


**IBERIA**

## Obtiene beneficios de 396 millones de euros en 2005

- \* *La ocupación de los vuelos alcanzó una cifra récord de 77,1 por ciento, 0,9 puntos porcentuales más que el año anterior. En el largo radio, se alcanzó el 83,1 por ciento de ocupación.*
- \* *Las rutas de largo radio, la gran apuesta de Iberia, ya representan el 35 por ciento de los ingresos de pasaje, frente a un 32 por ciento en 2004*
- \* *Los costes unitarios, sin combustible, se redujeron en un 4,3 por ciento.*

El pasado ejercicio 2005, **Iberia** obtuvo unos beneficios de 396 millones de euros, un 95 por ciento más que el ejercicio anterior, siendo además el décimo año consecutivo con resultados positivos, algo inédito entre las principales compañías de red.

A estos resultados han contribuido, entre otras iniciativas, las plusvalías obtenidas por la venta de las participaciones en Amadeus y Savia y las medidas adoptadas para paliar el espectacular incremento del combustible.

La venta de las participaciones en Amadeus y Savia, le ha reportado a la compañía una plusvalía de 663 millones de euros, al tiempo que ha mantenido una participación del 11,7 por ciento. De esa plusvalía, se han dedicado 280 millones de euros a dotar un fondo para la rees-

tructuración de plantilla, 105 millones a gastos de renovación de flota, y 281 millones a un dividendo a cuenta que se abonó en agosto del año pasado.

En cuanto al impacto del combustible, cuyo precio en el mercado aumentó en un 42 por ciento, **Iberia** ahorró 142 millones de euros por las políticas de cobertura adoptadas, y 23 millones más gracias a la renovación de la flota y, por tanto, a la disponibilidad de una flota más eficiente. A pesar de ello, la compañía afrontó un sobrecoste de 212,2 millones de euros, para un nivel de producción similar a la del año anterior.

En cuanto a la actividad, la oferta aumentó en un 4,2 por ciento, mientras

que la demanda lo hizo en un 6,8 por ciento. Esto permitió a la compañía alcanzar una ocupación récord de un 77,1 por ciento de media anual, 1,9 puntos más que el año anterior. En el largo radio, mercado estratégico para **Iberia**, ésta se situó en el 83,1 por ciento, cifra igualmente histórica. Los ingresos de largo radio ya representan el 35 por ciento de los ingresos de pasaje, frente a un 32 por ciento en 2004

Gracias a esta mejora de la ocupación, la compañía ha logrado que los ingresos por AKO hayan mejorado en casi un 1 por ciento. El coste unitario, si excluimos el combustible en ambos ejercicios, se redujo en un 4,3 por ciento, dentro de los objetivos estratégicos de la compañía. ●

## Plan director 2006-2008, calidad, rentabilidad y competitividad

En la actualidad, la compañía está volcada en la implantación del plan director 2006-2008, centrado en tres grandes líneas estratégicas: crecimiento selectivo y rentable, reducción de costes y mejora de la productividad y mejora de la calidad y de los ingresos.

La compañía ha hecho una apuesta clara por el largo radio, donde tiene previsto crecer un 14 por ciento durante la vigencia del plan director. En 2006, casi el 40 por ciento de los ingresos y el 54 por ciento de la oferta en Asientos Kilómetro Ofrecidos corresponderán a este mercado. En Europa, el crecimiento previsto del cinco por ciento tendrá como objetivo fundamental nutrir las rutas de largo radio.

En relación con los costes y la productividad, una vez acordado el convenio de tierra, que afecta al 75 por ciento de la plantilla, se están negociando los convenios de vuelo. En todos los casos, cualquier incremento salarial estará ligado exclusivamente a mejoras de la productividad o de los resultados de la empresa, congelando las retribuciones básicas.

En cuanto a los ingresos, la compañía

está invirtiendo en potenciar negocios complementarios, como la nueva compañía de bajo coste en la que tendrá una participación minoritaria y dispondrá de una total independencia en su gestión, o el negocio de Mantenimiento, cuyos ingresos procedentes de terceros crecieron un 38 por ciento en 2005, y se prevé casi duplicarlos al finalizar el plan director, gracias a la especialización en mantenimiento de motores, componentes y segmentos de mayor valor añadido.

La compañía está haciendo una fuerte apuesta en calidad e innovación. En junio concluyó la implantación de la Business Plus en toda la flota de largo radio, gracias a la cual la compañía espera aumentar la ocupación de esta clase en las rutas americanas en cinco puntos durante la vigencia del plan, así como ganar 2,5 puntos de cuota de mercado. Paralelamente, se ha comenzado a modificar el interior de la flota de corto y medio radio, actuación a la que se destinarán más de 30 millones de euros para dotarles de las butacas más avanzadas del mercado, que permiten ofrecer más asientos al mismo tiempo que

cada cliente dispone de más espacio personal. Esta modificación irá paralela a la renovación de esta flota, que estará concluida en 2008, tras el último acuerdo alcanzado el año pasado con Airbus para la adquisición de hasta 79 aviones nuevos. Al finalizar el plan **Iberia** dispondrá de un único modelo de avión para el corto y medio radio (familia Airbus 320) y otro para el largo radio (familia Airbus A340), con lo que representa de ahorro de costes de operaciones y mantenimiento, aumento de la productividad de las tripulaciones y mejora del servicio.

En el terreno de la innovación, destaca el billete electrónico, que ya utiliza más del 93 por ciento de los clientes y que se está ampliando a toda la red de la compañía con el objetivo de aproximarse al 100 por ciento de los billetes; la emisión de tarjetas de embarque por internet, que ya ascienden a más de 7.000 tarjetas diarias; o la página web de la compañía, cuyas ventas se han duplicado el primer trimestre de este año, y cuyo objetivo es alcanzar el 30 por ciento del total al finalizar el plan. ●