

Wamos Air crecerá un 30% alquilando aviones a terceros

DIVERSIFICACIÓN/ La aerolínea del grupo turístico Wamos pisa el acelerador de la mano de Latam, Avianca o Norwegian. En 2018, prevé facturar 232 millones.

Yovanna Blanco. Madrid
Wamos Air lleva al Caribe españoles que contratan un paquete turístico, vende plazas de avión a quienes viajan por libre y, sobre todo, alquila sus aviones a terceros. La antigua Pullmantur Air, principal motor del grupo turístico Wamos –que aglutina, además, la agencia de viajes Nautalia y un negocio de circuitos urbanos, y factura unos 1.000 millones–, “realiza el 25% de las operaciones en propio, con parte charter y parte regular; vendemos entre un 30% y un 35% del avión a clientes que sólo vuelan”, explica Enrique Saiz, su director general.

El 75% restante corresponde al *wet lease* –alquiler de aeronaves con tripulación, mantenimiento y seguro–. Wamos Air ha elevado su apuesta por este segmento para diversificar sus ingresos y desestacionalizar su negocio. Así, sus 11 aviones vuelan para otras aerolíneas como Garuda –llevando peregrinos musulmanes a La Meca–, Avianca, Air France, Cónдор, Norwegian Air Shuttle o Latam –obligada a dejar en tierra ocho Boeing 787 Dreamliner por los problemas con los motores Rolls Royce Trent 1000 y que está utilizando cinco aeronaves de Wamos Air–. La estrategia ha aupado a la española al liderazgo en el *wet lease*, un negocio “con mejores márgenes, con una rentabilidad del 20%, en el que nos hemos hecho un nombre”, subraya.

Demanda al alza

Como consecuencia, también se ha visto impulsada la cuenta de resultados. En 2017, Wamos Air ingresó 175 millones de euros con un resultado bruto de explotación (ebitda) de casi 12 millones. Este año, las previsiones apuntan a 232 millones de facturación y un ebitda de unos 14 millones. Según Saiz, “2018 será un poco mejor que el ejercicio pasado; hacemos operaciones a largo plazo –un año– o puntuales, que tienen mejores

La apuesta de la compañía por el ‘wet lease’ se explica por sus márgenes más elevados



Enrique Saiz, director general de Wamos Air.

Nuevas fuentes de ingresos

PEREGRINOS

Wamos Air –Pullmantur Air en el pasado– lleva 10 años trasladando peregrinos musulmanes a La Meca en temporada baja.

‘WET LEASE’

La compañía alquila sus aviones con tripulación a terceros como Garuda, Latam, Avianca, Norwegian, Air France o Cónдор.

QUINTA LIBERTAD

Ha comenzado a conectar España y Guatemala vía Varadero (Cuba), donde embarcará pasajeros, una vez por semana.

márgenes, y en el último año se ve mucha demanda”.

En su última etapa con el fondo de inversión Springwater como accionista de referencia, Wamos Air casi ha triplicado su flota, compuesta por seis *Jumbos* Boeing 747-400 y cinco Airbus A330-200). Tiene tres *Jumbos* en propiedad y el resto, en *leasing*. Y el tamaño actual es el límite: “Tenemos que estar

La compañía cuenta con una flota de 11 aviones repartidos entre Boeing y Airbus

preparados por si la demanda baja y tienes que adaptarte al mercado y creemos que con 10 a 12 aviones tenemos sinergias y economías de escala su-

ficientes; no queremos más”. A medio plazo, la idea es prescindir de los Boeing 747-400, con capacidad para 500 pasajeros. “Inicialmente, el plan era retirar los *Jumbos* en 2019 porque el A330 es más eficiente a nivel de combustible y hay más demanda de aviones de 300 plazas, pero ya vamos por 2021 en parte por el traslado de peregrinos, un mercado que crece cada año”.

La aerolínea, que emplea a 800 personas y prevé transportar un millón de pasajeros este año, vuela a Punta Cana, Santo Domingo, Ciudad de Guatemala, Cancún y Varadero, y ya enlaza esta última con la capital guatemalteca gracias a la concesión de una Quinta Libertad –que permite a una aerolínea de otro país recoger pasajeros para volar a un tercer Estado–.

En contraposición a la tónica general, Wamos Air no contrata derivados para protegerse ante oscilaciones en el precio del petróleo como la actual –en un año, el barril se ha encarecido un 50%–. “El combustible en los vuelos de *wet lease* lo pagan los clientes; si todas nuestras operaciones fueran en propio lo vería de forma diferente”, apunta Saiz.

Oneworld lanza una nueva plataforma para captar socios

Yovanna Blanco. Env. Esp. Sidney
Un nuevo producto para adaptarse al siglo XXI. Con este objetivo Oneworld ha anunciado la creación de una plataforma que le permitirá ampliar su red a nivel mundial y captar nuevos socios. La alianza a la que pertenecen American Airlines, British Airways, Iberia, Qantas o Qatar Airways, entre otras, celebrará su 20º aniversario con el lanzamiento de Oneworld Connect, cuyo primer socio será Fiji Airways.

Oneworld Connect está dirigido a aerolíneas que operan en un mercado concreto y que pueden ser de interés para algunos de los miembros de Oneworld. Pertenecer a la nueva plataforma permitirá simplificar procesos a las candidatas, a las que por razones comerciales no les interesa formar parte de Oneworld pero sí estrechar lazos con algunos de sus miembros.

Para formar parte de Oneworld Connect, la aerolínea debe tener el certificado en materia de seguridad IOSA y un mínimo de tres *padrinos* dentro de Oneworld. En el caso de Fiji Airways, son la australiana Qantas –fue su accionista–, American Airlines, Cathay Pacific y British Airways. Las tres primeras tienen acuerdos de código compartido con Fiji Airways, que explora acuerdos bilaterales con la compañía de IAG.

En este caso, con Oneworld Connect, estas cuatro aerolíneas podrán sellar acuerdos con Fiji Airways sin que ésta se vea obligada a replicarlos con el resto de socios de Oneworld. Y los clientes podrán beneficiarse, por ejemplo, de la obtención y el canje

Fiji Airways será el primer socio del nuevo producto lanzado por la alianza

Oneworld, que incluye a American Airlines, British Airways o Iberia, celebra 20 años

de millas o el acceso a salas VIP en aeropuertos *premium*. Fiji Airways, nacida en 1951, opera actualmente 21 rutas a 13 países y mueve 1,6 millones de viajeros al año con una flota de 16 aviones.

“Las alianzas globales han alcanzado su madurez y tienen dificultades para crecer. Hay lugares donde no llegamos y el obstáculo es que el número de aerolíneas es limitado. Estamos negociando incorporar otros socios de Europa, América y Asia-Pacífico a Oneworld Connect, y en los próximos años la mayor parte de nuestra progresión vendrá de ahí”, según Pekka Vauramo, consejero delegado de Finnair y presidente de la junta directiva de Oneworld. “Es un modelo muy escalable y está diseñado para que así sea”, ha subrayado Rob Gurney, consejero delegado de Oneworld.

Oneworld, cuyas aerolíneas ingresan unos 130.000 millones de dólares al año y transportan 550 millones de pasajeros gracias a una flota conjunta de 3.500 aviones, tiene históricamente su *talón de Aquiles* en China. Es la única de las tres grandes alianzas que no cuenta con una compañía del gigante asiático entre sus socios.



Avión de Qatar y personal pertenecientes a la alianza Oneworld.