

**Despidos** → FABRICANTES SUPRIMEN MÁS DE QUINCE MIL EMPLEOS

# Ventas de aviones de negocios está en picada

**Análisis.** El recorte de los vuelos de altos ejecutivos en aviones lujosos repercute fuertemente en las finanzas de los principales fabricantes de aeronaves



**CESSNA.** Los productores de jets privados están viviendo sus peores días

Por Por A. Rothman y S.Ray  
BLOOMBERG NEWS

Los fabricantes Gulfstream y Cessna necesitarán al menos dos años para que se reanimen las ventas de aviones para empresas tras la vergüenza pública de ejecutivos como Kelly Martin, de Elan.

El responsable de la farmacéutica con sede en Dublín ayudó a acumular una cuenta de hasta US\$ 6 millones el año pasado volando al centro de investigación en San Francisco a bordo de un Gulfstream V. Ahora el ejecutivo tendrá que hacer cola en el aeropuerto como uno más después de que los inversores hicieran una campaña para que se pasara a los vuelos aéreos convencionales de US\$ 1.000 de costo.

Con las empresas evitando aviones lujosos que alcanzan los US\$ 55 millones la unidad, fabricantes como Bombardier, General Dynamics y Dassault Aviation están recortando la producción y suprimiendo 15.000 empleos.

“Los aviones de empresa hacen que las aerolíneas comerciales parezcan un refugio seguro”, dijo Richard Aboulafia, vicepresidente de la consultora en aviación Teal Group, con sede en Virginia. “Es el mercado más expuesto a la enorme caída de los beneficios empre-

sariales y donde la economía realmente afecta a las pistas de aterrizaje”, señaló.

Las entregas de aviones de negocios podrían caer un 50% este año y el próximo, según UBS AG. El sector, de US\$ 22.000 millones, se vio afectado porque empresas y millonarios empezaron a cancelar pedidos y a vender los aviones de

## El mercado de los jets de lujo se achica a medida que las empresas recortan gastos suntuarios

empresa el año pasado cuando la economía mundial empezó a contraerse.

### RECORTE: SEÑAL AL MERCADO

General Motors dio por terminados los alquileres de dos aviones Gulfstream V y de cinco Gulfstream III.

El presidente del Royal Bank of Scotland Group, Philip Hampton, fue otro de los que prefirió recortar gastos para dar una señal al mercado. Hampton le dijo a los accionistas el 3 de abril que conservar su avión Dassault Falcon 7X sería vergonzoso tras el rescate

de la entidad por el gobierno británico.

La perspectiva para los fabricantes de aviones de negocios es sombría. Las entregas, que subieron un 28% el año pasado a 1.138, podrían caer a menos de 600 unidades en 2010, según el analista David Strauss, de UBS en Nueva York. Eso es cerca del nivel de 2003, cuando se construyeron 591 aviones.

Cessna, con sede en Wichita, Kansas, el mayor fabricante de aviones de negocios por unidades fabricadas, no la está pasando bien: la compañía está eliminando casi 5.000 empleos, el 30% de la plantilla.

### EL MEJOR

General Dynamics recortará 1.200 empleos en Gulfstream, con sede en Georgia, y reducirá la producción un 20%. Anteriormente la unidad era la de mejor rendimiento de la empresa, con un 18,5% de margen de beneficio operativo, frente al 11% de media en las divisiones de marina, armas y de sistemas de información.

Bombardier, con sede en Montreal, el fabricante de Learjet, está reduciendo casi 4.500 empleos después de que las ventas aeroespaciales cayeran un 4% en el trimestre. La compañía dijo el 2 de abril que entregará un 25% menos de aviones de negocios.

esquemmas.com

We place the e in your business.

E-BUSINESS

## ¡Apúrese que el e-business se acaba!



MARCELO MONTADO  
GERENTE GENERAL DE ESQUEMMAS.COM  
mmontado@esquemmas.com

En la columna anterior le comenté aquel concepto de Cloud Computing, de ver a Internet como una prestadora de servicios y aplicaciones, con una transformación de la web human oriented, donde los servidores vuelcan páginas para que el ser humano cliquee un link y produzca un cierto resultado o respuesta, a una tendencia a la application oriented, donde el eje central no es sólo el ser humano interactuando con un servidor u otro ser humano, sino que es la interacción ente servidores, aplicaciones, dispositivos, y quien sabe cuántas otras cosas más.

Se asume que en poco tiempo, las conexiones Internet de dispositivos que no sean computadores, superarán a éstas en número.

Recordemos: estamos en una época fantástica desde el punto de vista de la evolución del ser humano, estamos transitando entre dos eras, de la era industrial a la era de la información. Hemos visto transformaciones gigantescas en nuestra forma, ya no de administrar la empresa, sino de vivir.

Pero todo esto significa apenas una parte muy pequeña de los cambios que inexorablemente se vienen. Las empresas actuales apenas alcanzan, y en contadas ocasiones, a la digitalización de la mitad de sus procesos administrativos, mucho menos de los comerciales y ni que hablar de los operacionales.

Todo lo que vimos es apenas la punta de un iceberg. La transformación de los procesos medulares de las organizaciones mediante las tecnologías de la información e Internet, el e-business, apenas echó a andar.

Pero ¿cuántas empresas conoce usted que aún no comenzaron a digitalizarse? ¿Dedica en su organización recursos y tiempo en forma sistemática a la informatización o digitalización de los procesos centrales? ¿Realiza planes anuales, establece metas y está embebida en la propia organización la necesidad de trazar y continuar un camino hacia la digitalización de los procesos?

No me considero un fundamentalista de la tecnología, si un defensor de ésta y de los beneficios que trae consigo el buen uso de la misma. Entiendo la tecnología como un medio y no como un objetivo en sí misma. Pero cuando entro a la oficina de un director de empresa y no veo una computadora (prendida claro) en su escritorio, lo primero que me pregunto es cuánto hándicap está entregando este buen hombre.

Seguramente usted esté pensando en empresarios exitosos que no usan la computadora. Ok, si los hay, pero además de ser raros poco habituales, suelen ser excelente negociantes. Rara vez son los encargados de transformar sus emprendimientos en empresas que trascienden a la persona. Tiene un olfato especial e innato para los negocios y son exitosos casi sin hacer esfuerzos. ¡Formidable!

Pero si usted no fue tocado por la misma varita mágica, el postergar o minimizar la digitalización de su empresa significa que está siendo menos competitivo, cada vez menos, y que más temprano que tarde, otra empresa ocupará su lugar.

No es una visión apocalíptica. Se basa en un hecho muy simple: mientras no tiene competencia, disfrute, con o sin digitalización; pero si la tiene, y apuesto a que sí la tiene, su competidor la utilizará volcando los beneficios que obtenga de aplicar el e-business en su organización, para competir con usted. Simple, si obtengo ahorros los puedo volcar en el producto, en precio o en valor, pero lo cierto que mi producto será más competitivo.

Muchos autores vaticinan el fin del término e-business, ya que no habrá distinción entre negocios electrónicos y negocios, simplemente no habrá otra forma de hacerlo. Las empresas tendrán el e-business, sin siquiera notarlo, será su forma natural de hacer negocios. Propóngase que su empresa entre el e-business, antes que éste desaparezca. En ese entonces, ya será tarde.