

Fecha: 22-05-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias
Tipo: Noticia general
Título: El desafío de Geely para reencantar a los chilenos

Pág.: 23
Cm2: 353,7

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: ☐ No Definida

La marca se instaló en el país en 2024

El desafío de Geely para reencantar a los chilenos

Nuevos modelos, más concesionarios y tecnología de punta es la apuesta de la marca china para duplicar sus ventas este año.

MAURICIO MONROY

Geely vive un proceso de transformación acelerada desde que a finales del año pasado decidió desembarcar como filial, dejando atrás la presencia de representantes. En estos meses, se han sumado cuatro nuevos modelos -Starray, Okavango, EX5 y Coolray Lite- y el crecimiento seguirá con fuerza.

Para conocer el desafío, conversamos con Fernando Funes, gerente de ventas de Geely Chile, quien nos entre-

gó algunas luces de lo que aparece en el horizonte del gigante chino.

¿Cómo evalúa la introducción de la marca en estos primeros meses?

La verdad es que ha sido desafiante. Como primera filial en Sudamérica, todo es paso a paso y más en un mercado muy competitivo como Chile, pero lo elegimos dado sus características, la solidez económica y la estabilidad política, además de que es un lugar geográfico estratégico, con puertos y todo lo que conlleva la integración a la región.

¿Qué inconvenientes han encontrado en este proceso?

Generar la confianza, ya que entendemos que hemos pasado por varios intermediarios, por lo que generar eso en concesionarios, que quieren confiar en trabajar con nosotros, cubriendo las regiones en las cuales no estamos presentes, no es sencillo. Es-



tamos en este proceso de expansión, tanto en concesionarios, como en productos nuevos.

¿Qué diferencia entrega Geely?

La ventaja de tener una multinacional en el país trae beneficios, como línea directa para productos, lanzamientos mucho antes que en otros mercados, inversión, y también tener la cercanía para tomar decisiones rápidas cuando se detectan necesidades.

Hablando de nuevos productos, presentaron dos nuevos modelos, el EX5 y Coolray Lite.

¿Qué significan para Geely?

El EX5 100% eléctrico es un gran hito, porque estamos mostrando no tan solo un nuevo logo, estamos mostrando la unidad de negocio Galaxy, donde hablamos de desarrollos de tecnologías sustentables, de electromovilidad, de que Geely en el mundo también se preocupa del cuidado del medio ambiente.

Por último, ¿cuál es el objetivo este año?

El mercado está tambaleando un poco, se habla de cifras cercanas a las 300 mil unidades, pero queremos por lo menos duplicar las ventas del año pasado, o sea, superar las 4 mil unidades.