

AEROLÍNEA NACIONAL DE REFERENCIA

CAPÍTULO ANEXO DEL LIBRO PLUNA, EL RIESGO DE VOLAR ALTO

DE SERGIO ANTONIO HERRERA

El cierre definitivo de Pluna, desde el 5 de julio 2012, determinó que Uruguay quedase con una conectividad aérea sumamente debilitada.

Del mismo modo que se quiere comunicar de modos diferentes los malos resultados del turismo en los últimos tiempos, igual que en la aviación comercial culpando a factores exógenos –como en parte es real (medidas del gobierno argentino)– pero sin asumir como corresponde las carencias estructurales y peor aún de políticas acordes, se ha insistido, por parte de voceros oficiales, en que la “conectividad está recuperada”.

La operación de Pluna en los últimos años había “desmonopolizado” realmente el turismo receptivo en Uruguay. El mayor flujo de turistas regionales que llegaban con la posibilidad de ser atendidos por operadores diversos, no por Buquebus, dueño de más del 80% del transporte fluvial y de un porcentaje no medido específicamente pero claramente mayoritario del total de turistas ingresados al país, significaba un claro oxígeno para los pequeños y medianos empresarios del turismo uruguayo.

En la más alta temporada del verano 2013-2014, en el período que va desde Navidad hasta el feriado de Reyes, conocido en la jerga como el de Reveillon, en el que los turistas brasileños de gran poder adquisitivo “copan” Punta del Este haciendo imposible cada año conseguir una cama en esa fecha, esta vez, según datos del Centro de Hoteles de Punta del Este, relevado el 75% de sus miembros, mostró una capacidad ociosa de entre el 25 y el 30%.

Las camas hoteleras del principal balneario, poco más de 15.000, representan (insólitamente, también a ojo de buen cubero ya que no hay medición oficial confirmada) alrededor de un 6% (no hay error de tipeo, está escrito seis por ciento) del total de camas de Punta del Este. Por lo tanto, si hiciésemos un cálculo de acuerdo con el mismo porcentaje de lo ocurrido con los hoteles, se podría decir que en el último verano en “la Punta”, hubo 75.000 camas parahoteleras vacías...

El mayor porcentaje de clientes de Reveillon año tras año procede desde San Pablo, desde donde, para viajar a Uruguay en esa fecha de fines de 2013, se les pedía por pasaje por encima de los 1200 dólares la ida y vuelta, precio que los habría llevado a otras playas, mayoritariamente del Caribe.

Los empresarios uruguayos en general, que al igual que la Pluna de los últimos tiempos habían salido a conquistar el gran mercado del Cono Sur, y muchos de ellos lo han logrado con muy buen suceso, tenían en la desaparecida aerolínea el vehículo ideal para llevar adelante sus negocios: vuelos continuados y tarifas accesibles.

La presentación que le hizo Campiani a Lorenzo “jugando los descuentos”, en junio de 2012, indica que por todo concepto Pluna generó para la economía uruguaya un estimado superior a los 250 millones de dólares anuales, más impuestos.

Creemos que son números ajustados a un trabajo profesional acorde con la capacidad de sus asesores, pero admitamos subjetividad, presión del momento tan importante, interés en demostrar los mejores números... y quitémosle atrevida y antojadizamente, ¿cuánto?, ¿la mitad?

¿Convenimos en que una aerolínea similar a Pluna puede generar para nuestra economía, por divisas, empleo directo e indirecto, compras a proveedores y demás, unos 125 millones de dólares anuales más impuestos en general? Bien, recuerden esa cifra.

En diciembre de 2012, en el Club de la Fuerza Aérea fuimos invitados a hacer una disertación en el marco de las Jornadas de Reformulación y Análisis de la Política Aeronáutica, organizadas por la Junta Aeronáutica que preside el ministro de Transporte y la integran representantes de varios Ministerios.

Las características principales de nuestra presentación, que fue realizada cuando aún no se tenía idea cierta del nacimiento de Alas Uruguay, se puede encontrar en www.portaldeamerica.com citando *"Aviación Comercial en el Uruguay una ASIGNATURA PENDIENTE"*.

