FENEVAL

ABRIL/JUNIO 2020 - Nº 206

NOTICIAS FENEVAL

FENEVAL ya tiene su sello: "ESPACIO PROTEGIDO COVID- 19"

Todo lo que ha pasado durante la Cuarentena…

ACTUALIDAD

Vuelta a la "Nueva Normalidad" en la Automoción

NUESTROS ASOCIADOS

FENEVAL incorpora a AESVA, AECA y ASEICAR

DE CERCA CON

José López-Tafall, Director General de ANFAC

la voz de la *movilidad*

LIFESTYLE

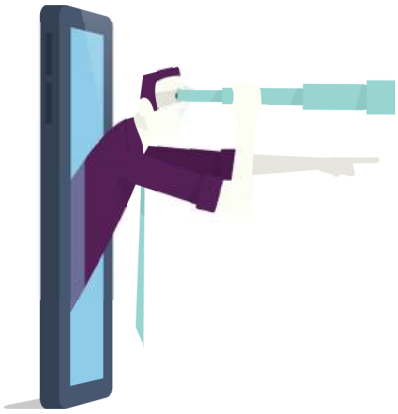
llámalo talento, llámalo carácter.

Audi Q3 Sportback.

Lifestyle, slow life, real life... El Audi Q3 Sportback combina la deportividad de un SUV coupé con la funcionalidad y versatilidad que se necesita a diario, logrando convertirlo en un must have. Must have, tendencia o puedes llamarlo como quieras porque lo importante no es el nombre que le des a cada cosa, sino lo que cada cosa es para ti.

Audi Q3 Sportback de 110 - 169 kW (150 a 230 CV). Emisiones CO_2 (g/km): 150 a 206 (NEDC: 123 a 174). Consumo (l/100 km): 5,9 a 9,1.

NEW NORMAL... NEW RENT A CAR



Incertidumbre, ilusión, miedo, prudencia... muchos son los sentimientos que nos invaden en esta "nueva normalidad" que nos ha dado la bienvenida este 21 de junio de 2020.

En mi último editorial, recién declarado el Estado de Alarma, comenzaba preguntándome "Y ... el día después, ¿qué?". Pues bien, ahí nos encontramos ahora, con la misma duda, pero con mucho camino recorrido.

En estos casi 100 días interminables, FENEVAL ha trabajado de forma incansable por y para el sector, para que, aunque el COVID haya frenado en seco la movilidad, no consiguiera frenar también al Rent a Car, que, además, ayudó desde el primer momento en la lucha contra el virus de forma desinteresada.

Y es que esto de la "nueva normalidad" no es algo nuevo, ya fue analizada por el belga **Peter Hinssen** en su libro de 2011 **"The New Normal".** En él aludía a los avances tecnológicos como el punto de partida para crear esa nueva realidad donde la relación con los consumidores se lleva a cabo de una forma cada vez más digital, y en la que la tecnología no es una ventaja: **es la que cambia las reglas del juego.**

Por eso, aprovecho estas líneas para deciros GRACIAS; gracias por acompañarnos en este camino complicado, por participar en cada una de nuestras intervenciones online a través de los más de 9 Webinars realizados durante la cuarentena; por dar vuestra opinión y comentarios, por compartir vuestros datos en la encuesta que realizamos al inicio de la pandemia, y que nos ha permitido defender mejor al sector... Y, **gracias, sobre todo, por no rendiros.** Sin olvidarme, por supuesto de todos aquellos trabajadores, amigos y familiares que ser han quedado por el camino con esta horrible pandemia.

Especialmente comprometidos con los asociados desde ese fatídico 14 de marzo, en FENEVAL hemos intentado que nunca estéis solos, con más de 90 circulares enviadas y un gran nivel de interlocución con las administraciones, especialmente con el Director General de Tráfico, **Pere Navarro** y **Rafael Barbadillo**, presidente del Comité Nacional del Transporte por Carretera, a quienes les agradezco su implicación con el sector. También con el Ministro de Transportes **José Luis Ábalos**, quien finalmente nos declaró **servicio esencial** el 24 de marzo y por lo que pudimos continuar parte de nuestra actividad. Además, agradecer por supuesto a la Secretaria de Estado de Turismo **Dª Isabel Oliver** por su apoyo en todas nuestras reuniones, que finalmente dieron lugar a la creación de un protocolo homogéneo a todo el territorio y a todo el sector de RAC, incluido ahora en las guías del MINCOTUR y supervisadas por el Ministerio de Sanidad. Esto ha supuesto la base para la creación del **sello "ESPACIO PROTEGIDO COVID-19"** que nace con el objetivo de auditarnos en el cumplimiento de estas directrices para dar seguridad al cliente, y demostrar que somos un sector comprometido.

Sin embargo, no pudimos olvidar frente a Isabel Oliver **una de nuestras mayores reclamaciones: El IVA/IGIC turístico.** Los datos están ahí: más del 85% de nuestra actividad es turística, entre el 85 y el 90% es transporte de pasajeros, y entre el 10 y el 15% es transporte de mercancías... Y es que, **somos turismo, somos transporte, somos movilidad.** Por eso debemos tributar al 10% de IVA/ 7 % de IGIC, tanto si se nos considera turismo como si se nos considera transporte de pasajeros.

Para demostrar el impacto que tendría esta reducción del IVA en el sector, encargamos un informe a la consultora MSI (Sistema de Inteligencia de Mercado). Las conclusiones son demoledoras: **con el IVA/IGIC turísticos salvaríamos más de 480 compañías** en 2021, conservando un tejido empresarial que daría empleo a 1.632 trabajadores directos en 2020 y a 1.763 en 2021. Paralelamente el Ministerio de Hacienda recaudaría 1.900 millones de euros más.

En definitiva, en este contexto de datos poco alentadores, no queda otra que seguir luchando porque de aquí se sale trabajando. Hay que reinventarse, cambiar, evolucionar y avanzar...

En esta nueva normalidad de distancia social, mascarillas, medidas de higiene, atención online, servicios autogestionados, flexibilidad empresarial... el alquiler de vehículos ya trabaja a contrarreloj para crear nuevos modelos interactivos que los permitan superar los desafíos a los que nos está retando este ya despreciado por muchos, año 2020.

En definitiva, **"new normal, new RAC".**

Juan Luis Barahona

SUMARIO Nº 206

V

ABRIL - JUNIO 2020

6 | ACTUALIDAD
Vuelta a la "Nueva Normalidad" en la Automoción

12 | NOMBRAMIENTOS

14 | ARTÍCULO DE OPINIÓN
ADN mutante

15 | NOTICIAS FENEVAL
FENEVAL ya tiene su sello: "ESPACIO PROTEGIDO COVID- 19"
Todo lo que ha pasado durante la Cuarentena...

26 | NUESTROS ASOCIADOS
FENEVAL incorpora a AESVA, AECA y ASEICAR

36 | EN CIFRAS

40 | FENEVAL PLUS
Impacto inmediato del Coronavirus en el RAC

42 | DE CERCA CON
José López-Tafall - Director General de ANFAC

46 | COCHES Y MOTORES
El nuevo Ford Kuga presenta su versión híbrida enchufable

50 | HEMOS ANALIZADO
Opel Corsa, un clásico más moderno que nunca

54 | A PRUEBA
Todos los caminos conducían a Ateca

57 | CURIOSIDADES
Mehari: El inesperado icono pop de Formentera

60 | PROTAGONISTA
Jorge Rosado - Head of Sales Citroën Brand. - Spain

63 | EN RUTA POR
Descubriendo los Picos de Europa

66 | HI-TECH
Descubriendo el aire limpio

Edita: Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos, FENEVAL

Consejo editorial: Juan Luis Barahona, Manuel Dapena, Mª Mar Medina y Nort3 Marketing Epidérmico.

