

Mensaje de los Consejeros Delegados

Un año duro para la industria aeronáutica del mundo entero ha confirmado la fortaleza y el potencial de EADS en todos sus mercados. Tenemos que seguir alerta y flexibles en un mundo inseguro, pero estamos tomando medidas decisivas para recortar gastos, conseguir contratos nuevos y elevar el valor para los accionistas de cara al futuro.

P:

¿ Pueden darnos una visión general de cómo ha superado EADS el año 2002?

R:

2002 ha sido sin duda un año difícil para nuestra industria. La desaceleración económica mundial y la inestabilidad geopolítica, con nuevas amenazas terroristas, afectaron a las empresas del mundo entero, y nosotros no fuimos una excepción: nuestras actividades operativas se vieron especialmente afectadas desde finales de 2001 por la caída del tráfico aéreo de pasajeros y el retroceso en el mercado espacial comercial.

Al mismo tiempo, podemos señalar grandes éxitos durante el año, que no se deberían pasar por alto. Pese a un entorno difícil, hemos sido capaces de entregar más de lo que habíamos prometido. Demostramos nuestra capacidad para reaccionar y adaptarnos a las incertidumbres y, al mismo tiempo, mantuvimos nuestra estrategia de liderazgo mundial.

En primer lugar, hemos vuelto a cumplir – y en algunos casos a superar – nuestros objetivos financieros. Mantuvimos una posición de tesorería neta de más de 1.224 millones de euros, y hemos superado levemente nuestro objetivo de EBIT.

En segundo lugar, hemos avanzado realmente en la construcción de EADS como una compañía fuerte, unida, con una estructura directiva coherente y con una clara estrategia, adecuada para afrontar las demandas futuras del mercado realizando el potencial de crecimiento de los beneficios. Esto se demostró con nuestra continua inversión en el desarrollo del Airbus A380 de 555 plazas y de nuevos productos adaptados a las amenazas emergentes, como el vehículo aéreo no tripulado Eurohawk, el AGS (Sistema de Vigilancia Aire-Tierra) y el misil de crucero Scalp Naval. La fase de integración ha pasado, sin duda, y ahora podemos avanzar como un grupo plenamente integrado.

P:

El año pasado, hablaban ustedes de incrementar la aportación del área de Defensa como una prioridad estratégica. ¿Qué tal va ese plan?

R:

Debemos tener en cuenta que para crear, comercializar y gestionar proyectos de defensa, y que éstos maduren, hacen falta años, y estamos supeditados a todo tipo de incertidumbres y cambios políticos. Pero, sí, estamos empezando a ver recompensados nuestros esfuerzos por desarrollar nuestro negocio de Defensa.

Durante el año, completamos la creación de MBDA, la segunda mayor compañía de sistemas de misiles del mundo, junto con nuestros socios BAE Systems y Finmeccanica. Se logró un importante hito con la firma del contrato de desarrollo para el programa europeo Meteor a finales de diciembre (participación de EADS de 900 millones de euros). Este misil aire-aire de nueva generación, propulsado por un estatorreactor, dará una superioridad aérea notable a todos los aviones de combate europeos. La selección por el Ministerio de Defensa británico de nuestra estructura Paradigm para el proyecto Skynet 5, seguramente tendrá una repercusión muy importante en nuestro avance en todos los mercados europeos e incluso en la OTAN. Pese a la difícil situación en Alemania, parece que el programa A400M está asegurado, dado que Alemania ha reducido su nivel de compras, pero se ha comprometido a adquirir 60 aviones. Este programa, que asciende a 18.000 millones de euros, generará crecimiento de los beneficios y desencadenará sinergias con las actividades civiles de Airbus. Otros importantes éxitos en defensa fueron pedidos de helicópteros: 22 Tiger en Australia, un mercado de referencia para la adquisición de armamento, y 14 NH90 en Noruega.

Además, hemos empezado a entrar en mercados nuevos, especialmente en los Estados Unidos. La selección como principal proveedor de Lockheed Martin para el programa Deepwater de la Guardia Costera estadounidense y también la invitación a concursar en el programa del avión cisterna de las Fuerzas Aéreas estadounidenses, que asciende a 20.000 millones de dólares, subrayan nuestra credibilidad como potencial proveedor de defensa en EE.UU. El establecimiento del holding EADS North America fortalecerá nuestra presencia, mejorará nuestro acceso al mercado, y es un compromiso claro con nuestra estrategia en EE.UU..



Philippe Camus (izquierda)
Consejero Delegado
Rainer Hertrich (derecha)
Consejero Delegado

P:

¿Cómo ha afectado la contracción económica a sus actividades civiles?

R:

Casi todas nuestras actividades civiles experimentaron algún avance, pero también decepciones, tales como el fracaso del vuelo inaugural del nuevo Ariane 5 ESCA. El año 2002 ha sido la confirmación del liderazgo y la supremacía de los productos de Airbus. En un mercado caracterizado por unas cifras flojas de tráfico aéreo y dificultades económicas de las líneas aéreas, Airbus ha adaptado rápidamente su producción a la demanda del mercado y ha mantenido una alta rentabilidad y un sólido balance, entregando al mismo tiempo 300 aviones, ligeramente por encima del objetivo.

Si bien el mercado total en 2002 descendió un 22% en comparación con 2001 en cuanto al total bruto de pedidos recibidos (551 aviones), Airbus demostró su mayor competitividad al recibir pedidos por 300 unidades (233 unidades netas). Este ciclo descendente es, desde luego, duro e impredecible, pero no es el primero en los 30 años de historia de Airbus y, esta vez, la Compañía está en una forma aún mejor para superarlo. El progreso en cuota de mercado y la sólida cartera de pedidos permiten a la Dirección asegurar la estabilidad en un mundo de incertidumbre y beneficiarse de las economías de escala y, por otra parte, continuar con éxito los esfuerzos para mejorar la productividad.

