

Presencia local
y potencia mundial

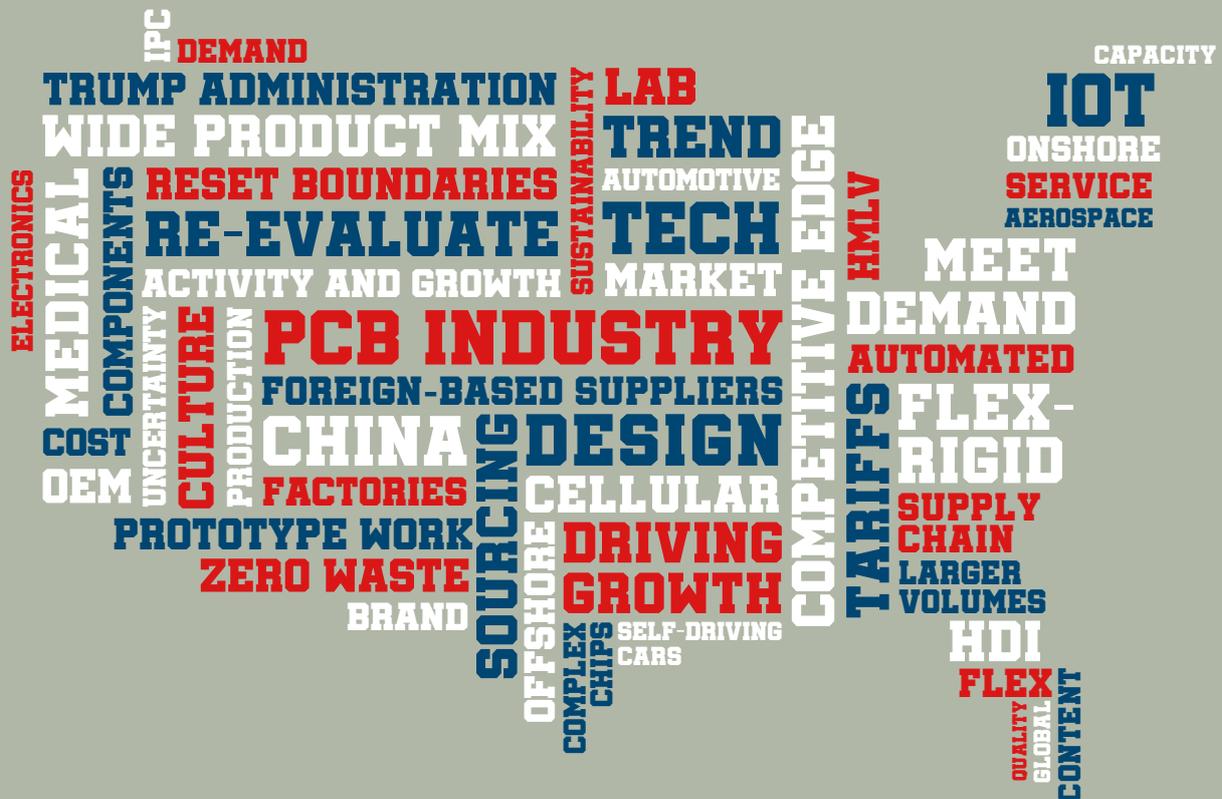
– NCAB Group en los Estados Unidos

Una época apasionante en
el mercado estadounidense

– mirando al futuro

#42018

INFOCUS:



El sector del PCB en los Estados Unidos

– tiempos de incertidumbre a pesar de la actividad y el crecimiento



Los sectores que impulsan el mercado de PCB estadounidense son el médico y el de automoción – coches sin conductor, etc., así como los sectores aeroespacial, de la Internet de las cosas y los móviles.

Han pasado ya más de seis años desde que NCAB Group estableció sus primeras operaciones en los Estados Unidos. Son innumerables los hechos que se han producido durante este tiempo; por esta razón, dedicaremos esta edición del boletín al mercado estadounidense, que ha estado atravesando un período de gran incertidumbre.

Para ello, hemos buscado la ayuda de Nolan Johnson, un veterano del sector que, tras tres décadas dedicado al diseño y la fabricación de productos electrónicos, es ahora director de la productora I-Connect007, que publica varias revistas especializadas en comercio digital y otros contenidos digitales.

