

ENE 2026



TREADER

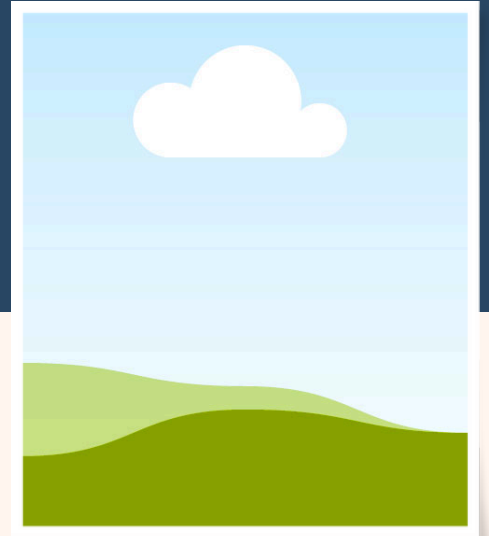
LATAM TIRE LEADERS

Negocio de
LLANTAS

**¿Vender Más
o Construir Empresa?**

Crecimiento Sostenible | Estrategia y Valor | Abastecimiento Inteligente

CUANDO VENDER MAS NO ES LA RESPUESTA



Este artículo nace de un conversatorio reciente que tuvimos, vía Zoom, con gerentes generales y gerentes comerciales de algunas de las **empresas aliadas a nuestras marcas**.

No fue una charla para hablar de cifras ni de resultados del mes. Fue un espacio para pensar el negocio con calma, desde la experiencia, desde los errores y desde lo que hoy vemos con mayor claridad.

LA ESTRUCTURA NO DEBE CRECER POR ESPERANZA!

Uno de los errores más comunes en nuestras empresas es crecer sin revisar si la estructura realmente lo soporta.

Una estructura comercial y administrativa debe ser **acorde, medida y simple**, llevada al límite de su capacidad real, pero no más allá.

Los nuevos cargos no deberían llegar por **intuición, presión o sensación personal del líder**. Deberían aparecer solo cuando existen cuellos de botella confirmados, cuando un rol claramente saturado comienza a frenar el crecimiento.

Cuando abrimos nuevos mercados, zonas, segmentos o puntos de venta, la pregunta clave no es cuánto podemos vender, sino:

¿Cuánto tiempo puede sostener la estructura actual este proyecto sin generar un solo dólar de rentabilidad?

LA CADENA DE ABASTECIMIENTO TAMBIÉN VENDE

La cadena de abastecimiento no es solo logística. Es estrategia pura. Empieza en la **compra**, continúa en la **nacionalización**, el **almacenamiento**, la **facturación**, las **rutas**, el **cargue** y hoy, más que nunca, llega hasta la **disposición final** de las llantas.

Nuestra responsabilidad ya no termina con la venta ni con el servicio a flotas.

Hoy también somos responsables de qué ocurre con las llantas al final de su primera, segunda o enésima vida vía reencauche.

La sostenibilidad dejó de ser un discurso y se convirtió en un factor real de diferenciación que muchos clientes ya valoran.

Cada nodo importa. Cada error logístico rompe la promesa comercial.



¿TU NEGOCIO ES ESCALABLE O DEPENDE DE TI?

- **Hacer una venta no es fácil.**
- **Hacer mil ventas es retador.**
- **Hacer diez mil ventas** es imposible sin un proceso claro, entendible, con nodos definidos y responsables asignados.



Un negocio escalable es un negocio heredable.

Eso significa que, aun cuando el líder no esté al mando del barco, el barco mantiene su rumbo, su velocidad, su cultura y su esencia.

