



SKBergé

Con el foco en los sueños

“No lo puedo creer, ustedes están locos”, les dijo, aún sin entender del todo el sí que había recibido como respuesta. Felipe Cubillos llevaba meses visitando empresas para lograr el apoyo de la locura que se había apoderado de sus sueños. Esa mañana llegó hasta SKBergé y sentado frente a los gerentes les expuso su proyecto: quería ser el primer chileno en dar la vuelta al mundo en regata en un velero y sobre la mesa desplegó las velas del proyecto, entusiasmado.

Les habló de la travesía del Portimao Global Ocean Race 2008, del deseo truncado de su propio padre que lo había motivado como navegante en el desafío de rodear el planeta, de izar desde la cubierta del yate “Desafío Cabo de Hornos” la bandera chilena en pleno mar.

En todas partes lo habían acompañado a la salida, palmoteándole la espalda al despedirlo, intuyendo que era un no por adelantado. Pero en SKBergé lo escucharon largo rato. Aún no guardaba sus papeles cuando escuchó el sí como respuesta. Cubillos los miró con sorpresa. “Ustedes están locos”, les dijo asombrado. Eran una automotriz, vendían autos, qué diablos tendrían que ver con un sueño viajando sobre el mar. Pero SKBergé apreció en el proyecto algo crucial que los encarna como empresa: el desafío de cambiar las cosas, de impulsar las oportunidades para cumplir el sueño imposible.

Y le dijeron que sí.

Felipe Cubillos, después de que todo el mundo le había dicho que no, había encontrado en SKBergé a su primer aliado.

Él mismo se lo decía como mantra: “los temporales eternos no existen”.

Y es cierto. Los temporales eternos no existen.



SKBergé es una empresa automotriz donde su negocio nace de la relación entre dos grandes conglomerados ligados a di-

ferentes rubros, pero que comparten la pasión por los automóviles.

Por un lado, Bergé y Cía, empresa española fundada en 1870 con presencia en más de diez países y que ha sido protagonista del desarrollo empresarial español desde la revolución industrial del siglo XIX hasta la revolución digital de nuestros días.

El grupo Bergé cuenta con dos grandes áreas de negocio. Uno es el logístico, origen del grupo y donde participa esencialmente en servicios logísticos intermodales, con presencia en áreas como transporte marítimo, servicios portuarios y logística, propiamente tal. El otro negocio corresponde al sector automotriz, con Bergé Automoción, división que comenzó en 1979 operando en la actualidad en cuatro mercados europeos y en otros cuatro en Latinoamérica a través de SKBergé.

Por otro lado, está Sigdo Koppers, que desde 1960 conforma uno de los más dinámicos e importantes grupos empresariales chilenos. Tiene presencia en los cinco continentes y engloba tres grandes áreas de negocio: Servicios, donde se agrupan los negocios de construcción y montaje industrial, y los de transporte y logística; Industrial, donde tiene compañías de fragmentación de roca, producción y comercialización de bolas de molienda y piezas de desgaste para la minería e industria; y el Área Comercial y Automotriz, donde participa a través de empresas de representación, distribución y arriendo de maquinaria y camiones, y comercialización de automóviles. Es en esta área donde desarrolla, en 1986, una unidad de negocios llamada SK Automotriz, cuando toma la representación de la marca Fiat en nuestro país. Al poco tiempo, se incorporan otras representaciones que permiten armar un portafolio muy atractivo de distintas marcas de automóviles en Chile.

