



JORGE MALDONADO
 DIRECTOR GENERAL DE INCHCAPE
 CHILE

“No es nuestra intención vender el 100% del negocio de retail”

■ Inchcape enajenó una de sus sucursales y aseguró que hay interés en distintas tiendas de la red, pero que no buscan deshacerse de todo el área de ventas.

POR BLANCA DULANTO

En enero de 2023 Inchcape celebraba la adquisición de Derco. A más de dos años de la fusión con la empresa que estuvo por 63 años en manos de la familia Del Río, la administración del nuevo conglomerado ha venido implementando un sostenido proceso de ajuste tanto en su estrategia de negocios, como en su portafolio y en su personal.

Ejemplo de esto es la venta del negocio de repuestos, Autoplanet, la desvinculación de un número importante de trabajadores, la distribución de la marca de motocicletas premium Harley-Davidson y el fin de la representación de las marcas chinas JAC y Geely.

Sumado a esto, en octubre pasado asumió como nuevo director general de la empresa en Chile Jorge Maldonado, quien llegó a Inchcape en 2016 y ejerció como director general de las operaciones en Perú y de los mercados de Centroamérica y el Caribe.

En conversación con **DF**, Maldonado sostuvo que todos estos movimientos dentro de la compañía son “parte de un proceso de evolución natural luego de la transacción con Derco”.

¿En qué contexto llega a Inchcape Chile?

– El proceso de compra de Derco se hizo en 2022 y la integración fue un éxito, no obstante, como empresa queremos consolidarnos aún más

en el mercado chileno. Venimos a continuar con el aterrizaje de la estrategia global en Chile.

¿Qué procesos llega a liderar?

– Inchcape Chile está ajustando su oferta de distribución para mantener el liderazgo y encontrar el punto de equilibrio para lograr ser lo más eficientes posibles. En ese marco, efectivamente finalizamos los acuerdos que teníamos con JAC y con Geely, pero también hemos anunciado el inicio de las operaciones de Harley Davidson que comienzan a finales de enero.

¿Qué se viene para 2025?

– En términos de portafolio de autos, estamos trayendo ahora al mercado chileno tres marcas eléctricas del grupo Changan: AVATR, Deepal y Nevo. Cabe destacar que este año estas tres marcas también llegarán a Perú, Bolivia, Costa Rica y el Caribe. Dicho esto, ya son cuatro marcas nuevas en el mercado para 2025, lo que es bastante para comenzar el año.

¿Cuál será su estrategia hacia el futuro?

– Nosotros somos distribuidores de autos que creemos firmemente en la importancia del retail en la industria, pero nosotros somos distribuidores primero, entonces tratamos de encontrar el mejor equilibrio entre el retail y la distribución multimarca en cada uno de los mercados donde operamos. Esto ha sido parte de un proceso estratégico que comenzó a fines del

año pasado y que continúa.

¿Quieren deshacerse del negocio de retail?

– No es nuestra intención vender el 100% del retail. Para nosotros el comercio minorista es un componente fundamental a nivel estratégico, entonces nosotros siempre vamos a tener posición de retail en los mercados que operamos. Esto no quita que estemos constantemente evaluando distintas ofertas para ver si son convenientes. Ha habido interés sobre la posible adquisición de algunas sucursales de nuestra red y, en línea con la estrategia de crecimiento, las evaluamos.

¿Han concretado la venta de alguna sucursal?

– En diciembre vendimos al Grupo Yusic la sucursal de Plaza Tobalaba, fue un proceso exitoso de venta y se mantuvo la continuidad operacional.

¿Por qué la venta de Autoplanet?

– Nuestra estrategia requiere enfocarse en los negocios de distribución y de venta de vehículos nuevos o usados. El negocio de repuestos no está enmarcado en esta estrategia y por eso se hizo esta transacción. Eso sí, no es que hayamos salido del negocio de repuestos, con la venta de Autoplanet salimos del negocio de comercialización de repuestos genéricos (*aftermarket*) para concentrarnos únicamente en los repuestos originales de las marcas que distribuimos en Chile.

“Nosotros somos distribuidores primero, entonces tratamos de encontrar el mejor equilibrio entre el retail y la distribución multimarca”.

“En diciembre vendimos al Grupo Yusic la sucursal de Plaza Tobalaba, fue un proceso exitoso de venta”.

Desafíos de la industria

Hoy en día Inchcape es el principal grupo importador de Chile, distribuye cerca de 20 marcas y representa el 25% de la cuota del mercado.

Si bien al cierre de 2024 la industria volvió a ver números rojos por segundo año consecutivo, Maldonado dijo estar “satisfecho” y que fue un año “dentro de lo esperado”. En esa línea, de cara a 2025 aseguró que va haber un crecimiento mínimo en la industria, y añadió que “eso conlleva a tener esas expectativas para la operación”.

¿Cuál es el principal desafío de la industria?

– El sector automotor está atravesando una transformación importante y que tiene que ver con las preferencias de los consumidores de nuevas energías. Queremos liderar esta transición y este es uno de los desafíos de 2025. De hecho, la posible fusión entre Honda y Nissan es un claro reflejo de cómo la industria automotriz está respondiendo a los desafíos de un mercado cada vez más competitivo, particularmente frente al crecimiento de la industria china.

Este tipo de movimientos estratégicos son clave para lograr escala y eficiencias necesarias para mantenerse relevante. Entonces, en ese contexto, las alianzas que puedan haber entre distintos fabricantes son fundamentales para seguir siendo líderes y para poder estar mejor preparados para estos cambios que presenta la industria.