

[EXPERTCOMMENT]

Fuente: KPMG



Sector aeroespacial y de defensa busca crecimiento

100% de los directivos de las empresas grandes del sector A&D confían en su estrategia de crecimiento para los próximos años. Administración de costos y desempeño son las prioridades en su agenda, por lo que consideran las oportunidades de crecimiento a largo plazo y/o la reconfiguración de carteras.

Dos tercios de los directivos del sector aeroespacial y de defensa indican que tienen confianza o mucha confianza en las perspectivas de crecimiento de su compañía en los próximos 2 años, de acuerdo con la encuesta Perspectivas Globales del Sector Aeroespacial y de Defensa 2016 (Global Aerospace & Defense Outlook. The dawn of a new day) de KPMG International, red de firmas multidisciplinarias que brindan servicios de Auditoría, Impuestos y Asesoría.

El futuro se ve prometedor para la industria Aeroespacial y de Defensa (A&D) a nivel global. Los fabricantes de equipo original (OEM, por sus siglas en inglés) de aeronaves y los principales contratistas de la industria de la defensa tienen particular confianza en su estrategia de crecimiento, con 100% de los encuestados de las organizaciones más grandes (las de ingresos anuales globales mayores a

10 mil millones de dólares) manifestando confianza en sus perspectivas de crecimiento.

El reporte está basado en la opinión de 76 directivos de A&D alrededor del mundo, de los que 21% se encuentra en América. De acuerdo con los directivos, en la actualidad 41% considera que el crecimiento será una prioridad extremadamente alta en los próximos 2 años, lo cual resulta un porcentaje alto considerando el 13% del año pasado.

Al respecto, Alejandro Bravo, Socio Líder del Sector Aeroespacial de KPMG en México, comenta: “Como cada año, damos a conocer los resultados de la encuesta global para mostrar las tendencias de la industria. Con este análisis, y desde nuestra experiencia en el sector, vemos que los temas en la agenda de los directivos en México concuerdan con la de los líderes a nivel global”.

OPTIMISTAS SOBRE EL CRECIMIENTO



64%

tienen confianza en las perspectivas de crecimiento de sus empresas en los próximos 2 años

Dicho lo anterior, en la encuesta se indica que la administración de costos y desempeño sigue siendo una prioridad en la agenda de las organizaciones de A&D (81% está enfocado en mejorar la administración de costos y desempeño), lo cual sugiere que muchas organizaciones apuestan a nuevas tecnologías y servicios enfocados en el crecimiento, al tiempo que enfatizan la reducción y consolidación de costos en los segmentos que presentan un crecimiento más lento o en declive.

Alejandro Bravo agrega: “Las organizaciones de A&D tendrán que pensar cómo promover un crecimiento redituable en nuevos segmentos y, al mismo tiempo, administrar los costos dentro de los segmentos que presentan un crecimiento más lento. Los directivos tendrán que sacar a sus organizaciones de su zona de confort para explorar nuevos enfoques y hacer equipo con nuevos socios que puedan ayudar a explotar con rapidez y costos efectivos estas oportunidades emergentes”.

CONFIGURACIÓN DE LA CARTERA

Conforme las organizaciones de A&D se preparan para aprovechar oportunidades emergentes, la encuesta sugiere que los directivos exploran

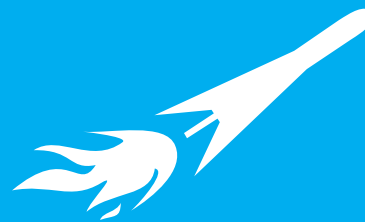
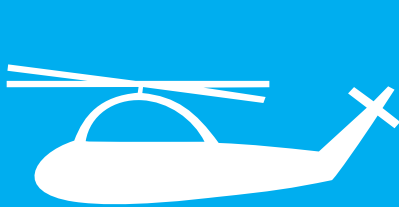


una amplia variedad de estrategias y opciones que fomenten el crecimiento; 87% de los encuestados indican que planean cambiar la gama de productos que ofrecen en los próximos 2 años; y 91% planea cambiar los servicios que ofrecen.

De los encuestados que planean realizar cambios a su cartera de productos, casi la mitad (47%) indica que harán inversiones significativas para lanzar uno o más nuevos productos. De igual manera, la encuesta reporta que las organizaciones esperan re-

forzar inversiones en Investigación y Desarrollo (I&D). Considerando que 30% de los encuestados indican que el año pasado invirtieron 6% o más de sus ingresos en Investigación y Desarrollo, ahora 45% señala que invertirán por lo menos esa cantidad en los próximos 2 años. Resulta aún más sorprendente el hecho de que uno de cada cinco encuestados indica que invertirá más de 10% de sus ingresos en Investigación y Desarrollo en los próximos 2 años, en comparación con 2014, cuando ninguno de los

LA INNOVACIÓN IMPULSA LA COMPETENCIA



1 de cada **5** gastará más de **10%** de sus ingresos en I&D en los próximos 2 años

encuestados indicaba un porcentaje mayor al 10% de gastos anticipados en Investigación y Desarrollo; una tendencia que será visible también en México.

