

## Figueruelas espera nuevos modelos tras pactar el convenio

• Anfac anuncia que las inversiones en la industria española aumentarán en 1.000 millones en «pocos meses»

La dirección de la fábrica de Opel en Figueruelas ha mandado a los órganos decisores en General Motors el acuerdo de convenio colectivo alcanzado con UGT, CC.OO., y Acumagne, que fue refrendado en referéndum por la mayoría de la plantilla.

Los trabajadores aguardan con impaciencia a que el consorcio se pronuncie sobre la adjudicación de nuevos modelos en

sus instalaciones europeas. En caso de que la planta zaragozana reciba nuevos productos, el marco laboral para el periodo 2013-2017 quedará automáticamente validado.

Mientras se resuelve la incertidumbre, la asociación española de fabricantes (Anfac) ha anunciado que la industria recibirá 1.000 millones de euros más de inversión «en pocos meses».

Página 4



## El pacto de competitividad en Ford Almussafes, cerca de sellarse con el tercer turno como protagonista

Todo apunta, salvo imprevistos de última hora, que la dirección de la planta de Ford en Almussafes y la mayoría de los sindicatos del Comité de Empresa acordarán en pocos días un nuevo plan de competitividad, que supondrá diversos sacrificios a la plantilla.

UGT y CC.OO. quieren que el pacto se traduzca en un compromiso de la empresa de mantenimiento del empleo y sobre la activación del tercer turno. Fuentes sindicales informan que Ford prevé poner en marcha este turno a mediados de 2014.

Página 6

## El PIVE, el V.O. y el recorte de costes alivian a las redes

Página 10

## Seat releva a Muir y nombra presidente a Stackmann

Página 10

### Mesa y Mantel

Miguel Ángel Saavedra

Presidente de la Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos (FENEVAL)

## «Se está buscando el negocio fuera»

El sector del *rent a car*, ante la falta de demanda de los clientes nacionales, no ha dudado con la crisis en salir a buscar el negocio al exterior, según comenta en una entrevista el presidente de la patronal, Miguel Ángel Saavedra. El exdirectivo de Europcar señala que el 80% de los alquileres de 2012 procedieron del sector turístico, y en su mayoría del exterior.

Páginas 15 a 17



La difícil situación financiera del grupo, causa de los ajustes

## PSA Peugeot Citroën ejecutará nuevos planes de reducción de costes en Vigo y Madrid

• En el centro gallego se quiere eliminar la prima de regularización del IPC y en el madrileño congelar salarios

El grupo PSA Peugeot Citroën ha abierto en sus fábricas de Vigo y Madrid un periodo de consultas de 15 días con los sindicatos para tratar de acordar nuevos planes de reducción de costes. El consorcio francés, que ha justificado su decisión en la difícil situación financiera de la empresa y en la necesidad de mejorar la competitividad frente a las plantas de Opel, ha propuesto medidas diferentes para cada uno de los centros.

En Vigo, la batería de medidas es muy amplia, destacando las que afectan a la masa salarial de la plantilla, entre ellas la eliminación de la prima de regularización del IPC acumulado y la reducción de la prima de objetivos o el endurecimiento de los mismos para que sea más difícil llegar al tope. En Madrid, por su parte, la empresa quiere congelar el salario en 2013, 2014 y 2015 y suprimir la paga de objetivos.

Páginas 8



## Seat León, un tres puertas deseado

Par Motor

El Seat León cinco puertas ya tiene un nuevo compañero de viaje. Por primera vez en la historia de este modelo, el fabricante español ha lanzado una versión de tres puertas (SC), que se empezará a vender en España a finales de mayo con un precio de partida de 14.990 euros. Ésta no será la última incorporación de la gama, ya que la carrocería familiar llegará a finales de 2013.

El SC tiene personalidad propia, gracias a diversos cambios de diseño y a la reducción en 35 mm de la batalla respecto al cinco puertas. Los clientes pueden optar entre una oferta de nueve motorizaciones.

