



FENEVAL

ENERO/MARZO 2019 - Nº 201

SALÓN DE GINEBRA

Las principales novedades del
Salón en 2019

DE CERCA CON... MARTA BLANCO

Presidenta del Consejo de Turismo,
Cultura y Deporte de la CEOE

HITOS FENEVAL

Algunos hitos de nuestro
largo camino

PROTAGONISTA: MANUEL AVIÑÓ

Presidente de la Real Feceración
Española de Automovilismo (RFEA)

NUESTROS ASOCIADOS

AECOVAL celebra su 5º
Asamblea General



el camino correcto para
alquilar vehículos



Plaza al Merito Turístico
concedida a FENEVAL por
el Ministerio de Economía

Audi Empresa



Algunos coches
abren puertas.
**Otros, ciudades
enteras.**



Gama Audi mild-hybrid con distintivo ECO para circular en cualquier centro urbano, sin restricciones.

Reducir el consumo sin renunciar a unas extraordinarias prestaciones es ahora posible gracias a la tecnología Audi mild-hybrid. Este sistema incorpora una batería adicional de iones de litio para así poder alimentar los sistemas del vehículo mientras circula en modo marcha por inercia o apoya al motor de combustión. Una gran variedad de modelos Audi ya incorporan este revolucionario avance. Además puede conllevar ventajas fiscales, descuentos en los peajes y te permitirá moverte por tu ciudad sin restricciones para llegar donde otros no pueden.

Vehículos que incorporan la tecnología Audi mild-hybrid: Audi A6 y A6 Avant, Audi A7 Sportback, Audi A8, Audi Q7 y Audi Q8 en todas sus motorizaciones. El Audi A4, Audi A5 y Audi Q5 solo la incorporan en las motorizaciones de gasolina.

Gama Audi de 110 kW a 250 kW (150 CV a 340 CV). Emisión de CO₂ (g/km): de 139 a 252 (NEDC: de 117 a 217). Consumo medio (l/100 km) de 5,3 a 11,1.



AÑO NUEVO, REVISTA NUEVA...

Como ya habíamos anunciado, llegamos con nuestra revista número 201, con nuevas colaboraciones, más contenidos y secciones de actualidad.

Seguimos apostando por nuestra publicación no solo como lugar de encuentro del sector, sino también de aquellos vinculados directamente a nuestra actividad: fabricantes, clientes y en general todo el mundo del turismo del que desde hace ya mucho tiempo el "rent a car" constituye un eslabón muy importante.

La infografía que incluimos en la revista nos permite visualizar y recordar alguno de los hitos de nuestros más de 40 años de historia pero, al mismo tiempo, en esta nueva etapa debemos de reafirmar, desde FENEVAL, nuestro compromiso para afrontar los desafíos que se están planteando en un momento de cambio para los modelos de movilidad y para la propia tecnología del automóvil.

En un horizonte en el cual cada vez se plantea como pauta de conducta del consumidor la de adquirir "el uso" del vehículo más que la propiedad del mismo, es evidente que nuestro sector se encuentra en la mejor posición posible para dar respuesta a ese nuevo esquema.

No queremos obviar los desafíos de los cambios tecnológicos en los vehículos vinculados a una política ambiental que cada vez se nos presenta como una necesidad a la que la sociedad del Siglo XXI tiene que dar respuesta para evitar un colapso climático y ambiental. En esta línea FENEVAL ha venido apostando y apuesta porque lo importante a la hora de las decisiones políticas,

no sea una u otra tecnología, sino una serie de objetivos ambiciosos y determinados de menores emisiones, con independencia de la tecnología utilizada para alcanzarlos.

Sale a la calle este número coincidiendo con el debate en el Parlamento Británico sobre el Brexit y confiamos que cuando se lea, el escenario se haya aclarado y que la solución sea fruto del acuerdo porque, es indudable la incidencia de ese proceso sobre el turismo y sobre nuestro sector.

Y aunque se escuchan muchos rumores sobre las dificultades del sector en 2019, como muestra de que el mundo del automóvil no descansa, hemos dedicado algunas páginas a destacar las novedades presentadas en el Salón de Ginebra de 2019, ciudad emblemática a la que rendimos homenaje con nuestra portada.

Como bien dijo Bertolt Brecht para resaltar la importancia de la constancia y la tenacidad "¡Ay de los que luchan toda la vida! Esos son los imprescindibles"

Gracias a todos y nos vemos en el número 202, no ya con una revista nueva sino también con una Presidencia de FENEVAL nueva, y sea quien sea quién la desempeñe, desde aquí queremos desearle los mayores éxitos que serán también los más provechosos para el alquiler de vehículos.

FENEVAL

SUMARIO N° 201



ENERO - MARZO 2019

06 | ACTUALIDAD

FITUR 2019
Salón de Ginebra 2019

20 | NOMBRAMIENTOS

24 | ARTÍCULO DE OPINIÓN

Partido a partido.

26 | DE CERCA CON...

Entrevista a Marta Blanco, Presidenta del Consejo de Turismo, Cultura y Deporte de la CEOE.

30 | CURIOSIDADES

100 años de Citroën.

34 | HITOS FENEVAL

Algunos hitos de nuestro largo camino.

36 | FENEVAL RESPONDE

37 | NUESTROS ASOCIADOS

AECOVAL celebra su 5ª Asamblea General.

39 | PROTAGONISTA

Entrevista a Manuel Aviñó, Presidente de la Real Federación Española de Automovilismo (RFEDA).

41 | RECOMENDACIONES

Impact Hub Gobernador.

42 | FENEVAL PLUS

43 | A PRUEBA

Ford Focus.

46 | COCHES Y MOTORES

A fondo. Hyundai HEV 1.6. GDI.

50 | HEMOS ANALIZADO

FIAT 500x 1.0 Firefly Turbo Urban.

54 | TRIBUNA JURÍDICA

60 | EN RUTA POR

Costa da Morte.

Edita: Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos, FENEVAL

Consejo editorial: Manuel Dapena, M^o Mar Medina y Nort3 Marketing Epidérmico.

E-mail: feneval@feneval.com | web: www.feneval.com | Colaboradores: Carmen Espada, Alberto Gómez, Guillermo Alfonsín y M^o Mar Medina.
Depósito Legal: M-2795-84

La Revista FENEVAL es el Órgano Oficial de la Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos, FENEVAL, y tiene por objeto intensificar los lazos de unión entre todos los asociados, servirles de medio de comunicación recíproca y llevarles puntualmente, cada trimestre, la más completa información sobre legislación y otros temas relacionados con nuestra profesión, sin que sea responsable de las opiniones expresadas en sus páginas exceptuando las aparecidas en el editorial.

FENEVAL agradece la colaboración publicitaria de las diferentes empresas que aparecen en sus páginas, consciente de que con su colaboración se hace posible la edición de la revista.

Dirección:

C/ Jorge Juan n°19, 6ª planta
28001 Madrid

Tel.: 91 447 28 73

Fax: 91 447 65 52

e-mail: feneval@feneval.com

web: www.feneval.com

Según un estudio, el avión es el medio de transporte más seguro. Habría que revisarlo.



Nunca un Polo fue tan seguro.

El Nuevo Polo es uno de los coches más fiables y seguros de su categoría. La mejor opción para todos esos clientes que a la hora de viajar quieren olvidarse de los imprevistos y las situaciones inesperadas. Suma el Nuevo Polo a tu flota y pon a tus clientes al volante de un vehículo que hará replantearse todos los estudios sobre seguridad.

Consulta las condiciones especiales para flota rent a car en tu Concesionario Oficial Volkswagen.



Volkswagen

MOVILIDAD INTELIGENTE Y SOSTENIBILIDAD: LA APUESTA DE LOS RENT A CAR EN FITUR 2019



LAS ALQUILADORAS DE AUTOMÓVILES DESTACAN EL GRAN AUGE DEL SECTOR

REDACCIÓN FENEVAL

Coincidiendo con la buena salud del sector turístico, tanto a nivel nacional como mundial, la Feria Internacional de Turismo, FITUR 2019 cierra su 39 edición con la participación total de 253.000 asistentes, la convocatoria mayor y más internacional con un incremento de un 8,9%.

La feria, inaugurada en IFEMA por los Reyes de España, de nuevo ha revelado su capacidad de representación en una edición fuerte e intensa que ha situado a Madrid en el centro de atención de todo el colectivo turístico mundial. En términos globales, la presencia nacional ha crecido este año un 6%, y la internacional, que representa el 55% de la cuota de participación, lo ha hecho en un 11%,

liderada por el aumento de la participación de África (15%) y Europa (13%).

De entre todas las novedades de esta edición, cabe destacar el FiturechY 2019 dentro del capítulo de tecnología y turismo inteligente que, entre otros temas, ha abordado los nuevos desarrollos en movilidad y vehículos avanzados, así como la creación de innovadoras experiencias turísticas y nuevas formas de viajar.

Por este motivo, las principales empresas de Rent a Car no han querido perderse esta cita que ha tenido lugar entre los días 23 y 27 de enero y donde la mayoría ha puesto el acento en las nuevas formas de movilidad inteligente y sostenibilidad.

Uno de los que han apostado fuertemente en este punto ha sido AVIS España, que pretende "liderar la transformación del sector del Rent a Car" con su nueva gama vehículos ecológicos Eco Drive, ampliando la oferta disponible con modelos eléctricos e híbridos con 0 emisiones de gases nocivos y con una menor contaminación acústica. Estos vehículos ofrecen también la opción de utilizar el carril bus – VAO, se pueden recargar sin coste en algunos puntos de carga en zonas públicas y aparcar gratis en zona SER y circular por Madrid Central.

Entre otras de sus novedades, la compañía perteneciente a Avis Budget Group, ha presentado la nueva Avis App, que permite, de manera intuitiva, gestionar el alquiler desde el propio móvil y hace posible confirmar, cancelar o ampliar una reserva o escoger el modelo de vehículo disponible antes de la llegada al aparcamiento. Todo en un proceso sin papeleos y sin realizar colas en la estación gracias al contrato digital.

Como parte esencial de su estrategia de negocio, ponen la tecnología al servicio de la experiencia del viajero facilitando el procedimiento del alquiler y estableciendo un sistema de comunicación bidireccional entre coche, la nube de la compañía y la app de Avis. Con este avance, la compañía cuenta con información completa y en tiempo real del estado de cada vehículo. Así, el objetivo de Avis es garantizar que toda su flota esté conectada en 2020 en su apuesta por la movilidad inteligente y el desarrollo de las Ciudades 4.0.



Por otro lado, la alquiladora Europcar Mobility Group España, aprovechó su presencia en IFEMA para presentar su segundo Estudio sobre la Movilidad del Futuro del que se desprende un cambio importante en la percepción sobre el presente y futuro de la movilidad entre los españoles de entre 18 a 64 años quienes creen que la digitalización del proceso del alquiler es un factor clave "para agilizar los tiempos y los trámites".

En este estudio se afirma que siete de cada 10 encuestados consideran que el alquiler de vehículos (70,3%), el coche compartido (71,4%) y el coche con conductor (55%) sustituirán al coche en propiedad a corto o medio plazo.

Además, es notable una cada vez mayor concienciación ecológica entre los usuarios. En relación con esto, Tobias Zisik, director general de Europcar en España, explica que "la renovación constante de la flota del sector del coche de alquiler supone una solución al problema de la contaminación en las ciudades: más optimización energética y menos emisiones de CO2.", añadió.



Por su parte, Goldcar, cuya adquisición por parte Europcar Mobility Group se completó a principios de 2018, pretende seguir enfocada al segmento puramente *low cost*, donde ocupa una posición de liderazgo siendo uno de los más dinámicos en Europa, ya que representa aproximadamente 1.500 millones de euros y muestra una tasa histórica de crecimiento anual del 12%.

Precisamente, Europcar se ha centrado en reforzar la gestión de su unidad de Negocio Low Cost con Goldcar, en cuyo stand de IFEMA los visitantes pudieron disfrutar de la experiencia de la conducción extrema en un simulador y llevarse regalos y palomitas gratis.

La estrategia de Goldcar para este nuevo año se enfocará en acelerar el plan de creación de valor incorporado al programa de integración, asegurando un nivel correcto de márgenes en los ingresos, mientras se mejora la experiencia y la satisfacción del cliente.



Con la presencia de Hertz en FITUR, la compañía ha querido seguir demostrando su relevancia en el sector del Rent a Car a nivel nacional e internacional, apostando por ser un referente gracias a la calidad de los servicios que ofrece.

Además, el pasado año ha sido muy especial para la marca, que ha celebrado el aniversario de sus 100 años en el sector, 55 de los cuales han estado en el mercado español. En este sentido, Hertz ha optado por demostrar en la feria el agradecimiento y la fidelidad de sus clientes, que son su mayor valor.

Para este 2019 quieren seguir ofreciendo el mejor servicio para lo que, han aprovechado su presencia en IFEMA con la celebración de reuniones con sus clientes internacionales en su propio stand y diversos cócteles o actividades con música en directo.

La participación de Sixt en FITUR 2019 fue distinguida a través del premio al mejor stand en la categoría de empresas en relación con tres valores: profesionalidad, la adecuación del stand a las necesidades de comercialización de cada producto o servicio y capacidad de comunicación y ubicó dentro de su espacio el nuevo BMW serie 8, una de las últimas novedades mundiales de la marca bávara.

Además, Sixt también contó con un stand exterior para exponer un Audi S5 Cabrio y, donde los visitantes de la feria podían participar en un concurso a través de redes sociales en el que se les tomaba una foto frente a un cañón de aire para producir un efecto "cara distorsionada" como si estuviera en el interior del descapotable y por el que el ganador sería acreedor de un bono por valor de 1.000€ para un alquiler con Sixt.



La compañía aprovechó su presencia en Fitur para llevar a cabo un 'Recruitment Day' en el que el equipo de Recursos Humanos de Sixt estuvo realizando entrevistas 'in situ' y recogiendo currículums de las personas interesadas ya que, según su responsable de Talent Management en España Alba Garberi: "En Sixt España nos encontramos en un momento de plena expansión y estamos en búsqueda activa de los mejores perfiles profesionales que quieran incorporarse a nuestra plantilla en España".



seat.es/empresas

La zona de confort no es una zona por descubrir.

Nuevo
SEAT Tarraco.

¿Por qué no ahora?

Llega el Nuevo SEAT Tarraco para aquellos que hacen que las oportunidades sucedan. El SUV más versátil con hasta 7 plazas, un diseño icónico y la última tecnología en conectividad y seguridad. Nunca es tarde para convertir las ideas en éxitos.

SEAT **FOR BUSINESS.**



SEAT

Consumo medio combinado de 5,7 a 9,5 l/100 km. Emisiones ponderadas de CO₂ de 148 a 214 g/km. (Valores WLTP). Emisiones ponderadas de CO₂ de 129 a 166 g/km. (Valores NEDC). Imagen acabado SEAT Tarraco Xcellence con opcionales.



Cicar, por su parte, afronta el año 2019 con la mirada puesta en el turismo español para consolidar su liderazgo en el sector en las Islas Canarias con tasas de crecimiento superiores al 5% y con buenos resultados para la alquiladora en los tres últimos.

Como viene siendo habitual en las últimas ediciones, el stand de la empresa en la Feria acogió diversos encuentros y eventos. Así, los grupos empresariales CICAR-Cabrera Medina y DISA, presentes en cada una de las siete islas del Archipiélago canario, han reeditado su acuerdo comercial por el cual sus clientes consiguen un ahorro en sus repostajes en las estaciones de servicio DISA y Shell en toda Canarias.

De hecho, la nueva tarjeta de descuento está presente en los llaveros de los coches de CICAR, por lo que basta con mostrar el QR en las estaciones DISA y Shell para obtener un repostaje más económico.

En el séptimo año de su participación en FITUR, OK Rent a Car presentó sus proyectos nacionales e internacionales previstos para 2019, tras un 2018 en el que la empresa de alquiler de vehículos sin conductor en Baleares ha experimentado el mayor crecimiento de su historia dentro del territorio nacional superando los 300 millones de euros de facturación en 2018.