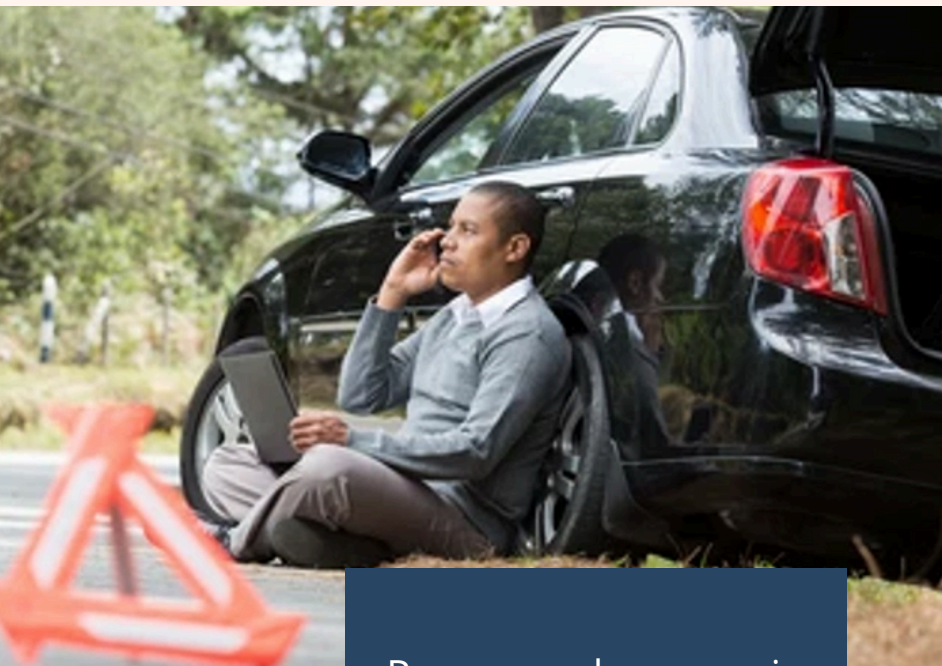
Cuando todo depende de una persona, no hay escala.

Cuando todo depende de la improvisación, no hay futuro.

LA VENTA DEBE SER UN RESULTADO, NO EL OBJETIVO.

Cuando el único objetivo es ver la cifra al final del mes, el proceso se deteriora, la operación se desgasta y la estrategia se diluye.

VARARSE POR NO TENER TIEMPO DE TANQUEAR



Pensar el negocio como proceso, entrenar al equipo y medir la experiencia real —incluso con un comprador misterioso — suele revelar verdades incómodas, pero necesarias.

Estar tan ocupados en el día a día nos hace olvidar mirar el negocio desde afuera.

Es como quedarnos varados en la carretera por no tener tiempo de cargar gasolina.

Vale la pena preguntarse, con honestidad brutal:

- Si no fueras el dueño, ¿le comprarías a tu empresa?
- ¿Es fácil contactarte?
- ¿Te responden rápido?
- ¿Generan ganas de comprar o de buscar otra opción?

VENDA SOLO LO QUE PUEDE PAGAR

Este es uno de los aprendizajes más difíciles.

La venta solo está hecha cuando se cobra la factura.

Y la compra solo está hecha cuando se paga.

Los mejores proveedores siempre ofrecen mejores condiciones a quienes tienen hábitos sanos de pago.

Por eso, este sigue siendo un negocio de compra de llantas; **las ventas son la consecuencia.**

A veces hay que decir no.

Es mejor llorar sobre el inventario que sobre las facturas.

Por eso la pregunta clave es:

Busque clientes que necesiten llantas, no dinero.

NO ES UN NEGOCIO DE VENTA DE LLANTAS, ES UN NEGOCIO DE COMPRA DE LLANTAS

Cuando el proceso de suministro es estratégico, estructurado y alineado con proveedores que comparten valores no negociables, el mercado se cautiva.

EL PRECIO IMPORTA, PERO NO LO ES TODO.

Garantías, portafolio, continuidad, desarrollo de marca y herramientas comerciales construyen ventas sostenibles, no ventas fáciles.

Las estrategias de largo plazo basadas solo en bajo costo no son sostenibles y suelen ser las más desgastantes para la gestión directiva.

ENE 2026



CON EL APOYO DE:

