

# Aerolíneas obtuvo una ganancia neta de US\$ 2,2 millones durante el Mundial de Qatar

30/12/2022



Aerolíneas Argentinas obtuvo una ganancia neta de US\$ 2,2 millones y transportó más de 4.500 pasajeros en sus operaciones especiales a Qatar, con motivo del Mundial de Fútbol, según informaron hoy a Télam fuentes de la compañía.

**La operación de la línea de bandera durante el Mundial generó Ingresos netos por US\$ 10,5 millones, con una contribución marginal de US\$ 4,7 millones y un resultado final de US\$ 2.209.387 de ganancia.**

Lo hizo a través de 21 operaciones especiales hacia/desde el aeropuerto de Doha, ocho operaciones para la fase de grupos, dos para octavos de final, dos para cuartos de final, una operación para la semifinal y cinco para la final de la Copa del Mundo, a lo que se suman tres operaciones contratadas

exclusivamente por la Asociación del Fútbol Argentino (AFA).

**En estos vuelos se transportaron 3.589 personas en servicios directos y 927 en los vuelos regulares vía Madrid o Roma, destinos a los que arribaron en compañías asociadas a Aerolíneas.**

El factor de ocupación de los vuelos fue en promedio del 70% en el total general y de 74% en la clase business, con la salvedad de que en las últimas operaciones que contemplaron la concurrencia a los partidos de semifinal y final, la ocupación fue del 100%.

**Adicionalmente la compañía transportó 142.211 kilogramos de carga, principalmente cerezas argentinas, abriendo nuevos mercados como Hong Kong, Singapur y Riyadh, al tiempo que se embarcaron 39.755 kg de carga desde Roma en los vuelos de regreso de la operación desde Qatar.**

Las 21 operaciones realizadas contaron con el apoyo de la escala técnica en el aeropuerto de Roma, que permitió facilitar la rotación de la tripulación. Además, pese a que la autoridad Qatarí no permitía una permanencia mayor de 1,30 hora en el aeropuerto de Doha, debido a la congestión de vuelos de las distintas empresas que allí operan, tras gestiones de Aerolíneas Argentinas, se obtuvo la autorización del pernocte de sus aeronaves para la operación de la final.

En la Fase de Grupos fueron ocho operaciones, cuatro vuelos desde Buenos Aires a Qatar los días 18, 20, 23 y 28 de noviembre y de Doha a Buenos Aires, otros cuatro vuelos el 23 y 27 de noviembre y 1 y 2 de diciembre.

Para los Octavos de final se realizaron dos operaciones, el 1 de diciembre desde Ezeiza a Doha y el 7 del mismo mes desde Doha a Ezeiza; mientras que, para Cuartos de Final, también fueron dos operaciones, el 6 de diciembre hacia Qatar y el 12 el regreso desde la sede del Mundial.

Ya en semifinales, se concretó una operación con partida el 11 de diciembre desde Ezeiza con el vuelo completo, y para la Final se concretaron cinco operaciones, dos de ida a Qatar el 16 de diciembre, también con el avión completo, y tres de regreso desde Doha los días 19 y 21 de diciembre.

**En tanto, contratados por AFA, se realizaron tres vuelos, el 6 de noviembre desde Buenos Aires a Doha y el 19 de diciembre el retorno de los jugadores en el Airbus 330-200 ploteado con los colores de la Selección y las imágenes de los jugadores y el retorno, también, de los familiares en otro Airbus 330-200 de la compañía.**

«Esta operación, que fue exitosa a todo nivel, nos posicionó como marca de una forma nunca antes vista. Estamos tan felices por el triunfo deportivo como por este 2022 que estamos cerrando en Aerolíneas con un crecimiento notable», sostuvo Pablo Ceriani, presidente de la línea de bandera.

«Pudimos llegar hasta la última instancia de esta operación exitosa gracias a las victorias de la Selección que nos permitieron seguir programando vuelos. Y fue un enorme orgullo transportar a los jugadores que trajeron la Copa del Mundo de nuevo a casa y a sus familiares», acotó el directivo.

**Agregó que fue «un gran trabajo en equipo de nuestros profesionales que nos permitió lograr este objetivo, y así posicionar a Aerolíneas Argentinas con un reconocimiento internacional a nuestro sistema de gestión».**

Afirmó que ahora se preparan «para una gran temporada de verano para la cual aumentamos en un 4% la oferta respecto al 2019. De acuerdo con nuestras proyecciones, en 2023 vamos a superar la marca histórica de 13 millones de pasajeros transportados. Se viene un gran año», adelantó.

A su vez, Fabián Lombardo, director comercial de la línea aérea, dijo que se concluyó «una operación exitosa en términos económicos, estratégicos, con una cantidad de pasajeros

importante y nuevos mercados abiertos para la carga aérea, que es un negocio que genera una cuota de ingresos importante. Por supuesto que también a nivel del marketing generó un impacto inédito que dio la vuelta al mundo».