¿Cuáles han sido los principales impulsores dentro del sector del PCB en los EE. UU. desde que NCAB inició sus operaciones en el país en 2012?

«En términos de tecnología, hemos sido testigos de una progresión constante hacia la HDI. Si queremos fabricar chips cada vez más pequeños y complejos, en realidad no nos quedan más opciones que emplear la tecnología HDI. Otra tendencia fundamental que guía el mercado de la fabricación es el creciente uso de diseños flexibles o flexibles-rígidos, debido a la demanda de productos portátiles».

«En términos de aprovisionamiento, hay un poco de todo, y algunas empresas recurren a proveedores extranjeros. Sigue existiendo una dinámica de buscar el aprovisionamiento en otros países en casos de grandes volúmenes que conllevan tiempos de espera más prolongados. Para volúmenes más pequeños, no se observa una tendencia obvia. Esto mismo es válido para la fabricación de productos electrónicos en general. Me da la impresión de que China está tomando las riendas como líder mundial del sector en lo relativo a factores como mano de obra o infraestructura. Dicho esto, no obstante, estamos asistiendo a una erosión de la brecha de precios, o los márgenes, a causa de los problemas surgidos con los aranceles. Además, la disponibilidad de componentes está derivando la fabricación de las PCB hacia el mismo mercado en el que aquellos se producen».

¿Cuáles son las perspectivas en el futuro inmediato?

«En la época en que vivimos, la sensación dominante es de incertidumbre. Los aranceles estadounidenses están caldeando las cosas y provocando problemas en la cadena de suministro del sector. No existe un consenso generalizado dentro del sector en cuanto a cuál es la mejor manera de abordar esta situación cambiante. Nadie puede prever a ciencia cierta en qué dirección marcharán las cosas y, por tanto, impera la incertidumbre acerca de cómo gestionar el aprovisionamiento».

«En mi opinión, un efecto de esta incertidumbre generalizada es que otorga a actores como NCAB una ventaja competitiva. Un equipo de diseño que quiera aprovisionarse de productos electrónicos en la actua-



«En mi opinión, un efecto de esta incertidumbre generalizada es que otorga a actores como NCAB una ventaja competitiva».

NOLAN JOHNSON, MANAGING EDITOR, I-CONNECT007

lidad necesita invertir una cantidad considerable de tiempo y esfuerzo en trabajar con compradores y planificadores, examinando y comparando las opciones de forma exhaustiva. Si los costes de producción en China aumentan, es importante estar situado en la parte superior de su cadena de suministro. De este modo, recurrir en su lugar a alguien como NCAB resulta lo más lógico. El cliente de PCB puede centrarse solamente en el diseño y dejar que un tercero se preocupe de si la fabricación debe trasladarse de un lugar a otro».

¿Hacia dónde se dirige el mercado estadounidense de PCB y qué impulsa el crecimiento?

«Hay una sensación de actividad y crecimiento. Los fabricantes que logran satisfacer la demanda de forma adecuada están creciendo, mientras que otros sufren una ralentización de la demanda. Los sectores médicos y de automoción – vehículos sin conductor, etc. – son los que impulsan el mercado, sin olvidar el sector aeroespacial, la Internet de las cosas o los móviles, como siempre».

Si estallara una guerra comercial, ¿cuáles serían los efectos para el mercado de productos electrónicos estadounidense?

«Esa es una buena pregunta y no estoy seguro de que nadie tenga una respuesta correcta, lo que da pie a especulaciones en estos tiempos inciertos. En el sector hay un bando que aboga por una línea más dura y quiere restablecer las fronteras. Hay clientes que están reevaluando y valorando sus opciones y optan por traer de nuevo sus bases de fabricación a los Estados Unidos».

«No obstante, creo que el mayor impacto proviene de lo que mencioné antes, es decir, la dinámica de la situación, que está llevando a las empresas de productos electrónicos a fijarse en su propia cadena

de suministro, reevaluarla y cuestionarse cada aspecto. Por esa razón observamos que ha surgido una tendencia a tratar el aprovisionamiento como una operación proyecto a proyecto. Es difícil medir las repercusiones en diferentes ramas del sector».

¿Se puede decir algo en general sobre las tendencias con respecto al aprovisionamiento, la fabricación dentro o fuera del país?

