

## Resultados primer trimestre 2011

# Vueling obtiene un resultado neto de -23 millones de euros en el primer trimestre de 2011 debido al aumento del precio del combustible

**Los costes de combustible suben un 20%, debido al fuerte incremento del precio del combustible que se ha encarecido un 41%**

## HECHOS DESTACABLES

**Vueling ha obtenido un resultado neto de -23 millones de euros** en el primer trimestre de 2011. Los resultados negativos son habituales en el primer trimestre del año debido al carácter estacional del negocio de las aerolíneas. Este trimestre los resultados se han visto impactados por un aumento del 41% del precio del combustible. Además, hay que añadir el hecho de que en el primer trimestre del año anterior se incluía parte del periodo vacacional de Semana Santa, que en 2011 se concentra todo en el 2º trimestre del año.

**La compañía no tenía planificado ningún aumento de su flota y por tanto de la capacidad para el primer trimestre del año**, pero los altos precios del combustible (+41% respecto al año anterior) han obligado a reducir el número de vuelos operados de forma selectiva sin afectar el servicio, con el objetivo de optimizar la rentabilidad de las rutas.

**La cifra de facturación alcanzada por Vueling ha sido de 127 millones de euros en los meses de enero a marzo 2011.** El número de vuelos operados ha disminuido en un 5% debido a que el fuerte aumento del precio del combustible ha obligado a reducir frecuencias para optimizar la rentabilidad de las operaciones. Por otro lado, el incremento de la presión competitiva en las rutas operadas por Vueling y la concentración del periodo de Semana Santa en abril, cuando el año pasado fue en marzo han afectado al ingresos unitario por asiento kilómetro ofertado, que ha bajado un 5%. Como resultado de ambos efectos, los ingresos se han reducido un 10% respecto al mismo periodo del año anterior.

**Los costes de combustible han aumentado un 20% mientras que el resto de costes no se han incrementado.** El precio de la tonelada de combustible ha alcanzado un precio de 968 dólares por tonelada, un 41% más que en el primer trimestre del año anterior cuando el precio era de 686 dólares por tonelada de combustible. La reducción del número de vuelos y la política de coberturas de la compañía han reducido este incremento de los costes de combustible hasta el 20%. El resto de costes se han mantenido gracias al programa de control de costes que de forma continua la compañía lleva implementado desde el año pasado.

**Vueling ha transportado 2.068.942 pasajeros** en el primer trimestre de 2011. Esto representa un descenso del 7% respecto al mismo periodo del año anterior. La compañía ha operado 16.860 vuelos alcanzando un nivel de ocupación del 69%. Vueling continúa manteniendo su liderazgo en el aeropuerto de Barcelona El Prat con una cuota del 22%, 9 puntos por delante de su más próximo competidor.

**La estructura financiera de Vueling continua siendo muy sólida.** La posición de caja neta de Vueling es de **206** millones de euros. A pesar del resultado negativo del trimestre la compañía mantiene a finales de marzo, la misma posición de caja de final de año, ya que el cash flow del primer trimestre ha sido de -1,5 millones de euros.

#### Tabla resumen de resultados

	Primer trimestre		
	2011	2010	var%
AKOs (millones)	2.652	2.824	-6%
Ingresos totales (miles de euros)	127.152	141.838	-10%
Gastos Fuel	41.356	34.405	20%
Gastos ex Fuel	121.008	120.435	0%
EBIT	-35.212	-13.002	-171%
EBT	-33.102	-9.040	-266%
Resultado neto	-23.171	-6.328	-266%

Según normas contables de aplicación en España. No auditado

## PERSPECTIVAS 2011

### Crecimiento

**A partir del 2º Trimestre del 2011, Vueling tiene previsto iniciar una fase de crecimiento** que le llevará a transportar 12,5 millones de pasajeros, un 15% más de pasajeros que el año anterior. Este crecimiento se producirá a través de dos tipos de operaciones. Un 48% del crecimiento será debido al acuerdo entre Vueling e Iberia para operar una serie de rutas de corto y medio radio en el aeropuerto de Madrid que tiene una vigencia de marzo a octubre (prorrogable). El resto del crecimiento (52%) se producirá por un aumento de bases, rutas y frecuencias dentro de la propia red de Vueling. Para alcanzar este crecimiento Vueling incrementará su flota hasta llegar a 47 aviones (5 de los cuales corresponden a la operativa con Iberia en Madrid)

### Estrategia de diferenciación

Vueling continuará durante 2011 potenciando una estrategia competitiva que le permita desarrollar aquellos atributos que le permiten diferenciarse de sus competidores.

