

■ Este 2024 ha sido un buen año para la empresa, que sumará dos marcas a su portafolio, JIM y JAC, y espera elevar su participación de mercado de un actual 10% a un potencial 12% a 13%.

POR BLANCA DULANTO

Ya han pasado más de tres años desde que Automotores Gildemeister enfrentó una compleja situación económica que incluso implicó su paso por el Capítulo 11 de la ley de quiebras de EEUU. Hoy el CEO del grupo, Marcello Marchese, destacó que “estamos en una etapa muy distinta. Ha costado volver a afirmarse, pero hoy estamos en un muy buen momento financiero”.

El máximo ejecutivo de la compañía aseguró que “dentro de lo alicaído que ha sido el negocio de la industria automotriz, nos ha ido bastante bien, de hecho, hemos crecido en participación de mercado”.

Agregó además que ya pudieron “volver a acceder a financiamiento bancario, a ser atractivo para mucha gente, de ser capaz de atraer talento y ser capaz de atraer marcas nuevas”.

El CEO explicó que esto se debe a que luego de su reestructuración, empezaron a armar un equipo nuevo y darle una visión completamente distinta a la empresa, siendo “súper ordenados”.

De acuerdo a Marchese, ejemplo de aquello es el ingreso de dos marcas nuevas al amparo de Gildemeister: JIM en abril de este año y JAC para finales de 2024.

“La estrategia está dando sus frutos”, dijo. A su juicio, que dos



Marcello Marchese, CEO de Automotores Gildemeister.

JULIO CASTRO

Marcello Marchese, CEO de Automotores Gildemeister: “Estamos en un muy buen momento financiero”

marcas los hayan preferido es un claro ejemplo de que Gildemeister “es una empresa que funciona mucho más ágil, con gente que está empoderada, lo que permite que la toma de decisiones sea mucho más rápida”.

Enfatizó que “el hecho de que una marca como JAC quiera hacer un cambio y nos prefiera a nosotros es una señal muy potente. Es una marca que vende 10 mil autos al año, no es una marca chica. No es menor”.

Expansión de la empresa

En una entrevista con DF realizada en mayo de 2023, Marchese afirmó que tras cerrar la fase de reestructuración, Automotores Gildemeister definió una estrategia a cinco años con foco en tecnologías limpias y

12%

ESPERA CRECER GILDEMEISTER PARA EL 2025

búsqueda de nuevas marcas.

Al día de hoy, el ejecutivo afirmó que “todavía vemos bastante espacio para crecer de forma orgánica”.

En esa línea, Marchese indicó que “hoy día tenemos más oportunidad acá en Chile” y explicó que –a su juicio y acorde a su propuesta de valor– “en el negocio de repuestos, de servicios y de seguros hay oportunidades para seguir expandiéndose, ya sea acá, o en Perú y en Costa Rica, que es donde también operamos”.

A su vez, afirmó que “inorgánicamente, de ir nosotros a comprar otro distribuidor irnos a otro país, yo diría que no es el minuto”.

De cara al 2025, el CEO de Gildemeister manifestó que ellos esperan que el próximo año sea uno mucho mejor que este.

Sin embargo, señaló que a nivel de industria general, “creemos que el próximo año va a ser similar a éste en términos de volumen de mercado”.

Dentro de ese escenario, dada la oferta nueva que Gildemeister tiene con Hyundai y su línea ecológica y con la incorporación de JAC, Marchese aseguró que “Gildemeister va a ganar participación de mercado, va a incrementar el nivel de venta, y debiese mejorar su rentabilidad también, que es la meta del punto de vista financiero”.

Dicho esto, agregó que la empresa entre todas sus marcas tiene casi el 10% de participación de mercado y que espera para el 2025 crecer al 12% o 13%, por lo menos.