«Las tendencias son divergentes. Si nos fijamos en la fabricación en Asia, todo se centra siempre en los costes. Los beneficios casi siempre están vinculados a los márgenes o la logística; por un lado, gracias a costes de fabricación más bajos y, por el otro, como ya se ha mencionado, gracias a obtener ventajas fabricando las PCB cerca de los lugares en los que pueden abastecerse de componentes».

«Según sean los valores de cada empresa, se puede optar por producir en los Estados Unidos. Algunas empresas cuentan con una declaración de valores por la que se comprometen a producirlo todo en los EE. UU. Otros no están tan entregados a esta causa. Además, las empresas con presencia global tienen otra forma de verlo. Con el escenario general actual de reevaluación continua, algunas empresas podrían llegar a la conclusión de que no les resulta rentable fabricar en los Estados Unidos. Quizás reconozcan que pueden lograr una mayor flexibilidad y estabilidad de los precios si trabajan con un actor como NCAB. En mi opinión, la dinámica actual está llevando a los clientes de PCB estadounidenses a revisar sus cálculos».

«También vemos que la sostenibilidad es un factor importante para los clientes de PCB. Preguntan cómo son las fábricas verdes y cómo, por ejemplo, se tratan los minerales de conflicto».

NOLAN JOHNSON, MANAGING EDITOR, I-CONNECT007

¿Cuál es la situación en cuanto a la producción de PCB internamente en los Estados Unidos?

«Nuestra edición de octubre de PCB007 nos muestra una nueva fábrica en New Hampshire. Se trata de una planta con una operación completamente automatizada, de tecnología punta para trabajos de prototipos de HDI. Este es un ejemplo de dónde debería llevarse a cabo la producción de PCB en los Estados Unidos; el problema es que no es así. Lo habitual es encontrarse infraestructuras antiguas. El sector de la fabricación no ha avanzado lo suficiente. La brecha técnica fuerza a los diseñadores a buscar fuera del país o a consultar con una fuente como NCAB, que puede buscarles la fábrica adecuada.

«Otro problema es el de la capacitación. El IPC está animando a



Un problema al que se enfrentan muchas empresas de PCB es el de la capacitación. Hay un gran grupo de mayores de 50 años con gran experiencia que se están acercando a la jubilación pero no se encuentra mano de obra lo suficientemente especializada para tomar el relevo. Por eso, el IPC está animando a nuevos graduados universitarios a unirse al sector de las PCB.

nuevos graduados universitarios a unirse al sector. Hay un gran grupo de mayores de 50 años que se están acercando a la jubilación y no se encuentra mano de obra lo suficientemente especializada para tomar el relevo. El sector está formado en la actualidad por mayores de 50 o menores de 30, lo que es muy preocupante. Algunas empresas estadounidenses podrían cerrar simplemente por falta de capacitación y esto añade aún más incertidumbre».

«Hace entre 12 y 15 años, el IPC reconocía unas 850 fábricas, muchas de ellas pequeñas y locales. Desde entonces, esta situación se ha consolidado. El número de fábricas se ha reducido y continuará haciéndolo. Calculo que en los próximos cuatro o cinco años quedarán solo 250. Esto no solo se debe a la presión económica de las fábricas extranjeras, sino también a las reticencias a invertir en equipos y el problema del personal que he mencionado».

¿Qué lugar ocupa la sostenibilidad dentro de las prioridades del sector de las PCB estadounidense?

«Contrariamente a lo que pueda escuchar en las declaraciones políticas diarias, la sostenibilidad es una de las principales prioridades. Por ejemplo, la fábrica de New Hampshire ha logrado cero residuos y cero vertidos. Este modelo nos muestra que se puede hacer y cómo hacerlo. En New Hampshire en concreto hay muchas instalaciones verdes, con cero residuos».

«También vemos que la sostenibilidad es un factor importante para los clientes de PCB. Preguntan cómo son las fábricas verdes y cómo, por ejemplo, se tratan los minerales de conflicto. Pero yo no diría que hemos llegado a un punto en el que la ecología es más importante que el precio. Con suerte, si hacemos los deberes y construimos una planta sostenible con cero residuos, en general será más eficiente y en último término más barata que la forma antigua de hacer las cosas».