El presidente ejecutivo y fundador de OK Group, Othman Ktiri, mostró su satisfacción por la presencia que tiene la compañía en España y afirmó que "2019 va a ser el año en el que OK Rent a Car dé el salto al extranjero con la inminente apertura de tres nuevas oficinas en Portugal: Lisboa, Oporto y Faro", añade Ktiri.

La alquiladora además presentó el Smart Check-in Box a través de AmigoAutos, división dedicada al alquiler de vehículos con presencia en todas las oficinas que el grupo tiene en España. Este proyecto busca ser un avance diferencial en la automatización que optimiza la eficiencia en los procesos de contratación y recogida de vehículo.

También tuvieron presencia en FUTUR como co-expositores marcas como Centauro, Faycan, Record Go, Autos Jocar y TopCar.



SALÓN DE GINEBRA 2019



A pocos días de haber finalizado la cita por excelencia del mundo de la automoción en Europa, ya se pueden desgranar las que han sido las últimas novedades del Salón del Automóvil de Ginebra 2019 que ha reunido a los principales fabricantes en su 89ª edición.

Hasta el 17 de marzo, la ciudad suiza se convirtió, por tanto, en la capital mundial del automóvil siendo además el único salón anual europeo reconocido por la OICA (Organización Internacional de Constructores de Automóviles), un salón con ya casi 100 años de historia y el evento más importante para confirmar las tendencias de la industria internacional de la automoción.

En este sentido, la edición de este año no ha defraudado ya que se han presentado hasta casi un centenar de coches: desde aquellos solo al alcance de un puñado de mortales, hasta los aptos para todos los públicos.

El protagonismo, para aquellos "concept car" o prototipos que suponen un acercamiento al futuro del sector en cuanto a diseño o conducción inteligente, pasando además por la búsqueda de la reducción de las emisiones de CO2 a través de modelos híbridos o totalmente eléctricos.

LA OLEADA DE HÍBRIDOS DE AUDI

Audi apuesta por su capacidad para recorrer decenas de kilómetros en modo eléctrico con la presentación de sus versiones enchufables de Audi A6, Audi A7, Audi A8 y Audi Q5 con un motor de gasolina con turbo y un motor eléctrico integrado al cambio de marchas, suficiente para alcanzar una autonomía en modo eléctrico puro – según homologación – en el entorno de los 40 kilómetros.



Audi Q4 e-tron.

Pero, sin duda, uno de los modelos más atractivos del salón ha sido su prototipo Audi Q4 e-tron, el nuevo SUV eléctrico de Audi que estará en el mercado en 2010. Este concept presume de diseño elegante y minimalista con claro carácter deportivo, marcado por sus llantas de 22 pulgadas, sus faros Matrix LED y su línea del techo ligeramente caída.

BMW, AVANCE EN ELECTRIFICACIÓN

El fabricante bávaro aprovechó su presencia en esta relevante cita automovilística para el debut del nuevo BMW Serie 3 Touring. La versión familiar de la nueva generación del BMW Serie 3 llegó para beneficiarse de todos los avances introducidos en su momento por la renovada berlina premium: más tecnología, eficiencia, conectividad, seguridad y confort.



BMW X7.

Además, el reciente actualizado BMW Serie 7, que prescindirá de los motores V8 y V12 a favor de mecánicas híbridas también ha estado en Ginebra compartiendo espacio con el nuevo BMW X7, el todocamino más grande y exclusivo de la marca.

CITROËN Y SU PROPUESTA DE MOVILIDAD URBANA

La firma de los dos chevrões conmemoró su 100º aniversario en Ginebra con su principal novedad: el Citroën Ami One Concept, un prototipo que personifica la visión de la compañía gala sobre la movilidad urbana del futuro. Un vehículo ultra compacto y 100% eléctrico que permite que dos personas viajen libremente por la ciudad.



Citroën Ami One Concept.

Pero además, cabe destacar la Citroën Spacetourer 'The Citroënist' Concept, un prototipo de furgoneta moderna que va acompañado de una exclusiva bicicleta, la "Rider The Citroënist by Martone", desarrollada en colaboración con Martone e incorporando los códigos estilísticos del concept car.



Nuevo Kia Ceed Tourer

Uno de los tuyos.



CEED TOURER



Empresas

Algunos dicen que ser indispensable es prácticamente imposible. Quizá es porque no conocen el nuevo Kia Ceed Tourer, ni el confort de su cabina o sus 625 litros de capacidad de maletero. Tampoco la seguridad ni la tecnología que ofrece a los que viajan en él. Será entonces cuando comprendan que, a veces, los indispensables si existen. Descubre a tu mejor socio.

**Emisiones CO₂ combinadas WLTP correlado a NEDC (g/km): 104-132. Emisiones CO₂ combinadas WLTP (g/km): 123-146.
Consumo combinado WLTP (l/100km): 4,7-6,4.**

*Consultar manual de garantía Kia.

FIAT, EL ELÉCTRICO PERSONALIZABLE

El fabricante italiano ha celebrado sus 120 años de vida con el debut del Fiat Concept Centoventi, y el lanzamiento de la nueva gama '120th', una de las soluciones de movilidad eléctrica más asequible del mercado y una de las pocas capaces de proporcionar una autonomía interesante para afrontar viajes largos fuera de la ciudad de hasta 500 km.



Fiat Concept Centoventi.

Pero, además, este modelo inspirado en el diseño italiano se trata de un "lienzo en blanco" que se producirá en un solo color de carrocería y que los clientes podrán personalizar utilizando el programa "4U", con una selección de 4 techos, 4 parachoques, 4 embellecedores de las ruedas y 4 envolturas exteriores. Con esta posibilidad, los propietarios ya no tendrán que esperar nuevas ediciones especiales o liftings para cambiar sus coches en cualquier momento.

HONDA E PROTOTYPE, EL PEQUEÑO NIPÓN DE 4 PLAZAS

El ahora llamado Honda e Prototype será el primer coche eléctrico de la marca nipona como una parte clave de la estrategia "Electric Vision" de Honda en Europa. Se trata de un cuatro plazas que mide 3,90 x 1,70 x 1,50 metros (largo, ancho, alto). Más grande que un Smart forfour (3,49 x 1,80 x 1,59), pero menos ancho y alto.



Honda e Prototype.

Este modelo cuenta con enfoque funcional y un diseño exterior distintivo y limpio de suaves contornos en la carrocería que recuerdan en su frontal a la primera generación del Civic (1972) con sus faros redondos, que combina con un interior contemporáneo y minimalista con tecnología avanzada. Exteriormente destaca la ausencia de espejos retrovisores laterales, que son sustituidos por pequeños salientes que alojan las cámaras y los intermitentes.

KIA E-SOUL, MÁS POTENCIA Y AUTONOMÍA

El nuevo Kia e-Soul eléctrico hizo su debut europeo con más potencia y autonomía gracias a su nueva generación de baterías de iones de litio hasta un 30% más eficientes en energía que las del actual modelo eléctrico de mayor venta en el viejo continente, llevando hasta la categoría de crossovers urbanos la propulsión con cero emisiones.



Kia e-Soul.

El e-Soul adopta el icónico diseño y el carácter desenfadado de sus predecesores y mantiene los puntos fuertes que han caracterizado a las generaciones previas: sobresaliente relación entre valor y precio, un interior amplio para cinco ocupantes, niveles altos de espacio y de versatilidad. Este nuevo modelo será capaz de recorrer hasta 452 km con una sola carga y estará a la venta en Europa hacia el final del primer trimestre de 2019.

MERCEDES CLA SHOOTING BRAKE 2019, UN DEPORTIVO FAMILIAR

La versión familiar del Mercedes CLA, con una imagen renovada y una puesta al día más tecnológica, ha irrumpido en la ciudad suiza con el nuevo CLA Shooting Brake 2019: un cinco puertas de cuatro plazas con un amplio espacio de carga más atractivo y práctico.



Mercedes Benz CLA Shooting Brake.

El interior del habitáculo es idéntico al CLA Coupé con una enorme pantalla, un volante con funciones táctiles, y el sistema de infoentretenimiento MUBX de Mercedes, con su famoso control por voz. En cuanto a motores utilizará las versiones gasolina y diésel que desarrolla el grupo Daimler junto a Renault.

LA TECNOLOGÍA INVISIBLE-TO-VISIBLE DE NISSAN

La marca nipona ha presentado el Nissan IMQ Concept, un modelo de estudio que combina a la perfección la herencia japonesa y una tecnología innovadora que avanza cómo será su próxima generación de crossovers a través del sistema e-POWER, un sistema motriz totalmente eléctrico que ofrece una aceleración instantánea.



Nissan IMQ Concept.

El IMQ está equipado con la tecnología Invisible-to-Visible (I2V) de Nissan, una interfaz 3D con la que el mundo real se combina con el virtual con una avanzada versión del ProPILOT con algunas funciones de conducción autónoma por la que los pasajeros y el conductor reciben información proyectada sobre posibles atascos, alternativas a ellos, etc.

LA EVOLUCIÓN ESTÉTICA DEL NUEVO PEUGEOT 208

Peugeot irrumpió en Ginebra con importantes novedades más allá del nuevo diseño que luce siguiendo la actual filosofía de la marca y destaca su versión totalmente eléctrica, el Peugeot e-208 equipado con una batería de 50 kWh que le permite lograr una autonomía de 340 kilómetros.



Nuevo Peugeot 208.

El popular utilitario lidera así un cambio generacional que se prepara de cara a los nuevos tiempos con una nueva imagen que viene acompañada de un cambio de plataforma. Ya que, el nuevo 208 ha sido desarrollado sobre la plataforma CMP del Grupo PSA, arquitectura clave para el uso de mecánicas de última generación y versiones electrificadas.

LA QUINTA GENERACIÓN DE CLIO

Con unas líneas más estilizadas y una parte delantera más marcada, Renault presentó el Nuevo Clio en Suiza haciendo gala de dinamismo y modernidad sin dejar de ser reconocible a primera vista, con un interior que también mejora con materiales de alta gama, revestimiento soft en el salpicadero y tratamiento cuidadoso de los elementos del mobiliario.



Nuevo Renault Clio.

Este vehículo, líder del segmento B y proclamado automóvil preferido de los franceses en varias ocasiones, se enmarca dentro del plan estratégico Drive the Future de la marca, que gira en torno a 3 pilares: eléctrico, conectado y autónomo. En cuanto a los motores, parece que Renault ha comunicado que el nuevo Clio será el primer modelo de la marca en estrenar la tecnología híbrida E-Tech.

LOS ELÉCTRICOS DE SEAT

SEAT ha puesto este año los cimientos de lo que será su próxima gama eléctrica en El Salón del Automóvil presentando los dos prototipos que marcarán su camino a partir de ahora: su primera apuesta ha sido el SEAT e-Born, un modelo compacto, construido sobre la plataforma MEB del Grupo Volkswagen con una autonomía de 420 kilómetros, en ciclo WLTP.



SEAT e-Born.

Por otro lado, el Minimó, un biplaza de 2,5 metros de longitud y 1,24 de anchura, es la opción propuesta de la marca para moverse por el tráfico urbano. Dotado de un motor eléctrico que ofrece la ventaja de no tener que estar pendiente de la recarga de la batería, ya que la marca plantea un sistema de cambio de fuente de alimentación, a través de estaciones especializadas. Una solución perfecta para el *car sharing*.

SKODA Y SU MOVILIDAD SOSTENIBLE

Skoda no ha querido quedarse atrás en esta gran cita automovilística y ha dado el pistoletazo de salida hacia la movilidad eléctrica con el debut de su esperado SUV urbano, el nuevo Skoda Kamiq, que combina las ventajas de un SUV con una mayor distancia hasta el suelo, una posición de los asientos más elevada, y una apariencia off-road estilizada y la agilidad de un vehículo compacto.



Skoda Vision iV.

La movilidad sostenible y eléctrica también tendrá un papel relevante con el nuevo Skoda Vision iV, un modelo conceptual que se sitúa como la antesala del futuro coche eléctrico de Skoda, basado en la plataforma MEB de Volkswagen y que verá la luz en algún momento del próximo año 2020. También se producirá el debut de Skoda Klement, una bicicleta totalmente eléctrica y conectada.

TOYOTA: EL RETORNO DEL SUPRA

Por su parte, Toyota ha dejado patente su apuesta por diferentes tipos de modelos con el objetivo de satisfacer siempre a los clientes más exigentes. Por un lado, con el nuevo Toyota GR Supra, un deportivo puro que se mantiene fiel a la disposición clásica de motor delantero y tracción trasera, a partir del legado de las generaciones anteriores de Supra y del Toyota 2000GT de 1967.



Toyota GR Supra.

Por otro lado, concebido y diseñado para cumplir con la normativa internacional de competición GT4, el prototipo Toyota GR Supra GT4 Concept mostró cómo podría utilizarse el nuevo Toyota GR Supra como base para un deportivo asequible. Además, también desembarcó en Ginebra el nuevo Toyota Prius con dos grandes novedades, su renovado diseño y su tracción eléctrica a las cuatro ruedas que lleva un paso más allá la experiencia híbrida gracias a su sistema intelligent All-Wheel Drive (AWD-i).

VOLKSWAGEN Y LA EVOLUCIÓN DEL PASSAT

Volkswagen ha aprovechado la cita en Ginebra para mostrar al mundo cómo ha evolucionado el Passat, que continúa con una línea con ligeras modificaciones: además de unos nuevos paragolpes, estrena grupos ópticos, tanto delanteros como traseros. También a partir de ahora todas las versiones contarán de serie con faros de tecnología LED.



Nuevo Volkswagen Passat Variant.

Con respecto a la oferta mecánica, ha sido actualizada por completo. Será posible comprar el nuevo Volkswagen Passat tanto con motor de gasolina como diésel. Además, las versiones híbridas enchufables seguirán estando presentes: han sido revisadas y ahora cuentan con una mayor autonomía en modo totalmente eléctrico que alcanza los 55 kilómetros según el ciclo WLTP.

COCHE DEL AÑO

Pero además de todas las novedades que se han podido vislumbrar, el Salón del Automóvil de Ginebra también es el escenario en el que se proclama el vencedor del Coche del Año en Europa 2019, que en esta edición ha sido el Jaguar I-Pace, que empató a puntos (250) con el Alpine A110 y que ganó por tener mejores máximas puntuaciones. Mientras que el meritorio tercer puesto, a solo 3 puntos, ha sido para el Kia Ceed.



Jaguar I-Pace.

LOS ÚLTIMOS CARGOS NOMBRADOS EN EL SECTOR DEL TURISMO Y EL MOTOR



Rafael Alférez

DIRECTOR DE MARKETING EN KIA MOTORS IBERIA

Rafael Alférez desempeña desde octubre de 2018 el cargo de director de marketing de Kia Motors Iberia donde supervisará las áreas de publicidad, digital, marketing de concesionarios y producto y precios y formará parte del Comité de Dirección reportando directamente al director general de Kia Motors Iberia, Eduardo Divar. Alférez cuenta además con una relevante experiencia profesional en el sector de automoción y ocupó el puesto de responsable de CRM en empresas como Land Rover o Jaguar.



Javier Ruiz

DIRECTOR COMERCIAL DE KIA MOTORS IBERIA

Javier Ruiz asume desde febrero el cargo de director comercial de Kia Motors Iberia como máximo responsable de las áreas de Ventas, Flotas, Vehículo de Ocasión y CRM de la marca en España. Ruiz se incorporó a la compañía en 2010 como gerente de Zona y había ocupado desde 2012 el cargo de gerente sénior nacional de ventas. A su dilatada experiencia se suman más de 15 años en el grupo FCA en diversas posiciones como director de logística y planificación, gerente de zona y director regional de Vehículo Nuevo.



Christian Stein

DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN DE SEAT Y DE RELACIONES INSTITUCIONALES DE SEAT Y DEL GRUPO VOLKSWAGEN EN ESPAÑA

Christian Stein lidera desde noviembre de 2018 la nueva área que ha fusionado los departamentos de Comunicación y Relaciones Institucionales de SEAT del Grupo Volkswagen en España, Portugal y Norte de África que será responsable de potenciar la imagen la compañía. Desde 2015 era director de comunicación de SEAT, área a la que se incorporó tras haber dirigido el departamento de Marketing de la organización desde 2011.



Eric Brochard

DIRECTOR DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN DE PSA EN MADRID

Eric Brochard ha sido nombrado el pasado febrero de 2019 director del centro de producción del Grupo PSA en Madrid. Hasta la fecha, ocupaba el puesto de vicepresidente ejecutivo de la 'joint-venture' entre Toyota y PSA en la fábrica de Kolin (República Checa). Anteriormente fue director de proyecto de los vehículos Peugeot 4008 y 5008 en la planta de Chengdu (China).





RENAULT
Passion for life

Nuevo
Renault KADJAR
SUV by Renault



Faros Full LED

Techo fijo panorámico

Pantalla táctil 17,8 cm (7") con Smartphone Replication

Nuevo Renault Kadjar: consumo mixto (l/100km) desde 4,2 hasta 6,0.
Emisiones de CO₂ (g/km) desde 111 hasta 138.

100
AÑOS
AUTOMÓBILE
BARCELONA
1919/2019

Renault recomienda **elf**

reault.es

LOS ÚLTIMOS CARGOS NOMBRADOS EN EL SECTOR DEL TURISMO Y EL MOTOR

Michel Kisfaludi

DIRECTOR DE OPERACIONES DE GOLDCAR

Michel Kisfaludi ha sido nombrado director de operaciones de Goldcar. Anteriormente ocupaba el puesto de director de operaciones de Europcar en España.

Durante su carrera, Michel Kisfaludi ha ocupado cargos de alta dirección en los sectores tecnológico y financiero.

Paulo Pinto

DIRECTOR DE MARCA MID-TIER DE GOLDCAR

Paulo Pinto es el nuevo director de marca Mid-Tier en Goldcar, cargo que ejerce tras ser director de InteRent Portugal durante dos años y, previamente, ocupar puestos de alta dirección en varias compañías de la industria Rent a Car.

José Blanco

DIRECTOR GENERAL ADJUNTO DE EUROPCAR

José Blanco ha sido nombrado director general adjunto de la Unidad de Negocio Low Cost de Europcar. Anteriormente ha ocupado el puesto de director de Ventas y Marketing para Europcar en Reino Unido, tras haber ejercido el mismo cargo en España.

Blanco cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector del ocio y turismo, gestionando el área de ventas y marketing en empresas como Portaventura Park & Resort, la estación de esquí Grandvalira y la compañía de cruceros Pullmantur (Grupo Royal Caribbean).

APROVECHA LAS BUSINESS WEEKS DE FORD CONDUCE TU NEGOCIO HACIA EL FUTURO



Nuevo Ford Focus

Elegante, con un diseño cuidado y mayor espacio. Además de otorgar a tu flota flexibilidad y dinamismo, comprobarás que la seguridad y la eficiencia son el motor de la conducción del futuro. Disfruta de la tecnología inteligente Ford Co-Pilot360 y descubre otro nivel de conectividad gracias a FordPass Connect. Prepárate para llevar tu negocio más lejos visitando **ford.es**



Go Further

GAMA FORD FOCUS SIN OPCIONES: CONSUMO WLTP CICLO MIXTO DE 4,3 A 7,1 L/100 KM. EMISIONES DE CO₂ WLTP DE 111 A 161 G/KM (DE 88 A 134 G/KM NEDC), MEDIDAS CONFORME A LA NORMATIVA VIGENTE. Los valores de emisiones de CO₂ pueden variar en función del equipamiento seleccionado. Los valores NEDC serán los que se consideren para el cálculo de la fiscalidad asociada con la adquisición del vehículo. Los valores NEDC serán los que se consideren para el cálculo de la fiscalidad asociada con la adquisición del vehículo.

Enero/Marzo 2019 - 23

PARTIDO A PARTIDO...



Todos hablamos de electrificación automovilística, todos queremos electrificación automovilística en un hipotético mundo feliz como fin de nuestros males medioambientales. Esa es la teoría. La realidad, y focalizamos en nuestro país, es bien distinta: no estamos preparados todavía para asumir el reto de la electrificación, y menos por la vía de la urgencia y de la prohibición. El cliente, el usuario, es quien tiene que dar o quitar razones y desde su convencimiento todo será más fácil, no desde la obligación. Existen coches eléctricos, todavía pocos y caros porque las economías de escala no han logrado hacer asumibles costes de baterías –se habla de 2024 o 2025 como momento en que podrán costar igual con sus homólogos de gasolina o Diesel-, existen interesantes alternativas híbridas enchufables –solución intermedia porque en el momento que la electricidad no empuja, la masa muerta de baterías dispara consumos-, existen unos híbridos tradicionales especialmente interesantes en su circular urbano porque han logrado armonizar constantemente con electrificación instantánea la propulsión por combustión tradicional para rebajar consumos... Pero no olvidemos que también el gas es una solución interesante y económica para el usuario, igual que, por mucho que los satanicemos, los gasolina o Diesel modernos, estos últimos imbatibles en eficiencia cuando de realizar largas distancias a velocidades constantes se trata.

Por mucho que las políticas continentales, nacionales o locales legislen o regulen, la realidad del mercado habla de que los niveles de CO₂ por coche nuevo crecen, fruto de la decisión del público de elegir carrocerías SUV –más pesadas y menos aerodinámicas-, y fruto de la gasolinización del mercado –un Diesel, sigue emitiendo entre un 20 y un 25 por ciento menos CO₂ que un gasolina-. Y la realidad de este país habla de un coche tipo que circula por nuestras carreteras con 12 años de media de vida, con lo que eso conlleva a nivel de emisiones y seguridad. Creo que más que matar moscas a cañonazos queriendo forzar una electrificación total –no entro en unas paupérrimas infraestructuras de recarga, no entro en unos tiempos de recargas inasumibles por la mayoría, no entro en el origen de la limpieza de nuestra energía eléctrica en estos momentos, no entro en la cantidad de energía necesaria para fabricar una batería o en su dependencia de suministro del monopolio asiático...- lo que toca es avanzar de una manera multimodal, aprovechando las alternativas que ofrece la tecnología actual para ir restando gramos de CO₂, de NO_x... El fin tiene que justificar TODOS los medios.

Juan Carlos Payo



 **DEKRA**
Con toda confianza.

La seguridad como sustento para ofrecer servicios de vanguardia

Con presencia en más de 50 países en los 5 continentes y más de 46.000 empleados, en DEKRA somos expertos ofreciendo consultoría, testing de productos, auditorías, sellos de calidad, homologación, inspección industrial y construcción, formación, gestión de reclamaciones y peritaciones. En DEKRA velamos por su seguridad y nos sentimos orgullosos por ello.

Nuestra Visión para el 2025 es clara:

ser el partner global para un mundo seguro



Para más información y contacto escribanos un correo a marketing.spain@dekra.com o en www.dekra.es/es/contacto



Marta Blanco: "Continuaremos defendiendo el IVA reducido en el sector"

Entrevista a la Presidenta del Consejo de Turismo, Cultura y Deporte de la CEOE.

1. Aprovechando su reciente nombramiento como presidenta del Consejo de Turismo, Cultura y Deporte. ¿Cómo se plantea estos primeros meses de trabajo?

Es un reto que afronto con mucha ilusión. Es un honor presidir un Consejo que reúne a la totalidad de los sectores de la actividad turística. El alojamiento, la comercialización, el transporte, la restauración, la oferta complementaria y el ocio están representados en el Consejo, razón por la cual el Consejo se conforma como un interlocutor relevante ante el Gobierno y resto de las administraciones públicas.

Además, en su nueva configuración, hemos incorporado la cultura y el deporte, dos sectores de una importancia cualitativa y cuantitativa indiscutibles. En un principio, trabajaremos para identificar aquellos aspectos del turismo que pueden reforzar la cultura y el deporte y viceversa, de qué manera la cultura y el deporte pueden contribuir de forma positiva sobre el sector turístico. En mi anterior responsabilidad, he formado parte de un departamento donde se gestionaba de forma conjunta el turismo, la cultura y el deporte, y mi experiencia es que los tres sectores salen ganando. Esto no obsta para que abordemos también las particularidades de los nuevos sectores que se han incorporado, de forma que podamos identificar también sus propias necesidades.

Y todo ello sin olvidar el hecho de que también presido la Comisión de Relaciones Internacionales (CEOE Internacional) y que desde esta Comisión también se puede contribuir a atender demandas y necesidades de los sectores. El turismo es una exportación de servicio y, por otro lado, muchas empresas turísticas españolas son pioneras y protagonistas destacadas del proceso de internacionalización de la economía española.

La actividad para los primeros meses será pues muy intensa y vendrá determinada por los intereses y necesidades de los sectores.

2. ¿Cuál cree que son los nuevos retos a los que se enfrenta el sector del turismo en España a corto plazo?

A pesar de la buena situación del sector turístico en nuestro país, son muchos los retos que debe afrontar en los próximos años en aras a mantener su competitividad. Entre ellos, podemos citar la recuperación de destinos competidores, Brexit, digitalización, reconversión de destinos maduros, certidumbre jurídica, nuevos modelos de negocio, fiscalidad, promoción, etc.

Si bien en estos momentos, ante la incertidumbre sobre la salida del Reino Unido de la Unión Europea, el Brexit constituye un asunto prioritario sobre el que vamos a trabajar junto con otras Comisiones de la CEOE.

ACUERDOS FENEVAL

SÓLO PARA NUESTROS ASOCIADOS

LAS EMPRESAS PERTENECIENTES A FENEVAL PUEDEN ACCEDER A VENTAJAS Y COLABORACIONES CON MARCAS DEL SECTOR QUE LES OFRECEN SERVICIOS EXCLUSIVOS



El objetivo del acuerdo con Grupo Delfín es aportar soluciones para la optimización de la flota, ofreciendo diversos servicios. Son flexibles, se pueden contratar sólo los servicios que le interesen, ampliándolos o reduciéndolos según sus necesidades de negocio. Atienden en cualquier punto de España siempre con la misma calidad y atención.
www.delfingrupo.es



AZ Servicios, correduría de la red Espabrok, cuenta con más de 20 años de experiencia en el aseguramiento de flotas de vehículos. El acuerdo con Feneval permite que los asociados se beneficien de un trato diferenciador en cuanto a primas, garantías, condiciones y tramitación de siniestros, además de un canal exclusivo de comunicación.
www.espabrok.es



Con más de 90 años de experiencia, esta entidad tiene como principal cometido preservar la seguridad a largo plazo y la protección y calidad medioambiental. Presta, entre otros servicios, la tramitación integral y gestión de recobro de siniestros, además de peritaciones, homologaciones, etc. Tras su acuerdo con Feneval, ofrece descuentos y ventajas para todos los asociados.
www.dekra.es



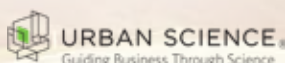
Con su historial de más de ocho millones de multas defendidas, Dvuelta ofrece servicios de defensa de sanciones de tráfico tanto a persona jurídica como física. Para Feneval, pone a disposición de sus asociados su colaboración en defensa específica de sanciones de tráfico para rent a car, con asesoramiento personalizado y condiciones especiales.
www.dvuelta.es



Autorola, compañía líder en Remarketing Digital y experta en el desarrollo de soluciones para gestión, control y venta de flotas, se adapta a las necesidades del cliente ofreciendo diferentes servicios como venta online, plataformas de gestión de reparaciones de flotas, herramienta de pricing VO digital o consultoría de VO entre otros sistemas y servicios. Para más información, www.autorolagroup.com



Feneval y FOXid han llegado a un acuerdo de colaboración. La empresa, dedicada a la Protección de la Seguridad Nacional y Económica, ofrece una solución que certifica la autenticidad de un documento en tiempo real, con una fiabilidad del 99% para 150 países.
www.foxid.eu



El objetivo de Urban Sciences es acercar la disciplina científica al mundo empresarial para conseguir negocios exitosos. Considerando la empresa de un modo global se optimizan la venta, la postventa y la financiación. Y se optimizan los esfuerzos de marketing para impulsar y generar tráfico al menor coste por venta.
www.urbanscience.com

Por otro lado, la próxima convocatoria de nuevas elecciones y la conformación de un nuevo gobierno es una oportunidad para reflexionar y trabajar sobre propuestas concretas que contribuyan a mejorar la competitividad del sector.

3. España es el segundo país con mayor número de turistas del mundo, ¿Cree que hay algún servicio de nuestra oferta turístico-cultural que tiene oportunidad de mejora?

Efectivamente España es el segundo país del mundo respecto al número de turistas que recibe, sólo por detrás de Francia, con 82,8 millones de turistas en 2019. Pero más allá de este volumen de turistas, el turismo es un sector estratégico para la economía española. Según la última Cuenta Satélite, aporta un 11,7% al PIB, genera el 12,8% del empleo total (2,60 millones de puestos de trabajo) y ejerce un importante efecto arrastre sobre otros sectores económicos.

Asimismo, España fue ya en 2017 el segundo país del mundo y el primero de Europa en el gasto que los turistas internacionales realizan, con 87.004 millones de euros, según estadística del INE. En 2018, el gasto total de los turistas internacionales ha alcanzado los 89.856 millones de euros (+3,3%).

Y no debemos olvidar que España lidera el índice de Competitividad de Viajes y Turismo que elabora el Foro Económico Mundial entre 136 países. Es el segundo país del mundo en cuanto a su oferta cultural, el noveno en oferta de naturaleza, el segundo del mundo en infraestructuras, el noveno en conectividad aérea y el quinto en cuanto a políticas de apoyo al sector, según este índice.

Es, por tanto, fundamental trabajar en mantener este liderazgo y lograr la mayor competitividad, identificando las áreas de mejora existentes, aspecto en el que trabajaremos en el Consejo de Turismo, Cultura y Deporte. El conocimiento acumulado y la experiencia de nuestro

sector turístico empresarial jugarán un papel decisivo a este respecto, internacionalizando aún más su oferta y con el compromiso continuo con la especialización y la diversificación. La digitalización y el uso de las nuevas tecnologías serán instrumentos clave para una oferta innovadora y atractiva.

4. España recibe más de 30 millones de visitas solo durante los meses de verano. ¿Cuál es su opinión acerca los Rent a Car dentro del turismo en nuestro país?

El servicio proporcionado por los Rent a Car es parte fundamental de la oferta turística que nuestro país ofrece, siendo un servicio de alto valor añadido e imprescindible para muchos de los turistas que nos visitan, así como para los nacionales que se desplazan, fundamentalmente, a nuestras islas.

Ahora bien, a pesar de esta fuerte vinculación con la oferta turística, el sector de alquiler de vehículos sin conductor está sujeto al tipo general del IVA, en lugar de serle de aplicación el tipo reducido, característico de nuestro turismo. Desde el Consejo de Turismo, Cultura y Deporte continuaremos defendiendo la necesidad de que se modifique el tratamiento fiscal del sector, máxime si se toma en consideración que es habitual comercializar el alquiler de vehículos en paquetes turísticos, junto con actividades que sí están sujetas al IVA reducido.

5. ¿Cuál es su opinión sobre las actuales tendencias de propuestas de electrificación acelerada del parque automovilístico en algunas regiones de España?

En CEOE consideramos necesario avanzar hacia un modelo de movilidad que gire en torno a medios de transporte sostenibles. En este sentido, es evidente que la electrificación jugará un papel relevante en la movilidad sostenible. Sin embargo, no se debe considerar a la electrificación como la única vía para la reducción de las emisiones en el transporte ligero. Debe apoyarse la neutralidad tecnológica.



Así, la combinación de combustibles petrolíferos de alta calidad, biocombustibles sostenibles, innovaciones en motores de combustión interna y el uso y conducción eficiente de los vehículos, entre otros, ofrecen un gran potencial para la reducción progresiva de las emisiones de gases de efecto invernadero que debe también tenerse en cuenta. Los escenarios de prohibición de las tecnologías asociadas a los motores de combustión interna perjudicarían la adopción de estas soluciones innovadoras que permitirían cumplir de forma eficiente en costes los objetivos de reducción de emisiones de la Unión Europea y reforzar el liderazgo tecnológico a nivel mundial.