Así, **Vueling va a aumentar el número de pasajeros en conexión** tanto con Vueling como con otras compañías. Se espera que el número de pasajeros transportados en conexión sea superior a 742.000, multiplicando por 4 la cifra del año pasado.

Adicionalmente a las conexiones entre vuelos propios (Vueling-Vueling), desde marzo Vueling ha iniciado la venta de nuevas conexiones con otras aerolíneas a través del aeropuerto de Barcelona (a Miami y a Sao Paulo) y del aeropuerto de Madrid (a múltiples destinos intercontinentales). Desde Madrid Vueling operará siete nuevas rutas: Varsovia, Bucarest, Mallorca, Alicante, Málaga, Lanzarote y Fuerteventura. Estas nuevas rutas permiten a Vueling alimentar los vuelos de largo recorrido de Iberia e incrementar la

habitual oferta punto a punto de la compañía. Esta operativa en el aeropuerto de Madrid corresponde al acuerdo alcanzado con Iberia para operar algunas de sus rutas de corto y medio radio desde Madrid durante el periodo de marzo a octubre.

Con el inicio de esta operativa, Vueling demuestra su capacidad de operar conexiones para otras compañías aéreas de forma exitosa. Este hecho abre la puerta a Vueling a alimentar vuelos de largo recorrido para otras aerolíneas.

**A partir de abril, Vueling aumenta su presencia internacional** con dos nuevas bases en Ámsterdam y Toulouse. En Ámsterdam se incorporan dos nuevas rutas y se aumentan las frecuencias en las rutas ya existentes alcanzando así un total de 9 rutas desde la capital holandesa. En el caso de Toulouse se trata de un destino nuevo y desde esta base se operan 7 nuevas rutas tanto a destinos españoles como del resto de Europa. El total de asientos ofrecidos en las rutas de Ámsterdam y Toulouse es de 1,2 millones. Hasta el momento, las reservas de estas rutas están teniendo un comportamiento ligeramente superior al resto de rutas de la compañía.

Tal como ha hecho en este trimestre, **Vueling seguirá fortaleciendo su presencia en el canal offline** (agencias de viaje y tour operadores) que en este trimestre ha incrementado del 41% de los ingresos por venta de billetes al 55%. Este canal permite a Vueling acceder al segmento de viajeros de negocios, que ofrece una mayor rentabilidad.

**Vueling también continuará potenciando e innovando en sus productos** para seguir aumentando los ingresos accesorios. Así, espera continuar la tendencia del primer trimestre del año, en el que el ingreso accesorio medio por pasajero ha aumentado un 2,5% hasta situarse en 8€ por pasajero.

**Durante 2011, Vueling también seguirá potenciando su marca** que cuenta con un alto grado de conocimiento que es del 98% en España. Además, la compañía seguirá un constante proceso de optimización y mejora de los procesos de gestión de clientes y de personalización de contenidos en [www.vueling.com](http://www.vueling.com)

Vueling continuará potenciando su **excelencia operativa** tal como ha hecho en el primer Trimestre de 2011. En este periodo el nivel de puntualidad ha alcanzado el 90% y el de recomendación se ha incrementado hasta el 93%. Vueling tiene previsto mantener estos niveles de excelencia operativa.

**Durante 2011 Vueling tiene previsto continuar con su programa de reducción de costes** que consta de más de 75 iniciativas que permitirán unos ahorros de 13,1 millones de euros anuales. En el primer trimestre ya se ha conseguido un ahorro de 1,5 millones de euros y se han capturado el 71% de los ahorros previstos para todo el año.

