

Paul Alias, Legrand

"Cada vez más, el cliente no piensa en un producto: piensa en una solución"



Tras siete años al frente de Legrand-Bticino Chile, Paul Alias, Gerente General de la compañía, repasa los hitos que marcaron la transformación de la filial hacia un modelo orientado a soluciones integrales, con mayor foco en proyectos, normativa IEC 61439, eficiencia energética y data centers, y anticipa los desafíos que asumirá como nuevo responsable de la subzona Sudamérica del grupo Legrand.

A su juicio, ¿cuáles han sido los principales hitos que se lograron en Legrand Chile en estos siete años?

Cuando se mira una filial como Chile en un grupo global como Legrand, permanentemente se está buscando combinar tres grandes objetivos: el desarrollo, la rentabilidad y la sustentabilidad. En ese sentido, hoy una empresa no es solo negocio, es también una responsabilidad frente a sus colaboradores y, en general, frente a la sociedad. Todo eso, con programas sólidos de conducta ética, medio ambiente y equidad para todos y todas. Entonces, en Chile, el hito principal es haber crecido, pero creciendo de manera rentable y durable.

Ahora bien, en el negocio mismo, tanto Legrand como Bticino son marcas reconocidas y con una posición, pero siempre hay que adaptarse al mercado y pensar a futuro, y ahí hicimos una transformación bien importante.

¿Cuál diría que fue el "corazón" de esa transformación?

Para mí, es que hemos pasado de simplemente vender productos, a una que

sabe escuchar al cliente, sus necesidades y para traerle una solución completa. No es que antes no existía esa capacidad, sino que la hemos desarrollado mucho más en este tiempo. Por ejemplo, hace siete años, la participación en grandes proyectos era quizás un 10%, pero hoy es 28% de la empresa. Eso cambia completamente el ADN, porque implica ingeniería, especificación, integración, servicio y una cercanía con el cliente desde etapas tempranas.

¿Cómo se manifestará esta evolución de cara al cliente?

Podemos desarrollar la integración de la infraestructura eléctrica, desde el tablero, de manera integrada. Es así como podemos implementar una solución de respaldo con UPS con factor de corrección, o un sistema EMS (Energy Management System). Asimismo, podemos asesorar sobre transformadores y ductos de barra para optimizar la infraestructura eléctrica completa.

En ese sentido, esto se conecta con un eje muy importante para nosotros: la eficiencia energética. Porque el cliente también tiene su propia Responsabilidad Social Empresarial y necesita demostrar

que está haciendo esfuerzos, que mide y optimiza su consumo. Entonces, pasamos a ser parte de la solución, no solo un proveedor de componentes.

En los últimos años, hemos visto cambios importantes en la normativa eléctrica. ¿Cómo se adaptó Legrand a estos cambios?

Ha sido una evolución muy importante. Primero, hay que entender que ha sido un trabajo largo (11 años) por parte de un triángulo compuesto por la autoridad, el consumidor final y la industria, que apunta a implementar una infraestructura eléctrica segura, eficiente, que entregue confort y tranquilidad.

Creo que un punto clave fue la obligatoriedad del estándar IEC 61439. Eso es muy relevante porque la explosión de un tablero puede ser un evento grave. Esa norma hace que el tablero resista y que sea seguro. Desde Legrand, hace años veníamos promoviendo este estándar, sin que fuera obligatorio, con el "Tablero a Norma" (TAN). Entonces, el cambio fue natural para el mercado: ya lo conocían y entendían.

Fecha: 25-03-2026
 Medio: Revista Electro Industria
 Supl.: Revista Electro Industria
 Tipo: Noticia general
 Título: "Cada vez más, el cliente no piensa en un producto: piensa en una solución"

Pág.: 27
 Cm2: 411,2
 VPE: \$ 479.414

Tiraje: Sin Datos
 Lectoría: Sin Datos
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Además, hay otros pliegos muy interesantes: eficiencia energética, medición de consumo, cargadores eléctricos para electromovilidad, etc. Chile está a la vanguardia en muchos temas y me gusta mucho que la norma se implemente y se fiscalice. Eso eleva el estándar de la industria.

