

## Gerentes, o chicos para vendedores, explican las rentadoras

JUAN MANUEL COMPTE Buenos Aires

Entre 2002 y 2006, el arribo de turistas internacionales creció más de 47,4%, a 4,1 millón de personas. Ese aluvión de visitas traccionó el mercado local de alquiler de autos, que actualmente mueve unos \$ 150 millones anuales, según calculan ejecutivos del sector, gracias a una flota total que ya supera los 5.000 vehículos. Pero, pese a que la necesidad de movilidad de los extranjeros que quieren conocer cada rincón de la Argentina ofició de zanahoria para el crecimiento de la actividad, otro segmento empieza a ganar terreno en el *rent a car* vernáculo: el corporativo.

Desde 4x4 y *pick-ups* para mineras, petroleras o proyectos puntuales de constructoras, hasta sedanes corporativos para gerentes. Autos chicos o utilitarios para vendedores. Cada vez son más las empresas que incursionaron por este camino. "El 40% de nuestros alquileres son a empresas", dice Guillermo Dietrich (h), director de Dietrich Rent A Car. La firma tiene una flota de 120 autos y proyecta cerrar 2007 con \$ 3 millones de facturación, contra \$ 1,8 millones de 2006. "Muchos, sobre todo nuevos emprendimientos, buscan optimizar su tasa de rentabilidad, tercerizando procesos. Y la flota es uno", agrega Dietrich.

Altamente difundido entre la alta gerencia —alcanza al 72% de los directivos—, el auto corporativo es un beneficio que se reduce a medida que se desciende en la escala corporativa. Por caso, apenas alcanza al 19% de los gerentes, según distintos relevamientos. Las rentadoras observan encuentran allí el mayor mercado potencial.

La modalidad más habitual es el *renting*: la rentadora compra el auto que le pide la empresa y se lo alquila a un plazo —12 a 36 meses—, durante el cual exime a

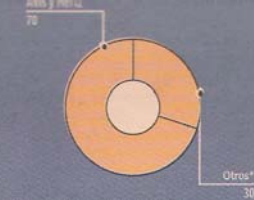
300 agencias o puntos de atención

1.300 empleados en todo el país

Localización de las agencias

Por región

1	Patagonia
2	Capital y GBA
3	Centro, Costa Atlántica y Cuyo
4	Mesopotamia
5	NOA



\* Dollar, Alamo, Localiza, Dietrich y Utility



Fuente: Revista Apertura

El Cronista

**"Por \$ 2.500 mensuales, consiguen un auto y se despreocupan de otros costos"**

**La modalidad más usual es el *renting*: la rentadora compra el auto que pide el cliente y se lo alquila**

su cliente de otros costos, además de asumir el recambio la unidad ante cualquier eventualidad. "Por \$ 2.500 mensuales, solucionan problemas de movilidad sin inmovilizar capital, contra los más de \$ 50.000 que invertirán en una compra, entre el precio, patente, seguro y mantenimiento", se explica.

"El *renting* representa un 35% de nuestra facturación corporativa y ya tenemos más de 30 clientes bajo esta modalidad. Para dentro de tres años, esperamos que la participación sea el 40% de la flota total", dice Marcelo Méndez, gerente Comercial de Avis Argentina. De los sus más de 1.000 vehículos en el país, 140 están destinados a este servicio. De ese total, 50%, son para gerentes.

AON Assist, división de la firma de servicios financieros, también entrará en esta carrera.

"Observamos necesidad de recambio de flotas completas, pero empezamos a trabajar por segmentos: management, visitadores médicos, vendedores", cuenta su director, Carlos Crespo. La firma proyecta una flota bajo *renting* de 2.000 vehículos en 12 meses. Negocia convenios con Peugeot, Citroën y Ford.

"Las empresas están más abiertas a analizar la opción de alquilar, que a inmovilizar su capital en la compra de un vehículo", observa Juan José Craviotto, director Comercial de Sixt. La firma alemana desembarcó este año en la Argentina y la meta es que, del u\$s 1 millón de ventas calculado para su primer ejercicio, 60% provenga del negocio corporativo.

Otra que apunta a pelear ese nicho es Hertz. "Por el *boom* turístico, lo habíamos abandonado. Pero retomamos por la fuerte demanda", comenta Arturo Camussi, gerente de Ventas Corporativas. Por ahora, el servicio ocupa menos del 20% de su flota (más de 1.000 autos), participación distante del 60% que tuvo en la convertibilidad. "Hay demandas puntuales, como camionetas o 4x4 para sectores como petróleo y minería. Eligen el alquiler, porque se despreocupan del mantenimiento del vehículo", describe el ejecutivo.

### ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA Y ASAMBLEAS ESPECIALES CLASES A, B, C Y PREFERENCIAS DE ACCIONES.

El directorio de MILKOUT S.A. convoca a los señores accionistas a asamblea general ordinaria y a asambleas especiales de las clases A, B, C y Preferencias de acciones a celebrarse el día 16 de Agosto de 2007 a las 10,00 hs. en primer convocatoria, y a las 11,30 hs. en segunda convocatoria en la sede social, sita en la Plaza Alto de la calle Rivadavia 1984 de la localidad de Franco, Departamento Las Colonias, provincia de Santa Fe, para considerar el siguiente orden de día:

1) Designación de accionistas, dos por cada clase de acciones para aprobar y firmar el acta de Asamblea General Ordinaria y de Asambleas Especiales Clases A, B, C y Preferencias de acciones.

2) Consideración y aprobación de los documentos prescriptos por el art. 234 inc. 1 de la ley 19.550 correspondiente al ejercicio económico finalizado el 31 de marzo del 2007. - Consideración de los resultados del ejercicio.

3) Tratamiento de la gestión y remuneración del Directorio y de la Comisión Fiscalizadora.

4) Asambleas Especiales de las clases A, B, C y Preferencias de acciones de la sociedad. Ratificación de todo lo resuelto en la Asamblea General Ordinaria.

NOTA: Se recuerda a los Sres. Accionistas que para asistir a la Asamblea deberán depositar sus acciones o certificados de depósito, o cursar comunicación para que se los inscriba en el libro de asistencia a Asambleas, con no menos de tres días hábiles de anticipación a la fecha fijada, conforme art. 238 de la ley 19.550. Milkout S.A.

Miguel A. Benvenuto Presidente.

V.03