

WITTUR: 50 years in motion 1968-2018

Un panorama de la estrategia del Grupo como protagonista global y comentarios acerca del mercado del ascensor en el mundo.

Carmen Maldacena



El 50º aniversario de Wittur se celebró el 7 de diciembre en Buenos Aires, Argentina. El CEO del Grupo, Antoine Doutriaux, y Giorgio Scarabello, managing director Americas, participaron en los festejos de este importante acontecimiento.

Los visitantes amablemente aceptaron dar una entrevista -junto con Fernando Luján, gerente general de Wittur en Argentina y director de ventas en Sudamérica- para conversar acerca de la estrategia del Grupo Wittur en el mercado global y las características actuales de los mercados del ascensor.

Nuevas experiencias y estrategias en el mundo

Antoine Doutriaux es el CEO del Grupo Wittur desde marzo de 2018. Está muy entusiasmado con su función: «El Grupo Wittur es una empresa extremadamente interesante debido a su fuerte posicionamiento en el mercado del ascensor. Además, hay mucho por hacer para continuar impulsando el desarrollo de la compañía, así que me siento sumamente entusiasmado

al respecto», expresó Doutriaux al comienzo de la entrevista.

—¿De qué forma puede Wittur crecer aún más?

Antoine Doutriaux (AD): —El mercado del ascensor en general está creciendo más rápido que el PBI, debido a fuertes mega tendencias como la urbanización, el firme incremento de los ingresos medios, el envejecimiento de la población, el mejoramiento de la seguridad, el énfasis en la innovación/digitalización y la atención del medio ambiente. El mercado de componentes para ascensor está creciendo aún más rápido, porque la estrategia de las empresas multinacionales es la tercerización. Es nuestro objetivo aumentar nuestro portfolio y ganar cuota de mercado para crecer más rápido que el mercado.

—¿Qué sectores del mercado del ascensor están creciendo más rápidamente?

AD: —Debemos distinguir entre instalaciones nuevas y modernización. Cuando miramos las nuevas ins-

talaciones, vemos que están levemente positivas. No se trata de una gran aceleración pero esperamos un cierto crecimiento en casi todo el mundo. China ha



(l a d) Antoine Doutriaux, CEO del Grupo Wittur, y Giorgio Scarabello, director general de Wittur Americas.

superado sus dificultades, por lo tanto este mercado aumentará levemente las construcciones nuevas. Por otra parte, la modernización en China está creciendo rápido para reemplazar sistemas de transporte vertical que fueron instalados en los '90. En Europa y Norteamérica, la modernización es también muy significativa. Así que, en general, estos nichos están empujando el mercado del elevador.

—Wittur, Sematic y Tyler son nombres muy relacionados, ¿podría explicar por qué es así?

Giorgio Scarabello (GS): —Tyler, fundada en 1872, es una empresa histórica de ascensores en los Estados Unidos. Principalmente especializada en puertas y cabinas, suministró, en las últimas décadas, componentes y productos en los edificios más icónicos en Estados Unidos y también a nivel mundial. En el 2000, la empresa italiana Sematic compró Tyler dentro de sus actividades expansionistas en otros países. Conformaban sólo una compañía cuando se integró a Wittur en 2016. Ahora, el nombre de la compañía es Wittur en el mundo entero. Sematic y Tyler en Estados Unidos son dos de las marcas de sus productos.

—¿Cuáles son los proyectos globales de Wittur para el grupo en el futuro cercano?

AD: —Nos encontramos en un mercado de muy rápido crecimiento. Para ganar cuota de mercado, continuaremos fortaleciendo nuestra estrategia de brindar un mejor servicio a nuestros clientes. Nuestro portfolio alcanzó un balance mucho mejor después de la integración con Sematic, cubriendo más necesidades y requerimientos para diferentes soluciones de mercado. Nuestros competidores son desafiantes, lo cual es bueno para empujarnos hacia mayores innovaciones, resultados y calidad.