En estos siete años, ¿cómo fue el trabajo con integradores y distribuidores?

Sí, Legrand no puede hacer su negocio solo; necesitamos partners. Y el primer partner es el distribuidor de materiales eléctricos, porque es el que tiene el servicio y la capilaridad, la cobertura de todos los clientes. En ese sentido, tiene tres roles:

- **Inventario y logística:** muchos distribuidores tienen cobertura nacional, y nos permiten llegar con stock y poder transportarlo a todo el país.
- **Financiamiento:** Nos permite compartir el riesgo financiero de los proyectos.
- **Proximidad con los clientes:** los distribuidores, con sus fuerzas de ventas, conocen a los instaladores, los contratistas, a los clientes pequeños y grandes, y mantienen la relación día a día con ellos.

Ahora bien, al hablar de proyectos de renovación, ampliación o mantenimiento, la cadena es corta; pero al hablar de proyectos nuevos, el ecosistema se hace mucho más largo, pues hay que trabajar las especificaciones desde el inicio del diseño: ahí aparece el arquitecto, el proyectista eléctrico, la constructora, el instalador de la constructora, el tablerista, y por supuesto, el usuario final, el que puede ser muy exigente.

Data centers es un sector de gran crecimiento en el país. ¿Qué propone Legrand en esta área?

Hace 30 años, el grupo Legrand ingresó al mundo de la infraestructura digital del edificio, proveyendo sistemas de cableado estructurado. Y hace 15 años, aceleró la inversión en sistemas para data rooms y data centers, como UPS, racks, PDU, etc. En Chile, aún estamos empezando, pero creo que está será la próxima revolución



de Legrand Chile. Queremos repetir el éxito que tuvimos en la sala eléctrica, en la sala blanca del data center.

En ese sentido, ¿qué otras líneas seguirá Legrand Chile para su desarrollo futuro?

Antes que nada, cabe recordar que Chile decidió dos líneas estratégicas para su desarrollo: uno, no instalar energía nuclear; y, dos, salir de energías "grises" (como gas y petróleo). Entonces, el país ha venido invirtiendo fuertemente en energías renovables y eso genera un desarrollo enorme del sector energético. En ese sentido, eso significa que para Legrand, hay mucho por hacer, porque para estos proyectos, se necesita mucha infraestructura. Además, viene la electrificación del transporte. ¿Está el país listo? No es solo poner un cargador, sino que hay toda una infraestructura eléctrica detrás: empalmes, tableros, transformadores, protecciones, diferenciales, etc. Hay un potencial enorme.

¿Qué viene para usted dentro del grupo Legrand?

El grupo Legrand divide el mercado internacional en tres grandes zonas: Europa,

Norteamérica (que incluye México y Centroamérica) y Resto del mundo, que está dividido en subzonas. En la actualidad, se está creando ahora la subzona Sudamérica, y me eligieron como su gerente.

En Sudamérica, tenemos actualmente cuatro filiales: Chile, Perú, Colombia y Brasil. Entonces, mi misión es ver cómo combinar sus capacidades y ventajas para crecer más, desarrollar sinergias y ser más fuertes juntos. Podemos abordar los proyectos regionales con una estrategia regional, un pricing consistente, un partnership técnico-comercial, y luego una ejecución por país. Esta mirada se aplica a industria, minería, data centers.

¿Le quedó alguna meta pendiente en Legrand Chile?

Sinceramente, estoy muy satisfecho con lo que logramos como equipo. Hoy el cliente ya no piensa en un producto, sino en una solución. Y lo más valioso es contar con un equipo técnico capaz de dialogar en profundidad con el cliente, lo que permite avanzar con rapidez y solidez en cada proyecto. ■