6. ¿Ve usted posible la elección de energías alternativas no contaminantes por parte de la Administración de cara a los vehículos de alquiler, debido a las actuales carencias de infraestructuras de recarga?

Si no se cuenta con las infraestructuras de recarga necesarias, difícilmente podrá darse una transición real hacia otras energías. Por ello, la adopción de cualesquiera

medidas de elección de energías alternativas no contaminantes por parte de la Administración respecto a los vehículos de alquiler dificultará gravemente el desarrollo de este sector, con las consiguientes repercusiones en el ámbito turístico.

En todo caso, la instalación de infraestructuras de recarga es una cuestión compleja, atendidas las inversiones que requiere y la adecuación de su localización. La Administración debe tener un papel clave en el despliegue de las mismas.



CIENCIA. YENDO MÁS ALLÁ DE LO OBVIO.

Las más exitosas compañías de automoción confían en el poder de la ciencia. Durante más de 40 años, Urban Science ha aportado soluciones innovadoras para afrontar los desafíos que se pensaba que no tenían solución. Inventamos la planificación de red. Ahora estamos redefiniendo los estándares de la industria para mejorar la eficacia del marketing digital y el rendimiento de las operaciones de los concesionarios, con la capacidad de optimizar casi a tiempo real.

Cuando es el momento de tomar una decisión crítica, puede seguir el camino convencional y desear haber tomado la decisión correcta. O llame a Urban Science y sepa que lo hizo.

+34 91 598 12 12 | urbanscience.com/es

100 AÑOS DE CITROËN



Citroën Traction Avant de 1934, apodado Citroën "Pato".

Aunque nuestra memoria personal nos haga pensar que el automóvil es algo que lleva con nosotros desde siempre, la realidad es que los coches son un invento reciente. A fin de cuentas, apenas 133 años nos separan del primer vehículo autopropulsado con motor de combustión interna.

Por eso el hecho de que algunas marcas de automóviles lleguen a cumplir un siglo de vida es algo que realmente resulta impactante. Sobre todo, porque en el camino del último siglo, han sido muchas las que han acabado sucumbiendo.

Citroën, durante este 2019, cumple exactamente esa cifra, el siglo de vida, habiendo llegado hasta la actualidad tras atravesar todo tipo de dificultades, pero tratando siempre de mantener su ADN inalterado. Y ese no es otro que el de la innovación y la audacia.

Fundada en 1919 por André Citroën en París, la Citroën fue el resultado de una necesidad industrial, más que un plan premeditado.

Pero para comprenderlo mejor, tenemos que retomar los orígenes del personaje: André, que había estudiado ingeniería en la politécnica de París, en su juventud ya llamó la atención por su capacidad de innovar y hacer negocios: Patentó un sistema de producción de engranajes helicoidales dobles tras ver la idea en Polonia

en manos de un pariente, y se consagró como director general de Automóviles Mors en 1906.

Estando al cargo de esta empresa automovilística, en la que toma contacto con los coches, viaja a Estados Unidos para conocer de primera mano la producción en cadena del Ford modelo T en 1912, y queda impresionado por el sistema productivo.

Funda en ese mismo año una compañía dedicada a producir sus patentados engranajes, pero su desarrollo personal se ve detenido por el estallido de la Primera Guerra Mundial. Es reclutado para tomar parte del segundo regimiento de artillería de Metz, y es allí donde detecta una necesidad: No hay obuses en suficiente cantidad como para suministrar a la infantería.

Así, André propone al General Luis Baquet crear una fábrica que, siguiendo los preceptos de lo que había visto en la factoría de Ford, pueda proporcionar hasta 10.000 obuses diarios.

La idea seduce a los mandamases del gobierno francés, que dan luz verde al proyecto de Citroën, que establece de esta manera una factoría que cumple con lo prometido, movilizandando además a 13.000 trabajadoras.

Su papel es tan vital para el ejército francés que el gobierno le pone al cargo en 1917 de organizar toda la producción bélica de la zona de París.



André Citroën.

Así las cosas, concluida la Gran Guerra, André se encuentra con una factoría capaz de producir en serie cualquier cosa, pero sin demanda de obuses. Es en ese momento cuando, como citábamos más arriba, la necesidad de mantener en marcha la factoría fuerza a André a inclinarse en 1919 a la producción de automóviles.

¿Y por qué coches? Pues porque a fin de cuentas André ya conocía el sector, y la demanda de este tipo de productos estaba creciendo de manera exponencial en Francia en ese momento.

De esta manera, para marzo de 1919, la recién creada Citroën presentaba su Modelo A, convirtiéndose en el primer coche fabricado en serie en cantidades apreciables en toda Europa.

Como suele decirse, de ahí en adelante "todo es historia". Citroën vivió una expansión meteórica como marca automovilística en estos años veinte, combinando la producción de coches con la de vehículos militares para el ejército, e innovando en áreas como la del marketing, con el uso de un enorme anuncio luminoso en nada más y nada menos que la Torre Eiffel.

Pero los problemas no tardaron en llegar. André era un genio industrial, pero el lado de la rentabilidad lo había dejado ciertamente descuidado. A finales de los años veinte, Citroën acumulaba enormes pérdidas, a raíz de vender coches con poco o ningún margen comercial.



Fábrica Citroën.

Tras lograr reestructurar su deuda con los bancos, André decidió huir hacia delante de los problemas. El mercado francés se había convertido en uno con una guerra de precios sin cuartel, y Citroën creía firmemente que la solución pasaba por innovar tecnológicamente para diferenciar sus productos.

Así nació el proyecto del "Traction Avant", un coche destinado a marcar un antes y un después tecnológico, con el uso de una construcción unitaria "chasis-carrocería", y sobre todo, convirtiendo el coche a tracción delantera, en lugar de la característica tracción trasera empleada por

todos sus rivales. También convivían en él otras soluciones innovadoras, como la suspensión delantera por barras de torsión y dobles triángulos superpuestos.

La inversión en el proyecto fue brutal, pero justo en los años de la gran depresión, condenó a más problemas económicos a Citroën de los que iba a solventar.

El proyecto salió a la luz en 1934, con un último empujón en publicidad para conseguir que el Traction Avant lograra funcionar en el mercado, cosa que haría, pero en ese esfuerzo titánico, Citroën tuvo que declararse en bancarrota.



Anuncio de Citroën.

Michelin, que era el mayor acreedor por entonces de Citroën, tomó las riendas de la compañía ese mismo 1934, tomando decisiones difíciles como recortar la plantilla a la mitad y reduciendo los salarios.

En los prolegómenos de la Segunda Guerra Mundial, Citroën seguía manteniendo en su interior su ansia por innovar, y por mandato expreso de Pierre-Jules Boulanger, que dirigía Citroën tras llegar desde Michelin a la compañía, se crearía un concepto único, el del 2CV, un coche pensado para motorizar la Francia rural, pensado para poder ser conducido con confort y economía por caminos sin asfaltar.

El proyecto, resultado de un estudio de mercado encargado inmediatamente por Michelin tras la toma de control de Citroën en 1934, no vería la luz hasta después de la Segunda Guerra Mundial.

De hecho, los prototipos desarrollados antes de la contienda serían desmontados y escondidos para evitar ser capturados por los invasores alemanes.

Lo positivo para Citroën fue que en 1948 pudo lanzar el vehículo, tras el armisticio, en un momento en el que la necesidad de un automóvil económico era vital para una Francia en plena reconstrucción. El éxito del 2CV y sus posteriores derivados (Dyane, AMI...), sería tal que se mantendría en producción, conservando su concepto original de finales de los treinta, hasta 1990 nada menos, incluyendo su producción en Vigo.

La antítesis al concepto de coche lógico y económico en Citroën llegaría de la mano del increíble y avanzado DS de 1955, creado como sucesor del Traction Avant.

El DS, conocido como "tiburón", se convertiría en una suerte de "alien" a mediados de los cincuenta, gracias a su aerodinámica figura y al empleo de la hidráulica y la neumática para ofrecer una suspensión única por confort y estabilidad.

Citroën configuraba así su gama con dos extremos: El lógico y económico 2CV en un lado, y el increíble DS en el otro.

Algo había que hacer para cerrar la gama y atacar al grueso del mercado medio europeo, y es aquí donde Citroën intentó dar el do de pecho, y acabó generándose nuevos problemas.

Los parisinos crearon el GS como modelo de tamaño medio, un coche innovador en sí mismo, con una cuidada aerodinámica, la misma suspensión hidroneumática del DS y un motor bóxer refrigerado por aire "a lo 2CV". El proyecto tardó 14 años en consolidarse, y llegó al mercado en 1970, tras un enorme costo para Citroën.

Además, dentro de la estructura originalmente pensada para el producto se incluía lanzar como modelo tope de gama una versión movida por un motor Wankel, pero esta resultaría un fracaso por problemas de fiabilidad, lo que costaría otro dineral a Citroën.



Fábrica Citroën.

Mientras Citroën trabajaba e invertía en el lanzamiento del CX, como sucesor innovador del DS, la compañía volvía a tener una situación económica imposible de sostener, y acababa en bancarrota de nuevo en 1974.

La intervención del Gobierno francés salvaría a la marca de su desaparición, mediando para que Peugeot tomara el control de la marca del doble chevron.

Desde ese momento y hasta ahora, bajo el control de PSA, Citroën ha "aprendido" a gestionar su pasional gusto por la innovación y la tecnología, al tiempo que cuidaba sus números para resultar un negocio viable y sostenible en el tiempo.

Parte de la integración con PSA dio lugar al uso de plataformas y motorizaciones compartidas con Peugeot, lo que permitió escalar costes y garantizar esa rentabilidad, pero al mismo tiempo PSA supo mantener la diferenciación de Citroën permitiendo crear productos fieles a su peculiar manera de ver el mundo del automóvil, con productos como el BX, el XM, el Xantia, o más recientemente los C6 o DS5.

Ahora, llegados al siglo de vida de la compañía, Citroën se ha desdoblado. El gusto global por las llamadas "marcas premium" habilitó a PSA a separar la identidad DS de Citroën en una marca de propio derecho, que busca asentarse en los orígenes del DS original, mientras que Citroën trabaja ahora con productos lógicos donde busca combinar características típicas de la marca, como el confort, y su peculiar manera de entender el automóvil con diseños diferentes al resto del mercado, como los C4 Cactus, el reciente C3, o el nuevo C5 Aircross.

Con ganas de seguir mostrando al mundo que se puede ser diferente y triunfar en el mundo del motor, no nos cabe duda de que Citroën peleará por vivir otros 100 años más, evitando por el camino sufrir otra bancarrota.

Sea como sea, desde aquí, nuestras felicitaciones.



nuevo C5 Aircross.

FENEVAL

Algunos hitos de nuestro largo camino

1977

Nace FENEVAL como Federación con la llegada de la democracia y la desaparición de los sindicatos verticales.

1985

Creación de la Revista "Alquiler de Coches", que es un vínculo de comunicación entre todos los asociados; ha sido editada ininterrumpidamente hasta la fecha.

1986

Cuando se implantó en nuestro país el Impuesto del Valor Añadido (IVA), el Ministerio implantó para el servicio de alquiler en general el 33% de IVA. **Conseguir que se bajara al 16% para el alquiler sin conductor y el 7% para el con conductor.**

2003

Campaña de Seguridad Vial en colaboración directa con la Dirección de Tráfico, para la concienciación de los usuarios de coches de alquiler en la prevención de accidentes de tráfico, y en la mejora de la seguridad en la conducción.

2004

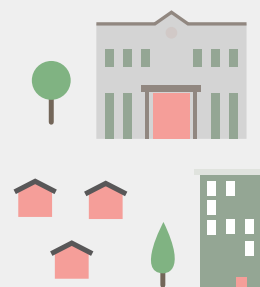
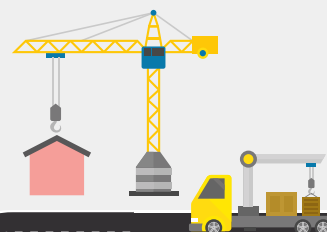
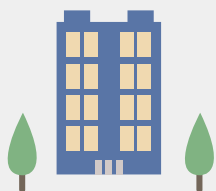
Al incluir la Ley 62/2003 un tercer párrafo al apartado 3 del artículo 72, del texto articulado de la **ley sobre Tráfico, Circulación de Vehículos a Motor y Seguridad Vial por el que se nos exime de cualquier responsabilidad administrativa**, quedando cumplimentada la obligación de identificar al conductor, con la simple presentación del contrato de alquiler al órgano competente.

2006

Creación de la Insignia de Oro de FENEVAL, con vistas a expresar públicamente tanto a los miembros de nuestra federación como a autoridades, personalidades y amigos que se han destacado colaborando y ayudándonos en nuestro quehacer diario.

2010

Reconocimiento por parte de la Dirección General de Tráfico de la no obligatoriedad de llevar equipo homologado de extintor de incendios, en los vehículos industriales que sean catalogados como furgón/furgoneta de hasta 3.500 kgrs de PMA.



1989

Se consiguió que las sanciones de tráfico fueran dirigidas contra el infractor y no contra el titular del vehículo como venía pasando hasta ese momento.



1993

Reducción del 30% de la Base Imponible cuando los coches eran transferidos a los 6 meses de su matriculación.



1995

Se consiguió que saliera la Orden Ministerial que regula la actividad de alquiler sin conductor y posteriormente en el 98 la de con conductor.



2001

Reglamento sobre responsabilidad civil y seguros en la circulación de vehículos a motor.

Los titulares de las empresas quedaban exentos de responsabilidad administrativa si en el plazo de 5 días presentaban el seguro.



2002

Concesión a FENEVAL de la Placa de Oro al Mérito Turístico, por parte del Ministerio de Economía.



2000

Rebaja de 4 a 2 años para conseguir la exención total del impuesto de matriculación.



1998

Se da validez a los cotejos realizados por la Federación de los documentos que debe llevar a bordo los vehículos



2013

Eliminación Proyecto de Ley de Medidas Tributarias para la Sostenibilidad Financiera de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Baleares.



2012

Modificación del Decreto Ley 6/2012 de 14 de Junio, de Medidas urgentes sobre el régimen sancionador. Eliminación de la inmovilización del vehículo cuando este se dedique a la actividad de arrendamiento sin conductor. materia de transporte público discrecional de viajeros en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares.

2017

Formalización, utilización a efectos de control y conservación del contrato de arrendamiento de vehículos sin conductor, podrán cumplirse utilizando medios electrónicos.

2017

Se consiguió eliminar la inspección técnica de los vehículos de alquiler sin conductor a los 2 años pasando a 4 años igualándonos al resto de vehículos privados.



AUNQUE NO SE USE EL VEHÍCULO, ES ¿OBLIGATORIO SUSCRIBIR UN SEGURO QUE CUBRA LA RESPONSABILIDAD CIVIL (RC)?

Un dictamen del Tribunal de Justicia de la Unión Europea establece que es obligatorio suscribir un seguro que cubra la responsabilidad civil (RC) relativa a la circulación de un vehículo automóvil, cuando éste sigue estando matriculado en un Estado miembro y es apto para circular, aunque se encuentre estacionado en un terreno privado y su propietario ya no tenga intención de conducirlo.

¿QUÉ OCURRE CUANDO SE PRODUCE UN ACCIDENTE CON UN VEHÍCULO SIN RC?

El mencionado Tribunal estima que la legislación de la UE no se opone a que existan normas nacionales que establezcan que el organismo de indemnización, tenga derecho a interponer recurso, cuando exista un accidente con, además de contra el responsable/s de dicho accidente, contra la persona que debía haber suscrito la RC del vehículo involucrado, sin haberlo hecho, aun cuando dicha persona no sea civilmente responsable del accidente.