SK Automotriz y Bergé Automoción comparten valores similares: energía, pa-



sión, experiencia y creatividad llevadas al negocio, lo que facilitó las conversaciones que concluyeron con el acuerdo para asociarse en 2001, tras la compra por parte de Bergé del 60 por ciento de SK Automotriz. Desde ese momento, la compañía se convirtió en SKBergé con dos objetivos muy específicos. Primero, consolidar esta plataforma de marcas en Chile, ampliar e integrar a los negocios de distribución automotriz nuevas áreas donde no estaba presente, como la logística y el fi-

nanciamiento automotriz. Y en segundo lugar, desarrollar la internacionalización de la empresa en Latinoamérica y poder, desde Chile, apalancar el crecimiento del modelo de negocio en otros mercados de la región, como Perú y Argentina, donde Bergé Automoción tenía operaciones de reciente adquisición, y también la entrada en un nuevo mercado como Colombia. Ambos objetivos se consiguieron. Se pasó de unas ventas de algo menos de ocho mil vehículos en 2001 a casi cien mil

unidades en 2018. Respecto a Chile, se amplió el número de marcas que distribuye SKBergé en el país, representando en la actualidad a 15 de ellas; se multiplicaron las ventas por ocho en el periodo, se obtuvieron importantes reconocimientos por parte de los fabricantes -habiendo sido nombrado, por algunas marcas, como el mejor distribuidor de Latinoamérica e incluso del mundo en diversos años-; se sumaron nuevos puntos de venta y talleres, alguno de los cuales con altos estándares como los ubicados en el sector de La Dhesa; se desarrolló el negocio logístico, y se constituyó en 2007, en conjunto con el Banco Santander, una financiera automotriz llamada Santander Consumer Chile.

Con respecto a la internacionalización, el negocio en Perú comenzó a crecer. Se incorporaron nuevas marcas y se desarrolló el modelo de negocio en este país siguiendo el ejemplo de Chile. En este sentido, se abrieron nuevos puntos de venta y post venta, se creó una empresa logística y una financiera automotriz. En Argentina se ha mantenido la presencia continuada de las operaciones y se ha mantenido un nivel de ventas y un nivel de atención a clientes incluso en los peores momentos de crisis del país vecino. En 2010, además, se sumó la operación en Colombia donde se han ido incorporando, en estos últimos años, nuevas marcas a la cartera de productos que le han dado a este país un peso significativo dentro de la operación de SKBergé.

El sector del automóvil está afrontando grandes desafíos futuros, con cambios en la movilidad de las personas, en los modelos de negocios, en motorizaciones, entre otros aspectos. SKBergé afronta estos desafíos con la confianza en que su modelo de negocio se adapta a estos cambios, el pertenecer a un grupo con presencia internacional que le permite incorporar las últimas tecnologías y tendencias. No en vano, Bergé Automoción constituyó en 2015 un fondo de inversión y un venture capital enfocado a empresas que desarrollan nuevos negocios de movilidad.

La unión de ambas compañías ha permitido el logro de grandes metas, SKBergé ha desarrollado un modelo de negocio robusto, que le permite estar presente en distintas negocios en torno a la cadena de valor del rubro automotriz, represen-



↑ **Uno de los proyectos emblemáticos** de la reconstrucción en el Maule tras el terremoto de febrero de 2010 fue la inauguración del año escolar en el Liceo Abatte Molina.





20 empresas participan activamente en los programas de la Fundación Chile Dual. La iniciativa está distribuida en siete ciudades, 22 liceos, 13 especialidades y congrega a más de 2.200 alumnos.

tando exitosamente una gran variedad de marcas. Es en esa diversidad donde se concentran los valores. Es cierto, SK-Bergé es un distribuidor de autos, pero lo que encarna va mucho más lejos de una carretera.



El compromiso de SKBergé no es sólo hacia los fabricantes a quien representa. Tras el terremoto del 27 de febrero de 2010, no dudó en apoyar nuevamente a Felipe Cubillos, quien esta vez, la volvió a convocar para colaborar en el trabajo de la reconstrucción de un país que, en gran parte y con mucho dolor, estaba por los suelos.

Cubillos se acercó a SKBergé, porque el Gobierno le había encomendado poner de pie a las escuelas de la región del Maule, una de las zonas más devastadas por el cataclismo. No era sólo un tema de recursos. El tiempo apremiaba. Si a finales de abril los colegios no abrían, los estudiantes perderían el año escolar.

