



Alberto Martínez Cepero, director gerente en Audi Retail Madrid SA

Audi es la marca premium líder para operadores de renting

Volkswagen Group Retail España surge de la fusión en 2012 de Seat Motor España y Volkswagen Audi Retail Spain, reportando a su vez a Porsche Holding, gestor de concesionarios líder en Europa que pertenece accionarialmente al grupo. Audi Retail Madrid es el concesionario líder en ventas y posventa de la marca, contribuyendo en un 7% las ventas totales de Audi España, y situándose como concesión de referencia también para el renting de vehículos.

Texto: Yago Fernández Fotos: Alex Aguilar

Los centros de venta de vehículos han sido afectados por la crisis, ¿cuál es la situación actual de los concesionarios?

Después de la grave recesión que hemos sufrido, con un retroceso acumulado de ventas de más del 56% entre 2007 y 2012, el modelo de concesionario ha sufrido un ajuste muy severo. Lo que hemos tratado de encontrar es una optimización en todas las áreas y los recursos que teníamos. Actualmente las concesiones nos encontramos volcadas en incrementar nuestra

eficiencia comercial a través de un proceso continuo de reducción de costes. Ahora, gracias a la positiva evolución de la situación económica, la reactivación de la demanda interna y los efectos beneficiosos del Plan PIVE, tenemos un optimismo moderado y esperamos superar las expectativas, sobre todo en la rentabilidad, que es quizás lo que más nos preocupa.

Audi Retail las Rozas, surge como uno de los concesionarios más grandes de Europa inmersos en una situación de crisis. ¿Por qué

se terminó de desarrollar el proyecto en un momento tan delicado? ¿Cuál ha sido la mayor complicación en este periodo?

La verdad es que la inversión se planifica en 2007, en un momento con un ciclo económico muy distinto, en 2008 se da el ok después de una serie de aprobaciones en el grupo, y Audi Retail Madrid Las Rozas abrió sus puertas en octubre de 2011, hace tres años, justo uno de los momentos más duros de la crisis. La parte buena es que esta instalación ha contado con el apoyo y la inversión

“

El R8 ha sido el
vehículo más caro
vendido durante la
crisis, con un precio
que ronda los
150.000 euros

”

directa de Audi AG, lo que demuestra la relevancia del proyecto a nivel internacional.

Pero bueno, a pesar de la crisis, estamos mostrando una evolución positiva y las altas expectativas puestas en esta instalación se están cumpliendo, suponiendo un fuerte impacto económico en la zona noroeste de Madrid y colocándonos entre las mejores concesiones.

Quizás el momento más complicado ocurrió una vez acabado el edificio y teniendo que realizar un lanzamiento de este nuevo concepto de "Terminal", un proyecto pionero dentro del grupo, ante una situación y un panorama tan incierto. Muchos nos decían; «en la que os habéis metido», sin embargo a día de hoy y gracias también a la acogida tan interesante por parte de la clientela que hemos recibido, podemos sentirnos orgullosos, ya que hemos cumplido con los ambiciosos objetivos impuestos, consecuencia del trabajo y esfuerzo de todas las personas que forman parte del equipo de Audi Center Madrid Las Rozas.

¿Cuál es la relación actual que tenéis desde los concesionarios con los operadores de renting?
¿Cuántas unidades se venden, aproximadamente, gracias a esta práctica?

Audi es la marca *premium* líder en ventas para operadores de renting, con un *market share* del 8%. Nuestra relación



con estas compañías es muy buena, tenemos un departamento de flotas en el que trabajan cinco personas, y servicios especializados para estas empresas con las cuales estamos acostumbrados a trabajar mano a mano.

Nuestro objetivo principal es la satisfacción del cliente, algo en lo que coincidimos con estas empresas. Aproximadamente aportamos unas 1.000 unidades al año a empresas de renting, lo que supone un 40% de nuestras ventas, que en total suman unas 2.500 unidades.

La posventa y el taller también han sufrido en los últimos ejercicios, cuál es el panorama actual? ¿Qué cosas imprescindibles han dejado de lado los conductores españoles (en el taller) debido a la mala situación económica?

Vivimos en un momento de incertidumbre, ya que el parque de automóviles ha sufrido una drástica caída en las ventas durante los últimos cinco años. Por lo tanto, los vehículos de entrada en taller han disminuido considerablemente. Además a todo ello hay que sumarle la mejora de la calidad de los productos y nuevos actores dentro las reparaciones de los vehículos. Todo ello ha derivado en una caída lógica en posventa. Aún así, los concesionarios que han hecho sus deberes han reducido sus costes, tienen un equilibrio favorable y previendo este tipo de caída se ha hecho una apuesta clara por la calidad. Nosotros en este momento podemos decir que hemos reaccionado para tratar de evitar al máximo esta caída, y además en el tema del renting ofrecemos un servicio de posventa muy personalizado. Este sistema cuenta con un servicio exclusivo para flotas con preferencia en asistencia mecánica y chapa, una amplia gama de vehículos de sustitución y un servicio de recogida y entrega personalizado.