Entrevistando a los visitantes y a Fernando Lueje, director general de Wittur Argentina y director comercial para Latinoamérica

«El mercado del ascensor en general está creciendo más rápido que el PBI»

—¿Las empresas multinacionales están terciarizando sus componentes?

AD: —Sí, todas, aunque se encuentran en diferentes niveles de avance. Estas empresas se están concentrando en sus propios clientes, así que invierten sus recursos en digitalización, en servicio, en gestión de proyectos, en lugar de hacerlo en la producción de componentes. Las multinacionales son integradoras de componentes, así que utilizan el potencial y la capacidad de Wittur para obtener un producto final.

Fernando Lueje: —Con esta estrategia, las empresas multinacionales se enfocan en las instalaciones y el mantenimiento para brindar un mejor servicio a sus clientes y agregar valor en estas áreas.

—¿Cuáles componentes de Wittur logran la cuota de mercado más importante?

AD: —Todos nuestros componentes son importantes para nuestros clientes. Las puertas son claramente el producto principal, pero las máquinas, los paracaídas y finalmente el sistema completo o kit, son igualmente muy importantes para las multinacionales y para los clientes en Argentina y Sudamérica.



El mercado del ascensor en Sudamérica y el mundo

—¿Pueden describir las características del mercado del ascensor en Brasil y Argentina?

GS: —Nuestra estrategia es estar activos en LatAm, a pesar de las dificultades económicas actuales. Tenemos dos plantas en América del Sur. Una nueva en Londrina, Brasil, inaugurada en 2015, donde fabricamos mecanismos de piso, operadores de cabina y puertas completas para los mercados brasileños y sudamericanos. La otra planta está en Buenos Aires, Argentina. Esta planta, de 50 años de edad, tiene el mismo potencial que la brasileña, y además cuenta con el potencial para desarrollar y fabricar sistemas completos. Posee la experiencia de un grupo de ingenieros muy conocedores de la industria del elevador y fabrican productos bajo la dirección de Fernando. Suministran ascensores estándar para clientes independientes pero también pueden personalizar sistemas, tales como ascensores panorámicos para edificios comerciales o montacargas. Esta es la única empresa con este potencial en Argentina. El próximo paso es avanzar y extender su mercado para alcanzar el resto de América Latina.

FL: —En América Latina, el potencial de la modernización es actualmente muy importante. Y si podemos desarrollar soluciones adecuadas para este mercado, habrá un enorme crecimiento en este segmento en los próximos años. Además, el año pasado, las empresas multinacionales con base en Brasil cambiaron sus estrategias. Han decidido proveer sus productos al mercado local y a la región desde sus plantas en Brasil solamente. Wittur acompañará su crecimiento y estrategia. Sin embargo, vale la pena mencionar que nosotros siempre mantenemos el equilibrio entre multinacionales e independientes, suministrándoles los componentes para agregar calidad y seguridad a sus instalaciones. En consecuencia, ayudándolos a aumentar su cuota de mercado.

—¿Cuál es la situación del mercado en el resto de América Latina en la actualidad?

FL: —Perú creció mucho durante los últimos diez años

«En América Latina, el potencial de la modernización es hoy muy importante. Si podemos desarrollar soluciones adecuadas, habrá un enorme crecimiento».

mejorando la calidad de los edificios y de los elevadores. En términos generales, casi todos los países en LatAm están en una etapa de crecimiento estable alineado con su situación económica.

GS: —Actualmente las multinacionales están muy activas en Colombia, México y Panamá en el mercado de la modernización y están ganando cuota de mercado de las empresas independientes. Con su importante variedad de componentes y productos, no hay otra empresa en América Latina que pueda producir y proveer al mercado de la modernización como Wittur.

—¿Cuál es su visión de los mercados americanos y europeos?

GS: —El mercado norteamericano es único y muy diferente del resto del mundo, principalmente porque siguen su propia norma (ASME A17.1), pero también por su peculiar división entre los fabricantes históricos de operadores de puerta y mecanismos. Actualmente, toda la industria norteamericana se está consolidando y se esperan cambios en este mercado. La particularidad en este mercado es el producto mismo y Wittur, incluidas sus marcas Sematic-Tyler, está bien posicionada para desarrollar y suministrar componentes a las empresas multinacionales e independientes para instalaciones nuevas y modernizaciones.