Página 18

## Sumario

### Actualidad:

El Gobierno modificará el Impuesto de Circulación en 2014 vinculándolo a criterios medioambientales **Página 11**

### Internacional:

El grupo americano General Motors invertirá 4.000 millones de euros en Europa hasta 2016 **Página 12**

### Concesionarios y talleres:

La red de concesionarios de Ford pide un plan de viabilidad para mejorar su rentabilidad **Página 22**



# Miguel Ángel Saavedra

«Nos han tratado de una manera muy dura, fiscalmente hablando»

Presidente de la Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos (FENEVAL)



**FENEVAL**  
FEDERACIÓN NACIONAL EMPRESARIAL  
DE ALQUILER DE VEHÍCULOS



La Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos con y sin conductor (Feneval) lleva activa más de 35 años y agrupa a casi 500 empresas del sector del alquiler de coches. Desde noviembre del año pasado, tras el fallecimiento de su fundador, José Luis Urrestarazu, la batuta de esta asociación está en manos de Miguel Ángel Saavedra, con quien hemos podido departir sobre los principales problemas que inquietan a este sector tan ligado al automóvil pero con alma de turismo.

**La Tribuna de Automoción. — ¿Cuáles son actualmente las cifras de Feneval?**

**Miguel Ángel Saavedra. —** El sector de alquiler de vehículos factura cerca de 1.200 millones de euros. Feneval tiene más de 500 compañías afiliadas, lo que supone el 75% del parque, que se estima en torno a los 220.000 coches, de los cuales más de 20.000 son vehículos industriales y el resto turismos. En nuestra asociación están compañías como Europcar, Enterprise, Atesa, Hertz, Avis, Goldcar..., las cuales concentran el 60% de la actividad y luego hay otras 994 empresas que también son importantes para nosotros. La gran riqueza de esta federación es que hemos sido capaces de manejar durante 36 años la convivencia de grandes compañías internacionales con pequeñas familiares. Hemos aplicado una regla, que tenía José

Luis Urrestarazu, mi antecesor en el cargo, y que yo aprendí de él, que es ser absolutamente honesto, sincero, aplicar el sentido común y no implicarse en aquello que pudiera perjudicar a cualquiera de nuestros asociados. Somos capaces de valorar las cosas desde un punto de vista técnico, al nivel más elevado y de entender una postura minorista de un *rent a car* pequeño.

**T.A. — ¿Cuál es la situación actual del sector de alquiler de vehículos? ¿Cómo han afrontado estos años de crisis?**

**M. A. S. —** El sector de alquiler de vehículos tiene una experiencia de más de 50 años y es importante, básicamente en dos áreas: la turística y en su relación con la industria de automoción. Este último año las matriculaciones de vehículos para compañías alquiladoras alcanzó la cifra de unos 136.000 coches, lo que representa casi un 20% de cuota. Uno de cada cinco coches de los que se venden en este país está destinado a la industria del alquiler de vehículos.

A pesar de la crisis, este sector se está defendiendo con muchísima dignidad. No digo que vayan bien las cosas, pero se está buscando el negocio saliendo de este país. Casi el 80% de todos los alquileres que se han producido en este último año proceden del sector turístico y en su inmensa mayoría del exterior. En el mercado interior hay falta de demanda y prácticamente han desaparecido los clientes particulares, que eran quienes nos daban de comer, porque, hay canales que tienen mayor rentabilidad y otros, menos. Por ejemplo, cuando un *touroporador* firma con una compañía un acuerdo de alquiler, el precio es muy barato y los márgenes serán pequeños, si no deficitarios. Por otro lado, las empresas también están acusando la crisis y alquilan coches de menor categoría y durante menos días. Quienes realmente pagaban el justiprecio del coche de alquiler eran los autónomos y las pequeñas y medianas empresas, que son precisamente dos de los sectores que más han sufrido en esta crisis.

