

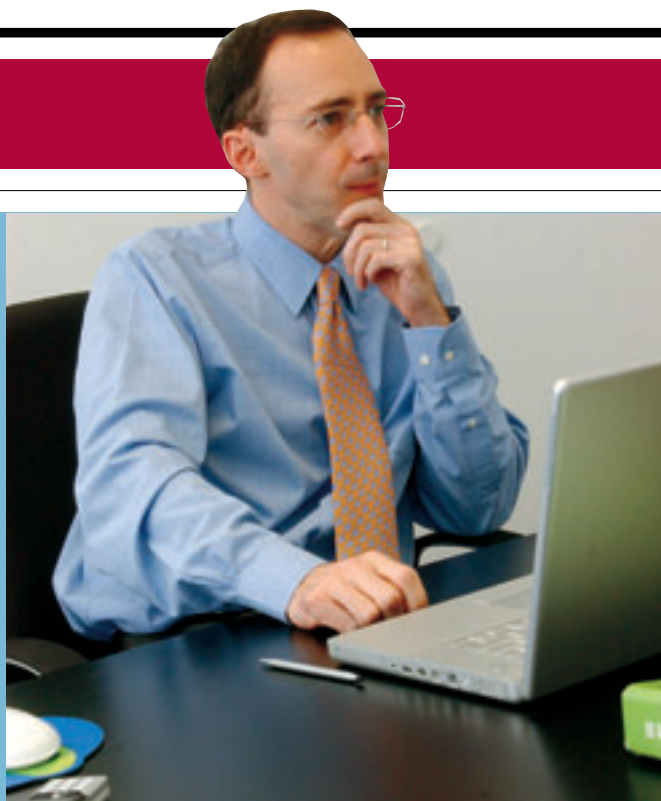
Entrevista

Por Adriana Trinidad
atrinidad@observador.com.uy

Matías Campiani

GERENTE GENERAL DE PLUNA

El empresario dice estar sorprendido ante el anuncio de juicio por plagio del dueño de Buquebus y asegura que no le teme a la competencia de una nueva aerolínea



“PLUNA ES UNA AMENAZA PARA LÓPEZ MENA”

1 ¿Hay alguna novedad sobre el juicio que López Mena dijo le entablaría a Pluna por plagio en el plan de negocios y competencia desleal por su nueva aerolínea?

A la empresa no ha llegado notificación de juicio alguno.

2 ¿Dónde surgió la idea del plagio?

Nosotros nos juntamos con López Mena en junio para hablar de una posible asociación. Fue a partir de que él había empezado a explorar la posibilidad de comprar Aerolíneas Argentinas y cuando no funcionó este negocio mostró interés en asociarse con Pluna.

De junio en adelante compartimos información de cara a una posible asociación siempre pensando que se estaba negociando de buena fe.

3 ¿Por qué a Pluna le interesó asociarse con López Mena?

Porque entendemos que nos complementamos muy bien. Él tiene una fuerza de ventas interesante, una buena llegada al mercado y es muy bueno en el armado de paquetes. Se ve que durante las charlas con Pluna se interesó más por el negocio. Es

gracioso que alguien que tiene una empresa naviera pueda acusar a una aerolínea de plagio por establecer rutas nuevas.

4 ¿López Mena aportó alguna idea al plan de negocios de Pluna?

No, solo hablamos de las posibilidades que podríamos tener al operar juntos. Fue un período largo en el que Pluna compartió mucha información de buena fe.

5 Para usted, ¿qué busca entonces López Mena con la amenaza de juicio?

Es posible que simplemente busque distraer la atención sobre sus negocios. Creo que está nervioso o se ve amenazado por la competencia que representa hoy Pluna que tiene aviones nuevos, más frecuencias y sumó muchísimos pasajeros. Pluna empieza a ser una amenaza de ahí que la forma de contraatacar de López Mena es empezando a competir en el aire y no solo en el río.

Este es un primer paso porque sus aspiraciones son mucho más ambiciosas.

6 ¿Cómo ve la competencia de una nueva aerolínea?

Nos sentimos muy confiados. Nos ha llevado tiempo tener

los procesos y la excelencia que tenemos hoy. Él es nuevo en una industria que no conoce, va a volar con un avión turbo hélice inferior al nuestro, y si bien tiene todo el músculo comercial que nos trajo en la primer instancia, nada impide que nosotros sigamos desarrollando nuestra fuerza comercial y seguir avanzando para ganar el market share del Río de la Plata.

7 ¿Qué balance hace del nuevo plan de negocios instaurado hace un mes?

Es el mismo que manejamos desde que cortamos la frecuencia a Madrid.

Nuestro plan original tenía distintas vías de negocios: el largo radio, el puente aéreo, el regional y la carga. Lo que haremos en esta etapa es focalizarnos en dos aspectos del plan: el puente aéreo y los vuelos regionales, para ser excelentes en estas dos áreas. El puente aéreo va a recibir todavía más nuestra atención y energía, igual que el Hub regional que ya está funcionando e implica ubicar a Montevideo como una alternativa a Buenos Aires/Ezeiza, una alternativa para por ejemplo llevar brasileños a Argentina y no abocarnos solo a pasajeros de origen y destino Uruguay. Eso está funcionando muy bien.

PERFIL

Nacionalidad: argentino

Profesión: licenciado en Finanzas y Economía en la Universidad Católica Argentina

Estado civil: casado, tiene dos hijos varones

«Para consolidar al país como HUB regional se necesitan eventos que capten la atención de turistas durante todo el año»

8 ¿Era demasiado abarcativo el plan de negocios original?

Es cierto, era demasiado abarcativo. Queríamos ser una empresa de largo radio que compitiera con todas las aerolíneas que cruzan el Atlántico. Queríamos ser una empresa de cargo compitiendo con Lufthansa Cargo y las más grandes, queríamos competir en el Río de la Plata con López Mena, queríamos crear un Hub regional. Era demasiado ambicioso y ese fue uno de los grandes problemas. Por eso lo hemos reducido a dos aspectos. Lo que se haga tendrá que ser muy bueno para poder sobrevivir y competir.

9 ¿En algún momento del año pasado llegó a perder el optimismo?

En algún momento, pero no duró mucho. Me gustan los desafíos del negocio pero las complicaciones desgastan. La relación con el gobierno fue muy difícil, pero estamos contentos de haber cerrado ese capítulo.

La crisis internacional por ahora no representa más que incertidumbre. No sabemos qué es lo que viene pero sí que estamos bien posicionados porque ya tenemos una operación eficiente y los aviones ideales.