Lo cierto es que en concreto Audi tiene un cliente muy fiel a sus talleres, con un alto poder adquisitivo, lo que nos ha ayudado a que los clientes acudan. Es cierto que en determinados segmentos, con mayor antigüedad en los vehículos, hemos visto algunas cosas diferentes; como al cliente realizando por sí mismo el mantenimiento, o acudiendo a centros



Gracias al lanzamiento de nuevos modelos como los distintos coches de la familia Q, o el A1, hemos compensado la pérdida de volumen de ventas en otros segmentos

alternativos, que redujeron mucho los precios. Pero aún así se trata de un tipo de cliente que habitualmente no es el nuestro, ya que éste se diferencia por cuidar mucho su coche, y cierta fidelidad a la marca.

Además de comprar un vehículo en sus concesionarios también existe la modalidad de renting, ¿Cómo gestionan este tipo de negocio? ¿En qué porcentaje se demanda?

Audi Retail Madrid tiene un departamento de flotas especializado en renting. El renting que ofrecemos a los particulares se realiza a través de Volkswagen

Leasing, sin embargo tenemos una excelente relación con todos los operadores de renting, con los que compartimos flota. Nuestros clientes gozan de un conocimiento financiero importante, y en muchas ocasiones vienen asesorados por su propio banco, nosotros servimos como ayuda, pero el cliente conoce este servicio. En el ámbito de los compradores particulares se suele dar generalmente la modalidad de compra, y pocos eligen la opción renting, sin embargo el 40% de nuestras ventas, unos 1.000 vehículos, provienen del canal de flotas, aunque no se trata de compradores particulares.

Actualmente contamos con más de 40 vehículos de prueba y un stock que supera las 300 unidades, ello, sumado a las personas que integran el equipo, nos permite obtener una gran ventaja competitiva.

Entre los vehículos que ofertan se encuentran algunos denominados de «alta gama» ¿cuál es el vehículo más caro que han vendido durante la crisis? ¿Ha sufrido este segmento más que ningún otro?

Nosotros tenemos un tipo de vehículo deportivo muy especial, que es el RB. (Unos 150.000 euros aprox.) Algunos de nuestros clientes se han decantado por este vehículo durante la crisis, sin embargo esta clase de vehículos ha sufrido en este periodo, sobre todo, por un tema de percepción. Pienso que llevar un vehículo de estas características, que deslumbre ante el resto de la gente en plena crisis, puede suponer cierto deterioro en la imagen de quien lo

“

Aproximadamente el 40% de nuestras ventas, que equivalen a unos 1.000 vehículos, provienen del canal de flotas



Audi ofrece una gama que va desde el pequeño urbano A1 al grandes berlinas como el A6 o el A8.

gran parte por el incentivo y ayudas que esta ofreciendo el Gobierno, y nosotros pensamos que deben mantenerse en el tiempo. Todos los planes de ayuda al sector son interesantes, sobre todo por la importante aportación del sector del automóvil al PIB del país, así como los beneficios medio ambientales que se obtienen en el proceso de renovación del parque. Sustituir coches de más de 10 años y rejuvenecer el parque es importante, Audi tiene acceso a estos planes en modelos como el A1, A3

satisfacer las necesidades de movilidad en las ciudades. Es necesario actuar ante el crecimiento de éstas y proporcionar una mejor calidad de vida a los residentes de las mismas.

Las alternativas de movilidad deben existir, aunque es necesario respetar la capacidad de elección de los usuarios. Y además debe aplicarse la tecnología para ayudar a que exista una movilidad eficiente. Todo lo que ayuda a avanzar en dirección a la sostenibilidad y medio ambiente

“

El A6 Allroad es mi favorito, muy cómodo, equipa la tracción quattro de serie, y tiene un peso muy equilibrado, aunque es cuestión de gustos y necesidades

lleva. Sin embargo, lo bueno de Audi es que tiene una imagen de marca muy consolidada y creo que ha sido la ganadora en esta situación. Audi ha apostado por mantener una imagen discreta, elegante, y al final es algo que nos ha favorecido en el volumen de ventas. También gracias al lanzamiento de nuevos modelos dentro de la familia SUV (Q3, Q5 Y Q7), hemos compensado mucho la pérdida de volumen de ventas en otro tipo de coches, pero nuestro perfil de cliente se ha mantenido dentro de la marca.

En junio se aprobó el Plan PIVE 6, dotado con 175 millones de euros, el Plan PIMA Aire 4 (10 millones) y el PIMA Transporte (línea de préstamos de 405 millones de euros). ¿Cómo beneficia dichos planes a los concesionarios? ¿Son necesarios para mantener las ventas en números verdes?

El crecimiento del mercado viene apoyado en

y A4, lo que evidentemente nos favorece, ya que a través del departamento de vehículo seminuevos que realiza todos los trámites, nuestros clientes pueden acogerse al plan.