**T.A. — ¿Qué proporción de los clientes eran particulares antes de la crisis?**

**M. A. S. —** Los últimos datos, que son del 2007, reflejan que un 60% de la actividad procedía del turismo y un 40% de hombres de negocio. Pero, la presencia del sector turístico tiene que estar muy bien tamizada, porque sólo puede so-

portar un determinado peso, para que no sufran los márgenes de las compañías. Desgraciadamente, con la crisis, los pequeños y medianos prácticamente desaparecieron y al sector no le quedó otra que buscar negocios en mercados exteriores, que, por otra parte, conocía perfectamente. Se trata de negociar en las ferias de turismo, que se desarrollan en Europa, que la distribución de los negocios vaya a unos u otros destinos; para eso hay que ajustarse mucho en precio y ahí surgió la aparición de las *low cost* en el negocio del *rent a car*. Son compañías que tienen un alto porcentaje de su cifra de negocio orientado a *touroporadores*, tanto locales como domésticos.

**T. A. — ¿Cómo valora la federación la entrada de estos operadores *low cost* en el negocio?**

**M. A. S. —** Era algo con lo que ya contábamos. Lo valoro de una forma moderadamente positiva, no podemos obviar la realidad. Vamos a cohabitar perfectamente. Para mí, el *carsharing*, el *renting*, el *low cost*, son nuevas modalidades dentro del alquiler de coches.

**T. A. — ¿Cómo se distribuye la cuota de mercado por empresas?**

**M. A. S. —** Es un sector que está muy atomizado. Hay 1.500 compañías operativas. En los últimos

«En los últimos cinco años han desaparecido en torno a 300 empresas en el sector»







## «Es importante ver el posible efecto de la ley medioambiental en Baleares [...] La tasa puede hacer un daño que no somos capaces de imaginar»

cinco años han desaparecido en torno a 300, básicamente en la costa y en Baleares. El sector tiene un elevado grado de concentración, de forma que si consideramos las cinco primeras compañías de nivel, el grado de concentración está por encima del 60% y en las 10 primeras, supera el 70%. Es decir, con ocho o nueve operadores concentras la mayoría del mercado. En ese *top ten*, o *top five*, están, no sólo las grandes multinacionales, también hay compañías locales que se han dimensionado muy bien en los últimos años.

### T.A.— ¿Cómo están combatiendo el intrusismo que se está detectando en el sector?

**M. A. S.—** Estamos encantados de que haya compañías, siempre y cuando respeten las reglas del juego. Pero si no lo hacen, están compitiendo deslealmente e incurriendo en intrusismo y esto pretendemos resolverlo a través de la LOTT (Ley de Ordenación de Transportes Terrestres), que ya está en plazo de enmiendas. La idea es que exista un mínimo de ordenación.

Son compañías que utilizan el apoyo de las redes sociales, internet, para alquilar coches entre particulares. Se aprovechan de un vacío legal, que procede de una transposición de una norma europea, que es la famosa Ley Ómnibus, por la que el sector quedó totalmente desregularizado, ya no era necesaria una autorización administrativa para operar, ni tener un mínimo de coches o un local dedicado a la actividad...

### T. A.— Estas empresas, ¿les hacen realmente competencia?

**M. A. S.—** No es una cuestión de competencia, sino de imagen del sector y de proteger y garantizar la seguridad de los consumidores. Yo no tengo nada en contra de su actividad, lo que quiero es que la Administración sea consciente de las dificultades que se originan y legisle acorde. A través del desarrollo de la LOTT tratamos de introducir unos requerimientos para que quien se dedique realmente al alquiler de coches se declare como compañía y registre todos sus coches como vehículos dedicados a esta actividad. Con eso, es suficiente porque luego el sector tiene una serie de normas o

regulaciones colaterales, que les afectarán.

### T.A.— ¿Qué otras reivindicaciones les hacen a las Administraciones?

**M. A. S.—** Nuestra principal reivindicación es que el sector está perdido en tierra de nadie. Normalmente nos ha regulado Transporte, pero en los últimos años cada vez estamos más cerca de Turismo. Ahora, no dependemos de nadie, al no existir regulación. Nosotros queremos que se nos vincule con el sector turístico, con la evidente reivindicación del IVA reducido. Esto ahora no nos va a ser concedido, porque el país no está para ello. Pero se nos aplicaba un 16% de IVA, reclamábamos un 8% y al final nos hemos ido a un 21%. Nos han tratado de una manera muy dura, fiscalmente hablando y también lo estamos acusando. Por otra parte, las tasas de aeropuerto también han subido y además, algunos Gobiernos están intentando penalizar al sector, equivocadamente, con el conocido como Impuesto Medioambiental, del Gobierno balear. No tiene sentido que a un sector como es el turístico que representa el 11% del Producto Interior Bruto y que es el único que va bien y tira de la economía le pongan zancadillas.