Además de gestionar las consecuencias del declive, la cartera de productos de Airbus se ha ampliado con la entrada en servicio del A340-600 y la certificación del A340-500 y del A318. Asimismo, Airbus ha conseguido clientes nuevos, tales como Air New Zealand, South African Airways o EasyJet, la línea aérea británica de bajo coste, y ha seguido desarrollando el futuro superavión A380, que entrará en servicio en 2006. Airbus está registrando los máximos desembolsos por I+D y gastos de capital para este programa, teniendo capacidad para autofinanciarse. Eurocopter ha tenido otro año excelente en los mercados civiles y paraestatales y se ha beneficiado de un aumento de la demanda por parte de las fuerzas de seguridad, especialmente en los Estados Unidos, como consecuencia de los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001. Eurocopter ha fortalecido su liderazgo mundial con una cuota del mercado mundial civil y paraestatal del 60% en cuanto a ingresos, habiendo demostrado una constante mejora respecto a su cuota de mercado del 34% en 1995.

P:

Los éxitos están claros. ¿Qué hay de los retos?

R:

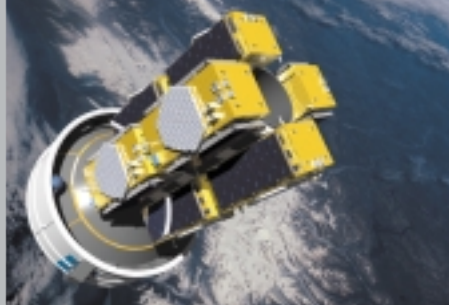
El negocio de Espacio es, sin duda, el que presenta más desafíos. Durante los dos últimos años nos hemos estado enfrentando a un exceso de capacidad en la industria, en un mercado que, sencillamente, se ha hundido, desde los 20–25 satélites civiles pedidos el año anterior a seis en 2002. Tenemos que adaptar nuestra organización a una demanda menor, además de continuar liderando la consolidación en la industria. El negocio de lanzadores se ve directamente afectado por el difícil mercado de satélites para telecomunicaciones. Y estamos trabajando intensamente para resolver problemas de nuestro nuevo lanzador Ariane 5 ESCA.

Para abordar esta tremenda situación, nuestra Dirección de Espacio está implantando otro drástico programa para restablecer la rentabilidad en 2004, y nuestra capacidad para reestructurar el negocio se ha fortalecido con la adquisición a BAE Systems del restante 25% de Astrium. De nuevo, podemos esperar un saludable potencial de crecimiento, impulsado por los programas previstos, como el de comunicaciones seguras Paradigm para el Ministerio de Defensa británico, y el sistema de navegación Galileo para Europa.

Como ya he mencionado, con nuestros productos de defensa tenemos la oportunidad de crecimiento a corto plazo, que ya se está haciendo realidad con programas como los de los helicópteros Tiger y NH90, el avión de combate Eurofighter y misiles, incluyendo Aster, Storm Shadow, Taurus y Meteor. El gran desafío en este sentido es acelerar el crecimiento consiguiendo una parte del mercado estadounidense y formando asociaciones ganadoras con otras empresas líderes en el sector de defensa.



La familia A320



El satélite Galileo



Eurofighter en formación

P:
De cara al futuro, ¿cuáles son las principales fortalezas de la Compañía?

R:
Aparte de exitosos productos, es la calidad de nuestra gente. Tenemos un gran caudal de directivos brillantes y altamente motivados, y de ingenieros cualificados, y potenciamos esa riqueza promocionándolos a los cargos adecuados. También hemos hecho dos nombramientos clave en el Comité Ejecutivo: Ralph Crosby, un experimentado ejecutivo de la industria aeronáutica estadounidense, que está encargado de desarrollar nuestras actividades en EE.UU., y el finlandés Jussi Itävuori, que dirige nuestro departamento de Recursos Humanos.

Otro punto fuerte es la visión de en qué caminos podemos crecer. Un ejemplo es el establecimiento de EADS Internacional, una unidad que trabaja por encima de las fronteras divisionales para mantener las unidades de negocio mediante una comercialización eficiente de sus productos en todo el mundo. Esencialmente, aprovechando nuestra indudable experiencia tecnológica y en producción y a través del experto conocimiento de los clientes y los mercados locales. Por ejemplo, en 2002, se contribuyó de forma importante al éxito de las exportaciones en países como Australia, Rusia, Vietnam, Corea del Sur, Malasia, y una docena más.

Otro punto fuerte es nuestro enfoque realista del negocio. Somos y seguiremos siendo ambiciosos para lograr y mantener el liderazgo mundial en una serie de mercados; pero reconocemos que el mundo en el que vivimos – especialmente ahora – es impredecible. Así pues, cuando existen perspectivas de crecimiento, fijamos objetivos de desarrollo exigentes para nuestros directivos. Cuando, sencillamente, no hay posibilidad de crecimiento, fijamos objetivos igualmente exigentes para el ahorro en costes y la generación de caja, que son otras formas de añadir valor. Hoy en día, la posición de tesorería y la cartera de pedidos se ajustan perfectamente a nuestras expectativas, y seguimos esforzándonos por reducir aún más nuestros costes, y controlar nuestras fuentes de ingresos.

Philippe Camus
Consejero Delegado

Rainer Hertrich
Consejero Delegado