Esta vez, el sí fue parte de la visión que la empresa asumía como propia. La magia de cumplir otro sueño. Para entonces, SKBergé se comprometió con la reconstrucción de dos colegios del sector, aportando recursos, pero también el trabajo voluntario de sus colaboradores. "En nuestro afán de ayudar e involucrar a nuestra gente en la reconstrucción, enviábamos personal nuestro todos los días a las seis de la mañana a Talca, quienes re-



Felipe Cubillos,

a bordo de su sueño: el yate "Desafío Cabo de Hornos" dando la vuelta al mundo en la travesía del Portimao Global Ocean Race 2008.



160 mil jóvenes forman parte de la educación técnica a nivel medio en Chile. Hasta el momento, sólo 20 mil tienen la oportunidad de cursar programas en la estrategia dual.

gresaban a las nueve de la noche. Todos se vieron impactados con el estado en que estaban los colegios, con la desesperanza, pero también en cómo podíamos aportar con un grano de arena y ser, en parte, protagonistas de la solución”, recuerda Alberto Jara, Gerente de Desarrollo y Negocios de la compañía.

Dos días antes del plazo, el esfuerzo de tantos tuvo su recompensa: el Liceo Abate Molina y la escuela José Manuel Balmaceda, entre otros, inauguraron el año en sus instalaciones provisorias. La cara de felicidad de cada estudiante era el mejor regalo. De las cenizas, se habían levantado. Otra vez, la magia había hecho su trabajo.



Esas caras agradecidas, las sonrisas de tantos niños en la escuela, la satisfacción del trabajo bien hecho, fueron un estímulo para transformar la ayuda social en SKBergé como una experiencia permanente. Para la empresa, ese



1986



1992-2003
Daewoo

1993

Dodge, Jeep,
Chrysler, RAM



1997



1997-2011
Fuso

1998



2002

SsangYong



espíritu es cambiar las cosas, concretar sueños, enfrentarse a los temporales. Creer en lo imposible.

Esta visión de trascender en la sociedad, de entender que el éxito de una compañía no es únicamente la obtención de utilidades, llevó a la empresa a seguir buscando proyectos donde seguir desarrollando su visión y así vislumbró un primer proyecto de colaboración que buscaba vincular liceos vulnerables con las empresas, dos polos que hasta entonces se miraban con reticencia.

“El plan era establecer un apoyo de mentoría de un ejecutivo de la empresa hacia un liceo vulnerable, y a través de ese vínculo, generar ideas para desarrollar capacidades en el establecimiento educacional. Poco a poco nos fuimos vinculando con el liceo Ciudad de Brasilia, de Noviciado, justo al lado de nuestro centro logístico. Esto fue el preludio para, como empresa, entender cómo relacionarnos con el mundo de la educación para favorecer a los jóvenes estudiantes”, recuerda Alberto Jara.

Fue el primer paso de un proyecto que ahora, en estos días, avanza a toda velocidad. En 2011, SKBergé puso en práctica una alternativa de educación dual que consistía en traer a jóvenes de liceos técnicos profesionales a la empresa para que en sus instalaciones aprendieran de mecánica automotriz.

El proyecto continuó creciendo y sofisticando sus procesos hasta que, a finales de 2013, la empresa le presentó el proyecto al Mineduc. “Quedaron fascinados”, dice el ejecutivo, y nos pidieron replicar y hacerlo crecer. Fue un momento crucial. “Nosotros nos dedicamos a vender autos, no a la educación, por lo que tomamos una decisión muy importante. Si queríamos cumplir con este mandato e impactar a miles de jóvenes con la ayuda de otras empresas, teníamos que sacar esto de SKBergé y formar una Fundación”, dice Jara.