A continuación, teniendo en cuenta que ya está constituida la nueva aerolínea, que ya tiene su personería jurídica y que ya ha designado su Directorio y su equipo gerencial, vamos a limitarnos a sugerir, desde este espacio y en relación directa con lo establecido en aquella oportunidad, nuestra idea de por qué hablamos de Aerolínea Nacional de Referencia.

En aquella oportunidad comenzamos diciendo que el mensaje más concreto que podíamos dejar era: "Para recuperar la conectividad, la imprescindible adecuación tarifaria y la imagen país, partiendo de la base de contar con un trípode elemental como son: AERONAVES, FRECUENCIAS y RECURSOS HUMANOS, hay que ir hacia una Aerolínea Nacional de Referencia muy parecida a la última Pluna, con una adecuación basada en la aplicación del *know-how* del error".

Proseguíamos diciendo: "La asignatura pendiente la tiene todo el Uruguay. Entre junio y julio de 2012, se cometieron los mayores errores de la historia en aviación comercial y se llegó a la herejía de truncar una trayectoria de tres cuartos de siglo de una aerolínea con bandera blanca y para muchos, entre los que nos incluimos, verdadero orgullo nacional. El valor intangible de una aerolínea nacional de referencia es uno de los activos fundamentales, que no puede ser ignorado por quienes defienden el patrimonio nacional y la soberanía, pero menos debe ser ignorado a la hora de entenderlo y transmitirlo a la sociedad".

Avanzábamos en la presentación entrando directamente a manejar datos del año 2011, el último año calendario de Pluna, de esta manera: "Para criticar la decisión del gobierno uruguayo con respecto a su aerolínea de bandera, no caeremos en el error de elogiar la actitud del gobierno argentino con respecto a la línea de bandera de ese país: Aerolíneas Argentinas, lo cual para nosotros tiene una parte muy entendible pero otras totalmente increíbles, como el tamaño de su personal, pero sí, nos permitimos traer a vuestra consideración una comparación que puede llegar a ser odiosa, eso dependerá del criterio de cada uno, pero sin duda podemos afirmar que es muy contundente:

Cerrado el ejercicio del año 2011, del otro lado del charco se observaron los siguientes resultados:

Por concepto de ingreso de divisas por turismo, entraron a Argentina la suma de más de 5200 (cinco mil doscientos) millones de dólares y Aerolíneas Argentinas arrojó un resultado de números rojos por valor de 800 millones de dólares.

En el mismo año 2011, en esta orilla, los resultados fueron:

Por concepto de ingreso de divisas por turismo, entraron al Uruguay casi 2200 (dos mil doscientos) millones de dólares y Pluna arrojó un resultado operativo negativo de apenas 8 millones de dólares.

USD 5200: y USD 800: contra USD 2200: y USD 8: son datos de la realidad.

Aerolíneas Argentinas sigue activa y Pluna fue liquidada. También son datos de la realidad.

Nos preguntábamos a continuación:

¿Por qué no estructuramos un mensaje preciso y contundente, que explique que una aerolínea nacional de referencia como instrumento idóneo para asegurar conectividad, adecuación tarifaria e imagen país, debe ser evaluada por su eficiencia y no por su rentabilidad?

Nunca está de más aclarar que en aviación comercial pueden existir períodos o ejercicios, en los que no necesariamente una empresa eficiente es rentable. A una empresa que funcione como un reloj se la coloca en un contexto como los vividos por la última Pluna, en los que hubo Gripe H1N1, terremotos; crisis *subprime*, cenizas volcánicas, regionalización de Aeroparque en respuesta directa a la instalación del *Hub* del sur en Montevideo; nacionalización y subsidio gubernamental a rajatabla de su principal competidor, como Aerolíneas Argentinas, con el que compartía el 70% de las rutas, y sobre todas las cuestiones en contra, un gobierno como el de Cristina Fernández del otro lado del río y después nos cuentan cómo les va...