### T. A.— ¿Temen que el ejemplo del Gobierno balear pueda producir un efecto de contagio a otras Administraciones?

**M. A. S.—** Tenemos cierta preocupación, pero, tratamos de ser muy optimistas y creemos que lograremos pararlo. Ya hemos hecho un par de enmiendas para mejorar la ley. La primera ha sido eliminar el coeficiente que se aplicaba por el uso indistinto de un segundo, un tercer y un cuarto conductor, era algo tan complejo y tan raro que difícilmente se podría aplicar. La otra atentaba contra la unidad del mercado. Había un incentivo en función de la recaudación, que favorecía a las empresas pequeñas en contra de las que recaudaban más.

Es una ley lo suficientemente explícita como para ponerla en marcha, pero el *modus operandi* aún no está claro. Tendrían que hacerlo a través de una orden de Hacienda o un reglamento. Aún quedan muchos interrogantes y alguien tiene que decírnos, por

ejemplo, cómo tenemos que liquidar el impuesto.

### T. A.— ¿Podemos encontrarlos con un año como el del 2007 o 2008 en el que en determinadas zonas hubo escasez de vehículos?

**M. A. S.—** No lo creo. Pero es importante ver el posible efecto de la ley medioambiental en Baleares. Esta autonomía, el pasado ejercicio, fue quien sacó el año adelante, porque en Península fue flojo. Los mercados emisores para Baleares son Alemania e Inglaterra, que son quienes más gente traen a este país y tienen mucha tradición de visitar las Baleares. De cómo reaccionen estos mercados y los *touroperedores* va a depender cómo va a ser el año en el *rent a car*.

El Gobierno de Baleares entendía que los paquetes de *touroperedores* tenían elasticidad suficiente para aguantar la subida de precios. Pero, mientras aquí se subía el IVA, por ejemplo en Croacia, bajaban el turístico del 25 al 10%.

La tasa puede hacer un daño que no somos capaces de imaginar. Si se produce una contracción en la actividad de la demanda, efectivamente el Gobierno balear va a recaudar dinero en concepto de Impuesto Medioambiental, pero el Estado va a perder con el IVA.

### T. A.— ¿Están planteando un recurso legal?

**M. A. S.—** Por lo que yo he captado la ley es vulnerable por muchos sitios, primero porque es arbitraria, porque es injusta, en según qué casos, e incluso hay indicios de que podría llegar a ser anticonstitucional; ¿por qué cuesta más alquilar un coche en Baleares que en Canarias o en Barcelona? o ¿por qué incurres en un doble gravamen, cuando esos coches ya tienen un impuesto que mide su gramaje de contaminación, como es el Impuesto de Matriculación? La ley, como tal, no la podemos impugnar porque ni somos Gobierno, ni partido político, ni jueces. Lo que tenemos que impugnar son las liquidaciones trimestrales, que tenemos que efectuar, pero aún no sé si las vamos a tener que pagar a través de nuestro contrato, en una línea adicional o con un documento aparte, para que se vea que no tiene nada que ver con el pre-

cio. Seremos recaudadores de Hacienda porque el sujeto pasivo es el cliente. La paradoja es que igual reclamamos todas las liquidaciones ante el Tribunal Económico Administrativo para que luego nos devuelvan el dinero y tengamos que ir buscando a los clientes para devolverles sus seis o 12 euros. Tenemos todo dispuesto para impugnar pero necesitamos detalles para ver cómo hacerlo.

