

Daniel Carvajal, gerente B2B de Autoplanet Empresas

# “Damos un paso firme hacia el futuro del canal mayorista”



ELISA VERDEJO

Daniel Carvajal detalló una serie de pasos y alianzas estratégicas.

Autoplanet Empresas tiene el objetivo de fortalecer su posición en el segmento mayorista y atender de forma más integrada a flotas, talleres y distribuidores.

NICOLAS HEUFEMANN

**G**rupo Jedimar anunció oficialmente el lanzamiento de Autoplanet Empresas, nueva unidad de negocios que reemplazará al canal mayorista Dercoparts. La iniciativa busca consolidar la presencia del grupo en el segmento B2B, integrando procesos logísticos, digitales y comerciales en torno a una marca ya posicionada en el canal minorista (<https://n9.cl/ojymz>).

El movimiento estratégico responde a un entorno cada vez más competitivo dentro del mercado de repuestos y servicios del aftermarket automotriz. En ese contexto, la compañía definió avanzar hacia una oferta diferenciada y especializada para empresas, talleres, flotas y distribuidores.

Daniel Carvajal, gerente B2B de Autoplanet Empresas, asegura que esta transformación tendrá efectos directos en la operación mayorista. “Tendrá un impacto positivo, ya que hemos consolidado alianzas más amplias y sólidas en nuestra cadena de distribución, lo que nos permitirá llegar de manera más eficiente a distintos destinos a lo largo del país”, explica.

Uno de los elementos centrales de esta nueva etapa será la presencia territorial. “A esto se suma una mayor cobertura presencial, mediante la incorporación de ejecutivos de ventas distribuidos de norte a sur, cuya principal misión es mantener un contacto permanente con distribuidores de neumáticos, baterías, lubricantes, repuestos y accesorios automotrices”, agrega Carvajal.

En paralelo, el canal digital toma un rol protagónico dentro del nuevo modelo. La empresa cuenta con un portal B2B que permite a los clientes acceder a su portafolio completo de productos del aftermarket,

con especificaciones técnicas y compatibilidades que buscan facilitar el proceso de compra.

“Es posible acceder al catálogo más amplio del mercado en productos de aftermarket automotriz, con especificaciones técnicas y compatibilidades fácilmente identificables, permitiendo una experiencia de búsqueda ágil y eficiente”, señala Carvajal. También destaca que este canal permite interactuar con los clientes durante todo el año, favoreciendo la autonomía y continuidad del negocio.

En términos operativos, la compañía ha enfocado parte de su estrategia en asegurar la disponibilidad constante de productos. “Trabajamos de forma permanente en la mejora de nuestros sistemas de abastecimiento, lo que nos permite mantener un stock constante de productos. Nuestro compromiso es ofrecer al mercado chileno una amplia variedad de repuestos y accesorios, los que buscamos y traemos desde diversos lugares del mundo”, comenta el gerente B2B.

La logística de entrega también fue reforzada con alianzas estratégicas que apuntan a optimizar los tiempos de despacho. “Hemos establecido alianzas estratégicas con las principales empresas de transporte del país. Gracias a ello, podemos ofrecer tiempos de despacho eficientes, alineados con las necesidades del mercado, cumpliendo con los más altos estándares de calidad y asegurando que nuestros productos lleguen justo cuando nuestros clientes los necesitan”, precisa.

Autoplanet Empresas operará con un catálogo que supera los 10.000 productos individuales, representando marcas como Hankook Baterías, Kumho en neumáticos, NGK en bujías, Prestone en refrigerantes y Lubritek en lubricantes, entre otras.

Según Carvajal, la propuesta está diseñada para adaptarse a las necesidades del segmento mayorista, con condiciones comerciales competitivas y un modelo de atención multicanal. “Contamos con una fuerza de ventas desplegada a lo largo del país, un equipo de televentas y una robusta plataforma de comercio electrónico B2B, que nos permite atender de manera eficiente y oportuna, siempre con precios competitivos que favorecen el desarrollo de negocios sostenibles en el tiempo”, concluye.

La compañía ya inició la operación bajo su nueva identidad, con una estructura integrada que busca mejorar la experiencia de compra, facilitar el acceso a productos y fortalecer la relación con los actores del ecosistema automotriz en todo Chile.