ASAMBLEA FENEVAL 2019

**• SEGOVIA •
22 Y 23 DE MAYO**

 **FENEVAL**
el camino correcto para alquilar vehículos

feneval@feneval.com - www.feneval.com

AECOVAL CELEBRA SU 5ª ASAMBLEA GENERAL



ESTA QUINTA EDICIÓN ESTUVO MARCADA POR EL ELEVADO ÍNDICE DE ASISTENCIA Y POR LA INCERTIDUMBRE QUE EN EL SECTOR ESTÁ PROVOCANDO LA RECIENTE APROBACIÓN DE LA MODIFICACIÓN DEL REGLAMENTO DE ORDENACIÓN DE TRANSPORTES TERRESTRES

La Asociación Empresarial de la Comunitat Valenciana y Región de Murcia de Vehículos de Alquiler (AECOVAL) celebró su Asamblea General que, en esta quinta edición, estuvo marcada por el elevado índice de asistencia, con más de una cincuentena de asociados presentes, y, sobre todo, por la incertidumbre y el desasosiego que en el sector está provocando la reciente aprobación del nuevo Reglamento de Ordenación de Transportes Terrestres (ROTT) en el que, lejos de regular la actividad del alquiler de coches sin conductor, se incurre en una serie de incongruencias de consecuencias insospechadas.



En las magníficas instalaciones de Oliva Nova, la jornada se iniciaba con la animada ponencia de Emilio Duró con la que, bajo el título de "No vale rendirse" y por gentileza de la marca Citroën, inyectó positivismo y energía a los numerosos asociados asistentes. Al término de la ponencia se dio paso a la comida que, por gentileza de Fiat, permitió departir de manera distendida y relajar el tono poco antes de la celebración de la Asamblea General Ordinaria.



Por lo que se refiere al orden del día de la Asamblea, tras la preceptiva aprobación del acta anterior, el listado de altas y bajas de asociados, la aprobación de las cuentas del ejercicio anterior y el presupuesto del actual, se pasó a la renovación de cargos en la Junta Directiva presidida por Mauro Derqui que, bien sea por la no presentación de nuevos candidatos o por la reelección del mismo, no sufre variación alguna.

El grueso de la Asamblea se focalizó tanto en el informe de gestión detallado por el propio Derqui, con aspectos como las novedades del nuevo Proyecto de Ley de Mediadores de Seguros o la posición de AECOVAL en las Juntas Arbitrales de Transportes, como en el informe de FENEVAL, la federación de asociaciones sectoriales, que, en palabras de su presidenta en funciones Concha Calvo, incidió con todo tipo de detalles en las posibles situaciones que, afectando incluso a aspectos de seguridad ciudadana, se podrían dar si el desarrollo reglamentario aplicado al sector concreto

de las empresas de alquiler de vehículos sin conductor no aporta una mayor y mejor regulación de un negocio que, aunque liberalizado, necesita de medidas específicas que contemplen la situación actual, en concreto en lo que se refiere a la irrupción de plataformas digitales que posibilitan el alquiler de vehículos entre particulares.

La Asamblea, además, estuvo salpicada de interesantes presentaciones comerciales como las de Mario Serrano, director de flotas de FCA, la de Mario Camón como responsable de la gama de vehículos industriales GNC de Iveco o Borja Florín de la consultora especializada 4 Stroke Automotive Solution. Métodos de pago novedosos como Universal Pay y su responsable Aristides Santana y dos marcas como Toyota, de la mano de José Arnau de CCF Motors, y Renault, con Julio García, responsable de empresas en RRG completaron el cupo de presentaciones comerciales.



Tras la Asamblea, el colofón de la jornada llegaba en forma de Cena de Clausura que, por gentileza de Ford, tenía lugar en el Centro Ecuestre Oliva Nova. Fue en ese marco cuando se entregó el "AECOVAL de Honor 2019" que, en esta ocasión fue a parar a manos de Fernando Candela, Consejero Delegado de Iberia Express.



En definitiva, una Asamblea General de AECOVAL con presencia mayoritaria de asociados, lo que define bien a las claras el grado de implicación de los mismos con la entidad.



MANUEL AVIÑÓ

Presidente de la Real Federación Española de Automovilismo (RFEA)

REJUVENECIENDO LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AUTOMOVILISMO

Lo primero, gracias por atendernos para FENEVAL. ¿Podrías resumirnos, tras poco más de dos años en el cargo, cómo va vuestro proyecto de reinversión de la RFEA (Real Federación Española de Automovilismo)?

Estamos muy satisfechos de los logros conseguidos. Tras la herencia recibida, y en tan solo 24 meses, hemos conseguido sanear la entidad, y, a la inversa de como estaba cuando llegamos a finales de 2016, hemos logrado destinar el 70% del presupuesto general a la actividad deportiva. Se ha construido una pirámide promocional en rallies que no existía, partiendo desde #Tuprimercera, BKU24, BK Junior R2, ERC3, JWRC y WRC2. Subvencionar hoy tres programas internacionales era algo impensable hace tan solo dos años. Además, se puso en marcha la Academy CEK, donde se becan cada año a 20 alevines para realizar el Campeonato de España de Karting. Todo esto, bajo el cambio de normativa que permite a los adolescentes continuar su formación desde los 14 años en circuitos, y desde los 16 en rallies. Ahora hay mucha más presencia en medios y redes sociales, con varios programas en televisión que no existían, con streaming en directo en karting y autocross,

rallys y, ahora, en el Racing Weekend. Se está digitalizando toda la federación bajo una plataforma que arranca desde la tramitación de la propia licencia, pasando por el control de las verificaciones técnicas, inscripción a las pruebas, control de sanciones, histórico de clasificaciones (en breve), zona privada de promociones, etc. También se ha modificado de forma radical la manera de relacionarnos con los diferentes fabricantes de automóviles, eliminando la tasa que existía en concepto de "licencia de marca", y creando una asociación con ellas bajo un "registro" que incluye una gran variedad de retornos. Pasamos de tener tres marcas en 2017, a nueve en 2018, y esperamos una docena en 2019. Todo esto ha sido gracias a los grandes cambios implementados en el departamento de marketing y comunicación, los cuales eran inexistentes a nuestra llegada, y que han sido estratégicos para la consecución de estos objetivos.

¿Ha sido más difícil de lo esperado cuando te planteabas, junto a tu equipo, optar a ser presidente?

Lo cierto es que sí. Sabíamos que la entidad arrastraba una situación financiera delicada, pero no hasta el punto de tener un fondo de maniobra negativo cercano al millón de euros. Sabíamos de la carencia de ideas y la falta de motivación, pero no hasta el punto de no existir físicamente departamentos y responsables de equipo, indispensables en los tiempos en

los que vivimos. Además, a todo esto, se unió la situación de hacer una regularización de empleo con despidos que han costado mucho dinero, y otras circunstancias ajenas a este nuevo equipo de gobierno, que también han lastrado mucho el arranque de esta nueva federación. Afortunadamente, hoy ya se vive otra federación.

Se han conseguido cosas que parecían obvias, pero que no se habían trabajado hasta ahora, como conseguir un patrocinador titular para el campeonato con más seguimiento, que es el de Rallyes de Asfalto, y también para otros, como el de montaña.

Desde luego es fruto del nuevo planteamiento que estamos dando a los diferentes certámenes, y que gracias a la colaboración imprescindible de los clubes organizadores, estamos consiguiendo verdaderos Campeonatos de España, y no una sucesión de pruebas, que es lo que teníamos hasta el momento. Además, si el Gobierno de España entendiese de una vez por todas, la necesidad de instaurar una buena ley de mecenazgo en el marco del deporte, tendríamos más y mejores oportunidades para nuestros deportistas,

y por tanto mayor proyección de españoles en el plano internacional. Es lamentable que además de ser uno de los países de Europa que menos recursos destina al deporte, tampoco dispongamos de herramientas con las que poder conseguir recursos. Un ministerio exclusivo para el deporte, y una reducción de impuesto del valor añadido, tal y como ya existe en Cultura, sería lo mínimo en el corto plazo. A ver si nuestros políticos toman nota...

A nivel de circuitos, inauguráis dos novedades este 2019. Por un lado, el resurgimiento del Campeonato de España de Turismos, y por otro lado, la concentración de pruebas en el "Racing Weekend". ¿Es este el retorno de la afición por los circuitos?

¡Esperemos que sí! Al menos, se ha hecho con ese objetivo. Ofrecer un gran espectáculo de carreras de fin de semana, una por mes, y en cada uno de los seis grandes circuitos que tiene este país. Además, el hecho de que hayamos involucrado a las marcas en este certamen, desde el punto

de vista comercial/experiencial, y no competitivo, (no están permitidos equipos oficiales), esperamos sean argumento suficientes como para que a través de las diferentes acciones de activación previstas por la entidad y las marcas, seamos capaces de volver a los niveles de público de los años 90.

Hablando del CET (Circuito de España de Turismos), cuéntanos en pocas líneas el objetivo del campeonato y el estado de la situación ahora mismo.

El objetivo era cubrir la necesidad de implementar un campeonato de carreras al sprint, de costes contenidos y con una gran igualdad mecánica. Valoramos la posibilidad de hacerlo con los Touring Car Racer (TCR), pero el coste actual de estos vehículos no entraba en nuestros parámetros, y por otro lado ya están corriendo de forma brillante en el Campeonato de España de Resistencia (CER). Por otra parte, hoy son muchas las marcas que fabrican coches verdaderamente rápidos, donde con una pequeña adaptación para circuitos, se hacen tremendamente competitivos. Por tanto, adaptando frenos, suspensiones y neumáticos, amén de las medidas de seguridad, tenemos muchos coches para correr del estilo Megane RS, Leon Cupra, I30N, Type R, 308 GTi, Focus ST, Giulietta, etc. y otros futuros modelos que están por llegar. También se admiten series anteriores a los citados, lo que posibilita a la gente joven poder adquirir una unidad "usada" y montárselo en casa. Creemos que con esta fórmula abrimos la puerta de acceso a muchos pilotos que hoy quieren iniciarse en los circuitos, con coches muy atractivos, y costes contenidos. Por otro lado, el BoP (balance of performance) establecido, beneficiará a los coches más lentos, otorgando la posibilidad de mejorar carreras tras carrera. Además, existirán una serie de handicaps por resultado, que, junto a una inversión de parrilla de los seis primeros clasificados en las segundas carreras, nos auguran un gran espectáculo. Hace pocos días realizamos una jornada de test en el Jarama con nuestro Hyundai I30N laboratorio, y todos los pilotos presentes, sin excepción, se mostraron muy satisfechos con el rendimiento y comportamiento del coche.

Siendo optimistas, creemos que estaremos cercanos a la docena, para la primera carrera en el Circuito de Navarra los días 6 y 7 de Abril, lo cual es un buen número de partida, y, donde a buen seguro, tendremos un gran espectáculo junto al CER-GT y F4.



Como en otros frentes de la sociedad, el automovilismo todavía peca de una gran desigualdad de género. Sabemos que tenéis una comisión dedicada a afrontar el tema y una férrea intención férrea de seguir empujando a promesas como Marta García en circuitos. ¿Qué plan, resumido, tenéis entre manos para seguir limando estas diferencias de género?

Desde la Comisión Mujer y Motor, tratamos de brindar apoyo y visibilidad a nuestro colectivo femenino, que cada vez es más numeroso. Además de los proyectos de promoción que ponemos en marcha cada año, como los dos campus de karting, otro de todo terreno y de autocross, nuestro objetivo es estar cerca de las pilotos para asesorarlas, dar a conocer su actividad e impulsarlas dentro de ese rol

que todas asumen como embajadoras de este deporte. Seguimos trabajando para romper esa barrera de género, acercar el automovilismo a las mujeres y atraer su presencia en las diferentes competiciones que tenemos en marcha. Afortunadamente, podemos decir que ya contamos con presencia femenina en todas las disciplinas a nivel nacional.

No te queremos robar más tiempo, pero si que me gustaría que nos explicaras, ya que nos leen responsables de marcas de automoción y empresas del mundo del Rent a Car, qué puede aportar el automovilismo deportivo a un proyecto de marketing para ellas, dado que parece que nos cuesta ver en nuestro país grandes ganas de invertir en competición como modo de "propaganda".

Contamos con muy buena predisposición por parte de las marcas para volver a "fijarse" en nuestro deporte como manera de promocionar sus productos y marcas. Es verdad que el entorno no ayuda especialmente, ya que nos haría falta una ley de patrocinio con mayores ventajas o que se revisara lo relativo a sanciones por emisiones de CO2. Pero seguimos

contando con un ingrediente difícil de encontrar en otras opciones promocionales: la pasión de nuestro deporte y su vinculación directa al producto a promocionar. Con todo, el balance es muy positivo y sobre todo, esperanzador. A todas las marcas que nos apoyan y a las que lo harán en un futuro, mi más sincero agradecimiento.


**IMPACT
HUB**
Madrid


Impact Hub Gobernador: Un espacio único, exclusivo y versátil

UN ANTIGUO GARAJE PARA TU EVENTO AUTOMOVILÍSTICO

REDACCIÓN FENEVAL

Hoy en día, las marcas de vehículos son cada vez más conscientes de que para sorprender a su público no basta con los formatos tradicionales de publicidad, sino que, para transmitir innovación, valores o calidad, se debe buscar la espectacularidad a través de la generación de experiencias y comunicaciones en vivo y en directo.

La cercanía y el contacto continuo con sus clientes o colaboradores debe ser una estrategia esencial para las marcas y los eventos son la herramienta comunicativa más eficaz para lograrlo.

Son múltiples los factores que determinarán el éxito de un evento automovilístico: la sinergia entre la gastronomía, la música, la cultura... Pero, sobre todo, uno de los puntos clave para impresionar a los invitados es el lugar de celebración.

En esta sección, FENEVAL propone a las marcas ideas y sugerencias con los mejores espacios para eventos, reuniones e incentivos en nuestro país que ayudarán a las compañías en su misión de hacer felices a sus clientes.

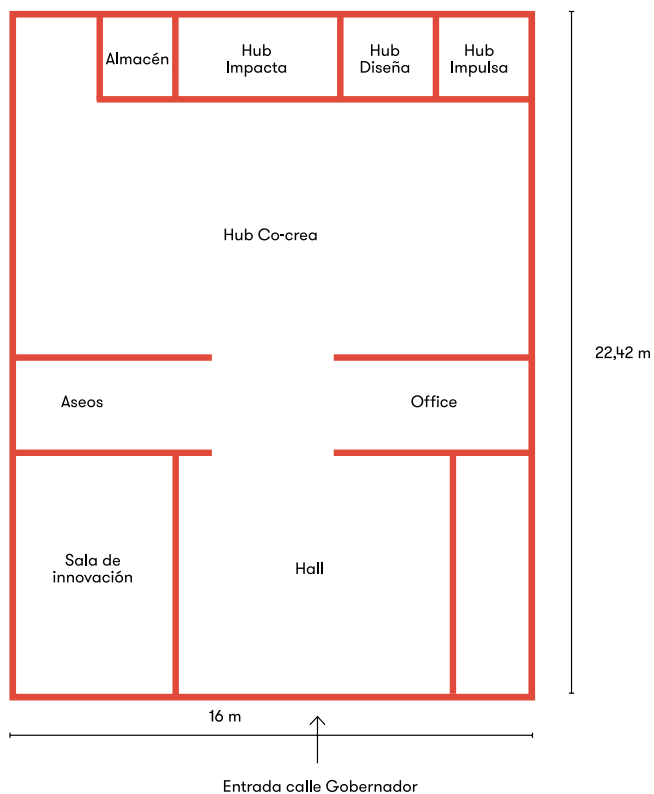
Aunque parezca obvio, proponemos como posible sede para eventos automovilísticos un antiguo garaje con un toque gamberro y muy auténtico. Impact Hub Gobernador

es un espacio diáfano de 300 m² con un enorme lucernario que ilumina todo el lugar de manera natural.

Su ambientación urbana e informal lo convierte en un espacio único y muy versátil enfocado sobre todo a marcas que quieran poner el acento en lo cosmopolita y lo transgresor, donde el mobiliario es capaz de adaptarse a las necesidades del evento al contar con tableros, sillas y cajas de madera multifunción con las que construir taburetes, atriles, estanterías o decoración.

Este espacio es ideal para la presentación y exhibición de automóviles ya que tiene capacidad para al menos 4 vehículos y acceso a la sede desde la calle. Pero, también cuenta con otras 3 salas pequeñas perfectas para acoger networking o actividades paralelas durante el evento.

En cuanto a los servicios que Impact Hub Gobernador puede ofrecer a las marcas, se encuentran el acompañamiento y recepción de asistentes, catering, fotografía o equipos audiovisuales. Además, todo bajo criterios de sostenibilidad ya que utilizan materiales biodegradables y reciclan los residuos que se generan durante el evento. Sin duda, un espacio exclusivo donde las marcas pueden hacer gala de originalidad y buen gusto para su evento.



Al entrar nos encontramos con el Hall que cuenta con dos espacios abiertos a mano derecha: la zona de las taquillas, que puede funcionar como guardarropa, y la biblioteca, un espacio multiusos ideal como zona de descanso. A mano izquierda encontramos la sala Innovation Lab con 32 m² perfectos para realizar cualquier actividad paralela durante el evento.

Si avanzamos, y dejando a derecha e izquierda el office y los servicios respectivamente, nos encontramos el Co- Crea, un gran espacio diáfano de más de 165 m² y 8 metros de altura coronado por el gran lucernario. Este espacio cuenta a su vez con 3 salas más: Impacta, Diseña e Impulsa. El techo constituye una plataforma elevada de 40 m², que permite acoger más asistentes en una segunda altura.

DATOS DE CONTACTO:

Barrio de Las Letras, Centro
 Gobernador, 26
 28014 Madrid
 +34 914 291 586
gobernador@impacthub.net
madrid.impacthub.net

FENEVAL 



En FENEVAL renovamos nuestra imagen:

Estrenamos el 2019 con una nueva web adaptada a todos los dispositivos que permite una fácil navegación del usuario de manera sencilla e intuitiva, con un diseño renovado y minimalista.

Hace su debut también nuestro Newsletter de periodicidad mensual y dirigido a todos nuestros socios y colaboradores con las noticias más interesantes y relevantes del sector.

Sobre la Revista FENEVAL, cuenta desde este número 201 con nuevos contenidos, nuevas secciones y nuevos colaboradores.

FOCUS - IGUAL DE DINÁMICO, MÁS MADURO Y COMPLETO



El diseño del nuevo Focus marca diferencias con los anteriores.

GUILLERMO ALFONSÍN

Ford comienza el 2019 mirando hacia los SUVs dentro de su nueva estrategia comercial. En los últimos dos años, se puede destacar el lanzamiento de dos productos que han de garantizar el futuro de Ford en Europa: El Fiesta y el Focus.

Cuando Ford lanzó al mercado el primer Focus, en 1999, supuso un cambio radical en la manera de entender sus productos en el Viejo Continente. Atrás quedaba el Escort, para dar entrada a un nuevo concepto de vehículo que se convertiría, sin duda alguna, en el referente del segmento en cuanto a cualidades dinámicas.

El Focus integró un tren trasero multibrazo y un sistema McPherson en el tren delantero, pero, sobre todo, una puesta a punto sencillamente genial unida a un tacto de dirección que ninguna otra marca había atinado a proporcionar en masa a los clientes del segmento C.

Ya no había que comprarse un acabado GTi para tener un coche al que le gustaba pasar por las carreteras más enrevesadas que encontraras.

Ahora, dos décadas después, a Ford le ha tocado renovar al Focus, con la llegada de su cuarta generación. Las tres anteriores han sabido replicar sin mayor problema ese ADN de coche dinámicamente atractivo, pero ahora el cliente de 2019 ya no da tanta prioridad a cómo se mueve el coche, y empieza a priorizar otros aspectos, como la ayuda a la conducción o los sistemas de infoentretenimiento.

En este entorno tan competitivo ha nacido el Focus, que ya estéticamente se ha alejado un poco más de su origen. Si la estética del primer Focus fue rompedora, y luego se mantuvieron sus marcadísimos pasos de rueda redondos, el nuevo modelo destaca inmediatamente por haber pasado a otro formato más discreto, menos arriesgado, aunque no por ello menos atractivo.

La estética es un aspecto muy personal, para la que el juicio ha de quedar en manos de cada cual, pero diremos que el Focus "es menos Focus" que nunca al ojo, aunque siga siendo netamente, y desde la distancia, un Ford, plenamente identificable.

Por dentro el habitáculo ha evolucionado ganando anchura en las dos filas de asientos, y se nota una neta ganancia de espacio para las piernas en la fila posterior, convirtiéndose en uno de los coches con más espacio de habitáculo de su segmento. Donde no brilla tanto es en el maletero, que con 375 litros resulta adecuado para cualquier familia, pero no espectacular ante otros que pasan de los 450 litros dentro del segmento C.

Si nos sentamos en el asiento del conductor, es fácil lograr una posición de conducción perfecta. La ergonomía de mandos ha mejorado sustancialmente: Hay menos botones, y los que quedan están mejor situados. Aunque la pantalla táctil es protagonista, con su conectividad con

Android y Apple Car Play, nos gusta que se mantengan ruletas físicas para el climatizador y el volumen de la radio, algo necesario para no tener que sacar la vista de la carretera.

El nivel de equipamiento puede llegar tan lejos como uno quiera, pudiendo solicitar asientos y aro de volante calefactados o cosas como el "heads up display", que proyecta sus informaciones como velocidad o indicaciones del navegador en una lámina traslúcida sobre el cuadro de instrumentos, una solución algo menos elegante que la de coches que proyectan directamente sobre el parabrisas.



En el interior destacan una ergonomía mejorada y la pantalla táctil de generosas dimensiones.



Los asientos Recaro de la versión ST sujetan bien el cuerpo en conducción dinámica.

Todo el diseño interior es claramente más conservador que anteriores Focus, tal vez buscando la aprobación de un cliente medio del segmento C que cada vez tiene más años. El cuadro de relojes, por ejemplo, es muy serio, sin ostentaciones, y compartido con el del Fiesta, pero muestra efectivamente todo lo que queremos ver, incluyendo el ya no tan habitual marcador de temperatura del refrigerante motor.

Plásticos acolchados y simulaciones de bordados nos rodean para completar una sensación que mejora en calidad a la del anterior Focus, pero que sigue en la mitad baja de la tabla cuando lo comparamos con sus rivales de segmento C. Eso sí, cuando uno factoriza el precio en lo que se encuentra dentro, inmediatamente se da cuenta de que el Focus ofrece mucho para lo que cuesta.

Si nos ponemos en marcha con la unidad de pruebas que nos tocó conducir, con motor de gasolina de 182 caballos, inmediatamente nos encontramos con un coche que no ha perdido un ápice por su gusto por las curvas y por el movimiento.

El motor, a pesar de ser un diminuto tres cilindros de un litro y medio, con inyección directa y turbocompresor, empuja con garbo y tiene carácter para tirar del coche. Aquí nadie echará de menos más cilindrada o más cilindros, y sólo ligeras vibraciones al ralentí delatan que tiene menos cilindros de los habituales.

El consumo, homologado en la nueva medida WLTP como 5,4 litros cada 100 kilómetros, puede convertirse en 6,5 litros en el uso en el mundo real, lo que no está nada mal.

Con el acabado ST-Line recibimos cambios estéticos internos y externos, pero sobre todo, una puesta a punto distinta para las suspensiones, que dejan al coche con un tarado más firme.

Pero firme no quiere decir incómodo, así que este Focus es capaz de callejear sin hacernos rebotar en los asientos, y podemos hacer centenares de kilómetros sin cansancio, pero sobre todo, no renunciamos tampoco a que cuando lleguemos a nuestro puerto de montaña favorito sigamos teniendo un coche que quiere fluir por las curvas con

ganancia, evitando notarse torpe, cabezón o remolón en los cambios de apoyo.

Si acaso hemos detectado en este cambio de generación que la dirección ha perdido ese extra de información que antes nos daba sobre el agarre de los neumáticos delanteros, algo que cada vez se estiliza menos en los coches de este segmento, y que tiene mucho que ver con la necesidad de integrar en los motores de asistencia de dirección la ayuda de mantenimiento de carril, que a la postre hace que se filtre toda información de las ruedas delanteras al aro de volante.

Dicho esto, y corroborando que equipo de audio, climatización, insonorización y acabados interiores permiten viajar con el máximo confort, sólo nos queda remarcar que Ford tiene en el Focus, una vez más, uno de los mejores coches del segmento C por comportamiento. Al sumar a eso el genial motor EcoBoost de tres cilindros y un precio de tarifa que resulta especialmente competitivo en el segmento, no nos cabe duda de que, si la estética atrae, el coche resultará un éxito comercial.

Un éxito que, junto al del Fiesta, que también es otro producto redondo, debería habilitar a Ford a volver a los números negros en Europa cuanto antes, una vez superada la inversión de estos lanzamientos, y tranquilizar de paso las aguas en la compañía. El producto es bueno, y eso muchas veces es lo que cuenta.



El gran spoiler y la doble salida de escape marcan la parte trasera.

IONIQ HÍBRIDO DE HYUNDAI: UNA ELECCIÓN DE FUTURO



La elegante silueta de tipo coupé del IONIQ y sus contornos permiten una gestión eficiente del flujo de aire en torno a la carrocería.

A FONDO

Hyundai HEV 1.6 GDI

CARMEN ESPADA

EL MODELO DE HYUNDAI COMBINA UNA TECNOLOGÍA INNOVADORA CON UN RENDIMIENTO DE ALTA EFICIENCIA, CARACTERÍSTICAS QUE LE HAN LLEVADO A SER UNO DE LOS COCHES ECOLÓGICOS MÁS VALORADO DEL MERCADO EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS.

Con este modelo híbrido IONIQ, Hyundai pone al alcance de todos los usuarios una movilidad con niveles de emisiones reducidos.

Una de las causas de estos bajos niveles de emisiones es el peso, que se ve reducido en 12,4 kg, en comparación con la opción de acero convencional y sin ninguna desventaja en términos de ruido ni vibraciones.

La estrategia de reducción del peso también se aplicó en áreas menos visibles, como la cubierta del protector de carga. Debido a un mayor uso de componentes de peso ligero y una estructura más compacta, la cubierta del protector de carga es un 25 % más ligera que la versión utilizada en otros modelos de Hyundai.



La marcha y la conducción, así como los niveles de ruido, vibración y dureza, se ajustan para conseguir una calidad de marcha superior.



Una elegante línea de carácter de color azul o plata debajo de los paragolpes delantero y trasero es una característica de este híbrido.

ELEGANTE FORMA EXTERIOR

La elegante forma exterior del IONIQ se inspira en la eficiencia aerodinámica y complementa las líneas y superficies suaves que trazan el contorno del vehículo. Sus paneles exteriores están diseñados para potenciar aún más la aerodinámica que, combinada con otras soluciones de eficiencia inteligente, alcanza un valor Cd de tan solo 0,24, líder en su categoría.

El frontal del IONIQ híbrido se caracteriza por los faros bi-xenón, rodeados por las luces de posición LED con forma de "C". La versión estándar incluye faros esféricos de tipo proyector. La exclusiva parrilla hexagonal de Hyundai Motor y las luces de día LED con forma de "C" transmiten la pureza del vehículo. Los colores de contraste en la base del paragolpes añaden un carácter individual, y los nueve colores del exterior se pueden combinar con una selección de dos opciones de interior.

AMBIENTE ACOGEDOR

La suavidad, elegancia y orden coinciden con un ambiente acogedor en el interior del IONIQ, y el uso eficiente del espacio complementa el enfoque lógico y estructurado aplicado a la disposición de los mandos. Los materiales del interior se han seleccionado teniendo presente el respeto al medio ambiente y se han utilizado para crear un aspecto sencillo y limpio en todo el vehículo, siendo el resultado un espacio interior que transmite elegancia, luminosidad y pureza.

El espacio de carga de 1.518 litros del IONIQ híbrido es enorme. Además, tiene un portón trasero grande que aporta un mejor acceso para cargar y descargar. Los asientos traseros plegables divididos 60/40 ofrecen muchas opciones útiles para que los pasajeros se sienten y para asegurar la carga.



Con el fin de que los teléfonos móviles de los ocupantes estén siempre cargados, IONIQ ofrece también un cargador inductivo inalámbrico.

SISTEMA DE PROPULSIÓN

El IONIQ híbrido incorpora el nuevo motor Kappa GDI de 1,6 litros, de inyección directa de gasolina, cuatro cilindros y una eficiencia térmica del 40 %, líder en su categoría, con 105 CV y 147 Nm de par.

El motor se ha adaptado a la aplicación híbrida y se acompaña de un cambio suave y de respuesta rápida, de doble embrague y seis velocidades, que diferencia al IONIQ de sus competidores gracias a su experiencia de conducción más dinámica. El motor eléctrico acoplado posibilita una conducción totalmente eléctrica y proporciona un par instantáneo, gracias al bastidor con una suspensión trasera multibrazo que mejora el dinamismo de conducción.

El motor eléctrico del IONIQ híbrido entrega 43,5 CV con un par máximo de 170 Nm, alimentado por una batería de polímero de iones de litio con una capacidad de 1,56 kWh, situada debajo de los asientos traseros. En combinación con el motor GDI de 1,6 litros, el modelo ofrece una potencia de sistema de 141 CV y hasta 265 Nm de par, acelerando hasta una velocidad máxima de 185 km/h con un consumo de 3,9 l/100 km y unas emisiones de CO₂ de 92-79 g/km. El motor eléctrico permite que el vehículo funcione en modo totalmente eléctrico a una velocidad de hasta 120 km/h.

FUNCIONES DE NAVEGACIÓN Y CONECTIVIDAD

El IONIQ ofrece las características de conectividad sencilla y de info-entretenimiento que los clientes esperan. Apple Car Play y Android Auto proporcionan una conectividad rápida e intuitiva para smartphones, con carga inductiva inalámbrica para dispositivos compatibles. Los servicios LIVE mejoran la experiencia a bordo y proporcionan información útil sobre el traslado, que se entrega a través de una pantalla de ocho pulgadas que admite un nuevo sistema de navegación audiovisual.

MÁXIMA CALIFICACIÓN EN SEGURIDAD CON CINCO ESTRELLAS NCAP

La larga lista de características de seguridad activa y asistencia a la conducción de SmartSense de Hyundai Motor incluye advertencia de avisos de punto ciego, que funciona directamente junto con el asistente de cambio de carril y la advertencia de colisión por tránsito trasero, para advertir al conductor de cualquier vehículo, pasajeros u otros objetos que puedan conducir a una colisión si es desapercibida mientras el coche está en movimiento.

El IONIQ también está equipado con un sistema autónomo de frenado de emergencia (FCA), una prestación de seguridad activa avanzada que alerta a los conductores en situaciones de emergencia, frenando de forma autónoma en caso necesario.



El interior dispone de una gran altura en todo el habitáculo, además de un amplio espacio para los hombros y las piernas en la parte delantera y trasera.

DATOS DE INTERÉS

Hyundai HEV 1.6 GDI



Peso: 1.870 kg.



Longitud: 4,470 m.
Anchura: 1,820 m.
Altura: 1,450 m.
Batalla: 2,700 m.



Capacidad del maletero: 1.518 litros.



Emissiones de CO₂: 79-92 g/km.

Mediante sensores de radar delanteros, el control de cruceo inteligente con Stop & Go permite mantener una velocidad y una distancia constantes en relación con el vehículo que circula por delante sin tener que pisar el pedal del acelerador o el freno; se cancela automáticamente cuando la velocidad desciende a 10 km/h o menos.

En el interior del IONIQ se encuentran disponibles siete airbags, incluido un airbag de rodilla

para el conductor. Las mejoras de la estructura de la carrocería, complementadas con un paragolpes trasero reforzado con fibras de gran resistencia, se traducen en una versión híbrida sólida y duradera.

En reconocimiento a su excelente seguridad, el IONIQ ha recibido la máxima calificación en seguridad con cinco estrellas otorgado por Euro NCAP.



El motor se ha adaptado a la aplicación híbrida y se acompaña de un cambio suave y de respuesta rápida que diferencia al IONIQ gracias a su experiencia de conducción más dinámica.