CAMBIO DE MERCADOS

Con las economías inactivas y los presupuestos de defensa ajustados en los mercados maduros, muchas organizaciones de A&D ahora buscan nuevos mercados extranjeros que generen nuevos ingresos. De hecho, más de nueve de cada diez de los encuestados de A&D indican que tienen planeado expandirse a nuevos mercados geográficos en los próximos 2 años.

Además de la búsqueda de crecimiento en los ingresos, los costos de manufactura menores son un factor importante detrás de sus inversiones no nacionales para la mitad de los encuestados. Además, casi tres de cada diez indican que sus estrategias de inversión en el extranjero están impulsadas principalmente por su deseo de acercarse a sus clientes y obtener acceso a nuevos mercados.

Las organizaciones de A&D establecidas en América del Norte fueron las más propensas en indicar que están utilizando su inversión en el extranjero para obtener acceso a nuevos mercados. Por otro lado, los encuestados de India y China esperan reducir sus costos de manufactura a partir de sus inversiones en el extranjero.

Dos tercios de los encuestados no establecidos en Estados Unidos

(EEUU) indican que realizarán inversiones en EEUU y Canadá; 66% de los encuestados que sí se encuentran establecidos en EEUU señalan que invertirán en India y 50% indica que invertirá en la madura región Asia-Pacífico (incluyendo Japón, Corea del Sur, Australia y Singapur).

Al respecto, Alejandro Bravo destaca: “Las organizaciones de A&D siguen moviendo sus operaciones de manufactura a los mercados emergentes; aunque a medida que lo hacen, también piensan en cómo les ayudan estas inversiones a dar mejores servicios y atraer mercados regionales de alto crecimiento. Cambiar de una estrategia de “hacer en” a “vender a” para un mercado emergente requiere un enfoque muy diferente”.

RIESGOS E INNOVACIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Dado el cambio hacia nuevos productos y nuevos mercados geográficos, la encuesta muestra que las fallas de la cadena de suministro se siguen percibiendo como una de las amenazas para cumplir con la agenda de crecimiento. El riesgo de la cadena de suministro se clasificó como el segundo riesgo más grande que los fabricantes de A&D enfrentan tan solo detrás de



las inquietudes en torno a la amenaza de otra recesión económica.

Sin embargo, menos de uno de cada diez reporta tener visibilidad hacia abajo con sus proveedores de Tier 2. Solo alrededor de la mitad de los que respondieron están en condiciones de pedir tener "mejor visibilidad" con sus proveedores Tier 1 y algunos proveedores Tier 2.

En este sentido, Alejandro Bravo explica: "La mejor manera de reducir el riesgo en la deficiencia de la cadena de suministro es lograr mayor visibilidad y administrar dicho riesgo más a fondo entre las funciones en la cadena de suministro de extremo a extremo. En México veremos inversiones en tecnología, automatización, mejora en el manejo de costos y, por supuesto, en la visibilidad de la cadena de suministro".

Aunque es importante una mejor visibilidad, las organizaciones de A&D están adoptando varias medidas para mejorar la flexibilidad y la capacidad de respuesta de la cadena de suministro; 64% de los encuestados de A&D indican que tienen planes de invertir en la identificación de la demanda para mejorar las operaciones de sus cadenas de suministro. Además, 60% indica que invertirá en procesos analíticos para la cadena de suministro.

La rápida adopción de sensores y tecnología de Internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) capta mucho la atención y la inversión de los líderes de las cadenas de suministro; 32% de los encuestados indicaron que invertirían con actitud desafiante en tecnologías de IoT para su cadena de suministro. Además, un número

casi igual indicó que darían prioridad a las habilidades de los procesos analíticos y datos con el fin de dar apoyo a su cadena de suministro en evolución.

"México no se escapa del entorno global, las expectativas de crecimiento, así como las prioridades dentro de la agenda van en línea con lo que la encuesta revela. La industria en México ha sostenido un crecimiento de doble dígito en los últimos 10 años y esperamos que siga creciendo, atrayendo inversión y creando nuevos empleos en el país; sin duda alguna es una de las industrias con mayor potencial en el país", concluye Alejandro Bravo, Socio Líder del Sector Aeroespacial de KPMG en México. ■

* Para mayores informes sobre el estudio Perspectivas Globales del Sector Aeroespacial y de Defensa 2016, visitar la página kpmg.com.mx



AAPA
XXV CONGRESO
LATINOAMERICANO DE PUERTOS
MÉRIDA-MÉXICO 2016

DE CARA AL FUTURO: LA AGENDA DE LOS PUERTOS LATINOAMERICANOS PARA LOS PRÓXIMOS 25 AÑOS

Celebrando los **25 AÑOS** de la cumbre portuaria más importante de América Latina.
DEL 29 DE NOVIEMBRE AL 2 DE DICIEMBRE DE 2016 | MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO



CONVOCAN:



Asociación Americana de
Autoridades Portuarias

Alianza de los puertos de Canadá, el Caribe, América Latina y los Estados Unidos



PUERTOS Y MARINA
MERCANTE

COORDINACIÓN GENERAL

www.aapa2016mexico.com | Más información: info@aapa2016mexico.com