### T. A.— ¿Algún partido político les apoya?

**M. A. S.—** EL PSOE hizo una impugnación a la totalidad basada en otra asociación. Yo consideré, con mi junta directiva no hacerlo así. El sector, al que representa Feneval, en un primer momento se centró en minimizar el impacto, en las enmiendas, porque consideraba que era más fácil sacarlas adelante. Durante la negociación, conseguimos reducir el importe de la tasa, y que quedase implícito dentro de la ley que era un impuesto, que no formaba parte del precio. Yo me quedé más tranquilo, porque en nuestro sector hay gente que por desesperación podría intentar absorber el precio de la tasa, es decir bajar precios y no está ahora el negocio como para esto. Cuando conseguimos que el Gobierno reconociera que era un impuesto y que el sujeto pasivo era el cliente y no la empresa de alquiler, basamos nuestro esfuerzo en intentar que la operativa fuera sencilla y fácil.

Ahora, finalmente, mi máximo interés es conocer lo que es técnicamente: un reglamento, una orden... Al no tener suficiente información tengo ciertas dudas de la capacidad del Gobierno balear de cómo manejar este asunto.

### T. A.— ¿Tienen conversaciones con el Gobierno balear?

**M. A. S.—** Sí, nos hemos visto en repetidas ocasiones, con el vicepresidente, Josep Maria Aguiló, responsable de Economía, y con Antonio Acosta, director general de Presupuestos. Son nuestros interlocutores habituales.

### T. A.— Con el descenso de matriculaciones a particulares, ¿ha cambiado su relación con las compañías automovilísticas?

**M. A. S.—** Nuestra relación con el sector de la automoción es fantástica. Evidentemente, dentro

de todos los canales, el menos interesante para una empresa que comercializa coches es el sector de alquiler de vehículos, porque tiene una serie de componentes que le hacen diferente. Por ejemplo, el sector en gran parte de las compras necesita protegerse con una recompra. En los años 70, por ejemplo, la mayor parte del beneficio de las compañías de alquiler de coches venía de la venta del coche usado y eso generó mucha riqueza a muchas empresas. Luego, llegamos una serie de directivos más jóvenes que quisimos cambiar e intentar ser buenos alquilando coches.

### T.A.— ¿Qué porcentaje de los vehículos se compran con buy back?

**M. A. S.—** Un 70% se compra con *buy back* y un 30%, a riesgo, pero la tendencia es a comprar más coches sin recompra, por decisión de los propios fabricantes y porque el sector así lo necesita en estos momentos.

En otros países existe el *buy back* completo porque lo pueden digerir. Si tienes una capacidad para recomprar 10.000 coches puedes ofrecer todos en *buy back*.

### T. A.— ¿Cómo canalizan los coches que compran a riesgo?

**M. A. S.—** A través del mercado interior o doméstico, en su inmensa mayoría y de la exportación. El mercado directamente a particulares es muy difícil.

### T.A.— ¿Cómo ha sentado en el sector que no se incluyesen los vehículos de menos de un año en el Plan PIVE 2?

**M. A. S.—** Creo que esto va directamente a la línea de flotación de las automatriculaciones, más que contra el *rent a car*. Evidentemente el fabricante se veía beneficiado a la hora de comercializar el coche por este plan y ahora no lo va a hacer así. Es un perjuicio indirecto.

### T. A.— ¿Qué les supone el hecho de que ahora, como efecto del PIVE, las marcas están ofertando los vehículos de gama alta que no entran en dicho plan de incentivos?

**M. A. S.—** Nuestro mercado es un sector especialmente castigado, porque si bien los precios han bajado por introducción de las *low cost*, y de una afluencia mayor de



## «Never stop learning»

Inma García Ayuso

**C**onjugación del presente de indicativo del verbo aprender: yo aprendo, tú aprendes, —o aprendés, que la RAE está de un moderno que asusta— él aprende, nosotros aprendemos y ellos aprenden. El elegante salón de Lhardy se transforma en aula magna, y nosotros, todos, en pupilos ansiosos por aprender. Nuestro invitado será el alumno más aventajado. La inquietud de Miguel Ángel Saavedra por aprender es infinita, así lo confiesa no sólo de palabra, sino también con el lenguaje corporal.

