo radio y, también, el incremento en costes imputable a la debilidad de la corona noruega, el coste unitario (CAKO, coste por asiento-kilómetro ofertado, *véase glosario*) se redujo, fortaleciendo aún más la ventaja competitiva de la aerolínea. Durante el pasado año, Norwegian puso en servicio siete Boeing 787 Dreamliner, todos ellos para su operativa de largo radio.

Los ingresos totales del segundo trimestre se situaron en 5.043 millones de coronas noruegas (601,63 millones de euros), un incremento del 26% en relación con el mismo trimestre del año anterior. El resultado antes de impuestos (EBT) fue de -137 millones de coronas noruegas (-16,34 millones de euros). Un total de 6,4 millones de pasajeros optaron por Norwegian a lo largo del trimestre, lo que representa un incremento de un 16% –y de casi 900.000 pasajeros– respecto al mismo periodo del año anterior. **En España el**

crecimiento fue más intenso: Norwegian creció en 369.000 pasajeros durante el trimestre, un 18%.

El crecimiento en tráfico unitario (PKT, pasajero-kilómetro transportados) fue mucho más fuerte (de un 46%) que el incremento en la cantidad bruta de pasajeros, reflejando el hecho que cada pasajero de Norwegian voló de media una distancia considerablemente más larga que en el año anterior.

Coefficiente de ocupación récord

Norwegian experimentó un incremento muy fuerte en la producción (AKO, asiento-kilómetro ofertados), de un 41%. Dicho incremento fue todavía más intenso en los nuevos mercados como España. A pesar de ello, la compañía continuó dando salida a las plazas en oferta: el coeficiente de ocupación fue del 80% durante el trimestre, un incremento de 3 puntos porcentuales en relación al mismo periodo del año pasado, y que marca un récord absoluto de ocupación para un segundo trimestre.

« Durante este segundo trimestre, hemos podido ver claramente los frutos de la estrategia de la compañía. A lo largo de este año pasado hemos puesto en marcha la operación de largo radio y abrimos varias bases en Europa. Más de la mitad de nuestras 417 rutas operan ya fuera de Noruega, lo cual ilustra la importante expansión internacional experimentada durante el pasado año. Al mismo tiempo, hemos conseguido recortar costes, algo esencial en un entorno tan competitivo y globalizado como el de la aviación. Hemos incurrido, sin embargo, en notables gastos extraordinarios, como el wet-lease de algunos aviones. Asimismo, hay una alta presión competitiva, especialmente en el mercado escandinavo », **ha declarado el consejero delegado de Norwegian, Bjørn Kjos.**

Norwegian, tercera mejor aerolínea de bajo coste del mundo

Norwegian ha resultado recientemente elegida *Mejor aerolínea de bajo coste en Europa* por los reputados SkyTrax World Airline Awards, por segundo año consecutivo. Se trata de unos premios donde son los pasajeros quienes eligen a los ganadores. Además, Norwegian quedó tercera en la votación de *Mejor aerolínea de bajo coste del mundo*, tan sólo superada por AirAsia y AirAsia X.

« La prueba más palpable de la satisfacción de los clientes se halla en el

hecho que cada vez más y más gente opta por volar con Norwegian », **ha declarado Bjørn Kjos.**

Para una información más detallada (en inglés), haga clic [aquí](#).

Contacto para medios:

Alfons Claver, Comunicación y Relaciones Institucionales: +34 697 787 193

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.

CAKO (coste por asiento kilómetro ofertado): costes unitarios; se obtiene dividiendo los costes totales incurridos entre el número de AKOs en oferta.

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.

Contactos



Norwegian Press Office

Contacto de prensa

La oficina de prensa no puede atender consultas de clientes.

press@norwegian.com

+47 815 11 816



Agencia de prensa en España

Contacto de prensa

norwegian@edelman.com

+34915560154