E-mail: feneval@feneval.com | web: www.feneval.com | Colaboradores: Carmen Espada, Alberto Gómez, Guillermo Alfonsín, Juan Carlos Payo, Roberto Molina (fotógrafo) y Mª 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:
Pº de la Castellana, 121
planta 9
28046 Madrid
Tel.: 91 447 28 73
Fax: 91 447 65 52
e-mail: feneval@feneval.com
web: www.feneval.com

Pon tu negocio en movimiento con nuestras 5 tecnologías eléctricas.

Mucho más que híbridos.

Kona Eléctrico

En Hyundai sabemos que, dar el salto a la movilidad ECO, supone un reto para cualquier empresa. Por eso te ofrecemos los vehículos eléctricos que cuentan con unas de las mayores autonomías que hay en el mercado. Como el Hyundai Kona Eléctrico y su autonomía de hasta 619 km, o el Hyundai IONIQ y sus hasta 311 km de autonomía con una sola recarga. Y es que en Hyundai somos la única marca que te ofrece las **cinco tecnologías eléctricas existentes en el mercado** para tu flota de empresa: híbrida 48V, híbrida eléctrica, híbrida enchufable, 100% eléctrica y pila de hidrógeno.

Hyundai. Full Electric. Full Power.

KONA
- Híbrido
- Eléctrico

NEXO
- Pila de combustible de hidrógeno

IONIQ
- Híbrido
- Híbrido-enchufable
- Eléctrico

TUCSON
- Híbrido 48V

Con etiqueta ECO y 0 emisiones.

HYUNDAI

5 AÑOS DE GARANTÍA SIN LÍMITE DE KM

8 AÑOS GARANTÍA DE BATERÍA

Gama Hyundai KONA EV: Emisiones CO_2 combinadas (gr/km): 0 durante el uso. Consumo eléctrico (Wh/km): 150 (batería 39,2 kWh) – 154 (batería 64kWh). Autonomía WLTP (km): 289 (batería 39,2 kWh) – 449 (batería 64kWh). Gama Hyundai KONA HEV: Emisiones CO_2 combinadas WLTP (gr/km): 114-122,4. Consumo combinado WLTP (l/100km): 5-5,4. Emisiones CO_2 NEDC correlado (gr/km): 90-99. Hyundai NEXO: Emisiones CO_2 (gr/km): 0 durante el uso .Consumo mixto (kg/100km): 1,0. Autonomía WLTP: 666 Km. Gama Hyundai Ioniq PHEV: Emisiones CO_2 ponderado WLTP (gr/km): 26 durante el uso. Consumo eléctrico WLTP (Wh/km): 117. Consumo ponderado WLTP (l/100km): 1,1. Autonomía en modo eléctrico WLTP: 52 Km. Gama Hyundai Tucson Híbrido 48V: Emisiones CO_2 WLTP (gr/km): 143-181. Consumo mixto WLTP (l/100km): 5,5-6,9. Emisiones CO_2 NEDC correlado (gr/km): 113-147.

Modelos visualizados: KONA EV Style, KONA HEV Style, IONIQ PHEV Style, TUCSON Style y NEXO Style. Mantenimiento vinculado a la financiación del vehículo. La garantía comercial de 5 años sin límite de kilometraje y la de 8 años o 200.000 km. (lo que antes suceda) para la batería de alto voltaje, ofrecidas por Hyundai Motor España S.L.U a sus clientes finales, es sólo aplicable a los vehículos Hyundai vendidos originalmente por la red oficial de Hyundai, según los términos y condiciones del pasaporte de servicio. Consulta las condiciones de oferta, mantenimiento y garantía en www.hyundai.es

Vuelta a la "Nueva Normalidad" en la Automoción

REDACCIÓN FENEVAL

La pandemia llegó y el mundo se paró. Todos hemos pasado momentos difíciles los últimos meses, y cada industria y mercado se ha tenido que adaptar a las nuevas circunstancias. Por un momento los estrenos de modelos nuevos pasaron a un segundo plano, cuando lo prioritario era dar voz a los encargados de cuidar nuestra salud.

Por norma general, el segundo trimestre del año es el de mayor actividad respecto a las novedades automovilísticas, concentrándose presentaciones a partir del Salón de Ginebra, pruebas de nuevos modelos y un esfuerzo de comunicación ingente por parte de las marcas.

Pero este año no podía ser así. Por ello muchas marcas han tenido que tirar de ingenio y girar hacia lo digital para dar luz sobre coches que ya tenían listos para lanzar al mercado, mientras otras han preferido postergar presentaciones y lanzamientos a que esté la situación más normalizada, como ha sido el caso de Nissan con el Ariya.

Sea como fuere, hemos decidido hacer un repaso de todas las novedades que han irrumpido en el mercado desde nuestro último repaso del número anterior.

Audi A3 sedán.

AUDI A3 SEDÁN

Tras haber presentado la variante cinco puertas meses atrás, Audi sigue el despliegue del nuevo A3 con el lanzamiento de la variante sedán, 900 euros más cara que la de cinco puertas y desarrollada para cubrir un buen nicho de mercado.

Y es que el crecimiento y encarecimiento de las berlinas de segmento D ha ido generando un espacio para un coche de tres volúmenes de cuatro metros y medio que hasta ahora no existía, especialmente de cara a mercados como el chino o estadounidense, lo que no quita para que la firma de los cuatro aros aproveche la ocasión para venderlo también en el Viejo Continente.

Copia la oferta mecánica del A3 compacto tradicional de cinco puertas, le agrega 15 centímetros de longitud y se beneficia de una enorme mejora aerodinámica, reduciendo el coeficiente de arrastre desde 0,29 hasta un impresionante 0,25, lo que lo hará más frugal y menos ruidoso a la hora de conducirlo.

El coche se lanza por el momento con un motor de 150 caballos gasolina y otro 150 diésel a la espera de que vayan llegando el resto de variantes.

NUEVO BMW SERIE 4

El nuevo Serie 4, la variante de dos puertas de la Serie 3 de BMW, llega por fin a los concesionarios, y lo hace con una parrilla tan protagonista que eclipsa casi todo el resto del coche.

Parece que sólo se puede hablar de sus dos enormes "riñones" que presiden el frontal y que, probablemente, gustos aparte, en persona resulten bastante mejor acompasados que en foto, ya que la perspectiva visual de alguien delante de este coche hace que el morro esté muy abajo, y por ende, se aprecie una visión que, ahora mismo, con fotos de estudio, resulta muy complicada de enjuiciar.

BMW Serie 4.

La apuesta de BMW es clara: Dar un paso adelante en la evolución estética de un coche que hasta ahora algunos habían tachado de predecible. El tratamiento de superficies laterales incluye otras sorpresas, con la pérdida de líneas de tensión en la carrocería y una nueva interpretación en el pilar C del codo Hoffmeister que realmente nos cuesta esfuerzo identificar.

La trasera está mucho más alineada con lo que venía haciendo BMW en los últimos tiempos, con pilotos LED muy alargados para meter más sensación de anchura y presencia al coche.

Por dentro es un clon práctico del Serie 3, como no podía ser de otra manera, con el que comparte mecánicas desde los 180 caballos hasta los 375 caballos del M440i, que servirá de tope de gama a la espera de la irrupción del esperado nuevo M4.

Su tarifa de precios se incrementa respecto al Serie 3 equivalente de la gama. Ahora quedará por ver si un mercado SUV-obsesionado sigue mostrando apetito por esta variante de dos puertas, o si como venía siendo habitual, se guarda hasta la llegada del predecible Serie 4 Gran Coupe, que integrará la misma estética, pero con cinco puertas.

BMW SERIE 2 GRAN COUPÉ

El Serie 2 Gran Coupe logró montar su presentación cuatro días antes del confinamiento, para conseguir atraer la atención de los medios.

Este inédito modelo, que no había existido antes, explora la idea de una carrocería sedán de tracción delantera sobre el ya polémico Serie 1 de BMW.

No llega para sustituir al Serie 2 cupé, que al parecer tendrá un heredero que mantendrá la tracción trasera, sino para ofrecer una variante más dinámica y capaz que el Serie 1 tradicional. Así, midiendo 4,52 metros de largo, el nuevo Serie 2 Gran Coupe tiene más maletero (430 litros), pero pierde la versatilidad del portón posterior.

BMW Serie 2 Gran Coupé.

En el mercado peleará con el CLA de Mercedes-Benz y el A3 sedán de Audi que ya hemos comentado en este mismo ejemplar de la revista, desde la versión de acceso a la gama con 116 caballos de potencia alimentada por gasóleo.

Serie 5 y Serie 6 BMW.

RENOVACIÓN SERIE 5 Y SERIE 6 BMW

BMW ha estado ocupada durante el último trimestre. La primera novedad presentada ha sido la renovación de la Serie 5 y su variante "algo más alta", la Serie 6.

Pequeños detalles estéticos internos y externos jalonan un coche donde la principal novedad está en la integración de nuevas mecánicas, especialmente variantes híbridas enchufables 530e, donde se cuenta con un motor de cuatro cilindros de gasolina y dos litros emparejado con un sistema de máquina eléctrica y batería. El conjunto ofrece 292 caballos y algo más de 50 kilómetros de autonomía eléctrica pura de acuerdo con la homologación.

Así se granjea la oportunidad de tener pegatina "cero", tan deseada por un buen número de clientes del Segmento E.

RENOVACIÓN MINI COUNTRYMAN

El Countryman de MINI se renueva con nuevos paragolpes, llantas y pilotos posteriores y nuevos tratamientos en el interior, incluyendo un repaso para el sistema de infoentretenimiento.

También cambia la gama de motores ofrecida. Desaparece la versión "SD", la diésel más prestacional, con lo que ahora hay tres versiones de gasolina (102, 136 y 178 caballos), dos diésel (116 y 150 caballos) y el híbrido enchufable, conocido como SE, con 220 caballos y una autonomía eléctrica pura de 55 kilómetros.

MINI Countryman.

Como antes tenía 46 kilómetros (no llegaba a los 50 de homologación), no podía beneficiarse de la etiqueta "cero" que ahora sí dispondrá, lo cual será sin duda un aliciente comercial importante para futuros clientes.

Fiat 500 eléctrico.

FIAT 500 ELÉCTRICO

Por último, queríamos hablar del totalmente nuevo Fiat 500 eléctrico.

En muchas ocasiones se ha abusado de ese término de "totalmente nuevo", especialmente por parte de ciertas marcas y también de ciertos mercados, como el estadounidense. Pero esta vez, aunque por fuera no lo parezca, la realidad es que el 500 eléctrico que teníamos que haber conocido en el Salón de Ginebra, y que finalmente conocimos por Internet, es un coche dado a luz desde cero, con una nueva plataforma y tecnología.

No es el primer 500 eléctrico, ya que, por obligaciones gubernamentales, la compañía ya vendía un simpático y efectivo, pero nada rentable 500 eléctrico en dos estados de Estados Unidos. Pero este coche plantea un formato mucho más actual.

El nuevo 500 cuenta con un motor eléctrico de 118 caballos y una batería de 42 kWh de capacidad, que además se puede recargar rápidamente a una potencia máxima de 85 kW en pico, lo que permite recuperar el 80% de la carga en 35 minutos.

La autonomía homologada es de 320 kilómetros según WLTP, que se quedarán en algo más de 200 si empleamos nuestras referencias de consumo en carretera abierta.

Lo curioso es que Fiat no ha querido romper con la estética del coche. Ya en 2016, cuando se empezó a trabajar en el diseño de este modelo, se buscó una continuidad estética del icono, y tiene sentido, ya que si la forma funciona... ¿por qué cambiarla?

Las formas ahora son un poco más redondas, orgánicas y suaves, y el interior, sin cambiar mucho el formato, se renueva lo suficiente para acoger un sistema de infoentretenimiento más moderno y completo.
Ahora bien, ¿dónde puede estar el problema? La versión de lanzamiento está limitada a 500 unidades, incluyendo un cargador rápido de pared, y nos hace meditar sobre la posibilidad de variantes más mundanas.

Ford Kuga.

FORD KUGA

Ford ha renovado por completo su Kuga. El coche tenía que haberse presentado a finales de marzo en un evento multitudinario, pero acabó convertido a un evento puramente digital debido al confinamiento.

Este coche de vital importancia en la estrategia de rentabilidad de Ford para Europa, crece hasta los 4,62 metros de largo, dejando algo más de espacio al Puma para desarrollarse.

Estéticamente abandona el aspecto más contundente de la generación pasada para contar ahora con un morro más alineado con lo visto en el Focus o el Fiesta de última generación.

Su gama de motores incluye variantes de gasolina de 120 y 150 caballos, diésel de 120 y 190 caballos y dos versiones híbridas, una diésel con hibridación ligera montada sobre el mismo 190 caballos, y luego un híbrido eléctrico enchufable más "serio" con motor de gasolina de 2,5 litros y 250 caballos de potencia máxima, que además es capaz de recorrer 56 kilómetros en modo puramente eléctrico, lo que le granjea el derecho a tener la pegatina "CERO" de la DGT.
Por dentro el coche parece un calco de un Focus, con el mismo sistema de infoentretenimiento y aportando un cuadro completamente digital, como el visto en el Puma. El maletero se va hasta los 475 litros.

FORD EXPLORER

Años atrás habría sido impensable que Ford importase un SUV de cinco metros de largo al mercado europeo. Pero el cambio de tendencias ha permitido que la firma del óvalo azul se atreva a traerse el Explorer, eso sí, limitándolo todo a una única oferta mecánica.

El buque insignia de Ford, se comercializará con un sistema de propulsión híbrido enchufable con una potencia total de 450 caballos y hasta 42 kilómetros de conducción pura eléctrica merced a una batería de iones de litio de 13,1 kWh de capacidad. El motor de combustión es un Ecoboost de seis cilindros en uve turboalimentado con inyección directa de gasolina, no muy lejano al ofrecido en el espectacular Ford GT ganador de Le Mans.

Ford Explorer.

Con siete plazas disponibles, Ford podría buscar reemplazar indirectamente a un grupo de clientes ya no tan atraídos por los monovolúmenes, que antes adquirían una Galaxy y ahora pueden inclinarse por la estética ruda de este enorme vehículo cuyo peso, atención, supera las dos toneladas y media.

Por cierto, gracias a su condición de híbrido enchufable, su consumo medio homologado es de sólo 3,1 litros cada 100 kilómetros. Sin duda puede que esa cifra sea realista si se hace un uso intensivo del coche en trayectos cortos por ciudad y cercanías tirando del modo eléctrico, pero con el peso y la potencia implicadas, a buen seguro en autopista se podrá triplicar el gasto de combustible sin duda alguna.

TOYOYA YARIS CROSS

Toyota va a completar su gama de SUVs con un modelo más pequeño que el CH-R, bajo el nombre de Yaris Cross.

