

Hitos importantes

Distinguidas señoras y señores:

En el ejercicio de 2005 hemos alcanzado metas importantes. En presencia de más de 2 000 invitados fueron lanzadas en Barcelona siete nuevas líneas de ascensores, lo cual desencadenó, en Europa, una demanda mayor que la esperada. En Shanghai pusimos en marcha la mayor fábrica del mundo de escaleras mecánicas y en Suzhou una fábrica de ascensores modernizada. El volumen de pedidos tuvo un curso muy satisfactorio y registró diversos pedidos de envergadura como, p. ej., dos torres en Madrid (Torre Espacio y Torre Sacyr Vallehermoso), la modernización de la planta de observación del edificio Rockefeller Plaza en Nueva York así como el Dubai Mall, el mayor centro comercial del mundo. Sin embargo, la coronación de los éxitos de ventas ha sido, sin duda, el encargo para el Internacional Commerce Center de Hong Kong, una torre de más de 490 m de altura con 40 ascensores de dos pisos para el servicio de 118 plantas. La «pole position» mundial en la fabricación de escaleras mecánicas, no sólo la hemos podido mantener, sino que con una participación en el mercado del 27% incluso se ha podido reforzar ligeramente.

En resumen, se puede constatar que Schindler se ha establecido por todo el mundo como socio fiable y nuestra nueva imagen en el mercado, partiendo de nuestro logo tradicional, lo pondrá de manifiesto a partir de 2006, siguiendo las tendencias actuales.

Después de más de 20 años en la dirección de la planificación estratégica, echo una breve mirada al retrovisor. Desde fines de 1981 el beneficio consolidado ha pasado de 30,9 millones de CHF a 401 millones de CHF, multiplicándose así por 13. En el mismo periodo de tiempo, la capitalización bursátil ha subido de 215 millones de CHF a 6 501 millones de CHF (situación finales de diciembre de 2005), lo cual significa que se ha multiplicado por 30.

Estos resultados se basan sobre todo en cinco pilares estratégicos: concentración en el «core business», expansión global, innovaciones pioneras, optimización y unificación de los procesos de trabajo así como disponibilidad para soportar largos periodos de dificultades más bien que aprovechar oportunidades a corto plazo. Nos desprendimos de



más de 15 campos de negocio como la construcción de vagones. Más de 60 adquisiciones constituyen la espina dorsal de una presencia global en la rama de los ascensores con la correspondiente densa red de servicios. Gracias a una mayor cercanía a los clientes optimizamos tanto los tiempos de intervención como la productividad del servicio. A los numerosos pasos de expansión ha seguido la integración de las filiales del Grupo y con ello la consiguiente absorción de las carteras de productos locales. Al mismo tiempo, unificamos los procesos de trabajo, tanto en el negocio de nuevas instalaciones como en el servicio posventa, siguiendo las «best demonstrated practices». Los nuevos procesos no son sólo transparentes sino que se prestan a comparaciones entre varias regiones geográficas y conducen así a un mejoramiento continuo de la productividad.

La energía necesaria para poner en práctica nuestra estrategia la sacamos de cuatro motores emociona-

les: independencia en la definición de las metas empresariales, tenacidad en seguir un camino propio, confianza en nuestros empleados así como paciencia, paciencia y más paciencia.

El alto volumen de pedidos me infunde la confianza de que con las soluciones arriba bosquejadas lograremos labrar con éxito nuestro futuro. Sin embargo, unos buenos resultados en el retrovisor no son ninguna garantía de éxito futuro y por lo mismo ningún pretexto para dormirnos en los laureles.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A. Schindler', written in a cursive style.

Alfred N. Schindler