

Publicidad

Lunes 30 de julio de 2007

RSS XML Cronista.com como página de inicio

EL CRONISTA
COMERCIALBuenos Aires
7°C | Humedad: 75.7%Ingresar | Registrarse
Mapa del sitio

Buscador avanzado

[Últimas Noticias](#) [Edición Impresa](#) [Mercados Online](#) [Mi Portfolio](#) [Mi inflación](#) [Servicios](#)

SEGMENTO CORPORATIVO GANA TERRENO EN EL NEGOCIO DE RENT A CAR

Las empresas prefieren alquilar autos antes que comprarlos

La demanda va desde 4x4 y pick ups para constructoras, mineras y petroleras, a coches medianos para los gerentes, o chicos para vendedores, explican las rentadoras

x [JUAN MANUEL COMPTE](#) Buenos Aires ()

03:00

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 su cliente de otros costos, amén de asumir el reemplazo 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 reemplazo de flotas completas, pero empezamos a trabajar por segmentos: management, visitantes 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.

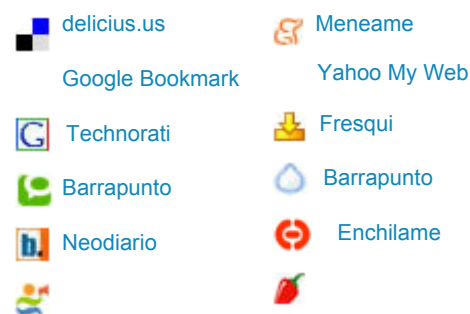
Otra que apunta a pelear ese nicho es Hertz. "Por el boom turístico, lo

Imágenes




* Haga click en la foto para abrir la galeria

Herramientas



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 desprecupan del mantenimiento del vehículo”, describe el ejecutivo.

 **0 Comentarios**

No Existen Comentarios asociados...

Ingrese su comentario

Ingrese código de Validación

Nombre

Comentario

 **Enviar Comentario**

Las notas identificadas con una  son exclusivas para suscriptores.

Copyright 2007 - Cronista.com - Todos los derechos reservados