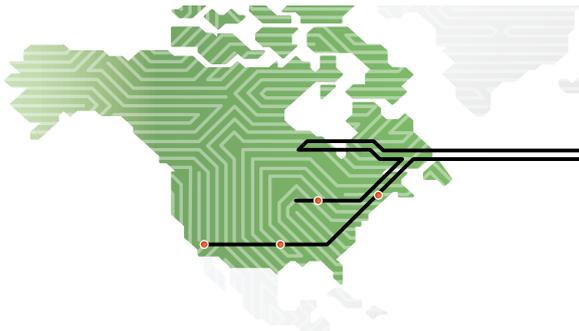
La sostenibilidad es un factor cada vez más importante para los clientes de PCB estadounidenses. Preguntan cómo son las fábricas verdes y cómo, por ejemplo, se tratan los minerales de conflicto. Pero el precio sigue siendo un factor más importante.

Presencia local y fuerza global

NCAB Group estableció su base estadounidense en Hampstead, New Hampshire, en la Costa Este, en 2012. Desde entonces, la empresa se ha extendido por todos los Estados Unidos. Los clientes de todo el país pueden aprovecharse del enorme poder de compra que NCAB puede ofrecer, así como de su alto nivel de servicio y su exhaustiva gestión de fábricas. Martin Magnusson, Presidente de NCAB Group USA, ve un brillante futuro para NCAB en Norteamérica, a pesar de las incertidumbres del mercado.

¿Cómo describiría el crecimiento de NCAB durante los seis años que han estado establecidos en los Estados Unidos?

«NCAB Group empezó a establecerse en los Estados Unidos cuando adquirimos PD Circuits en 2012. En muchos sentidos, podría describirse como un proceso de integración fluido, dado que PD Circuits era bastante similar a NCAB. Contábamos con modelos empresariales, similares, tipos de clientes parecidos y una gestión de fábricas establecida en China. Una diferencia era que ellos tenían un equipo de ventas más pequeño y una gran red de venta indirecta a través de representantes de ventas. Nosotros hemos cambiado este aspecto sistemáticamente y hemos ampliado nuestro equipo de ventas, pero también hemos conservado una importante parte de los canales de venta indirecta, especialmente en regiones en las que no tenemos presencia por nosotros mismos».



NCAB Group tiene cuatro oficinas en los Estados Unidos en la actualidad y vemos que existe potencial para expandir nuestra presencia a otras regiones. Al igual que en Europa, la presencia local es importante aquí, ya que con frecuencia los negocios se hacen a ese nivel. Por consiguiente, estamos planificando nuevas oficinas de ventas para ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio posible», dice Martin Magnusson, Presidente de NCAB Group USA.

«En 2014, expandimos nuestra presencia en los Estados Unidos a la región de Chicago, a través de la adquisición de la empresa de tarjetas de circuitos impresos M-Wave de Itasca, Illinois. En ese caso,



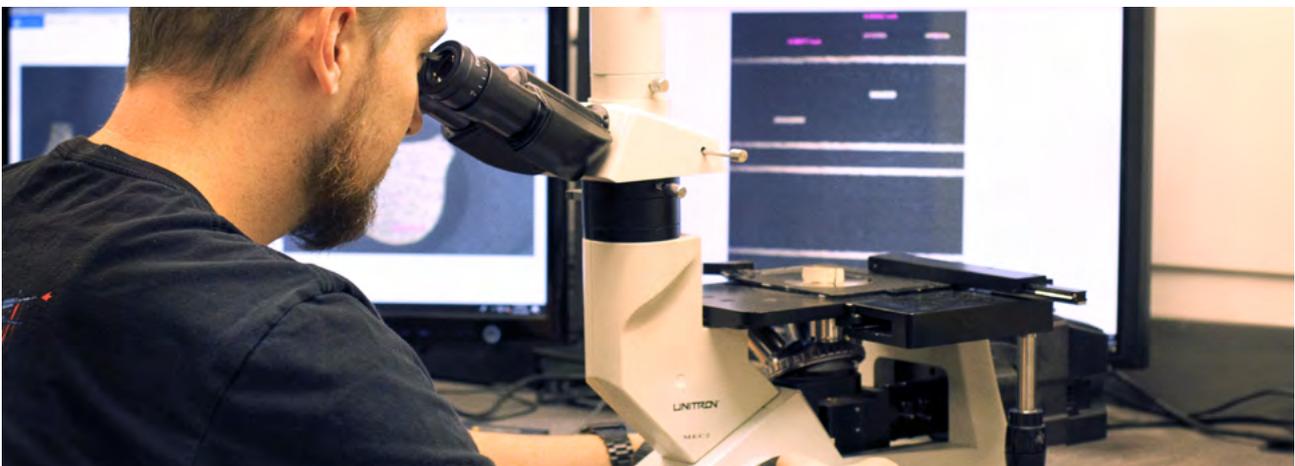
«Hemos hecho grandes esfuerzos para crear una cultura en la que los empleados motivados son capaces de tomar en gran medida sus propias decisiones, pueden ver oportunidades de crecimiento y aprovechan todas las oportunidades para hacerlas realidad».