Imaginando a la nueva aerolínea en ese momento decíamos:

Definitivamente debemos archivar el concepto de aerolínea de bandera y toda participación del Estado en la conformación societaria, lo que no es lo mismo que decir que no deba controlar, evaluar y contener, quizá a través de una sindicatura. La perenne propiedad de las rutas y frecuencias, siempre será el seguro inviolable de otorgarle al Estado la última palabra.

Al momento de explicar las características imprescindibles que deberían adornar a la nueva aerolínea proponíamos:

- Capitalización adecuada
- Subsidio al combustible
- Amplia exoneración impositiva
- Respaldo gubernamental absoluto respecto a solucionar aspectos desfavorables de relación con Argentina, a saber:
 - Condiciones de *handling* idénticas para empresas de ambas naciones
 - Ruta del Puente Aéreo por Punto Papix
 - Plena vigencia del tratado de Fortaleza

Y planteamos la necesidad de instrumentar un Seguro de Contingencia, a efectos de asegurar la operación siempre, donde el Estado subvencionará a la empresa toda vez que exista una contingencia que así lo requiera, como por ejemplo:

- Fenómenos climáticos
- Epidemias
- Precio del combustible

AQUÍ Y AHORA DECIMOS

Es sabido que al trípode inicial Aeronaves - Frecuencias - Recursos Humanos le fueron quitadas las aeronaves. Pero para el caso concreto de Alas Uruguay, tiene disponible la reserva de frecuencias que eran de Pluna y los recursos humanos.

Al avanzar hacia el otro trípode: Capitalización adecuada - Subsidio al combustible - Amplia exoneración impositiva, decimos:

Es preciso reconocer que la "capitalización adecuada", en el caso por ejemplo de Alas Uruguay, empresa que va a ser gestionada por los exfuncionarios de Pluna, se contempla con el otorgamiento del préstamo del FONDES.

Que en vez de "subsidio al combustible" se practicó, a inicios de 2013, un alineamiento del precio del combustible, lo cual, sin ser el ideal, es mejor que lo que había.

Lo de la amplia exoneración impositiva es algo que también solicitaba Pluna SA y va en paralelo con lo que se otorga habitualmente a las empresas exportadoras y se podría incrementar si no con la eliminación, al menos con una adecuación del impuesto UY a los pasajes, del 7,5%, que insólitamente se sigue cobrando "para las radios del interior", motivo aplicable a unos cuantos años atrás cuando la aviación comercial se comunicaba a través de las torres de las radioemisoras, pero no ahora. Si no se elimina, que ese impuesto sirva para aportar al seguro de contingencia, o bien, para promoción del destino Uruguay.

Pero lo realmente importante, trascendente, tiene que ver con el escándalo mediático generado por Moreira y reiterado como un eco por toda la prensa en relación con lo

“grave” del déficit que iba a sufrir Pluna al final del ejercicio de 2012. Se empezó hablando de 20 millones de dólares, de 25, se llegó a decir mucho más.

Hagamos lo mismo que cuando analizamos lo que genera una empresa de este tipo para la economía del país, pero a la inversa. ¿En vez de 25 millones de dólares haciendo todo mal, ponemos 50 millones?, ¿el doble?

¿Recordaban la cifra anterior? Definitivamente, mientras sigamos analizando a una aerolínea nacional de referencia como si fuera una tienda, una ferretería, una panadería, nunca nos vamos a poner de acuerdo.

Ahora, si de una buena vez entendemos que una empresa de este tipo es la herramienta o el instrumento elegido para asegurarle al destino Uruguay necesaria conectividad y adecuación tarifaria, habría que aceptar que mientras la empresa esté correctamente administrada y monitoreada, que sea eficiente y funcione, de ninguna manera debería quedar expuesta su supervivencia a una contingencia inesperada como las detalladas anteriormente.

En el mundo moderno, para un país dependiente como es Uruguay, contar con una aerolínea nacional de referencia es casi tan importante, o más aún, que recuperar el transporte ferroviario interno, especialmente para la carga.