El escenario para 2011 presenta una serie de oportunidades, por un lado, y de riesgos por otro:

**En cuanto a las oportunidades**, en primer lugar Vueling contempla la posibilidad de que se produzca un mayor proceso de consolidación de la oferta en los mercados en los que opera. Segundo, existe la oportunidad de ampliar los acuerdos para alimentar vuelos de otras compañías. Finalmente, se espera que el mercado España-Europa tenga un crecimiento del cual Vueling se podría aprovechar.

**En cuanto a los riesgos**, el aumento del precio del combustible constituye una amenaza importante para todo el sector aéreo. Otro riesgo es el débil comportamiento de la demanda en el mercado doméstico de España. Igualmente el descenso significativo de

tarifas podría continuar a lo largo de los próximos periodos aunque no se espera un aumento de la intensidad competitiva.

La compañía espera alcanzar un crecimiento del 15% en pasajeros transportados, la mitad de los cuales provendrán de la operativa de Madrid con Iberia. Así, gracias a esta operación se conseguirá un aumento de 810.000 pasajeros (310.000 de los cuales serán de conexión), con 7 nuevas rutas. A lo largo del año, Vueling espera alcanzar nuevos acuerdos con otras compañías.

Finalmente, en cuanto a costes, la compañía espera mantener un nivel de costes similar al de año anterior excluyendo el fuel, es decir, un coste por asiento kilómetro ofertado alrededor de 4,07c€.

## **EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO PRIMER TRIMESTRE 2011**

### **Situación del mercado**

El mercado español<sup>1</sup> ha crecido un 6,6% en número de pasajeros. Este crecimiento viene impulsado por la evolución positiva del mercado España-Europa (+9%), ya que el mercado nacional España-España presenta aún una situación de crecimiento débil (+1%). Si se excluye el crecimiento existente solo gracias a un soporte significativo de las administraciones locales, el mercado doméstico (España-España) decrece un 1% y el total del mercado (España-España y España-Europa) crece un 5% (1,5 puntos menos). Vueling está incrementando su presencia internacional que llega al 56% de los pasajeros, 3 puntos más que en el mismo periodo del año anterior.

Por otro lado, la intensidad competitiva ha aumentado de forma significativa en los mercados en los que opera Vueling. El aumento de la competencia ha sido especialmente significativo en los aeropuertos de Barcelona y Sevilla. Así, en el total de rutas operadas por Vueling aproximadamente en el 75% de ellas se solapan tres o más aerolíneas. Este porcentaje era sólo del 60% en el primer trimestre del año pasado. La perspectiva es que este escenario competitivo se mantenga durante el 2011.

El aumento de la presión competitiva y la débil situación de la demanda han provocado un fuerte descenso de las tarifas por parte de todos los agentes del mercado. Así, la tarifa media ha bajado un 15% respecto al año anterior en las rutas con competencia. Esta situación ha limitado las posibilidades de trasladar el aumento del coste del combustible a los precios.

En el primer trimestre de 2011 Vueling se ha visto afectada por el fuerte aumento del precio del fuel. El precio de la tonelada de combustible ha alcanzado un precio medio este trimestre de 968 dólares, un 41% más que en el primer trimestre del año anterior cuando el precio era de 686 dólares por tonelada de combustible. La evolución del dólar no ha ayudado a amortiguar este incremento.

### **Actividad**

Para el primer trimestre Vueling no tenía planificado ningún aumento de capacidad (contaba con el mismo número de aviones que el año anterior), pero el fuerte incremento del coste del combustible, ha obligado a la compañía a realizar una reducción selectiva de

---

<sup>1</sup> Incluye el mercado España-España y el mercado España-Europa. Fuente AENA

la capacidad sin afectar al servicio ofrecido a sus pasajeros que ha supuesto una reducción del 5% en el número de vuelos. Así, la compañía ha transportado 2.068.942 pasajeros, un 7% menos de pasajeros que en el año anterior. Además, el comparativo con el año anterior se ve afectado por el hecho de que en el primer trimestre de 2010 se incluía parte del periodo vacacional de Semana Santa, que este año coincide totalmente en abril.

