



07 ene, 2021 08:05 CET

Diciembre: los datos de tráfico de Norwegian se vieron muy afectados por la COVID-19

Los datos de tráfico de Norwegian para diciembre están fuertemente influidos por la menor demanda causada por las continuas restricciones de viaje en Europa. Sin embargo, las reservas navideñas fueron positivas.

Oslo (Noruega), 7 de enero de 2021

En diciembre, 129.664 clientes volaron con Norwegian, una disminución del

94 por ciento en comparación con el mismo período del año anterior. La capacidad (medida ésta en AKO, véase *glosario al pie de esta nota*) y el tráfico total de pasajeros (medido éste en PKT) se redujeron en un 98 por ciento. La ocupación media fue del 52,3 por ciento, 31 puntos porcentuales menos.

Jacob Schram, consejero delegado de Norwegian, ha declarado:

“La pandemia sigue teniendo un impacto negativo en nuestro negocio, como lo ha tenido desde marzo de 2020. A principios del año pasado, Norwegian se dirigía a un resultado positivo en el conjunto del año; en su lugar, 2020 ha sido un año muy desafiante y ahora nos encontramos luchando por la supervivencia. A pesar de la baja demanda en diciembre, las reservas navideñas fueron positivas y hemos logrado adaptar nuestras operaciones a la situación actual. Nuestro objetivo es ser una aerolínea económicamente sólida y competitiva, con una nueva estructura financiera, una flota de tamaño adecuado y una oferta mejorada para nuestros clientes”.

“El apoyo de nuestros clientes, empleados y proveedores durante el año pasado ha sido extraordinario. Todos deseamos viajar y reunirnos de nuevo con nuestros amigos y seres queridos, y en Norwegian nuestro enfoque sigue siendo el de conectar a las personas de una manera cómoda y segura. La vacuna se está ahora introduciendo en todo el mundo y ésta es una buena noticia tanto para la industria de la aviación como para quienes desean viajar. Estaremos listos para enfrentarnos a la competencia por los clientes después de la pandemia de la COVID-19. El 2020 ha sido un año difícil, pero continuaremos luchando y saldremos de esta crisis como una Norwegian más fuerte”, **concluyó Schram.**

Norwegian operó un promedio de nueve aviones en diciembre, principalmente en rutas nacionales en Noruega. La compañía operó el 95,6 por ciento de sus vuelos programados para diciembre, de los cuales el 88,5 por ciento partió puntual.

Para más información, véase el informe completo de tráfico (en inglés) al pie de esta nota.

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



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