NOS HA GUSTADO

MATERIALES ECOLÓGICOS PARA UN ESPACIO INTERIOR LIMPIO Y SOSTENIBLE

Una característica clave y pionera del IONIQ es la utilización innovadora de materiales reciclados o ecológicamente sensibles. Por ejemplo, los paneles interiores de las puertas se componen de plástico natural combinado con polvo de madera y piedra volcánica, ofreciendo el mismo aspecto de calidad.

En el panel del techo y la moqueta se emplean parcialmente materias primas extraídas de la caña de azúcar, lo que ayuda a mejorar la calidad del aire en el habitáculo y el reciclaje de las piezas del vehículo al final de su vida útil. La pintura, con ingredientes renovables extraídos del aceite de soja, se utiliza para lograr colores metálicos brillantes en algunos de los componentes.

FIAT 500X 1.0 FIREFLY TURBO URBAN

FUSIÓN ENTRE EL ICÓNICO 500 Y LA DEBILIDAD POR LOS SUV

ALBERTO GÓMEZ



El Fiat 500X tiene, por su construcción y altura al suelo, ciertas aptitudes offroad, incluso existe una versión con tracción a las cuatro ruedas.

Desde que irrumpiera en el mercado en 2007, tres décadas después de la desaparición de la primera generación, el Fiat 500 se ha convertido en algo más que un simple vehículo compacto y urbano. Es, hoy día, un icono del diseño italiano en el mundo del automóvil.

En estos más de diez años de producción y éxito de ventas, el fabricante se ha esmerado en introducir sutiles cambios en el coche para mantenerlo fresco y en el top de las listas de culto.

El 500 es uno de los coches más deseados, pero en un mercado donde, en los últimos años, se ha instalado la arrolladora tendencia por los vehículos SUV o todoterreno, Fiat vio la necesidad de desarrollar una variante que fusionara el diseño del icónico compacto con los gustos por los coches off road.

De ese ejercicio de imaginación surge el Fiat 500X, un producto que nació en 2015 y que ahora se renueva, con ligeras mejoras estéticas y, sobre todo, con una nueva gama de motores gasolina, más eficientes y con mejores prestaciones.

El nuevo 500X mide 4,27 metros de longitud, ligeramente más largo que el anterior, 1,80 metros de ancho y sitúa su altura en el metro y 60 centímetros. Unas medidas realmente compactas que le convierten en un coche fácil de manejar por la ciudad, pero con la altura suficiente para que el usuario pueda desenvolverse con comodidad al subir y bajar, manteniendo cierta altura en la conducción, lo que se traduce en una mayor seguridad.



Sin perder el icónico diseño del 500, la versión X nos recuerda a un SUV compacto.

Pese a que el aspecto, mejorado, se mantiene fiel a la filosofía del 500, la gran entrada de aire frontal, la taloneras laterales y, sobre todo, una vistosa protección de los bajos traseros, le dan al 500X un aire de todoterreno moderno y urbano.

NUEVOS MOTORES GASOLINA

La principal novedad del 500X son dos motorizaciones gasolina turboalimentadas, una de tres cilindros y 1.0 litros que desarrolla 120CV, y un 1.3 de cuatro cilindros que nos ofrece una potencia de 150CV.

El propulsor gasolina de 120CV, con cambio manual de seis velocidades, nos parece una opción muy equilibrada. El coche se mueve con agilidad, entrega la potencia de forma uniforme e, incluso, en regímenes altos de revoluciones el 500X se mueve con cierta holgura. El cambio asociado a este motor estira lo suficiente, sin pasarse, y nos pareció muy bien sincronizado y suave a la hora de engranar las marchas.

Pese a tener cierta altura al suelo, el 500X es ágil y se mantiene firme en carreteras viradas y sus niveles de consumo son muy ajustados, ligeramente por debajo de los 5 litros en carretera y sin llegar a los 6 en ciclo combinado.

Ocúpese de su negocio

mientras **nosotros nos ocupamos** de todos los trámites administrativos.

MAESTRO
GESTIÓN ADMINISTRATIVA

91 445 51 75

Manuel Cortina, 18 - 28010 Madrid



Ganará mucho tiempo...



NATIVIDAD LAORDEN CANTERO
Gestor Advo. Colegiado nº 2668

ESPECIALIZADOS EN VEHÍCULOS

Y FLOTAS DE RENT A CAR



A nivel exterior, las principales novedades residen en los faros, los pilotos traseros y en las molduras y defensas.

El nuevo 500X presenta, además, una mejora en el equipamiento en materia de seguridad y conectividad. Un equipamiento que va aumentando en función del acabo elegido, entre Urban, Cross y City Cross.

**GRACIAS A SER UN VEHÍCULO
LIGERAMENTE ALTO, EL ACCESO DE LOS
PASAJEROS AL INTERIOR ES MÁS CÓMODO**



En el salpicadero se ha rediseñado la pantalla de linfotretimiento.



El interior ofrece 5 cómodas y amplias plazas.



Las nuevas ópticas acentúan la modernidad y mejoran la visibilidad en condiciones difíciles.



El nuevo Fiat 500X crece en longitud, ligeramente, respecto al anterior.

DATOS DE INTERÉS

Fiat 500X 1.0 Firefly Turbo Urban



Combustible: Gasolina



Potencia: 120 CV



Plazas: 5



Consumo urbano: 7,2



Cilindros: 3



Maletero: 350 L.



Consumo extraurbano: 4,9



CO₂: 131 gr/km.



Consumo medio: 5,7



Puertas: 5

EL COMPLEMENTO NORMATIVO AL RGPD: LA NUEVA LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y GARANTÍA DE LOS DERECHOS DIGITALES

CRISTINA MARTÍN
DIKEI ABOGADOS

El año 2018 ha sido, sin duda, el año del derecho a la protección de datos personales. Primero fue la aprobación del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo, de 27 de abril de 2016, General de Protección de Datos ("RGPD"), aplicable desde el 25 de mayo de 2018, y a él se suma ahora la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales ("LOPD-GDD"), en vigor desde el 7 de diciembre de 2018.

La LOPD-GDD es la tercera ley española que regula este derecho constitucional tras la Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre, de regulación del tratamiento automatizado de los datos de carácter personal ("LORTAD") y la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal ("LOPD").

La LOPD-GDD tiene por objeto, según establece su artículo 1: (i) adaptar el ordenamiento jurídico español al RGPD (armonizando la legislación española con el RGPD y detallando la regulación de materias que, o bien no están expresamente recogidas en el RGPD, o bien se mencionan en el mismo pero permitiendo que puedan ser reguladas con más detalle por los Estados Miembros) y (ii) garantizar los novedosos "derechos digitales".

Esta nueva norma nacional, que consta de noventa y siete artículos y numerosas disposiciones adicionales, transitorias y finales:

- Deroga la LOPD y su norma de desarrollo (Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre) así como, todas las disposiciones de igual o inferior rango que contradigan, se opongan o sean incompatibles con el RGPD; y
- Modifica una serie de leyes importantes en distintas materias entre las que destacan: Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, Estatuto de los Trabajadores, Ley Orgánica 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial, Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil, Ley 41/2002, de 14 de noviembre, básica reguladora de la autonomía del paciente y de derechos y obligaciones en materia de información y documentación clínica y Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Veamos con más detalle sus contenidos más novedosos:

- **Datos de las personas fallecidas**

Aunque la LOPD-GDD excluye de su ámbito de aplicación el tratamiento de los datos de las personas fallecidas, otorga a las personas vinculadas al fallecido por razones familiares o de hecho o sus herederos el derecho solicitar ante el responsable o encargado del tratamiento, el acceso, rectificación o supresión de los datos del fallecido, siempre que éste no lo hubiera prohibido o lo establezca una ley.

- **Tratamiento de datos de menores de edad**

Únicamente será válido el consentimiento prestado por los menores para el tratamiento de sus datos personales cuando sean mayores de 14 años; en el caso de menores de esa edad, será preciso el consentimiento de sus padres o representantes (titulares de la patria potestad o tutela).

- **Categorías especiales de datos personales**

Como regla general, el consentimiento del interesado no bastará para levantar la prohibición del tratamiento de datos cuya finalidad principal sea identificar su ideología, afiliación sindical, religión, orientación sexual, creencias, origen racial o étnico.

- **Transparencia e información al interesado**

Se otorga al responsable del tratamiento la posibilidad de cumplir con el deber de informar a los interesados a través de un sistema de información por capas por el que el interesado recibiría una información básica (primera capa) y se le indicaría una dirección electrónica u otro medio donde poder acceder de forma sencilla e inmediata al resto de información sobre el tratamiento (segunda capa). La información básica deberá incluir necesariamente: la identidad del responsable del tratamiento, la finalidad del tratamiento y los derechos otorgados al afectado y, además, cuando la información no se capta del interesado, el origen y las categorías de datos objeto de tratamiento.

- **Exactitud de los datos personales**

Se establecen ciertos supuestos en los que no será imputable al responsable del tratamiento la inexactitud de los datos personales: cuando los datos personales hayan sido obtenidos del propio interesado, a través de un mediador o intermediario, por otro responsable debido al derecho de portabilidad u obtenidos de un registro público.

- **Tratamientos de datos personales que podrán ampararse en el "interés legítimo"**

Se establecen ciertos tratamientos de datos personales que, siempre y cuando se lleven a cabo cumpliendo una serie de requisitos, se presumirán amparados por el interés legítimo del responsable del tratamiento, como son:

a) Videovigilancia: Las principales novedades en esta materia, en palabras de la Agencia Española de Protección de Datos ("AEPD") son:

1. Captación de la vía pública: sólo podrán captarse imágenes de la vía pública cuando resulte imprescindible para preservar la seguridad de las personas y los bienes, así como de sus instalaciones. No obstante, será posible la captación de la vía pública en una extensión superior cuando fuese necesario para garantizar la seguridad de bienes o instalaciones estratégicas o de infraestructuras vinculadas al transporte, sin que en ningún caso pueda suponer la captación de imágenes del interior de un domicilio privado.
2. Supresión de los datos: los datos serán suprimidos en el plazo máximo de 1 mes desde su captación, salvo cuando tuvieran que conservarse para acreditar la comisión de actos que atenten contra la integridad de personas, bienes o instalaciones. En tal caso, las imágenes deberán ser puestas a disposición de la autoridad competente en un plazo máximo de 72 horas desde que se tuviera conocimiento de la existencia de la grabación.
3. Deber de información: se cumplirá colocando un dispositivo informativo en un lugar suficientemente visible que identifique, al menos, la existencia del tratamiento, la identidad del responsable y la posibilidad de ejercitar los derechos. También podrá incluirse en el dispositivo informativo un código de conexión o dirección de internet a esta información. En todo caso, el responsable del tratamiento deberá mantener a disposición de los interesados la información completa sobre: quién trata los datos, con qué base jurídica, para qué finalidad y cómo ejercitar los derechos de acceso, rectificación, supresión, limitación del tratamiento, portabilidad, oposición y decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles.

- b) Operaciones mercantiles: se presumirán lícitos los tratamientos de datos personales, incluida su comunicación con carácter previo, que pudieran derivarse del desarrollo de cualquier operación de modificación estructural de sociedades o de la aportación o transmisión de negocio o de rama de actividad empresarial, siempre que los tratamientos fueran necesarios para el buen fin de la operación y garanticen, cuando proceda, la continuidad en la prestación de los servicios. En el caso de que la operación no llegara a concluirse, la entidad cesionaria deberá proceder con carácter inmediato a la supresión de los datos, sin que sea de aplicación la obligación de bloqueo.
- c) Datos de contacto, empresarios individuales y profesionales liberales: explicita que los datos de contacto profesional de las personas físicas que trabajen para una persona jurídica quedan sujetos al RGPD, pero pueden tratarse al amparo del "interés legítimo" en el caso de que trate de los datos personales necesarios para la localización profesional del afectado y la finalidad sea el mantenimiento de relaciones con la persona jurídica en la que el interesado preste sus servicios. Lo mismo se aplicará en el caso de datos relativos a empresarios individuales y profesionales liberales, cuando su tratamiento se lleve a cabo para entablar una relación con ellos con fines profesionales o empresariales, es decir en dicha condición y no como personas físicas.
- d) Ficheros de solvencia patrimonial (sistemas de información crediticia): se autoriza y regula el tratamiento de los datos personales relativos al incumplimiento de obligaciones dinerarias, financieras o de crédito por sistemas comunes de información crediticia, siempre y cuando los datos hayan sido facilitados por el acreedor, los datos se refieran a deudas ciertas, vencidas y exigibles y el acreedor haya informado al interesado en el contrato o en el momento del requerimiento de pago de la posibilidad de su inclusión en dichos sistemas. Se reduce de 6 a 5 años el periodo máximo de inclusión de las deudas y exigiéndose una cuantía de principal mínima de 50 euros para la incorporación de las deudas a dichos sistemas. Las entidades que mantengan el sistema y las acreedoras, respecto del tratamiento de los datos de los deudores, tendrán la condición de corresponsables del tratamiento de los datos.
- e) Sistemas de exclusión publicitaria (Listas Robinson): se establece como obligación de los responsables del tratamiento que pretendan realizar comunicaciones comerciales la consulta previa de los sistemas de exclusión publicitaria para excluir a todos aquellos afectados que no deseen recibir comunicaciones comerciales de dicho responsable. Ello no resultará de aplicación si el afectado haya prestado su consentimiento al responsable para recibir dichas comunicaciones comerciales, tanto antes como después de registrarse en dicha lista.
- f) Canal de denuncias internas: se regula la creación y mantenimiento de sistemas de canales de denuncias internas (mecanismo para que los integrantes de una organización puedan poner en su conocimiento la comisión de infracciones en su seno que pudieran resultar contrarias a la normativa general o sectorial que le fuera aplicable) incorporando, como novedad, la posibilidad de que las comunicaciones a través del canal de denuncias puedan realizarse de forma anónima.

- **Bloqueo de datos personales**

Se establece una exigencia, prevista en la LOPD derogada pero que no se regula en el RGPD, que obliga a los responsables del tratamiento a bloquear los datos personales cuando procedan a su rectificación o supresión, con el fin de impedir su tratamiento, salvo para la puesta a disposición de los mismos a favor de los jueces y tribunales, el Ministerio Fiscal o las Administraciones Públicas competentes (incluido las autoridades de protección de datos) para la exigencia de posibles responsabilidades derivadas del tratamiento y sólo por el plazo de prescripción de las mismas.

El bloqueo supondrá la identificación y reserva de los datos personales mediante técnicas que impidan su tratamiento (incluida su visualización). Cuando el bloqueo de los datos no fuese técnicamente posible o resultara antieconómico, se procederá a un copiado seguro de la información para que conste evidencia digital, o de otra naturaleza, que permita acreditar la autenticidad de la información, la fecha del bloqueo y la no manipulación de los datos. El bloqueo de los datos personales sólo permitirá su puesta a disposición de jueces y tribunales, Ministerio Fiscal o Administraciones públicas competentes (como la AEPD), para la exigencia de eventuales responsabilidades derivadas del tratamiento y sólo por el plazo de prescripción de las mismas. Transcurrido ese plazo, deberá procederse a la destrucción de los datos.

- **Tratamientos de datos relativos a infracciones y sanciones administrativas**

El RGPD estableció un régimen específico de tratamiento para datos relativos a condenas e infracciones penales, pero en relación con las infracciones y sanciones administrativas. Como novedad la LOPD-GDD sí regula el tratamiento de esos datos por parte de personas físicas o jurídicas que no sean órganos competentes de la instrucción, declaración o imposición de sanciones administrativas en el ejercicio de sus funciones, el cual solo podrá llevarse a cabo con el consentimiento del interesado o si una norma legal habilita el tratamiento.

- **Nuevos “derechos digitales”**

Estos derechos, que no se mencionan en el RGPD, pretenden dar respuesta a cuestiones derivadas de la incorporación de las nuevas tecnologías a la vida ordinaria y hacer posible el pleno ejercicio de los derechos fundamentales en la nueva realidad digital y ello porque, como se explica en el Preámbulo de la LOPD-GDD, “Internet se ha convertido en una realidad omnipresente tanto en nuestra vida personal como colectiva”.