Las principales magnitudes de tráfico han sido las siguientes:

	1º Trimestre		
	2011	2010	Var.
<b>Núm. de aviones</b>	36,4	35,0	4%
<b>Núm. de vuelos</b>	16.860	17.781	-5%
<b>AKOs (miles)</b>	2.652.012	2.823.699	-6%
<b>PKTs (miles)</b>	1.832.653	1.978.762	-7%
<b>Nivel de ocupación</b>			
<b>LF(PKT/AKO)</b>	69,1%	70,1%	-1 pp
<b>Pasajeros transportados (miles)</b>	2.069	2.224	-7%

**Núm. aviones** Aviones medios disponibles durante el periodo

**AKO** (pasajero-kilómetro ofertado): núm. de asientos volados multiplicado por el núm. de Km. volados

**PKT** (pasajero-kilómetro transportado): núm. de pasajeros transportados multiplicado por el núm. de Km. Volados

## Ingresos

Vueling ha alcanzado una cifra total de ingresos de 127,15 millones de euros en el primer trimestre 2011. Esta cifra supone un descenso del 10% respecto al mismo periodo del año anterior que incluía parte del periodo vacacional de Semana Santa. Sin tener en cuenta el efecto de la Semana Santa los ingresos disminuyen un 8%.

El número de vuelos operados ha disminuido en un 5% debido a que el fuerte aumento del precio del combustible ha obligado a reducir frecuencias para optimizar la rentabilidad de las operaciones. Por otro lado, el incremento de la presión competitiva en las rutas operadas por Vueling y la concentración del periodo de Semana Santa en abril han afectado al ingresos unitario por asiento kilómetro ofertado, que ha bajado un 5%. El resultado de ambos efectos, explica la reducción de ingresos respecto al mismo periodo del año anterior.

## Costes

Los costes totales se han incrementado un 5% respecto al mismo periodo del año anterior. El principal incremento se ha producido en el coste de combustible que sube un 20%. El resto de costes se mantiene constante, al mismo nivel que el año anterior.

El aumento del precio del fuel ha sido muy significativo durante el primer trimestre 2011. Así el precio promedio del fuel de enero a marzo 2011 ha sido de 968\$/Tm, mientras que en 2009 fue de 686\$/Tm. Esto supone un aumento del 41%. Este aumento ha tenido un efecto importante en la base de costes de Vueling. Así, a pesar de que la política de coberturas llevada cabo por la compañía ha ayudado a suavizar este incremento de precio,

los costes unitarios por asiento por kilómetro ofertado (AKO) del combustible han aumentado un 28% en el primer trimestre 2011 respecto al año anterior. Este fuerte aumento del coste del combustible ha obligado a la compañía a racionalizar su programa de vuelos. Esta racionalización se ha llevado a cabo con el objetivo de optimizar la rentabilidad de los vuelos operados y se ha realizado de forma selectiva.

El resto de costes se han mantenido al mismo nivel que el año anterior. La compañía ha implementado con éxito un programa de reducción de costes que ha permitido un ahorro de 1,5 millones de euros en el primer trimestre. A lo largo del año el programa de reducción de coste permitirá un ahorro de 13,1 millones de euros a través de 75 iniciativas distintas. Al final del primer trimestre, ya se ha capturado el 71% de este ahorro.

El coste unitario por asiento kilómetro ofertado excluyendo el combustible se ha situado en 4,56c€ un 7% más que el mismo periodo del año anterior. Este coste unitario se ha visto impactado por diferentes factores. El mayor impacto lo ha tenido la reducción de capacidad selectiva realizada por el aumento del coste del combustible que ha hecho disminuir la utilización de la flota. Otro impacto ha sido los gastos asociados a la apertura de las nuevas bases y a la operación de Madrid con Iberia. No obstante, Vueling espera mantener su coste unitario excluyendo combustible en 2011 a niveles similares a los del año anterior.