Montado sobre la base del recién presentado también Yaris, este pequeño urbanita híbrido de momento se limitará a ofrecerse con una mecánica de 115 caballos extraídos de un 1,5 de gasolina y el motor eléctrico de apoyo.

Con 4,18 metros de largo es más grande que un Yaris convencional, tiene más maletero y ofrece la tan demandada actualmente posición de conducción sobre-elevada.

Toyota Yaris Cross.

Por el momento desconocemos el escalón de precio en el que se va a mover, pero es fácil percatarse de que será más caro que un Yaris y más barato que un CH-R cuando llegue a las concesiones en 2021, lo que reduce la incertidumbre.

Volkswagen Nivus.

VOLKSWAGEN NIVUS

La factoría navarra de Landaben dará a luz un tercer modelo en cuestión de meses, cuyo nombre comercial en Europa aún desconocemos. Se acaba de presentar ahora para Sudamérica, bajo el nombre de Nivus, y combina la base de un T-Cross con una estética "más dinámica", si es que se puede denominar así a un SUV, con un pilar C más tendido y un techo algo más bajo.

Más cercano en estética y concepto al Juke o al Puma, el Nivus buscará posicionarse como un producto algo más aspiracional, y probablemente más caro, por tanto, que el T-Cross con el que comparte salpicadero, asientos y un montón de elementos más. De hecho, es de esperar que la gama mecánica prácticamente sea idéntica.

Mucha conectividad en un coche urbanita, compacto y con aspecto SUV. Una fórmula para nada arriesgada en busca de conquistar clientes jóvenes para Volkswagen.

PORSCHE 911 TARGA

Porsche 911 Targa.

La familia del actual 911, el 992, sigue creciendo y desarrollándose.

Tras la llegada del Turbo que tenía que haberse revelado en el pasado salón de Ginebra, ahora es el turno de la variante Targa.

Básicamente el coche es un 911 cabrio pero con una identidad estética distinta y algo más de versatilidad. Donde el cabrio emplea un techo de lona articulado que se repliega completamente, el Targa mantiene la idea del original, desarrollado por criterios de seguridad ante vuelcos de cara al mercado estadounidense de los años sesenta, con una sección de techo que se repliega por detrás del pilar B, y una enorme luneta posterior panorámica.

Todo el proceso de plegado está automatizado y se completa en 19 segundos.

Se va a ofrecer con tres especificaciones, todas ellas con tracción total: La variante 911 Targa 4 de cambio doble embrague PDK y 385 caballos, la variante Targa 4S con cambio manual de siete relaciones, recuperado para la ocasión desde la generación 991 y con 450 caballos, y una variante Targa 4S con cambio de doble embrague PDK de idéntica potencia.

A nivel de equipamiento puede contar con cosas como el control de crucero adaptativo predictivo, el eje trasero direccional, la suspensión de rigidez variable, incluyendo barras estabilizadoras activas y un larguísimo etcétera donde el presupuesto y la imaginación pondrán sus propios límites.

LOS ÚLTIMOS CARGOS NOMBRADOS EN EL SECTOR DEL MOTOR

Clara Colino

DIRECTORA DE UBEEQO EN ESPAÑA

Europcar Mobility Group ha nombrado a Clara Colino, nueva directora de su marca de carsharing, Ubeeqo en España, cuyas funciones serán ahora desarrollar el negocio en las dos ciudades en las que opera en España, Madrid y Barcelona, y en las áreas metropolitanas en las que están presentes.

Colino es licenciada en derecho y económicas por la Universidad Carlos III y ha desarrollado los últimos años de su carrera profesional en Europcar Mobility Group, primero liderando la marca InterRent, entre 2016 y 2018, y después la unidad de negocio de furgonetas de Europcar, cargo que ocupaba hasta ahora.

Manuel Núñez

ASESOR ESTRATÉGICO DE OK RENT A CAR

OK Rent a Car, división de alquiler de vehículos de OK Cars Mobility, subholding de movilidad de OK Group, ha incorporado como asesor estratégico al experto en gestión integral y expansión internacional, Manuel Núñez, que acompañará en su estrategia de crecimiento progresivo y sostenible a la compañía.

Núñez, especializado en técnicas de aprovechamiento y rentabilidad en el sector del turismo y de la movilidad, cuenta con una dilatada experiencia en empresas punteras de estos sectores, como Avis y Goldcar, donde ha desarrollado diversas funciones directivas en las áreas de internacionalización y fortalecimiento de las estrategias de negocio.

LOS ÚLTIMOS CARGOS NOMBRADOS EN EL SECTOR DEL MOTOR

Miu Kato

PRESIDENTE DE HONDA MOTOR EUROPE ESPAÑA Y PORTUGAL

El hasta ahora vicepresidente de Honda en la Península Ibérica, Miu Kato, ha empezado su etapa como nuevo presidente de Honda Motor Europe España y Portugal.

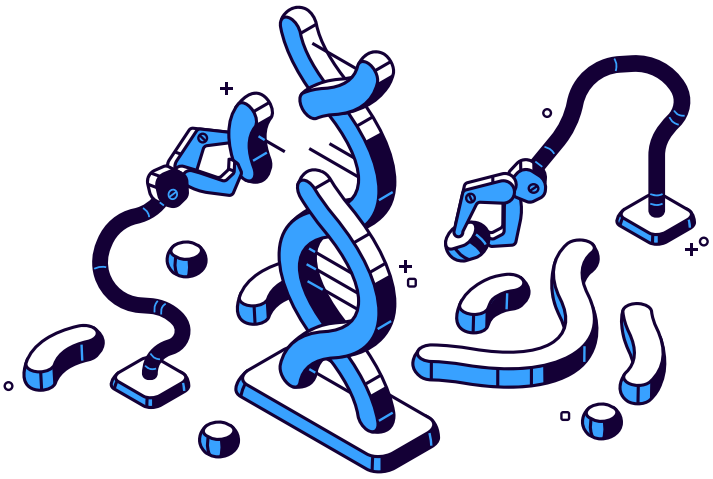
Licenciado en Ciencias Económicas, su trayectoria en Honda ha estado principalmente vinculada a las áreas de Ventas y Marketing de automóviles. Después de pasar sus primeros tres años en Honda Motor en Japón, Kato se trasladó a Honda Motor Rusia. El directivo japonés se encargó durante cinco años (2007-2012) de las exportaciones de automóviles de American Honda Motor, con sede en Los Ángeles. En 2019 se incorporó a Honda Motor Europe.

Enrique Lorenzana

DIRECTOR DE VENTAS Y POSVENTA DE GENESIS, LA MARCA DE LUJO DE HYUNDAI EN EUROPA

El español Enrique Lorenzana, es desde el mes de mayo de este año el director de Ventas y Postventa de la división europea de la enseña de lujo coreana y será el encargado de pilotar la expansión de Génesis en Europa. Licenciado en Derecho y con más de 25 años de experiencia en la industria automovilística, Lorenzana ha desempeñado diferentes cargos directivos en marcas premium como Aston Martin, Maserati y Audi en el 'Viejo Continente'.

ADN mutante



Todo lo pasado, todo lo que está pasando, ha modificado conciencias a nivel cliente y está modificando conciencias a nivel sector automovilístico. Veníamos de épocas donde poco a poco el componente medioambiental iba ganando protagonismo sobre todo a nivel de debate social –es un fenómeno relativamente joven con solo tres décadas de vida-, y de repente la crisis sanitaria mundial ha hecho lo que nunca había sucedido –que se paralice a la vez la oferta y la demanda-. Toca sacar conclusiones. Las mías son las siguientes:

1. El mundo ha cambiado a nivel productivo. El volumen ya no es la panacea. Las nuevas estrategias de los grupos automovilísticos pasan por reducir gamas y concentrarse en eficacia y competitividad haciendo solo modelos rentables, incluidos los eléctricos. Veremos desaparecer modelos históricos a no mucho tardar. Y veremos marcas históricas abandonar Europa.