Su postura es relajada, se encuentra cómodo entre periodistas y eso se nota, quizá porque el periodismo es una de sus muchas carreras frustradas y porque los años como portavoz de Feneval, le han dado tablas en estas lides.

«Yo soy muy extrovertido y entrevistarme a mí es muy complicado, porque siempre me voy por ahí...», con esta declaración de intenciones, no cabía ninguna duda, Miguel Ángel sería uno de esos invitados que, como te descuides, termina haciéndote la entrevista él. Y no le culpo, porque, a pesar de la madurez y de sus más de 29 años como director

de compras de Europcar y otros tantos formando parte de la directiva de Feneval, Miguel Ángel conserva la ilusión por lo que hace. El místico indio Osho decía que «siempre serás capaz de aprender, si continúas siendo un niño» y Saavedra tiene mucho de niño. Es alegre, permeable, inquieto e incluso se difumina cierta ternura en su mirada y lo más importante, es feliz como una perla.

Cuando decidió asumir la presidencia de Feneval, poco tardaron en disiparse sus miedos iniciales, su voluntarismo y sus ganas de «conocer más y más y más» le impulsaron a aceptar el reto.

Su responsabilidad era grande, porque su antecesor en el cargo, José Luis Urrestarazu era difícil de imitar, pero al final la estrategia de cambiar el modelo y profesionalizar la Federación está dando sus frutos. Carisma no le falta a Miguel Ángel Saavedra y optimismo, tampoco, y es que en estos tiempos de desesperanza, que alguien reconozca que es «tremendamente feliz en su trabajo, porque está aprendiendo infinidad de cosas», incluso a limpiar con plumero y decorar, es para quitarse el sombrero. Sólo una pequeña pega, no ha dejado de trabajar 12 horas al día.



## «Se están reduciendo los márgenes y esto pone en peligro la rentabilidad de muchas empresas, sobre todo pequeñas»

turistas, por otra parte los costes de la compra de vehículos siguen subiendo, como mínimo, en torno a la inflación.

**T.A. — Sube el número de alquileres pero baja la rentabilidad...**

**M. A. S. —** Es otra de las grandes preocupaciones que tengo. Se están reduciendo los márgenes y esto pone en peligro la rentabilidad de muchas empresas, sobre todo pequeñas.

**T. A. — ¿A qué obedece la decisión de comprar una determinada marca y modelo?**

**M. A. S. —** Hay un marco de necesidades que definen las compañías de *rent a car*. Se hace un plan de compras, para ver los coches que puedes comprar mes a mes y las utilizaciones, combinándolas con un plan de ventas. Es lo que se llama un *fleet rotation plan*, que es un plan de compras que contempla todas las compras y ventas del año, distinguiendo lo que son coches en venta directa y lo que son coches en *buy back*. El coche en *buy back* rota seis meses y el coche a riesgo por encima de los dos años. Se calcula cuál es el periodo ideal para vender un coche y optimizar su valor residual, para lo que trabajamos con empresas expertas.

**T. A. — Los concesionarios se quejan de que el negocio del *rent a car* es un lastre...**

**M. A. S. —** Normalmente un concesionario nunca pierde dinero cuando vende un coche, aunque sea procedente del *rent a car*, porque si alguien apoya las ventas es la propia marca. Los fabricantes apoyan muchísimo a las redes y al coche usado cuando no pueden venderlo. Normalmente los precios son muy altos, pero a veces no comparamos cosas homogéneas. El coche que procede del *rent a car* muchas veces está configurado a gusto del concesionario, incluso en ocasiones nos obligan a asumir un equipamiento que no necesitamos pero el comprador del coche final sí que lo ha pedido.

**T. A. — ¿Han notado un incremento del número de coches que las marcas ponen ahora en el mercado del *rent a car*?**

**M. A. S. —** No. La tendencia es la de repetir la cifra del año pasado. 136.000.

**T. A. — ¿Cómo son sus relaciones con el *renting*?**

**M. A. S. —** Nuestras relaciones con el *renting* son fenomenales, tanto a nivel presidencial como asociativo y personal. Todos los directivos del sector mantienen unas relaciones muy buenas. Somos proveedores o clientes según el caso, pero aparte de eso somos amigos.

