

Hertz Corporation / David Preciado

## “Latinoamérica es un mercado con potencial y continúa creciendo” <sup>P</sup>

*En diálogo con Réport Américas, el director de Ventas y Marketing de la rentadora expuso los objetivos de la compañía para este año y nos dio su opinión sobre la actualidad del mercado de Latinoamérica.*

### Más descuentos para recorrer Europa

Con monumentos históricos, cafés de ensueño y hermosos paisajes, los viajeros que siempre soñaron con recorrer Europa en auto pueden aprovechar el nuevo descuento presentado por Hertz. Por un tiempo limitado, los viajeros podrán obtener un 10% de descuento en la tarifa semanal con protección de daños por colisión, seguro personal de accidentes, protección contra robo y exención del cargo por un conductor adicional incluido. Asimismo, la iniciativa incluye tarifa especial diaria y kilometraje ilimitado.

La oferta se aplica a alquileres iniciados hasta el 31 de julio inclusive, y es válida en las tarifas “A su alcance” y “Europa más fácil”, en las localidades participantes de Hertz en Alemania, Bélgica, España, Francia, Holanda, Italia y Reino Unido. Rige para alquileres de un día o más, para locaciones diarias; y de cinco días o más, para las semanales.

**¿Qué evaluación hacen del comportamiento del mercado latinoamericano?**

- Latinoamérica es un mercado que continúa creciendo y nosotros tenemos previsto un incremento significativo al cierre de 2014.

En cuanto al mercado tanto de la Argentina como de Colombia, consideramos que ambos son de suma importancia para nuestra empresa y, en particular, hemos

ofrecemos a los pasajeros hasta un 25% de descuento en hoteles, atracciones y restaurantes. Todo esto va acompañado de una tarifa promocional semanal por un auto económico.

**¿Cuál es la proyección para 2014 en comparación con 2013?**

- El 2014 va a ser un año de características diferentes a las de su antecesor, siendo

visto un incremento notable desde Colombia y la proyección allí es muy positiva.

**¿Qué iniciativas tienen previstas para incentivar al viajero de la región y lograr que seleccione a Hertz y no a otra marca?**

- Hemos lanzado una gran promoción al mercado, de forma conjunta con otros socios de la industria. Se trata de “Recuerdos para toda la vida”, donde

el factor más importante la Copa Mundial de Brasil. Esto resultará en un incremento de negocio Inter-Latam, suplementado por el crecimiento de los otros mercados hacia el destino de los Estados Unidos, que incluyen después de Brasil, México, Venezuela, Argentina y Colombia. Por otra parte, debemos mencionar al programa Gold Plus Reward que, en el mercado de Latam, ha obtenido una gran aceptación.



**¿Cómo impactó el programa Gold Plus Rewards?**

- Muy positivamente, tiene una gran aceptación en el viajero latinoamericano. Es que con el servicio Hertz Gold Plus Rewards el pasajero se salta las colas de espera y evita papeleos. Además, sólo debe consultar su nombre en la pantalla y recoger el coche directamente en el parking. El servicio está disponible en 50 de los aeropuertos más transita-

dos del mundo. También disfruta de un servicio de devolución mucho más ágil con Instant Return; de descuentos exclusivos para socios; conductor adicional sin cargo; descuentos en sillitas de niño y ofertas especiales por e-mail, entre muchos otros beneficios.

[www.hertz.com](http://www.hertz.com)

<sup>P</sup> > tradução em português na página 21