**MARTIN MAGNUSSON,
PRESIDENT, NCAB GROUP USA**

la estructura de los clientes de la empresa era bastante diferente de la de PD Circuits, lo que hizo la integración más complicada. La parte del negocio basada en el suministro de grandes volúmenes de tarjetas más básicas se ha abandonado progresivamente y se ha ido reemplazando por las actividades principales de NCAB, que se centran en el segmento de producción más variada y de volumen medio (HMLV).

«Antes de adquirir M-Wave, habíamos establecido nuestra primera oficina de ventas en Vancouver, Washington, cerca de Portland, Oregón. A esta le siguieron dos oficinas de ventas más; en Dallas, Texas y en Los Ángeles, California. Se trata exclusivamente de oficinas de ventas, para fijar nuestra presencia y cubrir el soporte al cliente, las ventas y la tecnología en regiones clave. Estos servicios también se proporcionan a través de nuestras oficinas en New Hampshire y Chicago, junto con otras áreas añadidas dedicadas al control de calidad, laboratorio y almacén».

«Ahora nos centramos en seguir creciendo. El mercado estadounidense ofrece un potencial extraordinario y condiciones favorables. Para lograr el éxito, tienes que ser consciente de la enormidad del país y de que consta de 50 Estados que varían mucho entre sí. Al igual que en



Dos de las oficinas de NCAB en los Estados Unidos, ubicadas en New Hampshire y Chicago, cuentan con sus propios laboratorios y equipos para efectuar inspecciones, incluidas las primeras inspecciones de los artículos.



En esta imagen vemos a Wendy Liu, Directora de calidad en NCAB Group China, llevando a cabo una auditoría en Suntak, Jiangmen en China. «Gracias a nuestra potencia de compra y a nuestra gestión de fábricas en China, en las fábricas se da prioridad a nuestros clientes», dice Martin Magnusson, Presidente de NCAB Group USA.

Europa, la presencia local es importante aquí, ya que con frecuencia los negocios se hacen a ese nivel. Por consiguiente, estamos inmersos en un proceso de planificación de una nueva oficina de ventas para proporcionar a nuestros clientes el mejor servicio posible».

¿Cómo describiría los principales retos a los que tiene que hacer frente NCAB?

«Uno de los retos que se nos ha presentado surge de la distinta manera de considerar el liderazgo aquí. Nosotros somos una empresa sueca, con profundos valores, que se fundamenta en que todos sabemos hacia dónde vamos y asumimos una enorme responsabilidad personal. Hemos hecho grandes esfuerzos para crear una cultura en la que los empleados motivados son capaces de tomar en gran medida sus propias decisiones, pueden ver oportunidades de crecimiento y aprovechan todas las oportunidades para hacerlas realidad. También hemos trabajado con empeño para construir nuestra marca internamente y, entre otras cosas, hemos diseñado nuestras oficinas de manera que se asemejen a las europeas».

«El mayor reto para nosotros, al igual que para el resto del sector, consiste en encontrar y conservar a las personas con el conjunto de aptitudes correctas. El desempleo en los Estados Unidos ha sido muy bajo durante el período que llevamos aquí. De hecho, buscar el personal adecuado se ha convertido con diferencia en el mayor reto individual al que se enfrentan las empresas. Es especialmente difícil encontrar personas con las aptitudes específicas que necesitamos. Una forma de solventar este obstáculo se basa en contratar talentos jóvenes que puedan aprender de sus colegas más experimentados».

¿De qué forma diría que ha afectado la situación política y económica de los Estados Unidos a NCAB y el sector de la electrónica?

