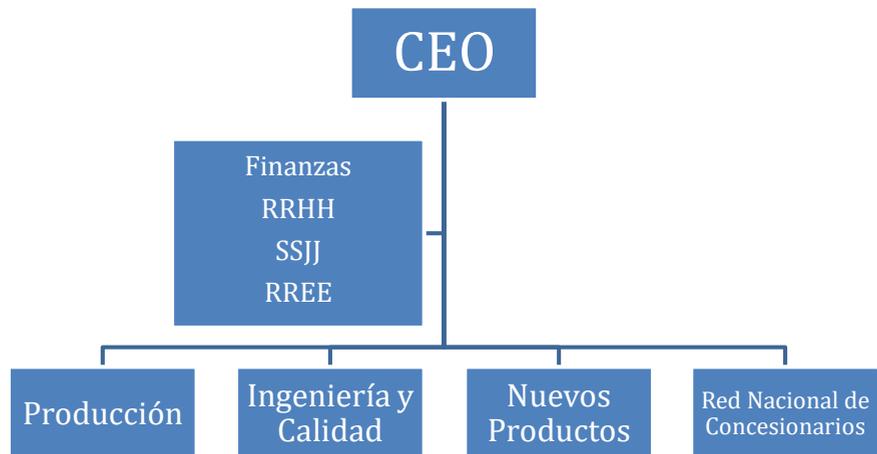
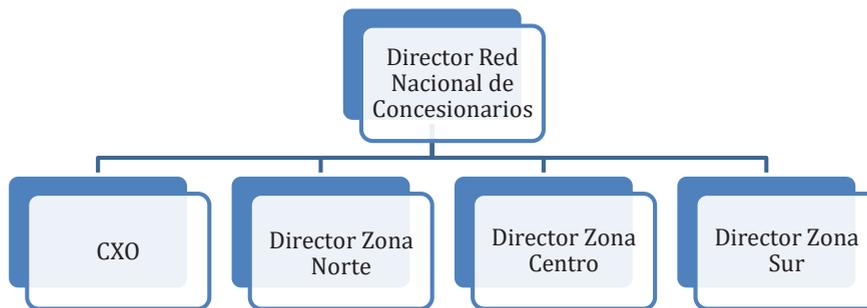


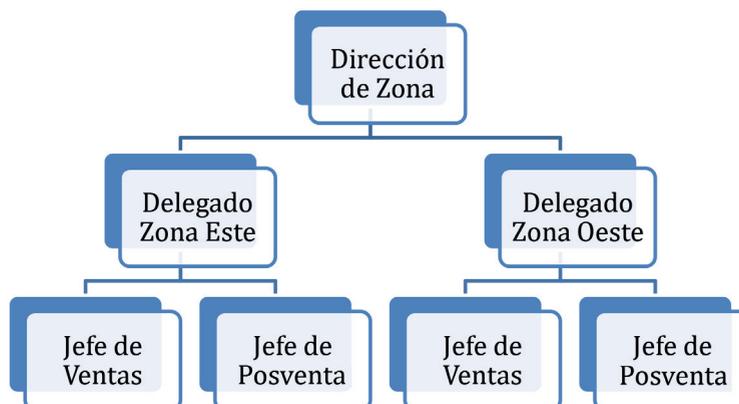
## ANEXO 1: ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y FUNCIONES



Por otra parte, para la gestión de la red de concesionarios, 178 en la península ibérica, la organización de la dirección de de la red nacional de concesionarios era la siguiente:



Y, a su vez, cada dirección de zona estaba estructurada en dos delegaciones (este y oeste), y cada delegación tenía un jefe de ventas y un jefe de posventa como se muestra en la estructura adjunta, que representa una dirección de zona tipo.



Los directores que reportaban al CEO eran directores de nivel 1; los directores de zona que reportaban al director de la red nacional eran directores de nivel 2; los delegados de zona y el CXO eran subdirectores y los jefes de ventas y de posventa eran jefes de servicio, de acuerdo con las categorías profesionales de la empresa.

Por otra parte, entre las principales funciones de los delegados estaba la de incrementar la red de concesionarios en su ámbito de influencia. Este incremento de la red no resultaba una tarea sencilla, ya que la empresa era extremadamente exigente en sus requisitos para incorporar un nuevo concesionario: ubicación, superficie, equipamiento, calidad del equipo humano, etc., suponiendo además una inversión muy importante por parte del propietario del concesionario.

Los jefes de ventas tenían la función de asegurar el cumplimiento de los objetivos de ventas, estableciendo campañas de forma coordinada con los concesionarios, así como promociones y actos de presentación de las novedades de la marca.

Los jefes de posventa eran responsables de dar el soporte técnico que necesitaban los concesionarios, de establecer los criterios de reparación y mantenimiento y se ocupaban de la formación de los responsables de taller de los concesionarios.

El director de la red nacional coordinaba y supervisaba todas las tareas de sus directores de zona, y estos a su vez coordinaban y supervisaban a los delegados. Entre el director de la red nacional y sus directores de zona existía bastante consenso en que era el delegado la figura clave de la organización, responsable principal de hacer crecer la red de concesionarios.