

Brasileña Stefanini apostará por los M&A para crecer en América Latina y Europa

Marco Stefanini, fundador y CEO Global de la compañía.



■ La compañía apunta a mantener el crecimiento orgánico, pero ha destinado inversión por US\$ 300 millones para transacciones en los mercados regionales y en Europa Occidental.

POR DÉBORAH DONOSO MOYA

Con más de 36 años de presencia en América Latina y 44 de haber sido fundada en Brasil –a fines de 1980–, la firma de soluciones tecnológicas y servicios empresariales, Stefanini Group, está apostando con fuerza por la región, pero esta vez de la mano de fusiones y adquisiciones, que alcanzaron su mayor cifra en 2023.

El fundador y CEO Global de la compañía, Marco Stefanini, explicó a **DFSUD** que invertirán US\$ 300 millones entre América Latina, Estados Unidos y Europa Occidental (Portugal, España y Francia), con US\$ 200 millones de esos enfocados solo en la región latinoamericana en los próximos dos años, tal y como detalló hace unos meses el *country manager* para Chile y Argentina, Rodrigo Stefanini.

De ese monto, US\$ 50 serán destinados a Chile, uno de los mercados más importantes para la marca, considerando que tiene

“mirada exterior” y que podría ser una “apuesta segura”.

Y es que la operación local pasó rápidamente de ser considerada para soporte global a ser una de las que más ha empujado la firma, especialmente con la llegada de Rodrigo a la dirección. “Chile tiene casi tres veces el tamaño de hace tres años atrás”, explicó el CEO.

Los mercados

Viendo más allá de nuestras fronteras, México y Colombia destacan en el plan de inversiones, especialmente ahora que la compañía busca un crecimiento *brownfield*; es decir, que aprovecha instalaciones ya existentes y que son modificadas, aumentadas y/o mejoradas.

“Nuestro crecimiento siempre ha sido *greenfield*; empezamos desde cero”, explicó el ejecutivo.

Sin embargo, desde 2020, el *holding* ha estado inmerso en fusiones y adquisiciones con miras a robustecer sus servicios.

En 2023, por ejemplo, concretó

“Tenemos un plan más agresivo de adquisiciones que involucra, en Latinoamérica, a Chile, Colombia y México”, dijo el CEO.

tres M&A, en línea con el plan de invertir los US\$ 200 millones en este tipo de transacciones hasta 2026.

“Queremos mantener el fuerte crecimiento orgánico, pero también queremos sumar adquisiciones. La idea de hacer algunos M&A para acelerar el proceso de crecimiento”, contó.

Y agregó: “Tenemos un plan más agresivo de adquisiciones que involucra en Latinoamérica a Chile,

Colombia y México”. En el caso de Perú, se mantendrán con la operación que hicieron unos años atrás.

En paralelo, los desembolsos estarán en EEUU y Europa, donde el año pasado realizaron algunas transacciones que hoy buscan fortalecer.

En cuanto a las industrias atractivas, destacó la “ciberseguridad, marketing digital, toma sensorial, empresas que tienen productos para bancas o retail, *cloud*, entre otras”.

Respecto de la primera, el ejecutivo enfatizó que “es un área de gran potencial donde ya tenemos tres empresas en Brasil, que estamos fusionando”.

Con esta ambiciosa ruta de expansión, la compañía espera cerrar 2024 con un crecimiento de 14% a nivel global y de 24% solo en Latinoamérica.

Por mercado, Chile sería el país que con más avance –en línea con los desembolsos–, con un 35%. Le sigue México, con un alza de 25%, y Colombia, entre 15% y 20%.

Desafíos

Stefanini sigue pensando en desafiar a la industria de la tecnología, creciendo por sobre la media del mercado, incluso en contextos globales más complejos como los actuales, donde ya no necesariamente priman las bajas de las tasas de interés ni la caída de la inflación en los diferentes mercados.

El ejecutivo reconoció que el panorama varía por sector y por país y que “lo desafiante hoy es el tema político”.

Sin embargo, dijo, “nosotros pensamos a largo plazo. Ya son más de 20 años en todos los mercados y entendemos que son ciclos; a veces más positivos, otros combinados, y otros más difíciles o más negativos”.

“Otro punto que nos ha ayudado son nuestras soluciones digitales. Estamos bien posicionados en ese sentido; por lo tanto, tenemos una expectativa de que ya podemos impulsar los próximos dos años”, concluyó.