AD: —Europa está bastante estable y sigue siendo el mercado número uno con parque instalado. Esta es nuestra área local y donde somos más fuertes, y continuaremos así con un crecimiento razonable. El mercado iraní está bloqueado debido a las sanciones y Turquía tiene una situación cambiaria difícil. África, con su creciente infraestructura y el boom de inversiones extranjeras, es nuestro próximo destino.



WITTUR



Celebrando los 50 años de Wittur

Hace medio siglo, dos proyectos se pusieron en marcha cuando sus artífices estaban separados por miles de kilómetros y no sabían nada uno del otro hasta que, un día, los caminos de esas personas se cruzaron. Con el correr del tiempo, Wittur se convirtió en la empresa global líder en la fabricación de componentes de la industria del transporte vertical.



WITTUR



El arribo de los invitados.

La Ciudad de Buenos Aires fue elegida para festejar el cincuentenario de Wittur, un emporio en el desarrollo y la fabricación de componentes para ascensor. El amplio espectro de empresas del transporte vertical

argentino se hizo presente para compartir un evento tan significativo que también evidencia el caudal de clientes que la firma posee en el país.

Un emotivo video, pleno de recuerdos, reavivó los orígenes y la historia de Wittur, además de mostrar los avances tecnológicos y actividades productivas de sus plantas globales con obras que lucen sus equipos en las grandes ciudades del mundo.

Luego la semblanza se concentró en Wittur Argentina, en su planta fabril y en los protagonistas que producen los componentes y los equipos completos en la histórica fábrica de Sarandí, provincia de Buenos Aires.

Antoine Doutriaux, CEO del Grupo Wittur, y Giorgio Scarabello, director general de Wittur Americas, encabezaron los festejos y compartieron entusiastas la cena, el show y el baile hasta altas horas de la noche. Doutriaux, en castellano, destacó que estaban celebrando dos cumpleaños de medio siglo. «El primero, en Argentina, porque Soimet comenzó en 1968 y desde entonces, primero Soimet y luego Wittur,



Izq.: Fernando Lueje dando la bienvenida a los invitados. Medio: El CEO de Wittur, Antoine Doutriaux, en castellano, explicó el porqué de los dos festejos. Der.: Giorgio Scarabello destacó los esfuerzos realizados en Argentina, también es español.



Mesas de casino montadas en el salón de recepción donde los invitados jugaban en forma «simbólica» con billetes de utilería.

Las empresas del transporte vertical argentino compartieron un evento tan significativo que también evidencia el caudal de clientes de la firma en el país.

han sido los líderes en el mercado local. El segundo, también en 1968, Horst Wittur comenzó su empresa en Alemania y, gracias a su gran visión, la desarrolló en todo el mundo». Agregó que, desde el 2000, cuando Horst Wittur decidió adquirir Soimet, «las dos compañías se unieron forjando nuestra historia en común».

«Para el futuro, mi estrategia es definitivamente que Wittur continúe creciendo, con compañías multinacionales y con empresas independientes», puntualizó, para concluir con un agradecimiento «a nuestros queridos clientes por su continuo apoyo» y su compromiso de «entregarles los mejores productos, con una calidad perfecta, ¡para que podamos ayudarnos a crecer y ganar!».

A su turno y también en español, Scarabello subrayó que en Argentina «se han realizado muchos esfuerzos y mejoras para que nuestra compañía sea el líder mundial en componentes de ascensores y el jugador más importante en el mercado local».

También mencionó que Wittur invierte continuamente en tecnología innovadora y que, «a pesar del difícil momento de la economía nacional», decidió comprar una nueva máquina láser de fibra que asegura flexibilidad, calidad y menor tiempo de entrega de sus productos.