2. La nueva movilidad que se genera ahora puede ser una oportunidad. El transporte público tiene un reto difícil, el de la seguridad, y los usuarios van a decantarse por el transporte privado. Y esto lo veo más claro no tanto en uso urbano porque las cortapisas van a ser las de siempre o mayores gracias al espacio que se va a ceder a peatones y ciclistas, sino en viajes de medio y largo recorrido donde el vehículo privado o el rent a car ganarán importancia porque ese transporte público –avión, tren, autobús, coche compartido- será más caro y a priori no tan seguro por cuestiones sanitarias de capacidades y cercanías entre pasajeros desconocidos.

3. Tras la crisis de 2008 no hubo cierres de factorías en Europa. Hubo subvenciones estatales a cambio de garantizar estabilidad laboral y esperando una recuperación de un mercado, que ahora se ve sacudido por el Covid, y por un cambio radical de gustos o necesidades del cliente en los últimos años, muy condicionado por normativas sobre contaminación. Los pick-ups nunca han cuajado aquí y esto ha casi sentenciado a Nissan en Barcelona. Alguien no vio venir la tormenta. Menos mal que la mayoría de las plantas en nuestro país tienen producto relativamente fresco, pero que como muy tarde caduca en 2026 -el sustituto del C4 que se fabricará en Villaverde-. ¿Empezamos a hacer los deberes o lo dejamos para el día antes del examen? Y por favor, a nuestros políticos: no vendan titulares sino actos. La medicina preventiva nos evitará sobresaltos posteriores. Y esto se puede aplicar tanto a nuestra sanidad tras la situación vivida como a nuestra industria.

Juan Carlos Payo

Director de la Revista Autopista

FENEVAL YA TIENE SU SELLO "ESPACIO PROTEGIDO COVID-19"

LAS COMPAÑÍAS DEL RENT A CAR QUE LO DESEEN YA PUEDEN INICIAR EL PROCESO PARA CONSEGUIRLO A TRAVÉS DE NUESTRA WEB

FENEVAL, a través de un acuerdo de colaboración con TÜV SÜD ha lanzado ya su sello **"ESPACIO PROTEGIDO COVID-19"** para que, aquellas empresas de Rent a Car que lo deseen, puedan obtener ya este distintivo para sus instalaciones y/o vehículos trasladando así a sus usuarios que están preparados y han puesto en marcha todas las medidas a su alcance de seguridad e higiene frente al Coronavirus.

Este sello, se basa en el protocolo del transporte turístico incluido en las ´Guías para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2´ publicadas por la Secretaría de Estado de Turismo en coordinación con el Ministerio de Sanidad y con el apoyo del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

Y, si bien es cierto que la gran mayoría de nuestros asociados ya estaban llevando a cabo muchas de estas medidas comprometidos con la seguridad de sus clientes, este distintivo **será una garantía que lucirá cada vehículo y/o oficina "segura"**, y que, sin duda, puede ser un aliciente para activar el negocio y a animar a que las personas se pongan al volante sin ningún temor.

Por su parte, FENEVAL tras varios meses de trabajo y coordinaciones con las administraciones, **ha colaborado en el desarrollo del protocolo** en la parte que corresponde al alquiler de vehículos.

A diferencia de otras iniciativas similares, el sello "Espacio Protegido Covid-19", además de basarse en las instrucciones de MINCOTUR y Sanidad, ha sido consensuado también con la Asociación Española de Servicios de Prevención Laboral (AESPLA), PRLInnovación, y los sindicatos CCOO y UGT.

Las empresas de alquiler que quieran obtenerlo tendrán que superar el proceso de formación, validación y auditoria de nuestro colaborador en este proyecto, la prestigiosa empresa **TÜV SÜD, compañía líder internacional** especializada en servicios de inspección, certificación y consultoría. Para comprobar la correcta interpretación y cumplimiento del protocolo, se evaluará la adopción de las medidas de protección, limpieza e higiene frente al COVID-19 y se creará la figura de un responsable dentro de cada empresa para, posteriormente, realizar una auditoría de verificación previa a la emisión del distintivo.

El proceso de solicitud es realmente sencillo, los interesados podrán acceder desde la web de FENEVAL en su sección "SELLO COVID", desde donde podrán iniciar el proceso de emisión a través de un formulario breve.

Además, para mayor facilidad, el **proceso de auditoría será realizado electrónicamente** y de forma 100% digital, con validaciones a través de videollamada.

Una vez superada la auditoria, se les asignará su propio sello con **una numeración propia y exclusiva a cada empresa** para que estas compañías puedan utilizarlo de forma visible en sus establecimientos y/o vehículos a través de adhesivos u otros formatos tales como perchas para el espejo retrovisor del coche, o material de mostrador.

Percha retrovisor

Totem mostrador

Estos formatos también podrán solicitarlos a FENEVAL que, previa petición, se encargaría de la impresión y envío de los mismos. En este sentido, tanto para la obtención del sello, el proceso de auditoria y la impresión de los adhesivos, la Federación ha negociado precios realmente asequibles para las compañías de Rent a Car, ya que en estos momentos se debe buscar que el sello sea accesible para todo el sector.

Además, el sello, **podrán exhibirlo en sus correspondientes páginas web** como forma de asegurar a sus clientes su compromiso y responsabilidad con el cumplimiento de este protocolo.

Es responsabilidad de cada una de las empresas, garantizar el cumplimiento de las normas una vez superada la auditoria. De nuestro compromiso dependerá el éxito en la implantación de las medidas y de seguir posicionándonos como un sector seguro tanto para los clientes como para los trabajadores y colaboradores.

DISTINTIVOS VINCULADOS

Cabe reiterar que el sello de FENEVAL es el único distintivo **específico para el sector del Rent a Car**, homogéneo para todo el **territorio español** y **exclusivo**, pues cada empresa recibe un único número de registro. Para obtenerlo, además de **comprometernos a su cumplimiento**, tenemos que **formarnos, evaluarnos, implantar** las directrices correspondientes y ser **auditados** por un tercero, en ese caso la empresa de prestigio TÜV SÜD.

Pero, además, recientemente la Secretaría de Estado de Turismo ha sacado el distintivo **«Responsible Tourism»** y el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) sacó el **«Safe Travels»**. Ambos se basan en la **mera declaración de intenciones** para seguir las directrices de las Guías para la reducción del contagio por el Coronavirus.

Desde nuestra visión entendemos que no es suficiente con la declaración de cumplir guías o protocolos, sino que debemos demostrar que los hemos implantado, que están en funcionamiento y que han sido verificados por una **empresa externa,** que se asegura de que las medidas implantadas se llevan a cabo.

Aun así consideramos que estos distintivos pueden ser un **buen complemento** al sello FENEVAL **"ESPACIO PROTEGIDO-COVID-19"**, dado la alta implicación de nuestro sector con el Turismo. De hecho, vincularemos su obtención al SELLO FENEVAL, y será la propia Federación la que se encargará de solicitar estos distintivos de forma gratuita para todas las compañías que se adquieran al protocolo "ESPACIO PROTEGIDO COVID-19".

Todo lo que ha pasado durante la Cuarentena...