«En primer lugar, diría que la economía marcha bien. El crecimiento y la inflación son altos, mientras que el desempleo, como ya comenté, es bajo. Al mismo tiempo, vemos nubarrones preocupantes en el horizonte en forma de un creciente déficit presupuestario federal. Tenemos que estar pendientes de cómo se desarrolla esta cuestión a largo plazo. Hemos de tener en cuenta que se avecina una recesión; la pregunta es cuándo ocurrirá y cuán profunda será. Al mismo tiempo, confío en que NCAB sabrá sortear la tormenta y permanecer fuerte gracias a nuestra presencia local combinada con el servicio superior, los conocimientos y la calidad que ofrecemos».

«Si atendemos concretamente al problema de los aranceles al comercio con China, yo diría que de su resultado dependerá cómo le vayan las cosas a NCAB, a nuestros clientes y a todo el país. En mi opinión, es el factor individual más importante que determinará ese futuro. En el caso específico de las PCB, los derechos de aduanas ascienden al 10 %, a lo que NCAB añade el 7,52 % cuando facturamos. Creo que es importante resaltar que las tarjetas en sí no se han encarecido; el sector tiene que considerarlo un arancel y nada más».

«Aumentar los aranceles al 25 % pondrá las cosas difíciles al sector. Al mismo tiempo, ese aumento no traerá la producción de tarjetas de vuelta a los Estados Unidos hasta un punto significativo. No hay capacidad para grandes volúmenes. Además, se carece de voluntad para invertir, dado que nuevas políticas posteriores pueden hacer que los aranceles se eliminen rápidamente. En su lugar, lo que ocurrirá en caso de que estalle una guerra comercial es que los clientes tendrán que soportar la carga. Esto no crea trabajos ni estimula la economía estadounidense».

«Con aranceles más elevados, muchas empresas tendrán un gran problema de flujo de caja. Todos tendrán que inmovilizar más dinero antes de poder facturar y cubrir sus costes, lo que generará problemas de liquidez a las empresas más pequeñas. Por otra parte, para actores económicamente potentes y que cotizan en bolsa como NCAB, esta situación podría generar nuevas oportunidades».

«Ocurra lo que ocurra, intentaremos considerar de forma constructiva todos los factores. Siempre podemos ofrecer la opción de fabricar en los Estados Unidos, pero el precio no será especialmente atractivo. Gestionar los aranceles puede ser una cuestión increíblemente compleja. Esto podría beneficiarnos ya que podemos ofrecer valor añadido al liberar a los clientes de los problemas adicionales implicados. Pero creo que incluso con aranceles más altos, China seguirá siendo competitiva en cuanto a los productos electrónicos en general y las PCB en particular».

¿Cómo ve el futuro?

«Veo que NCAB está bien posicionada en el mercado. Tenemos presencia local en los Estados Unidos y podemos ofrecer a nuestros clientes mejores precios, calidad y servicio que nuestros competidores locales. Gracias a nuestra potencia de compra y a nuestra gestión de fábricas en China, en las fábricas se da prioridad a nuestros clientes. Ir uno mismo a China no es una opción real para las categorías de clientes en las que nos centramos. Las empresas chinas con oficinas de ventas en los Estados Unidos se están dirigiendo a clientes con grandes volúmenes y a los fabricantes estadounidenses que han empezado sus propias operaciones de aprovisionamiento en China les resulta difícil hacerlo tan bien como lo hacemos nosotros».

«La tendencia en el aprovisionamiento se ve afectada también por los problemas para conseguir personal capacitado que afectan al sector. NCAB, por el contrario, es capaz de explotar su capacidad global, en particular en China. Lo que tenemos que hacer ahora sobre todo es centrarnos en seguir creciendo. Cuanto más grandes seamos, mayores serán las sinergias y mayor la seguridad que sentirán los clientes. Para lograrlo, nos estamos esforzando por convertirnos en un nombre reconocido en el mercado norteamericano. Con la oferta correcta para el mercado y si damos prioridad a las relaciones con los clientes, en el plazo de cinco años habremos crecido para ser una empresa mucho más grande de lo que somos hoy».

Le pedimos a dos empleados estadounidenses de gran talento y experiencia que nos cuenten su visión de los avances en los Estados Unidos, para lo que les rogamos que respondieran a dos preguntas:



USA
CONNIE HERRING
General Manager, NCAB Group
USA West division

¿Cuáles considera que son los factores más importantes que afectan a los avances en el mercado de PCB estadounidense desde que NCAB se estableció en 2012?

