



# Gigante europeo profundiza su presencia en Chile y adquiere nueva empresa ligada al rubro de la construcción

Hace algunas semanas la compañía francesa Saint-Gobain adquirió a la nacional Provequín, operadora especializada en soluciones químicas para la construcción y la minería.

POR LAURA GUZMÁN

Saint-Gobain, la multinacional francesa que se dedica a diseñar, fabricar y distribuir materiales y servicios para el sector de la construcción e industrial, anunció la adquisición de la empresa chilena Provequín, operadora especializada en soluciones químicas para la construcción y la minería ligada a la familia Labra.

Con presencia en más de 70 países y 160 mil empleados en todo el mundo, Saint-Gobain tomó la decisión de seguir profundizando su presencia en el país. A mediados de la década de los 2000, la multinacional gala ingresó a Chile tras comprar la firma británica

British Plaster Board, la cual tenía una participación en la compañía Volcán, del grupo Matte.

Esta fue la punta de lanza de Saint-Gobain en el país. De a poco, comenzó a interesarse en otras empresas nacionales, como Lirquén -principal fabricante de vidrios planos- y Solcrom, operadora dedicada a la producción de morteros industrializados.

Sin embargo, el director ejecutivo de América Latina de Saint-Gobain, Javier Gimeno, explicó que la firma quería ampliar su abanico de negocios en el país, por lo que decidieron buscar una forma de agrandar la propuesta de valor de la empresa francesa en Chile.

“Había que realizar esta adquisición, que nos permite entrar en el mercado de los químicos para la construcción, teniendo la posibilidad de producir localmente. Nosotros hemos intentado desarrollar esos productos con nuestros propios medios, pero en Chile hay una cierta burocracia a la hora de obtener permisos”. Por ello, añadió, “la forma más rápida de poder acceder a esa capacidad de producción era comprar una empresa”.

Actualmente Saint-Gobain se encuentra en el proceso de integración de Provequín y espera que esté completamente finalizado a finales de este ejercicio.

## Negocio en Chile

Para los próximos años, Saint-Gobain quiere seguir creciendo en el país. Hoy la firma tiene ventas anuales por US\$ 300 millones, pero “creemos que podemos hacerlo mejor, tenemos grandes ambiciones para esta nación”, comentó Gimeno.

A largo plazo, el objetivo de Saint-Gobain es crecer sistemáticamente por lo menos dos puntos por encima del porcentaje de crecimiento del PIB nacional. Además, el director ejecutivo señaló que están permanentemente en búsqueda de posibles adquisiciones para acelerar el crecimiento en el país.

“En este momento no tenemos nada específico en el radar, pero creemos que probablemente estamos en vísperas de un final de ciclo negativo y del inicio de un ciclo positivo para la industria de la construcción. Esa es una razón para seguir creciendo aquí”, recalzó Gimeno. El directivo también destacó que están mirando de cerca otros segmentos industriales del país, como la minería y el rubro de los data centers, debido a que estos sectores también “necesitan utilizar productos innovadores para ser construidos, y es ahí donde definitivamente nosotros vemos una polea de crecimiento muy significativa”.

## Foco en Latinoamérica

Pero la multinacional gala no solo está expandiéndose en Chile, sino que también busca fortalecer su presencia en México.

Hace algunas semanas, anunció la adquisición de Ovni Group, empresa especializada en revestimientos de fachadas, adhesivos para baldosas y soluciones de impermeabilización.

La transacción, valorada en un total de US\$ 815 millones, permitirá a Saint-Gobain consolidar su negocio en México, sumando más de mil empleados y 16 fábricas con presencia en Honduras, Guatemala y el sur de Estados Unidos.

Además, Gimeno comentó que el objetivo de Saint-Global para los próximos años estará en conquistar América Central y el Caribe, debido a que actualmente “no tenemos una presencia suficientemente fuerte”.

“En lo que se refiere a América del Sur nos quedaría por cubrir Paraguay y Bolivia, que son países que por su talla, por su dimensión, por su población, no constituyen prioridades fundamentales. Estamos interesados, pero es algo que lo haremos con calma”, expresó.

En ese contexto, “América Central y el Caribe serán nuestra prioridad desde el ámbito geográfico para los próximos años”, concluyó Javier Gimeno.

Las ventas anuales de Saint-Gobain en el país alcanzan los US\$ 300 millones.