

**ALADDA**

Asociación Latinoamericana de  
Distribuidores de Automotores

---

**Martín Bresciani**  
**Presidente Aladda**

**Martes 10 Octubre 2023**



# ALADDA

Asociación Latinoamericana de Distribuidores de Automotores





# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles

---

ALADDA es una asociación internacional que reúne a las asociaciones de distribuidores de vehículos de América Latina.

Llevamos décadas en esta actividad y hemos visto profundos cambios en el modelo de negocios, y con más o menos dificultades, hemos salido adelante de manera exitosa.

El cambio es lo nuestro y se los voy a recordar.....



# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles

- 1) **Al mediados de SXX vendíamos los excedentes de producción que los grandes fabricantes tenían en sus complejos industriales.**
  - **Desafío: Vender lo que nos enviaran. Sin reclamar.**
  - **Fase 1 del emprendedor. ¿Que negocio? Todos los negocios.**





# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles

2) **Los países más grandes y relevantes de la región (MX, BR, AR) ya tenían fabricas locales, y el resto teníamos oficinas comerciales o importadores. Fin de la autarquía, y esas fábricas, que tenían productos más ad-hoc, debían exportar.**

\* **Desafío: Sustentar el negocio 100% en la venta del bien. No había mucha conciencia de venta cruzada.....**





# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles



**3) Las economías están más abiertas a la importación y viene un gran cambio. Japón ( y luego Corea). El auto puede ser compacto, puede ser barato, y muy confiable.**

**Desafío: La multimarca.**





# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles

**4) Fin de la guerra fría, estabilidad en las monedas, era del consumo. Por fin tenemos stock suficiente.**

**El cliente anhela la entrega inmediata.**

**Desafío: Hay que tener mucho dinero, expresado en capital de trabajo, para mantener un stock razonable.**





# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles

**5) Guerra de precios. Boom de las ofertas. El derrumbe de la rentabilidad...**

**Desafío: Desarrollar de manera profunda las otras verticales del negocio. Nadie puede sobrevivir si no desarrolla el crédito, los seguros, el vehículo en pago, el taller con mantenciones prepagadas, taller móvil, Bodyshops, Flotistas, Retrocompras, y me falta una.....**







# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles

## **6) Internet: Todo va a cambiar. (Startups vs Brick and Mortar)**

**\* Desafío: Desarrollar los canales no tradicionales y potenciar los sistemas informáticos. (ERP, DMS)**





# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles

---

**Ya lo hemos visto todo...**





# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles

---

## 7) Los Chinos !!! 中国人是未来。

**Los chinos son parte del futuro y van a revolucionar el sector con un cambio nunca antes visto.**

**\* Desafío: Hay que comprender la lógica empresarial de los chinos. Ellos se harán un espacio en nuestro mercado. (Nos guste o no)**





# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles

**8) La electromovilidad.**  
**Cuando ya pensábamos que lo habíamos visto todo, llega la electromovilidad. O descarbonización....al 2035?**

**Desafío: Prepararnos para vehículos que prácticamente no consumen postventa, y que tienen una contingencia muy grande con el reciclaje de las baterías.**





## Desafíos al modelo

---

### **La electromovilidad: ¿Que creemos que va a ocurrir?**

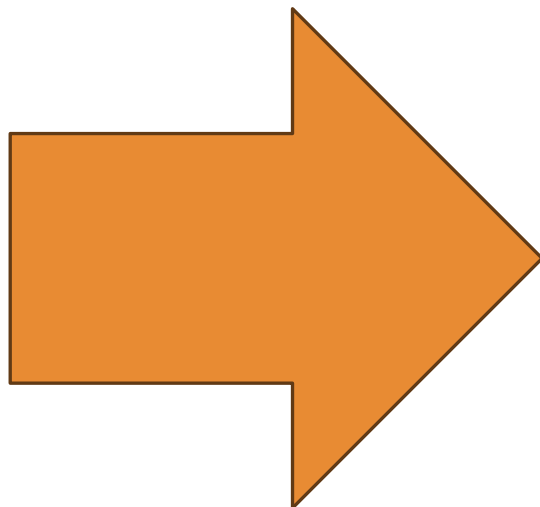
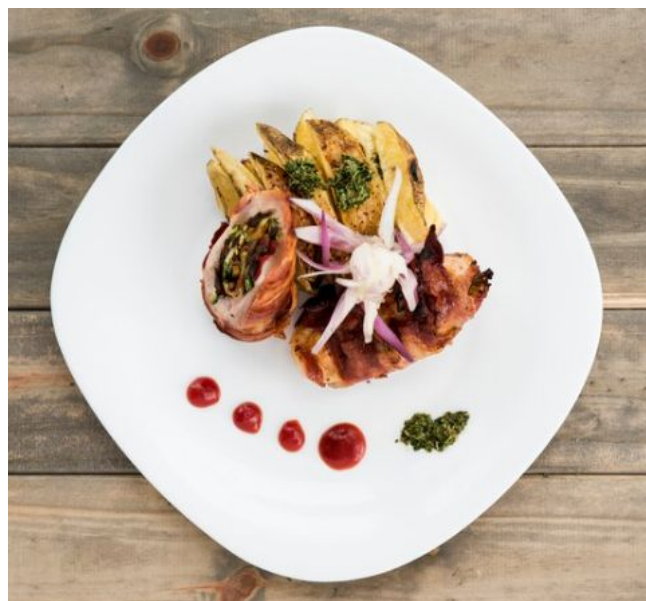
- **Que el escenario del blackout de ICE para 2035 es inviable.**
  - **Por falta de calendario concreto, por la inexistencia de infraestructura necesaria, por la falta de planes de incentivo en dinero.**
- **Que la transición pasa, necesariamente, por los híbridos. (HEV, PHEV)**



# El Modelo de Negocio en la distribución de Automóviles

## 9) La amenaza del modelo de Agencia.

**Desafío: Detenerlo lo más posible hasta lograr hacer una negociación que cautele nuestros intereses..**





# Desafíos al modelo

---

**El modelo de Agencia: ¿Por qué? Esta es nuestra impresión. Es una teoría que lo explicaría.**

- **Reducción sustantiva del margen de los fabricantes. Necesitan hacer algo, y ese algo es una integración hacia adelante. Hoy eso ya existe con las redes propias, pero esas redes no son exitosas..**
- **Necesidad de homogenizar la experiencia. NPS**



# Desafíos al modelo

---

**El modelo de Agencia: ¿Por qué? Esta es nuestra impresión. Es una teoría que lo explicaría. (Cont)**

- **El anhelo de tener “intimidad” con el cliente final.**
- **Eficiencia en la administración del canal de ventas.**
- **(Pugna entre Genuino y No Genuino)**





ALADDA

Asociación Latinoamericana de  
Distribuidores de Automotores