



La estrategia de JAC para volver a la cima de la mano de Gildemeister

Por Romina Cannoni Berd / Fotos: Gildemeister. Más tiendas exclusivas para la marca, casi una decena de lanzamientos en 12 meses y foco en el clientes son los principales pilares del nuevo importador de la firma china en Chile.

JAC llegó a Chile de la mano del importador Derco en 2008 comenzó con 47 unidades comercializadas. Su crecimiento fue sostenido en el tiempo, llegando a ser número uno de su origen en 2016 con 1,3% de participación de las ventas totales; en 2019 superó las 8.700 unidades y el 2,3% de market share. Sin embargo, su récord es en 2021 con el 3,1% de participación y 12.802 unidades comercializadas. De ahí bajaría a 2,9% al año siguiente, 2,6% la pasada temporada, y en lo que va de 2024 su participación en el mercado local llega solo 1,6%.

Pero los números no lo son todo. En 2022 Derco fue adquirida por Inchcape y, al parecer, la restructuración, la cantidad de marcas y los focos, no lograron congeniar los intereses de ambas partes y la "sociedad" finalizó.

La representación de JAC Autos fue tomada por Gildemeister, lo que se oficializó hace unas semanas y la operación oficial comienza el 16 de diciembre.

Paula Sepúlveda, Gerente de Negocios de Grupo Gildemeister, señala

que "estamos super contentos y muy orgullosos de haber sido preferido por el fabricante para poder ser el nuevo distribuidor de todo el segmento liviano tanto pasajeros como comerciales livianos de JAC en Chile. Estamos convencidísimos de que JAC es una marca que tiene absolutamente todo para llegar a ser la marca china preferida por todos los chilenos, por line-up, por calidad, por trayectoria y hoy, además, tendrá una cobertura de red nueva, de alta calidad".

En total, se estima que en Chile existen más de 100 mil clientes de la marca y ese es un dato no menor. "Hay un compromiso con ellos y es

“Queremos que JAC vuelva a tener el 3% de participación de mercado, eso es lo ideal y en un corto plazo”.



importante dejar en claro que nos estamos preparando para que esos clientes, a partir del 16 de diciembre, podamos recibirlo de la mejor manera en la familia Gildemeister, donde obviamente nos vamos a preocupar de todos los detalles para poder brindarle la mayor excelencia y el soporte técnico, el soporte en garantía y todos los requerimientos que ellos tengan. Eso es el compromiso de la compañía", explica Sepúlveda.

Luego de 16 años con único distribuidor, la gran fortaleza que vio la marca en Gildemeister fue, justamente, el foco. Así lo explica la ejecutiva que indica que "Tenemos un tamaño que nos permite haber focalizado el negocio en lo que sabemos

hacer en Chile y es la venta de vehículos livianos. Tampoco buscamos coleccionar marcas, buscamos una relación de largo plazo con socios con los que podamos construir y crecer. Y eso hoy día, dada la concentración que están teniendo los distribuidores, es un bien escaso, digamos. Entonces, claramente, eso hace que Gildemeister haya comenzado a ser un distribuidor tremendamente atractivo en esta segunda etapa de vida de nuestra empresa".

Dentro de las expectativas de ventas está regresar al 3% de participación de mercado que tuvo la marca en algún momento, más allá de la cantidad de unidades porque dependerá del comportamiento del mercado, el cual aún no se ve tan auspicioso para 2025.

"Esta es una marca que tiene todo para ser un actor relevante dentro del mercado. Nosotros, además, vamos a partir en una muy buena etapa con un line-up súper renovado", recalca Sepúlveda. Y claro, la marca espera tener al menos siete lanzamientos en menos de un año. "Vamos a tener importantes novedades, principalmente en pick-ups a partir de diciembre. En marzo JAC nuevamente revolucionará el mercado con un nuevo SUV pequeño 100% eléctrico", puntualiza.

La idea de JAC es seguir ofreciendo una amplia gama de productos, a buen precio con buen equipamiento,

“41 showrooms, de los cuales 15 serán exclusivos de JAC”.

pero también ligados al segmento de los 100% eléctricos. "La idea es poder tener esta tecnología en cada uno de los segmentos en los que participamos, incluso en las camionetas. Esa debería llegar a mediados del próximo año".

Si bien los productos y las novedades son fundamentales para la reactivación de la marca en el mercado chileno, también lo será la red de distribución. Gildemeister está haciendo una reconstrucción de la red, no tan centralizado, tratando de aumentar la presencia en regiones. "La única manera de hacerlo bien y de hacerlo fuerte es a través de un modelo mixto de distribución donde hacemos convivir a el retail propio, pero también fuertemente apalancado y siendo muy atractivo con operadores terceros", agrega Sepúlveda.

En total serán 41 showrooms, de los cuales 15 de ellos van a ser exclusivos para JAC. Y la meta es llegar a 20 el año 2026.

JAC comienza una nueva era en Chile y buscará volver a estar dentro de las más marcas reconocidas entre el público chileno.

