



Desarrollo de política aeronáutica nacional para México

18 al 29 de octubre de 2010

Industria de Aviación

Presentación sobre la experiencia internacional



- El éxito de Brasil como uno de los principales países fabricantes está altamente relacionado con Embraer, que se ha establecido como el tercer productor de aviones comerciales más importante del mundo, justo después de Boeing y Airbus.

A fin de lograr esto, el gobierno brasilero aplicó las siguientes medidas de la política aeronáutica:

- La creación del Ministerio de Aeronáutica en 1941 para el desarrollo, expansión y coordinación de las actividades económicas y técnicas de la aeronáutica nacional. A fin de lograr estos objetivos, se crearon tres entidades:
 - *El Comando General de Tecnología Aeroespacial de Brasil (1947)*: centro nacional de investigación militar para la aeronáutica
 - *Instituto de Tecnología Aeronáutica (1950)*: investigación en aeronáutica civil y principal establecimiento educativo para ingenieros aeronáuticos.
 - *EMBRAER (1969)*: empresa pública de fabricación aeroespacial. Con el apoyo del gobierno brasilero, el objetivo de la empresa era convertir la ciencia y la tecnología en capacidad ingeniera e industrial.
- Embraer se dedicó originalmente al desarrollo y producción de un avión de pasajeros con turbohélice con licencia de jets italianos de capacitación y combate terrestre.
 - Los conocimientos adquiridos constituirían luego la base para una investigación y desarrollo más avanzados.
- Luego de su privatización en 1994, Embraer fue libre para actuar con independencia del gobierno.
 - Sin embargo, Embraer continuó recibiendo asistencia económica a través de préstamos de exportación favorables y con mínimos intereses por parte de sus clientes.

Aspectos destacados de los casos de estudio internacionales

Caso de estudio: Canadá

El gobierno canadiense ha tenido un parte muy activo en la mayoría de los desarrollos aeroespaciales internacionales, ya sea a través de préstamos o bien de la nacionalización en sí misma, a fin de garantizar la disponibilidad de fondos suficientes para la producción y/o desarrollo tecnológico en materia aeronáutica:

- Cuando el fabricante público aeronáutico *Canadair* estuvo a punto de quebrar, el gobierno canadiense decidió privatizarlo en lugar de cerrarlo, y luego lo vendió a *Bombardier*.
- Al reconocer que la inversión en la investigación aeroespacial canadiense se redujo a niveles por debajo del de sus colegas, se presentó en 2008 la "*Strategic Aerospace and Defence Initiative*" (Iniciativa Estratégica Aeroespacial y de Defensa).
 - Suministro de contribuciones reembolsables a las industrias canadienses aeroespaciales para el desarrollo estratégico.
- *Export Development Canada*, agencia canadiense de créditos a la exportación, brinda apoyo a los fabricantes aeroespaciales canadienses.
 - Opera manteniendo distancia del gobierno canadiense y ofrece servicios de financiación y administración de riesgo a los clientes de fabricantes canadienses.
- Los gobiernos regionales también brindan paquetes de incentivos específicos (por ej. *Invest Quebec*), a la industria aeroespacial.
 - Los préstamos ofrecidos están vinculados al éxito eventual de un producto en lugar de a una tasa fija de interés.
 - Conforme a dicho programa, una empresa no pagaría intereses durante cinco o diez años durante el desarrollo del producto, pero finalmente devolvería el dinero a *Invest Quebec*, más un porcentaje de las ganancias del producto una vez lanzado al mercado.

- **Aplicación de medidas financieras para apoyar la fabricación aeroespacial:** con frecuencia se otorgan marcos estandarizados de medio a largo plazo a fin de brindar mayor claridad a los posibles inversores sobre la disponibilidad y plazos para el apoyo al momento de evaluar la viabilidad del establecimiento o expansión de su presencia en un país.
- **Suministro de préstamos basados en el éxito y/o objetivos:** los préstamos basados en el éxito han sido introducidos en todos lados y pueden ser un fuerte incentivo para la inversión en un país. Los fondos con objetivos también se brindan en algunos casos para las "prioridades manufactureras" en términos de conocimiento, habilidades y tecnologías.
- **Cuerpo de marketing para PyMEs manufactureras:** actualmente está regido por ProMexico. El enfoque adoptado en algunos países es establecer una división especializada dedicada a las necesidades de la industria de fabricación aeroespacial en particular; posiblemente, este podría ser un subgrupo dentro de ProMexico.