## Cuenta trimestral de pérdidas y ganancias

(€, miles)	Primer trimestre		
	2011	2010	var%
Ingreso por tarifa	110.665	124.544	-11%
Ingresos accesorios puros	16.487	17.295	-5%
<b>Total ingresos</b>	<b>127.152</b>	<b>141.838</b>	<b>-10%</b>
Fuel	41.356	34.405	20%
Handling	23.592	24.065	-2%
Tasas aeroportuarias	10.282	12.343	-17%
Tasas de navegación	12.079	12.608	-4%
Tripulación	3.777	3.250	16%
Mantenimiento	16.033	14.607	10%
Comercial y marketing	4.638	6.316	-27%
Otros gastos	1.937	753	157%
<b>Total costes variables</b>	<b>113.694</b>	<b>108.346</b>	<b>5%</b>
<b>Margen de contribución</b>	<b>13.458</b>	<b>33.492</b>	<b>-60%</b>
Tripulación_SF	9.576	8.640	11%
Mantenimiento_SF	1.661	1.549	7%
Seguros de flota	927	1.031	-10%
Arrendamiento de flota	23.114	22.695	2%
Otros costes de producción	2.035	1.475	38%
<b>Total costes semifijos</b>	<b>37.313</b>	<b>35.389</b>	<b>5%</b>
<b>Margen operativo</b>	<b>-23.854</b>	<b>-1.897</b>	<b>-1158%</b>
Publicidad	1.883	1.577	19%
Amortización	1.546	1.350	15%
Gastos generales	7.929	8.178	-3%
<b>Total costes fijos</b>	<b>11.358</b>	<b>11.105</b>	<b>2%</b>
<b>EBIT</b>	<b>-35.212</b>	<b>-13.002</b>	<b>-171%</b>
<b>Resultado financiero</b>	<b>-2.110</b>	<b>-3.962</b>	<b>47%</b>
<b>EBT</b>	<b>-33.102</b>	<b>-9.040</b>	<b>-266%</b>
<b>Impuestos</b>	<b>-9.931</b>	<b>-2.712</b>	<b>-266%</b>
<b>Resultado neto</b>	<b>-23.171</b>	<b>-6.328</b>	<b>-266%</b>
<b>EBITDAR</b>	<b>-10.552</b>	<b>11.043</b>	<b>-196%</b>

## Indicadores operativos y financieros trimestrales

INGRESOS	Primer trimestre		
	2011	2010	var%
Ingresos totales (miles de euros)	127.152	141.838	-10%
Ingreso total por pasajero (euros)	61,46	63,77	-4%
Ingreso por vuelo (euros)	7.542	7.977	-5%
Tarifa media por pasajero (euros)	53,49	55,99	-4%
Ingreso medio accesorio puro / pasaj.(euros)	7,97	7,78	2%
Ingreso por AKO (céntimos de euro)	4,79	5,02	-5%
<b>COSTES</b>			
Gastos totales (miles de euros)	162.364	154.840	5%
Coste por AKO, incl. fuel (céntimos de euro)	6,12	5,48	12%
Coste de fuel por AKO (céntimos de euro)	1,56	1,22	28%
Coste por AKO, ex. fuel (céntimos de euro)	4,56	4,27	7%
EBITDAR (miles de euros)	-10.552	11.043	-196%
Margen de EBITDAR (%)	-8%	8%	-16pp
BAlI/EBIT (miles de euros)	-35.212	-13.002	171%
Margen de BAlI/EBIT (%)	-28%	-9%	-19pp
EBT (miles de euros)	-33.102	-9.040	-266%
Margen de EBT (%)	-26%	-6%	-20pp
NET PROFIT (miles de euros)	-23.171	-6.328	-266%
Margen de NET PROFIT (%)	-18%	-4%	-14pp
<b>OPERATIVA</b>			
AKOs (millones)	2.652	2.824	-6%
PKTs (millones)	1.833	1.979	-7%
Vuelos	16.860	17.781	-5%
Número medio de aviones	36,4	35,0	4%
Núm. medio de horas bloque por día y avión	8,58	9,28	-8%
Número medio de vuelos por día y avión	5,15	5,64	-9%
Número total de asientos volados (miles)	3.034	3.201	-5%
Distancia media volada (km)	874	882	-1%
Número total de pasajeros (miles)	2.069	2.224	-7%
Factor de ocupación (PKT/AKO, %)	69,1%	70,1%	-1pp