Ya no había marcha atrás. Es así como en 2015 se constituye una Fundación educacional llamada Chile Dual, que nace desde la experiencia de SKBergé y con el

La estrategia de ser diversos

→ “El grupo SKBergé ha sido el principal precursor del cambio para la diversificación automotriz en el país. Antes de su llegada, era impensado que un distribuidor representara a más de una marca, pero con SKBergé cambió esa mirada cuando nadie se atrevía. Fue una nueva manera de desarrollar el negocio, transformando la industria automotriz en Chile. Las circunstancias del comienzo motivaron esta estrategia. Cuando Sigdo Koppers compró Fiat, en 1986, al poco tiempo se dio cuenta de que había muy pocos volúmenes, por lo que para competir en el mercado era imprescindible mirar nuevas marcas para incorporar. La alianza con Bergé acentuó esta estrategia para darle un impulso muy importante al negocio automotor en Chile. Paulatinamente, fueron sumando nuevas marcas y adoptaron decisiones muy innovadoras para la época, como la creación de un concepto de centralización de la operación y un trabajo profesional de publicidad y marketing. Esto hizo remecer el mercado y para el grupo significó transformar el negocio a uno basado en alto volumen. Por cierto que la estrategia de SKBergé ha despertado a la competencia, que empezó a darse cuenta de la importancia de la diversificación. Pero el primer golpe, sin duda, lo dio el grupo, con su mirada de internacionalización y ese abanico de variedades que permite que todas las personas puedan cumplir con su sueño de tener un auto o de buscar la marca que tanto anhelan” (Roberto Maristany, Presidente de la Asociación Nacional Automotriz de Chile).



2004
Ferrari & Maserati



2012
Infiniti



2018
Bentley



2018

Un vuelco en la vida

↓ **“Yo no era muy apegado a los estudios.** Cuando en el Liceo Industrial de Recoleta se abrió la opción a trabajar con SKBergé, a través del programa de mecánica automotriz, me interesó ver de qué se trataba. No tenía idea de autos, pero el tema me gustaba. Estaba en tercero medio cuando fui llamado por SKBergé para ver, en la práctica, lo que en el liceo aprendíamos en la teoría. Una semana en la empresa, la otra en el liceo. Fui tomándole el peso a un trabajo, a la responsabilidad, a ser parte de un equipo. Es este proceso, el maestro-guía fue fundamental. Con ese tutor estuve cerca de dos años. Era un ejemplo para mí. Quería ser como él e incluso avanzar más. Él estaba muy orgulloso al verme después como administrador y analista. Estos seis años han marcado un vuelco en mi trayectoria, en mi vida. Partí de ayudante, fui adquiriendo experiencia y después pasé a técnico, luego avancé al nivel de maestro y de ahí subí a analista de Torre de Control. Dejé el overol, pasé a procesos más administrativos y de ahí se abrió una opción para ser analista de repuestos en Casa Matriz. Si no hubiera entrado al programa dual con la empresa, quizás en qué estaría. El programa me ayudó a planificar mi futuro, conocer otro ámbito como el empresarial. Además, la empresa me apoyó para seguir estudiando y saqué la carrera técnica automotriz para después estudiar ingeniería. Voy a estar siempre agradecido de SKBergé, porque va formando personas y ellas se van comprometiendo con la empresa. Los jóvenes generan un compromiso y dan lo mejor posible. Para alguien como yo, que viene de un liceo vulnerable, es un vuelco en la vida. Porque siempre hay muchos talentos que se pueden rescatar” (Nelson Gómez, Analista de Abastecimiento en SKBergé).



apoyo de Sigdo Koppers. La Fundación actúa como un puente para generar confianzas entre una empresa y un liceo vulnerable. Una vez hecho este nexo, se desarrolla la educación dual, en donde se establecen los planes de aprendizaje de los estudiantes, se capacita a los maestros-guías de la empresa y se incorporan a los jóvenes para que aprendan en la práctica con estos tutores, cada etapa, con los más altos estándares de calidad. En estos cuatro años, Chile Dual se ha posicionado en el ámbito de la educación media técnico profesional como un actor relevante. Lo que empezó en SKBergé con doce alumnos al año, ahora se ha transformado en un programa que impacta a más de 2.200 jóvenes en 2019, con 21 empresas y con 27 liceos participando a lo largo de Chile, trabajando de manera muy estrecha con el Ministerio de Educación. “SKBergé fue el promotor para que esta Fundación pudiera crearse y generar las condiciones que permitirían cumplir el sueño de impactar a miles de jóvenes con estos procesos de calidad. A los estudiantes se les abre la mirada hacia otros mundos. Se empiezan a proyectar, a soñar. Valoran a sus com-

pañeros, al trabajo en equipo y se les generan cambios de trayectoria para toda la vida”, cuenta el ejecutivo.