Finalmente aseveró que un sólido equipo de administración, «aquí en Argentina, pero también en Brasil», aseguran la continuidad de la reputación de Wittur en América Latina. «¡Sigamos construyendo juntos sobre los cimientos de los últimos 50 años!», apuntó.

En 1968, Horst Wittur, en la lejana Alemania, decidió



Horst Wittur, Nicolás Vrdoljak y Walter González. (archivo S&B).

adentrarse en el mundo del transporte vertical y en Argentina, en la localidad de Sarandí, Nicolás Vrdoljak y Walter González, entrañables amigos y dueños de sendos talleres mecánicos de barrio, fundaron la Sociedad Industrial Metalúrgica conocida como Soimet. Estas dos personas y Wittur, tan diferentes en cultura e idiosincrasia, compartían, sin embargo, los mismos valores: coraje ante los desafíos y pasión por el trabajo. Y sus caminos se cruzaron.

Con una enorme capacidad de trabajo y visión comercial -condiciones que reunían ambos socios argentinos- y complementándose a la perfección, decidieron ir a probar suerte a Europa en 1978. Los resultados obtenidos les permitieron dedicarse de lleno a los ascensores, al cerrar trato con la italiana SELCOM Parma. «Volvieron con una licencia para fabricar puertas automáticas para ascensores», recuerda Elizabeth Vrdoljak, convirtiéndose en los distribuidores exclusivos. En Sarandí comenzó la producción local de las puertas y sus marcos. En una incipiente globalización, italianos, alemanes, españoles y argentinos se convirtieron en socios y amigos. Luego, se inició la



Los invitados compartieron una cena en un ambiente muy amigable.



Los representantes de cinco empresas, «fruto de sus ganancias en el casino», entregan simbólicamente una donación a la Asociación Cooperadora del Hospital Pedro Fiorito para la compra de una incubadora en el área de neonatología. Wittur es en realidad la empresa donante.



(I a D) Hernán y Adrián González, los hijos de Walter, y Elizabeth, hija de Nicolás, reciben un reconocimiento de manos de Fernando Lueje.

elaboración de equipos hidráulicos y, finalmente, la fabricación de cabinas, es decir, el ascensor completo. Fernando Lueje, director general de Wittur en Argentina y director comercial para Latinoamérica, comentó que hoy la planta cuenta con unos cien empleados. Allí se manufactura chapa para todos los componentes del ascensor. «Actualmente producimos aproximadamente 13.000 puertas y 250 componentes para ascensores completos por año», informó.

Wittur fue creciendo al adquirir empresas líderes en componentes de ascensores, entre ellas, Soimet, que compró en 2007. Actualmente es un grupo multinacional, propiedad de entidades financieras. En sus comienzos también fue una empresa familiar, pero «hasta hoy, que somos una empresa multinacional, el objetivo se mantiene: satisfacer las expectativas del cliente», acotó Lueje.

Elizabeth Vrdoljak, una hija emocionada, recordó a su padre y a Walter. «Siempre entre los dos cuidándose. Nunca tuvieron una discusión por dinero. Creo que eran más que hermanos», dijo, para agregar que está «orgullosa de Wittur». «Recuerdo a mi papá siempre

Lueje: «Fue una empresa familiar y hoy es una multinacional, pero mantiene el objetivo de satisfacer las expectativas del cliente».



(l a D) Antoine Doutriaux (CEO – Wittur Group), Fernando Lueje (Sales Director LatAm & Country Manager – Argentina), Giorgio Scarabello (Managing Director Americas – Wittur Group), Mario Zorzi (Finance Director South America), Roberto Santiago (Operation Manager).



La música muy bien seleccionada invitó a todos a sumarse al baile.

con una sonrisa y así también recuerdo a la empresa». Para cerrar esta reseña, Lueje comentó «que con todos los avances tecnológicos e innovaciones, Wittur Argentina se transformó sin perder el foco estratégico,

que es la satisfacción del cliente, a pesar de los altibajos económicos del país». La realidad es que la historia continúa en Argentina y Wittur va por más, en este país y en el mundo entero.



El plantel de Wittur Argentina.

FOTOS: PHOTOJOHNY