**T. A. — ¿Es factible que si hay problemas con las flotas se recurra a vehículos que tengan las compañías en otros países?**

**M. A. S. —** Si no ha cambiado la ley, es perfectamente factible, pero dudo que lo pongan en práctica, porque la logística es

extremadamente cara. Si el sector a corto plazo necesita suministro va a apoyarse en los fabricantes, pero en el coche usado.

De cualquier forma, el sector sabe lo que hace y sólo le podría sorprender el turismo nacional. Pero para una compañía es muy difícil reaccionar rápidamente a esto con los hábitos que está adoptando la sociedad española. Este sector es muy estacional. Básicamente vive del día a día a nivel de gente de negocio que se mueve, luego tratan de cubrir tus picos estacionales, con *buy back* que se adapta a las circunstancias. Pero te da rabia perder ese negocio de oportunidad de Semana Santa o verano. La flota se mueve por todo el país. Este negocio es muy difícil. La demanda es fluctuante.

**T. A. — ¿Deciden matricular sus vehículos en lugares donde el Impuesto de Circulación es más barato?**

**M. A. S. —** Cada compañía decide dónde matricularlos para conseguir ahorro de economía de escala. Más de cien empresas de Baleares se han traído los domicilios fiscales a la Península, concretamente a la Comunidad Autónoma de Madrid, para compensar en cierta medida la desviación de costes que van a tener, por la puesta en marcha de la tasa. Hay una polémica importante allí y el presidente de la Federación de Municipios de las Islas Baleares ha protestado enérgicamente ante el Gobierno insular. Hay municipios que están siendo muy agresivos para captar negocio y mientras la ley lo permita no es ilegal, es mercado.

**T. A. — ¿Cómo gestiona el *rent a car* la reparación de vehículos?**

**M. A. S. —** Normalmente se firman acuerdos con las posventas de las marcas, además los coches que están en *buy back* prácticamente no se rompen y si lo hacen están en garantía. Cada empresa, unilateralmente, toma sus decisiones, pero todas están muy influidas por un tema logístico, lo llevan al lugar más cercano, por productividad. Desde Feneval estamos impulsando acuerdos de servicio y estamos negociando con posventas de marcas y talleres independientes. Hay marcas que dan siete años de garantía y la que menos da dos o tres y normalmente es raro ver un vehículo con más de tres años en la Península. En Canarias o Baleares es posible, porque son islas pequeñas y se hacen pocos kilómetros. En este país tenemos muy mal acostumbrado al cliente de alquiler, se estrenan coches prácticamente cada año y el alquiler de coches en el mundo no es así.

**T. A. — ¿Cuáles son los principales frentes que están negociando con la Dirección General de Tráfico?**

**M. A. S. —** Básicamente estamos trabajando el tema de la disponibilidad de las sillitas de retención infantiles y la homologación del carné de conducir a determinados países del entorno de Rusia. Esto es super importante, porque son de

los que más están viniendo a este país, se están gastando mucho dinero y a veces les asustamos, porque cuando les para la Guardia Civil o la Policía, en ocasiones les multan porque su carné de conducir no es válido y les requisan el coche. Estamos tratando de que la Dirección General de Tráfico adopte convenios. También les vamos a pedir que, a través de las embajadas, en los países donde no existen convenios, se informe debidamente de que se necesita un permiso internacional de conducir para alquilar un coche en este país.

Otro tema es que nos ayuden a hacer un estudio de mercado, para que a partir de las cintas de Tráfico podamos confirmar el parque automovilístico que tenemos en este país, porque ahora las cifras no coinciden.

El último punto tiene que ver con lo que hemos planteado al Ministerio de Fomento para la reforma de la Ley de Ordenación de Transporte Terrestre y les pedimos su apoyo para conseguir que fueran *partner* en la presión a los diferentes estamentos para que todos los coches de alquiler sean matriculados como tales.

