



10 nov, 2020 07:43 CET

Resultados de Norwegian en el tercer trimestre de 2020

Los resultados de Norwegian en el tercer trimestre de 2020 se vieron muy afectados por la COVID-19, con una pérdida neta de 980 millones de corona noruegas (91,50 millones de euros; una corona = 0.09337 euros al cambio de hoy) y una reducción del 91 por ciento en los clientes respecto al mismo periodo del año anterior.

Oslo, 10 de noviembre de 2020

Norwegian ha dado a conocer hoy sus resultados del tercer trimestre de 2020. Tal y como se anticipó, éstos se vieron fuertemente afectados por la

pandemia de la COVID-19, con una pérdida neta de NOK 980 millones de coronas noruegas (91,50 millones de euros). Norwegian transportó aproximadamente un millón de clientes, una disminución del 91 por ciento en comparación con el mismo período del año pasado, lo que muestra una ligera mejora con respecto a la disminución del 99 por ciento en el segundo trimestre de este año. Norwegian continuó con éxito la conversión de su deuda en capital e implementando una serie de medidas de reducción de costes durante el tercer trimestre.

La demanda se vio gravemente afectada por los cambios en las restricciones de viaje y una ola secundaria de infecciones de COVID-19 reportadas en los mercados clave, lo que llevó a una demanda fluctuante y decreciente. Aproximadamente 25 aviones de corto radio estuvieron operativos durante el tercer trimestre, de una flota total actual de 140. Desde que golpeó la pandemia, se ha llevado a cabo un importante proceso de reestructuración financiera, alcanzando varios hitos nuevos durante el tercer trimestre de 2020. La conversión adicional de deuda de arrendadores y de proveedores en capital tuvo un efecto positivo combinado de 2.900 millones de coronas (270,77 millones de euros) durante el trimestre. En lo que va del año, la reestructuración ha mejorado el patrimonio neto en 18.200 millones de coronas (1.699,33 millones de euros).

Jacob Schram, consejero delegado de Norwegian, ha declarado:

“Nuestros resultados del tercer trimestre muestran claramente que los efectos de la pandemia global de la COVID-19 continúan teniendo un fuerte impacto en nuestras operaciones y posición financiera. Los cambios en las advertencias de viaje gubernamentales y las nuevas restricciones, como resultado de una segunda ola de infecciones observada en muchos países, han contribuido aún más a una disminución de la confianza de los clientes y a que ciertas rutas se vuelven una vez más inviables, lo que nos lleva a adaptar rápidamente nuestra red. Seguimos trabajando incansablemente para asegurarnos de que podamos salir de esta crisis como una empresa más fuerte, bien posicionada para la competencia futura y agradecemos a nuestros acreedores, accionistas y tenedores de bonos que nos hayan mostrado un fuerte apoyo en todo momento”.

Durante el tercer trimestre, aproximadamente un millón de clientes viajaron con Norwegian, en comparación con 10,53 millones durante el mismo período del año anterior. En términos unitarios, la producción (medida ésta

en AKO, véase glosario al pie de esta nota) se redujo en un 94 por ciento y el tráfico de pasajeros (medido éste en PKT) lo hizo en un 96 por ciento. La ocupación media fue del 60,6 por ciento, una disminución de 30,6 puntos porcentuales en comparación con el tercer trimestre de 2019.

El índice de puntualidad fue del 97,4 por ciento durante el tercer trimestre de 2020, un aumento de 22,7 puntos porcentuales en comparación con el 74,7 por ciento del tercer trimestre de 2019

La COVID-19 sigue generando incertidumbre en el futuro

Norwegian ha continuado mitigando los riesgos e incertidumbres con varias medidas destinadas a minimizar el consumo neto de caja, asegurar la financiación y mejorar la posición financiera de la empresa. Entre otras medidas, la compañía ha puesto en tierra la mayoría de sus aviones y ha suspendido temporalmente de empleo a la mayoría de su personal.

Norwegian ha experimentado una revitalización de la estructura organizativa, estrategia, planes comerciales y niveles de alta dirección con la intención de salir de la pandemia de la COVID-19 como una aerolínea más competitiva y rentable. Norwegian considerará nuevos cambios en la producción durante la temporada de invierno y más allá, según las advertencias de viaje y las restricciones de los gobiernos de los mercados en los que la empresa opera y basado en la demanda del cliente.

“Estoy muy orgulloso de los inmensos desafíos que nuestros compañeros de toda la aerolínea han superado para reducir nuestros costes a corto y largo plazo, reequilibrar nuestra deuda y ajustar continuamente nuestra red para reflejar los cambios en la demanda de pasajeros y la evolución de las restricciones de viaje. Juntos, hemos demostrado el espíritu de nuestros ‘Red Nose Warriors’, que se puede encontrar en todos los niveles dentro de nuestra empresa, frente a la crisis más profunda que jamás haya vivido nuestra industria. Pero ello por sí solo no es suficiente: esta crisis está lejos de terminar y, a medida que entramos en el tradicionalmente más difícil entorno comercial de invierno, es crucial que la industria noruega de la aviación reciba apoyo adicional si queremos sobrevivir y superar esta situación sin precedentes, y emerger así preparados para apoyar la recuperación económica de los países nórdicos a partir de 2021”, **ha concluido Schram.**

El Gobierno noruego deniega apoyo financiero adicional a Norwegian

El 9 de noviembre, el Gobierno de Noruega anunció que denegaba apoyo financiero adicional. Dicho anuncio, combinado con las estrictas medidas anti COVID-19 recientemente impuestas, deja a la empresa en una situación compleja. Actualmente, la compañía está evaluando los efectos de la situación actual con el objetivo de salvaguardar el interés de todas las partes interesadas.

El informe financiero de gestión (en inglés) se encuentra al pie de esta nota de prensa

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.

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

Acerca de Norwegian

La historia de Norwegian comenzó hace más de 27 años: nuestro año de fundación es 1993, pero sólo en 2002 comenzamos a operar como una aerolínea de bajo coste, con aviones Boeing 737 de mayor tamaño. Nuestros valores fundamentales han permanecido inalterados desde el principio: ofrecer tarifas asequibles para todo el mundo y permitir que nuestros clientes viajen de manera inteligente, ofreciendo una propuesta de valor con opciones

a lo largo de su trayectoria.

La marca Norwegian se expandió por el mundo cuando la aerolínea lanzó servicios de corto radio en toda Europa y luego efectuó su entrada en el largo radio, ofreciendo servicios a Estados Unidos, Asia y América del sur.

En 2018, la compañía cambió de rumbo para centrarse en sus destinos principales y en dimensionar la aerolínea de modo correcto, como respuesta a la demanda de los clientes y a las tendencias globales de la industria.

La rápida expansión global de COVID-19, en la primera mitad de 2020, aceleró este proceso y permitió a la compañía reestructurar su posición financiera y enfocarse en crear una Nueva Norwegian que pudiera responder a las nuevas condiciones del mercado y convertirse así en un negocio más resistente. Esta oportunidad también proporcionó una plataforma para repensar nuestra propuesta para el cliente, lo que permite más variedad y una mayor digitalización y personalización a lo largo de su trayectoria.

Norwegian se ha convertido en parte del tejido de la cultura nórdica y estamos orgullosos de exportar nuestros valores nórdicos a todo el mundo.

Contactos



Alfons Claver

Contacto de prensa

Comunicación y Relaciones Institucionales

Comunicación Corporativa

alfons.claver@norwegian.com

+34 697 787 193