Estos derechos pueden ser agrupados en 5 categorías:

1. Derechos generales de los ciudadanos en Internet

- Derecho a la neutralidad de internet: se reconoce a los usuarios el derecho a disponer de una oferta transparente de servicios, sin discriminación por motivos técnicos o económicos, lo que conlleva la obligación de los proveedores de servicios de Internet de proporcionar dicha oferta.
- Derecho de acceso universal a Internet: se concreta en el derecho de toda la población a acceder a un servicio de Internet universal, asequible, de calidad y no discriminatorio.
- Derecho de la seguridad digital: consagra el derecho de los usuarios a la seguridad de sus comunicaciones realizadas a través de Internet y la obligación de los proveedores de servicios.
- Derecho al testamento digital: viene a regular las posibles disposiciones testamentarias que una persona puede realizar referidas al contenido de la información gestionada por prestadores de servicios de la sociedad de la información relativa a su persona. Así, las personas vinculadas al fallecido por razones familiares o de hecho, así como sus herederos podrán dirigirse a los prestadores de servicios de la sociedad de la información para acceder a dichos contenidos e impartirles las instrucciones que estimen oportunas sobre su utilización, destino o supresión, siempre que la persona fallecida no lo hubiese prohibido expresamente (o así lo establezca una ley). Tratándose de fallecidos menores de edad o personas con discapacidad, estas facultades podrán ser ejercidas por sus representantes legales o por el Ministerio Fiscal. En caso de existir testamento, será el albacea testamentario o la persona que haya designado el fallecido quien podrá ejercitar dichas facultades. Los requisitos y condiciones para acreditar la validez y vigencia de tales mandatos e instrucciones y, en su caso, el registro de los mismos, tendrán que ser regulados por desarrollo reglamentario posterior.
- Derecho al olvido en búsquedas de Internet: establece el derecho de toda persona a que los motores de búsqueda de Internet eliminen de las listas de resultados que se obtuvieran tras una búsqueda efectuada a partir de su nombre, los enlaces publicados que contuvieran “información inadecuada, inexacta, no pertinente, no actualizada o excesiva o hubiere devenido como tal por el transcurso del tiempo”. Es decir, se trata de un derecho ejercitable ante los buscadores, pero no frente a medios de comunicación y “no impedirá el acceso a la información publicada en el sitio web a través de la utilización de otros criterios de búsqueda distintos del nombre de quien ejerciera el derecho”.

2. Derechos específicos relacionados con los menores y jóvenes

- Derecho a la educación digital: se indica que el sistema educativo deberá garantizar la plena inserción del alumnado en la sociedad digital y el aprendizaje en el uso de los medios digitales seguro y respetuoso con los valores constitucionales, los derechos y libertades fundamentales, la intimidad personal y familiar. Para ello, se obliga a las autoridades educativas a incluir como asignatura de libre configuración la competencia digital, con especial atención a las situaciones de riesgo derivadas del inadecuado uso digital.

- Protección de los menores en Internet: Los padres, curadores, tutores o representantes legales procurarán que los menores hagan un uso equilibrado y responsable de los dispositivos digitales y de los servicios de la sociedad de la información. Asimismo, determina la intervención del Ministerio Fiscal en los casos de intromisión ilegítima, mediante la utilización o difusión de imágenes o información personal de menores de edad, en las redes sociales y los servicios de la sociedad de la información.
- Protección de datos de los menores en Internet: se refiere a la obligación de los centros educativos, así como de cualesquiera otras personas físicas o jurídicas que desarrollen actividades en las que participen menores de edad, de garantizar la protección del interés superior del menor, en particular de sus datos de carácter personal.

3. Derechos relacionados con el ámbito laboral

- Derecho a la intimidad y uso de dispositivos digitales en el ámbito laboral: se reconoce a los trabajadores el “derecho a la protección de su intimidad en el uso de los dispositivos digitales puestos a su disposición por su empleador” y a su vez, la obligación de los empleadores de “establecer criterios de utilización”, es decir, una política de uso de tales dispositivos digitales (incluyendo la especificación de los usos autorizados y, en su caso, la determinación de los períodos en que los dispositivos podrán utilizarse para fines privados) respetando en todo caso los estándares mínimos de intimidad, dando participación en su elaboración a los representantes de los trabajadores.
- Derecho a la desconexión digital en el ámbito laboral: siguiendo la estela de otros países, como Francia, que ya había establecido este derecho, se reconoce que los trabajadores “tendrán derecho a la desconexión digital” a fin de garantizar, fuera del tiempo de trabajo, el respeto de su tiempo de descanso, permisos y vacaciones, así como de su intimidad personal y familiar. Esta regulación específica y concreta de este derecho se regirá, concretará y determinará según se establezca en la negociación colectiva – convenios colectivos - o, en su defecto, en lo acordado entre la empresa y los representantes de los trabajadores en la correspondiente una política interna.
- Derecho a la intimidad frente al uso de dispositivos de videovigilancia y de grabación de sonidos en el lugar de trabajo:

El empleador podrá utilizar un sistema de videovigilancia “para el ejercicio de las funciones de control de los trabajadores” de conformidad con el artículo 20.4 del Estatuto de los Trabajadores. Para la realización de lo anterior, el empleador deberá informar por escrito de manera previa, expresa, clara y concisa a los trabajadores (se debería incluir que las imágenes se podrán utilizar en sede disciplinaria en caso de que se aprecie la comisión de irregularidades laborales susceptibles de tipificarse como ilícitos laborales), así como, en su caso, a los representantes de los trabajadores. Se entenderá válidamente cumplido el deber informativo mediante la utilización del distintivo de la AEPD en los casos de comisión flagrante de un acto ilícito por parte de los trabajadores.

No se podrán utilizar sistemas de videovigilancia o de grabación de sonidos en zonas de descanso o de esparcimiento de los trabajadores (vestuarios, aseos, comedores y análogos).

Únicamente se podrán utilizar sistemas de grabación de sonidos, además de imágenes, cuando resulten relevantes para la seguridad de las instalaciones, bienes y personas, teniendo en cuenta, en todo caso, el principio de proporcionalidad, el de intervención mínima y las garantías previstas en los derechos anteriores.

- Derecho a la intimidad ante la utilización de sistemas de geolocalización en el ámbito laboral: los empleadores podrán utilizar sistemas de geolocalización para el ejercicio “de las funciones de control de los trabajadores”, siempre y cuando con carácter previo y de forma clara y expresa los empleados y, en su caso, a sus representantes legales, sean informados de ello, así como del posible ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, limitación del tratamiento y supresión.
- Derechos digitales en la negociación colectiva: de manera general se indica que los convenios colectivos podrán establecer garantías adicionales con respecto al tratamiento de datos de los trabajadores y los derechos digitales en el ámbito laboral.

4. Derechos relacionados con los medios de comunicación digitales

- Derecho de rectificación en Internet: se plasma el derecho a la libre expresión en Internet, y se establece que los responsables de redes sociales, plataformas digitales y servicios de la sociedad de la información adoptarán protocolos para habilitar el ejercicio del derecho de rectificación en Internet (derecho a rectificar contenido en Internet que atente el derecho al honor, la intimidad personal y familiar) y el derecho a comunicar o recibir información veraz de las personas. Los medios de comunicación digitales que atiendan dichas solicitudes deberán publicar en sus archivos digitales un aviso en lugar visible en el que se señale que la noticia original no refleja la situación actual del individuo.
- Derecho a la actualización de informaciones en medios de comunicación digitales: hace referencia al derecho a solicitar motivadamente a un medio de comunicación digital la inclusión de un aviso de actualización, lo suficientemente visible, que indique que la noticia original no refleja la situación actual del individuo como consecuencia de sucesos posteriores. Ello resultará también de aplicación ante actuaciones policiales o judiciales, que se vean afectadas por otros pronunciamientos judiciales posteriores que beneficien al interesado.

5. Derechos vinculados las redes sociales

- Derecho al olvido en servicios de redes sociales y servicios equivalentes: consagra el derecho de toda persona a solicitar la supresión de todos los datos personales facilitados y publicados en los servicios de redes sociales o en cualquier otro servicio de la sociedad de la información.
- Derecho de portabilidad en servicios de redes sociales y servicios equivalentes: regula el derecho de portabilidad establecido en el RGPD, pero aplicado de forma específica a las redes sociales.
- **Otras cuestiones relevantes**
 - El tratamiento de datos personales solo podrá considerarse fundado en "el cumplimiento de una obligación legal exigible al responsable del tratamiento" solo cuando así lo prevea una norma de Derecho de la Unión Europea o una norma española con rango de ley (no bastarían normas de rango inferior).
 - Se adaptan las funciones y potestades de la AEPD y de las autoridades autonómicas de protección de datos según lo exigido en el RGPD.
 - Finalmente, merece consideración especial por la polémica suscitada, la modificación que afecta a la Ley electoral que habilita a los partidos políticos, coaliciones y agrupaciones electorales a utilizar datos personales obtenidos en páginas web y otras fuentes de acceso público para la realización de actividades políticas durante el periodo electoral, incluido el envío de propaganda electoral (dicho envío por medios electrónicos o sistemas de mensajería y la contratación de propaganda electoral en redes sociales o medios equivalentes no tendrán la consideración de actividad o comunicación comercial, pero deberá habilitarse un modo sencillo y gratuito para que el destinatario pueda ejercitar su derecho de oposición).



En ruta por...Costa da Morte

GUILLERMO ALFONSÍN



Costa da Morte.

Creo que sólo los gallegos somos realmente conscientes, por norma general, de que Galicia "está muy lejos de todas partes". Para los que hemos salido de allí, que somos muchos como bien se sabe, volver "a casa" por vacaciones desde las grandes urbes españolas, como Barcelona, Madrid, Bilbao o Valencia supone largos viajes.

Por eso, y también por el miedo a un clima que promete lluvia la mitad de los días del año, Galicia es un recodo todavía bastante poco explorado para aquellos que quieren hacer turismo y descubrir sus recodos.

Poco a poco esto ha venido cambiando, y de aquellas playas desiertas de las Rias Baixas donde un servidor recuerda bañarse, hemos pasado a la saturación de lugares como La Lanzada, más propios de Benidorm. Bueno, tal vez no hasta ese nivel, pero para un gallego ver una playa llena sigue siendo, en cierto modo, extraño.

Por eso queremos descubrir hoy otro de los recodos gallegos menos conocido, con un clima algo más duro, pero que merece realmente la pena, por lejos que quede. Y ese lugar no es otro que la Costa da Morte.

Aunque las guías de turismo más tradicionales invitan a conocer desde Malpica hasta Finisterre, en dirección nortesur, nosotros vamos a recomendar un enfoque distinto, de sur a norte, y desde algunos kilómetros más abajo en el mapa, desde la villa marinera de Muros.

La primera parada en Muros que recomendamos es el Muíño das Mareas do Pozo do Cachón, uno de los molinos más grandes de España, con una característica muy peculiar, y es que, a diferencia de los típicos molinos impulsados por agua dulce gracias a desniveles y corrientes, este molino hacía servir un dique para contener el agua de las mareas, y emplearlo en el cambio de marea para moler el grano.

Con 23 metros de largo, es un edificio impactante construido en el Siglo XIX. Ahora está reconstruido y adecentado, y se emplea para actividades culturales, pudiendo ser visitado para conocer su maquinaria interna, que queda expuesta tras expositores de vidrio.

Pero Muros es mucho más que este molino. Tras una importante inversión para recuperar los soportales de su Avenida Castelao, ahora esta villa marinera representa fielmente cómo eran los pueblos típicamente pesqueros de Galicia, al tiempo que ofrece un bonito paseo junto al puerto que puede combinarse con numerosos bares que ofrecen las típicas tapas gallegas, con el inigualable pulpo.

En el puerto encontramos, a nuestra disposición, pequeñas embarcaciones que ofrecen paseos para acercarnos a las bateras de la ría de Muros.



Ría de Muros.

De Muros progresamos hacia el norte conduciendo por la AC-550, que nos lleva por la costa, con una vista espectacular. Llegamos al Monte Louro, donde hay un mirador que permite ver el lago homónimo y la playa de Area Maior, un arenal virgen espectacular, adecuado para la práctica del surf, y que sería más propio de una postal paradisíaca. Aquí no hay aglomeraciones, nunca.

Siguiendo por la AC-550, pasamos Lariño para encontramos a pocos kilómetros con la playa más larga de Galicia: Carnota.

El arenal, con 6,5 kilómetros de largo y 90 metros de ancho, nos ofrece un acceso al Atlántico más puro, con arena fina y apenas gente. Incluso en los días más calurosos del verano, Carnota nos ofrece espacio vital para sentirnos en el paraíso.



Monte Louro.

Precedida de una zona de marisma y dunas, que se cruzan a través de paseos de madera habilitados, su único, pero para los foráneos está en la temperatura del agua. A fin de cuentas, es una playa abierta directamente al océano Atlántico.

Pero Carnota es algo más que su playa, y cuenta en el pueblo con un hórreo de enormes dimensiones, el segundo más largo de Galicia. No muy lejos de allí encontraremos bares donde tenemos todavía más lugares donde tomar más tapas gallegas. De la zorza al raxo, las tortillas de patata o el pulpo no nos dejarán indiferentes.

Y volvemos a la carretera. Merece la pena abandonar brevemente la AC-550 para subir al Mirador Paxareiras, situado en la montaña que cubierta de aerogeneradores cobija la playa de Carnota. Si el tiempo acompaña, las vistas son sencillamente espectaculares.

De Paxareiras tocará poner dirección al Mirador do Ezaro, a través de una serie de carreteras comarcales que, además de emplearse en la Vuelta a España ciclista, también dan cobijo a algunas pruebas del Rally de Noia, y que se disfrutan al volante de un buen coche.

El mirador ofrece otra vista espectacular antes de bajar a la cascada que se encuentra en Ézaro, y que supone el mayor salto de agua dulce al mar de la Península Ibérica. Ahora, controlado por el pantano que se sitúa encima, ya no es tan espectacular como lo sería cuando siglos atrás el agua corría desbocada, pero en días puntuales, la presa abre sus pasos de agua y devuelve el esplendor a la cascada a máximo caudal.



Mirador do Ezaro.

Desde Ézaro ponemos dirección más al norte, de nuevo en la AC-550, para llegar a Pindo, un pueblecito pesquero situado en la base del Monte Pindo, que no muchos años atrás ardió en un incendio forestal, pero que a pesar de ello ya parece completamente recuperado, y que guarda férreas tradiciones sobre meigas y magia gallega.

Por último, y bordeando la ría de Corcubión y pasando Cee, ponemos dirección "al fin del mundo", a Finisterre, donde acaban quemando sus zapatos los caminantes del camino de Santiago, y donde el faro más famoso de Galicia nos sirve como mirador final para esta ruta.

Tips para la ruta:

Dónde dormir:

- Hotel Naturaleza AV Amaixenda
- Hotel Naturaleza Mar da Ardora Finisterre

Dónde comer:

Cualquier bar con pescado y marisco fresco es una buena elección.

WELCOME TO



DESCUBRE EL NUEVO FIAT 500X.
LA EXPERIENCIA DEL MAÑANA, HOY.

NUEVO 500X URBAN LOOK 1.6 E-TORQ 81KW (110 CV) 4X2 POP SERIE ESPECIAL: Emisiones de CO₂ de 99 g/km. Consumo mixto: de 6,7 l/100 km.

www.fcafleet-business.es

FCA | FLEET & BUSINESS



¿Te gusta conducir?

DIFÍCIL DEFINIRLO. DIFÍCIL RESISTIRSE

BMW SERIE 6 GRAN TURISMO. BMW VENTAS ESPECIALES

Contáctenos en el 900 357 902 o ventas.especiales@bmw.es

WLTP: Consumo promedio: desde 6,1 hasta 10,5 l/100 km. Emisiones de CO₂: desde 159 hasta 238 g/km.

NEDC: Emisiones de CO₂: desde 127 hasta 187 g/km.