«Desde 2012, la situación competitiva sin duda ha cambiado en los Estados Unidos. La política influye mucho más que con anteriores presidencias estadounidenses. La interferencia política es algo nuevo en nuestro sector y ha provocado cierta incertidumbre en un mercado ya en deterioro».

«Los fabricantes de PCB estadounidenses están perdiendo la carrera en cuando al desarrollo de equipos de fabricación y materias primas. Gran parte de esta actividad está ahora basada en Asia».

«El mercado actual requiere que el proveedor de PCB posea una compleja red de aptitudes con el fin de aportar valor añadido. La calidad raramente se menciona, ya que las conversaciones se centran más en añadir valor, lo que incluye el involucrarnos antes en el proceso, colaborar en el desarrollo del diseño, la selección de materiales y el soporte de DFM por nombrar algunos aspectos. Todos ellos se esperan de un proveedor».

«En lo que respecta a la competencia, casi todos los fabricantes de PCB de los EE. UU. se han convertido en importadores de alguna forma, en un intento desesperado de mantenerse vivos. Pero el mercado muestra una falsa confianza en este modelo. Los clientes creen que estos actores deben saber lo que están haciendo, pero la gran mayoría carecen de su propia lista de proveedores autorizados o de un equipo que los supervise. Esto ha hecho que la calidad se haya convertido en un problema de vital importancia».

«Los proveedores que se centran en tener una relación de calidad con las fábricas, que limitan la exposición de los clientes a la expectativa tradicional de «bajo coste y baja calidad» son cada vez más valiosos».

¿Cuáles son sus mayores expectativas para los próximos años en cuanto al mercado de PCB estadounidense?

«Dado que los productos electrónicos continúan creciendo, también lo hará el mercado que utiliza esos productos. Lo interesante es si habrá capacidad suficiente para soportar la investigación y el desarrollo en el país, junto con el rápido aumento del sector militar que están experimentando actualmente los Estados Unidos».

«Las fábricas de tarjetas estadounidenses ya no están segregadas en comerciales o militares; muchas están autorizadas para ambas ramas. El sector militar ha crecido y ahora hay poca capacidad en el panorama competitivo de los tres principales proveedores estadounidenses. Si el cliente tiene que aceptar esperar más tiempo en caso de que se fabrique en el extranjero, podrían aceptarse nuevos niveles de precios para conseguir los prototipos con más rapidez y esto, a su vez, cambiará el mercado estadounidense indefinidamente».



USA
WAYNE ANTAL
Key Account Manager,
NCAB Group USA Eastern division

¿Cuáles considera que son los factores más importantes que afectan a los avances en el mercado de PCB estadounidense desde que NCAB se estableció en 2012?

«Dos hechos muy significativos han dominado el mercado y modificado el paisaje de los canales de compra en el sector de las PCB. En primer lugar, muchas fábricas de PCB chinas han entrado por sí mismas directamente en el mercado de PCB en los Estados Unidos. Este tipo de ventas directas a los clientes estadounidenses no es nada nuevo, pero en el pasado solamente afectaba a las fábricas más grandes. Sin embargo, esto no cambia el hecho de que, para los clientes del segmento de producción muy variada y de poco a medio volumen, existen riesgos inherentes al comprar directamente de las fábricas, ya que esos clientes carecen de la potencia de compra necesaria».

«El segundo hecho relevante es el arancel del 10 % impuesto por el gobierno estadounidense a todas las PCB importadas de China. Este arancel corre el riesgo de verse elevado hasta el 25 % a menos que la disputa comercial se resuelva antes del 1 de enero de 2019. Se piense lo que se piense sobre el conflicto, es necesario recordar que estos aranceles no solo repercutirán en el coste de los bienes vendidos en los Estados Unidos a consumidores estadounidenses, sino que también afectará a dónde y cómo se fabrican y montan esos productos. Y esto también se aplica a las PCB. Esto significa que todos los fabricantes de productos electrónicos de los Estados Unidos tendrán que reevaluar sus costes de producción totales».

«La disputa comercial en curso también abre oportunidades para NCAB. Debido al impacto negativo de los aranceles sobre el flujo de caja de cada organización, los compradores de PCB de tamaño medio han empezado a revisar sus opciones y se interesan más por comprar de forma indirecta».

