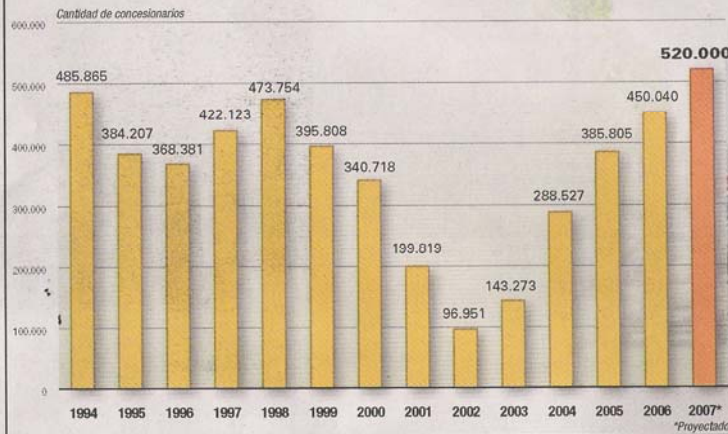


UN NUEVO PLAYER DE PERFIL REGIONAL

Ubicado estratégicamente a sólo diez cuadras del microcentro porteño, AutoWelt Concesionario Oficial BMW desembarcó u\$s2 M para desembarcar en la Argentina. AutoWelt tiene activa participación en el mercado premium de Centro y Sudamérica e inicia así, en el barrio de San Telmo, su juego en la Argentina.

Autos en la vidriera



Fuente: ACARA

BAE

Concesionarios: un sector atomizado en el que sólo diez empresarios pisan fuerte

► Son grupos que manejan la mayor parte de las ventas del mercado

AJICIA RYZEWSKI | aryzewski@caedarc.com.ar

A pesar de que el universo de los negocios de la comercialización de vehículos nuevos y usados se encuentra atomizado por la gran cantidad de players y puntos de venta, poco más de una decena de empresarios son los que pisan fuerte en el sector.

Es que no sólo captan gran porcentaje de las ventas de una marca, si-

años es el Grupo Dietrich que supo salir airoso de la transición de comercio a empresa. En más de cuarenta años de operaciones ha sido concesionario de Citroën, Ford y VW. Hoy, el grupo pilotado por Guillermo (hijo) y Hernán Dietrich, está centrado en la comercialización de Ford y de la firma alemana, pero dio el puntapié con el relanzamiento de la española Seat.

Además, en su estructura se com-

tro anillos, los hermanos bodegueros Hugo y Eduardo Pulenta, que juegan en el mercado como importadores oficiales de Porsche con Nordewagen, participan en Automilenio.

También en las filas de Volkswagen, Maynard se ubica en el top five de los principales dealers y pertenece al concesionario D'Arc (Peugeot y Citroën), del empresario Ernesto Baltasarre, que es el prime-

nault, Peugeot y Citroën cuentan con concesionarios propios. "La operatoria en esas tres marcas es oficial, aunque también hay otras en las que no se puede demostrar ese sistema", deslizaron en el mercado. En el caso de Peugeot opera con la firma Aupe en Córdoba y Rosario; en Citroën la firma es Chambord, con radio de influencia en Martínez, y en Renault a través de Centro Automotores.

las 92.000 unidades del 2002, hoy apuestan a que el mercado alcance las 520.000 unidades apuntalando y expandiendo sus operaciones, proceso que las terminales iniciaron ya hace dos años con nuevos nombramientos, mientras que los concesionarios acompañaron con la apertura de más bocas de venta. "La realidad ha demostrado que para vender más no se necesitan más concesionarios, sino una buena estrategia de marketing", enfatizaron