El sector del alquiler de vehículos se ha visto paralizado durante los meses de confinamiento, meses durante los cuales la **Federación Nacional de Alquiler de Vehículos con y sin Conductor (FENEVAL)**, no ha hecho otra cosa sino trabajar sin descanso para ayudar el sector.

Este desafío al que nos ha retado el **COVID-19** ya ha cambiado radicalmente muchos modelos de negocio. En este escenario de incertidumbre, la Federación ha reclamado y obtenido medidas para el sector que han conseguido disminuir parte del impacto dramático que el Coronavirus ha provocado en el Rent a Car. Pero, además, ha mantenido a sus asociados permanentemente informados con los diferentes protocolos de higiene y desinfección, cambios de normativas, recomendaciones legales, y todo aquello que interesaba al sector en esos momentos donde el bombardeo de información en los medios de comunicación era continuo y masivo.

Aun así, FENEVAL, terminado el Estado de Alarma, sigue trabajando con las administraciones y otros organismos públicos y privados para poder conseguir que las alquiladoras, en lo posible, puedan ver mejorada su situación y acompañarlas en la transición a esa "nueva normalidad" que ya estamos viviendo.

El Rent a Car, una "actividad esencialmente importante"

Ver vídeo

Tras la declaración del Estado de Alarma anunciado el 14 de marzo por el Gobierno, ya se vio gravemente limitada nuestra actividad. En concreto desde el 19 de marzo en el que se aprobó una Orden Ministerial por la que se prohibió el alquiler de vehículos a particulares, y por la que solo estaba permitido el alquiler de vehículos comerciales para el transporte de mercancías y el abastecimiento de la población, actividad imprescindible sin duda en medio de la pandemia.

En ese momento FENEVAL se dirigió al **Ministerio de Transporte Movilidad y Agenda Urbana** de la mano de Rafael Barbadillo, presidente del Consejo del Transporte y la Logística de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), junto con el que FENEVAL consiguió iniciar conversaciones con Alicia Rubio Fernández, subdirectora general de Inspección de Transporte Terrestre, al considerar nuestra actividad como un complemento necesario al transporte público con el objetivo de garantizar a los ciudadanos que así lo necesitaban el desarrollo de las actividades permitidas en ese momento en el artículo 7 del Decreto del Estado de Alarma, bajo condiciones de seguridad.

Finalmente, y tras las reclamaciones del sector, llegó uno de nuestros primeros logros y el punto de partida para seguir trabajando: el Ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, **José Luis Ábalos declaró el 23 de marzo** en rueda de prensa también el alquiler a particulares como **una "actividad esencialmente importante"** y se publicó en el BOE el 24 de marzo.

Esta medida, permitió a las alquiladoras participar, aún más, en la lucha contra el Covid-19, como un servicio de transporte complementario individual a, por ejemplo, el transporte público, e imprescindible para actividades esenciales como la compra de productos de primera necesidad y farmacéuticos, para acudir al trabajo, a centros sanitarios o para asistir y cuidar a mayores, menores o personas especialmente vulnerables.

Y es que, tal como afirmó en su momento el Presidente de FENEVAL, Juan Luis Barahona, **"El Rent a Car ofrece un servicio complementario de transporte a los usuarios que aún llegaban por avión y tren, y entendemos que somos un agente de movilidad imprescindible también para para estas actividades esenciales, y sobre todo en aquellos momentos, para posibilitar el transporte de mercancías".**

Reunión con la Secretaria de Estado de Turismo

Dado la vinculación tan estrecha del sector de las alquiladoras con el Turismo, era imprescindible llegar hasta las administraciones para trasladarle la preocupación del sector.

FENEVAL una vez más, consiguió trasladar una serie de peticiones a la Secretaria de Estado de Turismo, **Isabel Oliver**, con quien el Presidente Juan Luis Barahona pudo reunirse a través de videollamada el pasado mes de abril.

En esta reunión, FENEVAL ya pudo presentar los primeros datos de matriculaciones del canal RAC, que tras el primer mes de Estado de Alarma registraron una caída de 75,14% con respecto al mes anterior y cuyas compañías de Rent a Car estaban viendo reducida su facturación hasta en un 90%, sobre todo en algunas zonas de costa.

Además, el Presidente de FENEVAL reiteró en esta reunión que más del 85% de nuestra actividad está directamente relacionada al turismo y que contamos con más de 7.000 trabajadores directos y 21.000 indirectos.

Por tanto, tal como Juan Luis Barahona le trasladó a Oliver, "el impacto del COVID- 19 sobre el turismo estaba siendo dramático: aeropuertos y estaciones de Renfe con servicios mínimos y nula llegada de turistas, cuando en abril de 2019 visitaron nuestro país 7,17 millones de turistas internacionales". Por este motivo la ampliación del **ERTE por causa de fuerza mayor** para el Turismo más allá del Estado de Alarma iba a resultar imprescindible, ya que la demanda no se iba a recuperar una vez finalizado este.

IVA reducido, nuestra gran batalla

Además, FENEVAL, aprovechó para reclamar, en estos momentos más que nunca, el reconocimiento del derecho al **tipo reducido de IVA**, que le correspondería al RAC por ser turismo y así equipararnos al resto de actividades turísticas, como una de más de las medidas imprescindibles que influirán en la recuperación del sector ya activada desde este 21 de junio la llegada de turistas a nuestro país.

Juan Luis Barahona en esta reunión reiteró la frustración del sector del alquiler que todavía tributa al 21% de IVA y al 15% de IGIC, frente al IVA del turismo que tributa al 10% en la Península y al 7% con el IGIC en Canarias; y lo mismo ocurre con el transporte de pasajeros.

Facilidad para la financiación

Muy importante fue también aprovechar para solicitar en esta reunión mayor flexibilidad y facilidad para la concesión de los **avales ICO** y para implantar de forma inmediata una línea de avales complementarios al ICO hasta el 100% de los mismos.

De hecho, desde FENEVAL se anima a todos sus Asociaciones seguir trabajando en esa misma línea, ya que sin estos contravales autonómicos, el crédito para las pymes estaría anulado y puede llegar a suponer el cierre de más del 30% de las oficinas de alquiler locales, con la consiguiente pérdida de empleo e impacto en la economía.

De hecho, nuestra asociación de Madrid ASEVAL-MADRID presidida por Don Ignacio Manzano, ya lo ha conseguido con Avalmadrid.

Suspensión del canon aeroportuario durante el Estado de Alarma

Entre otras cosas, FENEVAL también ha estado presente en diversas negociaciones con ADIF y AENA con el objetivo de reducir los pagos mensuales en estaciones y aeropuertos.

Concretamente con AENA, y tras una reunión con ellos junto con nuestra asociación ANEVAL, se consiguió la cancelación o suspensión del canon aeroportuario durante el Estado de Alarma, siempre, recalcando la buena disposición que la institución ha tenido con el sector.

En esta misma línea ha sido la reclamación de la exención del pago a ADIF por la que lamentablemente no obtuvimos respuesta.

FENEVAL presente en el Pleno del Departamento de Viajeros de CNTC con el Ministro Ábalos

También el pasado 11 de junio FENEVAL ha estado representando al sector de las alquiladoras de vehículos, en el Pleno del Departamento de Viajeros de Comité Nacional de Transporte por Carretera (CNTC) con el Ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, José Luis Ábalos.

Este Comité presentó al Ministro el cuadro de medidas que considera imprescindibles no sólo para la recuperación del sector sino para la subsistencia de buen número de empresas y de puestos de trabajo.