¿Cuáles son sus mayores expectativas para los próximos años en cuanto al mercado de PCB estadounidense?

«Para el año 2019, espero que los políticos desistan de imponer nuevos aranceles después de que los consumidores noten su efecto en toda su crudeza y cuando se ponga en marcha la carrera hacia el siguiente ciclo de elecciones presidenciales».

«En segundo lugar, a medida que las tecnologías tiendan más hacia diseños flexibles, rígidos-flexibles y HDI, veo que la necesidad de mantener relaciones más estrechas entre los equipos técnicos crecerá de forma exponencial. Esto generará oportunidades para que los proveedores que se centren de forma definida en la producción fluida aumenten su cuota de mercado al hacer frente a esta situación. Las tendencias a subcontratar las partes de diseño y técnicas para reducir costes reforzarán aún más la importancia del «punto de venta cercano al cliente».

«Con el retorno del sentido común, el mercado estadounidense se estabilizará y volverá a su senda habitual de crecimiento. Por último, diría que el mercado de PCB estadounidense seguirá siendo tierra fértil para ampliar nuestra cuota de mercado, a pesar de la tormenta política en la que nos encontramos inmersos en la actualidad. Espero que NCAB constituya una parte importante de ese crecimiento».

Una época apasionante en el mercado estadounidense

HANS STÄHL
CEO NCAB GROUP



En esta edición de nuestro boletín, cruzamos el Atlántico hasta los Estados Unidos, la tierra de las oportunidades. Se trata de un mercado enorme y es fácil cometer el error de considerarlo como un solo país y un solo mercado. Antes bien, los EE. UU. están formados por Estados muy diversos en los que, en muchos casos, los negocios se hacen solo a nivel local. Por eso, es importante que estemos cerca de los clientes para aportarles el máximo apoyo con vistas a garantizar sus necesidades de PCB.

También podemos leer sobre el gran número de fábricas de PCB que se han visto expulsadas del mercado tanto en los Estados Unidos como en Europa. Ahora vemos que es cada vez más importante

poder contar con proveedores capaces de suministrar una amplia variedad de productos.

Por último, y no menos importante, la actual disputa comercial se encamina hacia drama apremiante - o, para ser quizás más preciso, la competencia entre China y los Estados Unidos por ocupar la mejor posición negociadora posible. Creo que el consenso hará que finalmente prevalezca el acuerdo y que el arancel del 25 % con que amenaza la administración Trump nunca se materializará. China también está haciendo concesiones que en último término beneficiarán el libre comercio mundial, que es la plataforma para aumentar la prosperidad global.



NCAB en los medios de comunicación

Desde hace ya unos meses, tanto nuestros clientes como todos aquéllos interesados en los PCB pueden seguirnos en Twitter y LinkedIn. También contamos

con un blog en el que nos sumergimos en el versátil mundo de los circuitos impresos. Síguenos en:

» [Twitter](#) » [LinkedIn](#) » [Blog](#) » [YouTube](#)

Únase a nosotros

Siempre estamos buscando empleados competentes a jornada completa. Si es usted un técnico, espe-

cialista en atención al cliente o comercial de grandes cuentas, no dude en ponerse en contacto con nosotros o enviar su CV a: career@ncabgroup.com

Temas tratados anteriormente

Le invitamos a leer nuestros boletines de noticias pasados. Pinche en el enlace para abrir el boletín en su navegador. Podrá encontrar todos los boletines en nuestro sitio web: www.ncabgroup.com/newsroom/

» Placas más avanzadas y ciclos de vida del producto más breves

2018 10 23 | NEWSLETTER 3 2018

» Un futuro mejor

2018 06 18 | NEWSLETTER 2 2018

» Gestión de fábricas

2018 04 12 | NEWSLETTER 1 2018

» Más electrónica en menos espacio

2017 10 25 | NEWSLETTER 3 2017

» Negocio sostenible

2017 10 25 | NEWSLETTER 3 2017

» El sector del PCB en Asia

2017 06 29 | NEWSLETTER 2 2017

¿Los temas que tratamos son de su interés?

Buscamos sin descanso temas interesantes en los que ahondar. ¿Se le ocurre algo sobre lo que desearía profundizar o tiene algún comentario acerca de lo leído? No dude en hacérselo saber.

Escriba a sanna.magnusson@ncabgroup.com