



“La inversión apunta a establecer una operación robusta desde el primer día”, avisa a **Pulso** Bruno Arena, el director internacional de Casa do Construtor, el grupo brasileño de arriendo de maquinarias para la construcción -desde taladros a betoneras- que el año pasado facturó más de US\$185 millones a través de su modelo de franquicias y que se apresta a desembarcar en Chile con un ambicioso plan de aperturas. “A mediano plazo, aspiramos a posicionarnos como líderes del sector en todo el territorio chileno”, añade.

Casa do Construtor, que en el país operará bajo su nombre traducido al español -Casa del Constructor-, anunció a mediados de mayo pasado su ingreso oficial al mercado chileno. Llevaban varios años mirando el país, tuvieron algunos acercamientos y conversaciones con inversionistas que les ofrecieron traer el negocio, reconoce el ejecutivo, hasta que tras completar un “exhaustivo estudio de merca-

do” y contar con un plan estratégico adaptado a las particularidades locales, la firma tomó hace algunos meses en Sao Paulo, donde está su casa matriz, la decisión de entrar al país de una vez por todas. “Creemos que este es el momento ideal”, añade Arena. Lo dice por el momento económico, la madurez del negocio y porque, según sus estimaciones, la cultura de arriendo en Chile ya está bastante desarrollada, especialmente en los sectores productivos, “lo que lo convierte en terreno fértil para nuestro modelo de negocio”, afirma, reiterando que esta es la primera incursión formal en Chile de Casa do Construtor.

Por eso dice que el desembarco será con decisión, planificación y visión de largo plazo: esperan vender US\$12 millones anuales y abrir 30 tiendas en todo el territorio nacional entre este año y el 2030. “Esta meta responde al potencial que hemos identificado en el país, donde el sector construcción mantiene una dinámica activa y la cultura del arriendo de herramientas sigue creciendo de manera sostenida”, adelanta. Las 30 tiendas en

Una universidad

La Casa do Construtor posee además un brazo de capacitaciones llamado Universidad Corporativa y que es considerado uno de los principales activos y diferenciadores de la compañía, ya que se trata de una unidad que desembarca con la marca en cada mercado que opera. Además de Brasil, Casa do Construtor ya abrió tiendas en Paraguay, Uruguay y Argentina.

La idea de la Universidad Corporativa es acompañar a cada nuevo franquiciado y a su equipo con entrenamientos que van desde el uso de las máquinas para instruir a los clientes cuando las alquilen, hasta el soporte de todo tipo, con el fin de asegurar el éxito de la operación. En 2024, esta entidad realizó 20 mil horas de clases y es uno de los “orgullos” de sus fundadores, ha reportado la prensa brasileña.

todo caso, serían el principio porque, según Arena, el mercado chileno tiene espacio para muchas más, dependiendo del ritmo de adopción.

Por eso, el plan de aterrizaje de la compañía contempla una actividad pública bien notoria, con participación en ferias sectoriales, alianzas estratégicas con asociaciones locales y todo el ecosistema de la construcción. Las actividades de capacitación (**ver recuadro**) serán también una de las novedades con las que llegará la compañía paulista, cuya marca fue inscrita a mediados de junio, según registros públicos. “Las 30 unidades representan una estimación inicial, pero no un techo”, aclara el ejecutivo.

Franquicias

Casa de Construtor ofrece el arriendo por periodos cortos y de mediano plazo de equipos que se pueden utilizar en diferentes fases de un proyecto, desde la obra en sí, como una betonera o andamios; hasta máquinas para las fases de acabado y limpieza en una construcción. Sus principales clientes son pequeñas empresas, maestros especializados y contratistas de obras. En Brasil también ofrecen elementos para trabajos en jardinería. En total, su catálogo contiene casi 100 tipos diferentes de equipamiento y es la empresa de arriendo de equipos y maquinaria para la construcción más grande de América Latina.

El primer local estará en Santiago y aunque el ejecutivo no detalla ni su ubicación ni fecha de apertura -“estamos en fase de negociación”, se excusa-, anuncia que la inauguración será por todo lo alto. Añade que también están negociando las otras locaciones.

Hace algunos años, los fundadores de la firma, Altino Cristofolletti Junior y Expedito Arena, dos ingenieros civiles que se pagaron los estudios trabajando en diversos oficios, contaron a la prensa brasileña que la idea del negocio surgió porque ninguno encontró empleo al egresar, por lo que al principio se las arreglaban haciendo trabajos hogareños y pequeñas reformas. En 1992 Cristofolletti leyó en el diario que Correos estaba por lanzar una cadena de franquicias y empezó a estudiar el tema. “Me metí en el tema del *franchising* y comencé a pensar cómo implementar eso en la construcción”, le dijo a Forbes en 2021.

Según Arena, la entrada a Chile, además, les permitirá proyectar una base operativa que funcione como puente hacia otros mercados como México, Colombia y América Central. “Chile representa una puerta de entrada clave para la consolidación de nuestra marca en Sudamérica. Es un país con estabilidad económica, una ubicación estratégica y un entorno propicio para los negocios”, enumera. **¿Cómo se alinea esta expansión con la meta global de la empresa de superar los US\$180 millones en facturación?**

“En Brasil, nuestra red ya alcanza ese nivel de facturación. En cuanto al crecimiento internacional, manejamos cada país con estrategias y proyecciones diferenciadas. Sin embargo, cuando analizamos el impacto de toda la red como conjunto, incluyendo nuestras operaciones en América Latina, no cabe duda de que superaremos ampliamente esa meta. Esta expansión a Chile es un paso clave en ese camino”, responde. ●



Los ambiciosos planes de Casa do Construtor en Chile

Firma brasileña de arriendo de equipos y maquinaria de construcción operará en el país como Casa del Constructor. Esperan vender US\$12 millones anuales a través de franquicias. “A mediano plazo, aspiramos a posicionarnos como líderes del sector en todo el territorio chileno”, avisa Bruno Arena, director internacional de la compañía que, con 800 tiendas operativas en Brasil, Paraguay, Uruguay y Argentina, facturó US\$185 millones el año pasado.

FERNANDO VEGA