En particular FENEVAL volvió a reclamar la ampliación temporal de los ERTEs, ya que el 85% del volumen de sus servicios son turísticos, y la demanda en este sentido no va a poder volver a los volúmenes habituales de otros años en los próximos meses.

Además, FENEVAL reclamó, una vez más, el reconocimiento del derecho al tipo reducido de IVA, como medida imprescindible para la recuperación del sector.

La reunión se celebró en un ambiente de total colaboración entre la Administración y el Sector del transporte de viajeros por carretera, en el que el comité también ha solicitado la creación de líneas de financiación específicas para el sector o la inclusión de este en el paquete de ayudas europeas, entre otras.

Y muchas más reuniones...

Pero, además, se sucedieron varias reuniones con otros organismos e instituciones como la CEOE, Leaseurope (the European Federation of Leasing Company Associations), la Secretaria de Estado de Hacienda, o la Unión Española de Entidades Aseguradoras (UNESPA), entre otros, a los que quisimos hacer partícipes también de los intereses del sector y su compromiso con nuestros clientes.

FENEVAL, en el Comité de Expertos sobre el sector de Movilidad de la MKT

Se ha hecho también efectiva durante esta cuarentena la incorporación oficial de FENEVAL al primer **Comité de Expertos del Sector de la Movilidad impulsado por la Asociación de Marketing de España (MKT).**

Tras foros de trabajo virtuales, FENEVAL junto con el resto de las empresas e instituciones expertas que integran el comité como Google, Acciona, Uber, Cabify o Kia, entre otros, ha valorado la situación del sector de la Movilidad y ha hecho hincapié en la velocidad a la que evoluciona la movilidad urbana, la tecnología y la digitalización, que está afectando radicalmente los modelos de negocio existentes hasta el momento.

De hecho, ya en el primer foro que se realizó de manera presencial previo a la pandemia en la sede de Havas Group en Madrid, Barahona afirmó que, por ejemplo "la sensibilidad ecológica es cada vez mayor en las nuevas generaciones. Las cosas suceden más deprisa cada vez, pero debe haber un proceso muy estudiado y reflexionado sobre cómo y a qué actores afecta este cambio".

En este sentido, el presidente de FENEVAL reiteró que la flota de los Rent a Car es la menos contaminante del mercado y reclamó una neutralidad tecnológica ya que la electrificación es la única alternativa para la movilidad sostenible. "Queremos ser eficientes, pero hay que hacerlo de forma más ordenada", sentenció.

Encuesta "FENEVAL"

Además, durante el estado de Alarma, FENEVAL solicitó a todos los asociados que participaran en una encuesta que nos daría una radiografía de la situación del sector en ese momento y que fue un éxito gracias a la participación de casi un centenar de compañías.

Los datos que se arrojan son realmente interesantes entre los que destaca que más del 70 % de los encuestados son socios o propietarios dentro de los cuales el 60% son de empresas o pymes de menos de 10 habitantes, lo que demuestra una vez más la representatividad de las compañías que forman FENEVAL, formada en su mayoría por autónomos o pequeñas empresas, que nos hacen un sector especialmente sensible.

Los datos concretos de la encuesta se ofrecen en este mismo número de la Revista FENEVAL (página 36) a través de una infografía y en la que se recogen conclusiones realmente interesantes.

En este sentido, FENEVAL seguirá trabajando en esta misma línea para conseguir realizar un informe oficial aún más completo y profesionalizado trabajando de la mano de una consultora que pueda gestionar los datos y la información de los asociados que quieran colaborar en mostrar la situación del Rent a Car tras la Pandemia.

Sello FENEVAL "ESPACIO PROTEGIDO COVID-19"

A raíz de esta reunión con la Secretaria de Estado de Turismo y tras plantearle las medidas de higiene y desinfección que FENEVAL estaba recomendando para las compañías de Rent a Car, el **Instituto de Certificación de Turismo de España (ICTE)** se puso en contacto con FENEVAL, para trabajar en un protocolo conjunto.

Así surgió el **Sello FENEVAL "ESPACIO PROTEGIDO COVID-19"** a través de un acuerdo de colaboración con TÜV SÜD para que, aquellas empresas de alquiler de vehículos que lo deseen puedan disponer ya de este distintivo en sus instalaciones y/o vehículos **asegurando a sus usuarios que ofrecen las máximas garantías de seguridad e higiene frente al Coronavirus.**

Además, este sello, se basa en las directrices higiénico-sanitarias del transporte turístico incluidas en las ´Guías para la reducción del contagio en el sector turístico´ publicadas por el **Ministerio de Industria, Comercio y Turismo** bajo **la supervisión del Ministerio de Sanidad.**

Este protocolo es muy importante, para asegurar la confianza en el alquiler de vehículos, que, sin duda, es una gran alternativa de movilidad en estos momentos y en los próximos meses, no solo para los viajes de "ocio" sino también para cualquier otro desplazamiento en los que se quiera asegurar las condiciones de higiene entre nuestros usuarios y tranquilidad de las familias.

Y es que trasladar **seguridad a nuestros clientes** es ahora esencial para ofrecer la mejor de las experiencias. Para ello, la Federación recomienda a las compañías la obtención del **sello de FENEVAL** para **demostrar que estamos aplicando las medidas contra el contagio del Coronavirus**, pero también hemos decidido vincularlo y complementarlo con **otros distintivos** gratuitos de organismos nacionales e internacionales como el de la Secretaría de Estado de Turismo llamado **«Responsible Tourism»** y el de **«Safe Travels»** del Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés). Ambos se consiguen con la declaración y compromiso de cumplirlo, muy interesante debido a la alta implicación de nuestro sector con el Turismo.

En este mismo número de nuestra revista FENEVAL le hemos dedicado un artículo con todos los detalles e información para conseguirlo. (Página 15)

¡AHORA SOMOS MÁS!

FENEVAL suma 3 nuevas asociaciones

La Federación Nacional de Vehículos con y sin conductor **(FENEVAL)** ha incorporado oficialmente durante los últimos meses a tres nuevas asociaciones: la **Asociación Empresarial de Servicios Vehículos de Alquiler de Andalucía (AESVA), la Asociación Empresarial de Coches de Alquiler de Andalucía (AECA)** y además a la **Asociación Española de la Industrias y Comercio del Caravaning (ASEICAR).**

Cronológicamente la primera en incorporarse a la Federación fue **AESVA**, con sede en Málaga y bajo la presidencia de **Dª Ana María García.** Su incorporación se materializó el pasado 10 de marzo en la reunión de Junta Directiva que se celebró ese día. Lamentablemente no se pudo comunicar en ese momento debido a la declaración del Estado de Alarma y la crisis sanitaria que alteró toda la agenda prevista en la Federación.

El pasado del 23 de abril, con aprobación definitiva en la Junta, se unió a FENEVAL **AECA**, también con sede en Málaga y ejerciendo como Presidente **D. Félix Pinar** y **ASEICAR**, capitaneada por **D. José Manuel Jurado**, con sede en Barcelona.

Con estas nuevas incorporaciones FENEVAL ya aglutina a más del 95% del sector de los alquiladores de vehículos en nuestro país y suma ya más de 650 compañías de Rent a Car.

Además, el presidente Barahona les dio a todos la bienvenida en una conferencia online a la que pudieron asistir el resto de las asociaciones y compañías de la patronal nacional de los alquiladores de vehículos.

Seguimos incorporando colaboradores

Los meses de confinamiento tampoco nos han parado a la hora de `reunirnos´ con posibles *partners* y colaboradores que forman parte también del ecosistema del Rent a Car.