SKBergé quiso volver a desafiar los límites y se le despertó la inquietud por ir más allá y desarrollar una nueva iniciativa: cómo poder incorporar y generar oportunidades para jóvenes en situación de discapacidad de origen intelectual. Nuevamente se vincularon, esta vez con la escuela Santa Teresa de Ávila, en Recoleta, buscando generar la confianza que permitiese entregarle algo a los jóvenes que no fuera un simple asistencialismo, algo que permitiese cambiar su vida: empleabilidad. Entonces, el objetivo fue abrir la opción de prácticas laborales para estos jóvenes en la empresa. El proceso iba paso a paso: identificar a los jóvenes por parte del colegio, generar una simulación de condiciones laborales en el mismo liceo, capacitarlos, generarles confianzas y, en su momento, sumarlos a la empresa para una práctica en condiciones de trabajo real. No hubo límites. “Una vez sucedió que



La red de puntos de venta de SKBergé en la región está compuesta por 111 locales en Chile, 82 en Perú, 25 en Argentina y 29 en Colombia.

uno de estos jóvenes empezó a hacer la práctica y llegó un jefe y nos dijo que lo quiere contratar. No estaba previsto tan pronto '¿cómo vamos a abordar esto?, ¿qué condiciones va a tener?', preguntamos con preocupación. 'Está comprometido, tiene buena productividad, no falta nunca, es respetado por sus compañeros, genera un buen clima laboral y hace el mismo trabajo que sus compañeros, le ofreceremos las mismas condiciones que al resto, es uno más', respondió el jefe. Como empresa tomamos la decisión de contratarlo. Aprendimos que cuando eres capaz de conectar a ese joven con un trabajo que puede desarrollar, deja de tener discapacidad. Al contrario, está capacitado para realizar el trabajo. Y es allí cuando se produce la magia", resume Ignacio Enciso, CFO de la Compañía.

Una magia que se expande. Hoy ya

han pasado cerca de 50 jóvenes por el programa, siete personas se han incorporado contratadas a SKBergé y 18 a otras empresas, generando un círculo virtuoso que ha cambiado la vida de esos jóvenes al integrarlos al mundo laboral. Con esto, los indicadores de clima laboral se han disparado, siendo una de las más altas variables el "orgullo de pertenecer a la empresa". Aún más, este exitoso proyecto llevó a que la entonces Presidenta de Chile, Michelle Bachelet, dictara la ley de inclusión en las instalaciones de la empresa, donde trabajan los jóvenes que han participado en este programa.

La locura de creer en lo imposible, de cambiar la vida de las personas, le ha dado un sello a SKBergé. Ahora apuestan aún más lejos. Quieren que la empresa represente la diversidad que existe en la sociedad, apuntando a que las mira-

das distintas son las que aportan a la organización. Hoy, en Chile, trabajan en la empresa personas de 11 nacionalidades distintas y SKBergé está desarrollando con fuerza la complementariedad de género, para aumentar el número de mujeres y así, los equipos sean más diversos e integrados. En este sentido, ha firmado junto a otras compañías un compromiso de adhesión a la ley de igualdad y ha lanzado distintos programas internos para cumplir con este nuevo reto.

SKBergé lo repite como mantra: cuando un sueño resulta imposible, es aquí donde se produce la magia, ya sea para alcanzar metas comerciales, para obtener los más altos estándares de atención a sus clientes, o para impactar en la sociedad a través de los distintos programas que tiene.

Y es cierto. Es aquí donde se produce la magia.