Si el Plan PIVE se acabara mañana tendría un efecto bastante negativo, ya que ahora se están comprando vehículos a través del canal de particulares, y se produciría un parón importante. Actualmente ya se habla del fin de la reestructuración, algo preferible a que se hable del cierre de concesionarios o el despido de personal, creo que ese ambiente positivo debe mantenerse.

Si estuviera en su mano cambiar algo respecto a la nueva ley de movilidad urbana de la Comunidad de Madrid, ¿qué sería? ¿Por qué?

Se trata de un plan estratégico diseñado para

debemos secundarlo y las leyes que surjan a partir de ahí serán siempre en ayuda de ello.

Creo que lo que no se debe hacer es limitar, si no dar alternativas a los usuarios y fomentar la movilidad. Quizás modificaría aquello que atenta contra esto, pues considero clave que todo este tipo de ordenanzas sean a mejor y nunca limiten la movilidad de los usuarios.

En nuestro caso estamos en pleno lanzamiento del nuevo Audi A3 e-tron, que es una respuesta de la marca a la movilidad futura, un ejemplo de la apuesta por los diferentes conceptos de transporte. En este sentido, Audi Retail Madrid en Las Rozas será el único concesionario Audi eléctrico para la venta y posventa de esta nueva tecnología de la zona centro de España.

Los acuerdos con compañías y operadores de

renting están a la orden del día, ¿cómo se gestiona el cierre o la venta de una flota completa? ¿Se consiguen descuentos por comprar vehículos al «por mayor»?

Se trata de una relación profesional mutua. Debe existir una sinergia común y una total confianza para que se den estos acuerdos. Es un proceso largo, que tiene numerosos pasos, finalmente después de la presentación de producto se debe lograr que tras ser comparados con nuestra competencia, nuestros coches sean los elegidos.

El tema del precio varía sobre todo según los volúmenes de descuento que aplique la marca, dependemos mucho del departamento de flotas de Audi en España, y de la cantidad de vehículos de la que hablamos. Aun así, Audi cuenta con un valor residual muy interesante y atractivo, un mantenimiento con coste equilibrado y una gama eficiente con consumos bajos, que dan como resultado unas cuotas de renting muy competitivas en el mercado. Estamos empezando a tener flotas de grandes volúmenes gracias a ello y dando un valor añadido sobre otras marcas, algo que antes no se estaba produciendo.

¿Qué vehículo es el más vendido dentro de sus escaparates? (Precio aprox.) ¿qué segmento está logrando mayores ventas?

El A3, toda la familia de este vehículo es donde estamos teniendo un mayor volumen de ventas. El

año pasado se logró alcanzar la cifra de 1.500.000 de unidades vendidas en todo el mundo, un objetivo que se ha cumplido dos años antes de lo previsto, y que se ha producido gracias al éxito de la familia A3, y de la gama SUV de Audi. Un éxito que también es fruto del lanzamiento de nuevos modelos, como el A1. Estamos teniendo una buena acogida en todas las gamas y nuestros clientes están demostrando ser leales a la marca, algo que es muy positivo.

Entre los diferentes segmentos, el vehículo

diferencia entre una u otra concesión, tratamos de conocer las necesidades de nuestros clientes en todo momento y darles prioridad. Al final es un tipo de negocio que hay que vivir de manera muy directa, con una atención a los clientes con clara vocación de servicio y hay que estar en el día a día, muy atento de todo lo que ocurre.

Dentro de nuestro grupo se ha sido muy consciente de la situación crítica que hemos vivido en nuestro país, y por tanto se ha entendido la



Tenemos un departamento de renting para particulares a través de Volkswagen Leasing, pero no descuidamos nuestra relación con los operadores de este sector

compacto es el que más ventas recoge.

¿Cuáles son las dificultades de gestionar concesionarios en diferentes ubicaciones además de localizar en Austria la central? ¿Exigen resultados desproporcionados?

Audi Retail Madrid tiene seis centros, tenemos un equipo de dirección que tiene que ser muy profesional, porque no tenemos un contacto como puede tener cualquier concesión donde todo el mundo trabaja de forma agrupada. Afortunadamente depende mucho del equipo, y de cómo se involucra cada uno de nosotros. Tenemos un servicio de carácter uniforme y no existe gran

situación, y poco a poco vamos a intentar dar la rentabilidad lógica de un entorno como éste.

¿Cuál es su modelo favorito de la marca? ¿Porqué?

El A6 Allroad. Principalmente porque es muy cómodo de conducir, con tracción quattro de serie, se puede utilizar en prácticamente cualquier emplazamiento; caminos, carreteras, playa, montaña... Personalmente me apasiona conducirlo, tiene un peso muy equilibrado y para mí es un coche ideal. Pero es algo que al final depende de cada uno, de la manera de conducir y de las necesidades que tenga el usuario.



El crecimiento que está experimentando el mercado se debe, en parte a las ayudas del Gobierno. Deberían mantenerse en el tiempo