**T. A. — ¿Tienen datos de siniestralidad de los vehículos alquilados?**

**M. A. S. —** Cada compañía lo lleva escrupulosamente controlado a través de su compañía aseguradora, porque en ello les va la vida. Salvo en rarísimas excepciones, el sector de alquiler es autoasegurador, no cubre daños propios, con lo cual tienen muy bien parametrizado el perfil de los clientes, el tipo de coche, la frecuencia y en función de eso deciden si mantener o quitar contratos. Se maneja desde un punto de vista muy profesional.

**T. A. — ¿Se conoce cuál es la satisfacción global del cliente de *rent a car*?**

**M. A. S. —** No. Pero es una idea que tenemos que desarrollar. A nivel de empresa cada compañía lo lleva día a día y lo cuidan mucho.

**T.A. — ¿Cómo está afectando el *low cost* en esta satisfacción del cliente de alquiler de vehículos?**

**M. A. S. —** El fenómeno *low cost* no está más que empezando y cada día vamos a tener que acostumbrarnos a convivir con él y aprender cuáles son las reglas del juego. No hay que demonizar ni al *low cost*, ni a los *rentacares*, porque ellos intentan innovar.

**T. A. — Las alquiladoras han sido el trampolín para el eléctrico, ¿hay demanda real de vehículos eléctricos de alquiler?**

**M. A. S. —** El fenómeno del eléctrico murió con la salida de Miguel Sebastián del Ministerio de Industria. Fue una apuesta muy fuerte del anterior Gobierno, pero quizá hay otros sistemas alternativos con una mayor y mejor viabilidad. De hecho, el híbrido

está funcionando muchísimo mejor que el eléctrico. El eléctrico no va a despegar, ni en este país ni en ninguno, mientras el coche cueste el doble que uno normal y la autonomía sea reducida. A partir de ahí, si la tecnología, que lo hará, logra autonomías extendidas, el eléctrico no tendrá ningún problema y sólo la masificación lo pondrá en precio de mercado y a partir de ese momento podrá funcionar siempre y cuando la Administración, tanto la nacional como las locales, colaboren y acompañen con la creación de una infraestructura adecuada para poder cargar los vehículos en cargas rápidas.

**T. A. — ¿Esa masificación se puede conseguir a través de los *rent a car*?**

**M. A. S. —** Ya lo fuimos. En el 2011 y 2012 ya se compraron algunas unidades y se experimentó. Pero no hay cliente para ese tipo de coche. Los primeros estudios de mercado que hicimos demostraban que el cliente español no está dispuesto a pagar más por utilizar ese coche y que no eran receptivos a alquilar ese tipo de coche porque no les inspiraba confianza. Para mí los vehículos eléctricos que he probado son magníficos. Yo no es que no crea en el eléctrico, que estoy convencido de que puede ser un buen producto, pero también estoy convencido de que no es la alternativa al coche de combustión y

que será un nicho de mercado.

**T. A. — ¿Las Administraciones facilitan el alquiler de vehículos para mejorar los problemas de movilidad de las grandes ciudades?**

**M. A. S. —** El sector aporta mucha frescura, porque los coches se renuevan anualmente en un porcentaje muy elevado y la mayoría tienen más potencia y consumen menos, cuando desgraciadamente en el parque español más de un 40% de los vehículos tiene más de 10 años de antigüedad. Las autoridades deberían facilitar que las compañías desarrollen su actividad sin ningún tipo de contratiempo.

**T. A. — ¿Cómo financian las compras?**

**M. A. S. —** A través de financieras de marca, de bancos, del Banco Financiero de Renting... Cada compañía tiene su propia estrategia, normalmente les gusta trabajar con financieras de marca para aumentar los vínculos.

**T.A. — ¿Cómo llevan el hecho de que existan tantas Administraciones?**

**M. A. S. —** Con mucha resignación. El mayor objetivo de nuestra Federación es estar presentes en todos los órganos de debate previos a la puesta en marcha de cualquier ley o normativa que afecte a nuestro sector. Que cuenten con nosotros.

