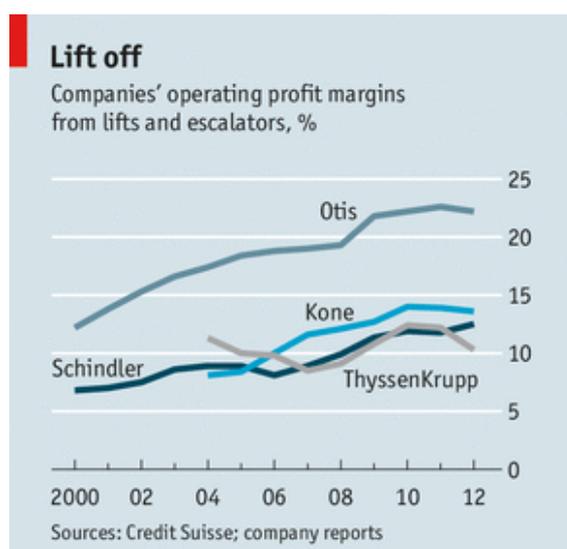


O negócio dos elevadores

Andar de cima, por favor! – Perspectivas ascendentes para os fabricantes de elevadores

Março 16, 2013 | Ebikon | A partir da edição impressa

Os ELEVADORES ajudam a provar o ditado de que o que sobe tem que descer. Os lucros das empresas que os produzem e instalam, no entanto, parecem obedecer a regras diferentes. Quatro empresas controlam dois terços do mercado global: a **Otis**, que faz parte da **United Technologies América**; a **Kone** da Finlândia; a **Thyssen Krupp**, uma unidade de um conglomerado alemão, e a **Schindler**, com sede em Ebikon, na Suíça. Todos gozam de margens com nível de apartamento de cobertura, enquanto as suas vendas continuam a deslizar suavemente para cima (veja o gráfico).



Um negócio cativo...para já.

As pessoas vivem mais do que nunca na vertical. Em todo o mundo, cerca de 70 milhões de pessoas migram todos os anos para as cidades, mais do que toda a população da Grã-Bretanha. Muitos vivem em blocos de apartamentos ou trabalham em arranha-céus de escritórios. De vez em quando, quase todos usam escadas rolantes (que os quatro grandes também fazem). Poucos se dão ao trabalho de subir escadas a pé quando podem evitá-lo. Jürgen Tinggren, chefe de Schindler, fala de um "segundo planeta" de novos consumidores que estão a descobrir 'as alegrias da elevação'. A procura global de elevadores novos passou dos 300 mil de há uma década atrás para cerca de 700 mil no último ano. A China, onde são instaladas dois terços das novas unidades, é responsável por grande parte do aumento. As receitas anuais estão a subir de

forma constante: a Freedomia Group, uma consultora, acha que elas terão dobrado devendo para atingir EUR € 70 mil milhões na década que termina em 2015.

No entanto, o segredo para as margens colossal da indústria é a manutenção. As pessoas odeiam ficar presas nos elevadores. Por isso, elas dispõem-se a pagar entre EUR € 1500 e EUR € 4,000, por ano, para manter cada elevador em funcionamento. Este é um bom negócio porque as máquinas em operação já são mais de 11 milhões e muitas precisam apenas de uma olhadela rápida e muito de lubrificante, de poucos em poucos meses. As margens na manutenção são de 25-35%, em comparação com os 10% para o novo equipamento. A receita proveniente da manutenção é muito mais estável do que a das novas instalações, que são afetadas pelos altos e baixos da economia e da indústria da construção. A Otis e seus pares fazem mais de metade dos seus lucros a partir da prestação de serviços, conseguindo muitas vezes os contratos de manutenção no momento da instalação. Isto levanta barreiras à entrada: um novo concorrente precisaria de uma densa rede de técnicos só para começar. Por outro lado, os actuais concorrentes na indústria não competem ferozmente entre si em termos de preços. Em 2007, as autoridades antitrust da UE multaram-nos em EUR € 831 milhões (USD \$ 1,1 mil milhões) por fixação ilícita de preços nos mercados alemão e Benelux.

Muito do negócio da manutenção está centrado na Europa que tem instalados cerca de metade dos elevadores mundo (e uma proporção ainda maior dos que em breve vão precisar de ser renovados, outro nicho lucrativo). O mercado está a mover-se para leste, mas vai levar tempo. "O negócio da manutenção vem com um atraso grande", diz Henrik Ehrnrooth, Administrador Financeiro da Kone (finlandesa). Alguns temem que os proprietários chineses estejam eles próprios a fazer a manutenção das máquinas-se ou não a façam de todo.

O Sr. Tinggren, da suíça Schindler, diz que é uma estratégia míope concentrar-se em reparar e manter elevadores antigos, em vez de instalar novos. A indústria tem de encontrar outros botões para apertar, e até um certo ponto, ela tem-no feito. Os elevadores estão a ficar cada vez mais padronizados mundialmente, tornando-se cada vez mais fácil para conseguir atingir e manter economias de escala. A fabricação e I&D são cada vez mais subcontratadas em fornecedores da Ásia, permitindo assim aos grandes conter ou reduzir ligeiramente os custos. As vendas de modelos mais caros, como cabines de piso duplo para prédios muito altos ou painéis de controle mais inteligentes, que também melhoram o fluxo de pessoas em grandes edifícios, são flutuantes. Negócios complementares, como cartões magnéticos e serviços de consultoria também se cobram bem. Os aparelhos novos permitem monitorar remotamente o desempenho de cada elevador, de modo que os técnicos reparadores têm de fazer menos viagens dispendiosas para os inspecionar.

No entanto, do ponto de vista do cliente, o conceito dos elevadores tem evoluído pouco desde que apareceram pela primeira vez há 150 anos: as pessoas entram, apertam um botão, evitam falar com outras pessoas que estejam ao seu lado e saem. Historicamente, as margens estreitas mantiveram competição à distância. No entanto, agora que o mercado dos elevadores se tornou mais lucrativo, ele pode ficar bem mais cheio, até pode ficar apertado!

From the print edition: *Business* section. [Copyright The Economist]