Así, firmamos un acuerdo con **Mapefra**, empresa con casi 50 años de experiencia en servicios de limpieza y desinfección que, en la actualidad, ayuda y asesora a empresas para crear e implementar protocolos de actuación contra el Coronavirus.

Gracias a este acuerdo, los asociados de FENEVAL podrán beneficiarse de las ventajas y condiciones económicas conseguidas con una muy interesante relación calidad-precio a través de una solicitud vía mail a **info@mapefra.com** identificándose como asociado de FENEVAL, o a través de nuestro formulario en la web.

También hemos llegado a un acuerdo incorporando como colaborador a la compañía **Suardiaz**, empresa familiar, que comenzó su actividad hace 75 años como naviera y agente consignatario y ha ido evolucionando hasta convertirse hoy en día en un operador logístico integral, referente en el mercado, con un gran abanico de servicios de logística multimodal, como transporte marítimo, terrestre, aéreo, aduanas, almacenes, cargas especiales, etc.

Con esta colaboración, Suardiaz ofrecerá a los asociados de FENEVAL soluciones integrales de transporte para sus operaciones de remarketing, renovación y reposicionamiento de flotas.

Además, FENEVAL en su estrategia de conseguir más alianzas de cara a obtener mejoras para el sector de las alquiladoras de vehículos ha firmado otro acuerdo de colaboración con la **Gestoría Martínez Lapuerta**.

Esta compañía ha trabajado durante de más de 25 años con el sector de la automoción, y están especializados en grandes concesionarios y compañías de renting y alquiladoras, especializados en la preparación de todo el Kit Completo (Documentación vehículo, Placas de Matrículas, Distintivo Medioambiental, Seguro, etc.) remitiéndolo por mensajería al lugar donde lo soliciten los clientes.

Con este acuerdo la patronal nacional de los Rent a Car hemos conseguido condiciones económicas especiales en exclusiva para todos los asociados que son realmente competitivas. Aquellos socios que necesiten más información pueden contactar con Martínez Lapuerta en los siguientes correos electrónicos gestoria.martinezlapuerta@gmail.com o transferencias.gmtnezlapuerta@gmail.com.

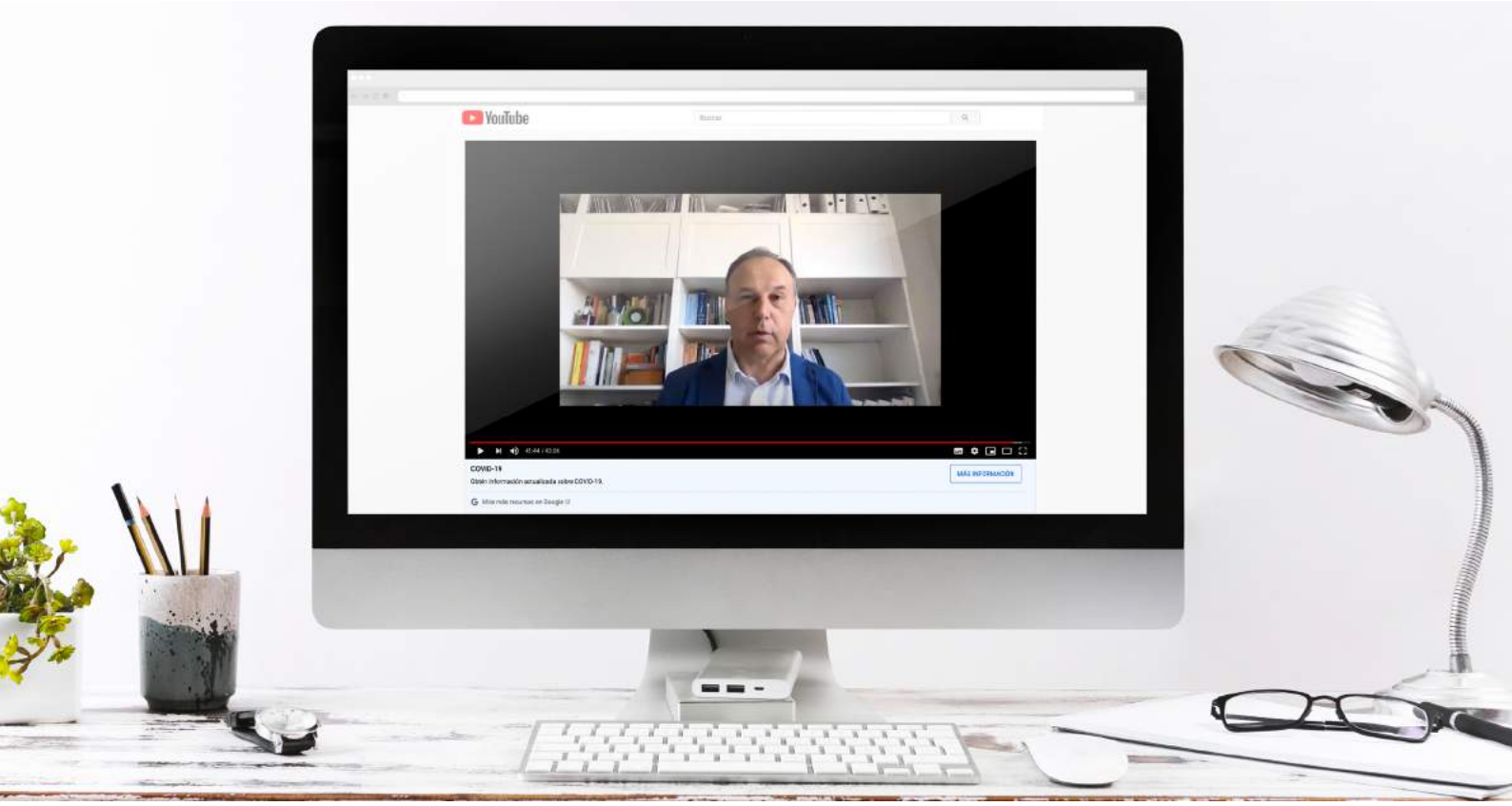
Otro colaborador que se sumó a estos importantes acuerdos es el departamento laboral de **Dikei Abogados**. Las empresas asociadas conseguirán tarifas muy competitivas y beneficiosas en materia laboral, desde la preparación y tramitación de expedientes hasta consultas que se podrán realizar vía on-line o telefónicamente.

Es importante, al acudir a ellos, identificarse como asociados de FENEVAL y se les puede contactar en el **teléfono** 91 308 60 60 (Preguntar por el departamento de laboral) o a través de su e-mail: laboral@dikei.com.

Comunicación veraz y continuada

En paralelo a todas estas iniciativas, FENEVAL no ha dejado de lado la comunicación interna con todos sus asociados y ha llegado a enviar más de **90 comunicados y circulares** en solo 3 meses tratando de que todas las empresas que forman parte de nuestra Federación y sus colaboradores estuvieran lo suficientemente informados de los asuntos que más afectaban al sector actuando siempre como la fuente oficial del RAC, incluso creando una sección especial en nuestra página Web, actualizada semanalmente con todas las disposiciones publicadas por el Gobierno en el BOE, y otros asuntos de interés para nuestros asociados.

De la preocupación las alquiladoras la posibilidad de acogerse a los Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE), surgió la necesidad de ofrecer a los socios información especializada de la mano de expertos que pudieran resolver todas las dudas de las compañías asociadas a través de las Asociaciones de FENEVAL.



Así surgió el primer **WEBINAR** organizado por la Federación, que vino de la mano de su propio gabinete jurídico a través de la abogada laboralista de Olga Cornejo, quien explicó los casos y formas específicas para poder solicitar un ERTE y gestionarlo correctamente bajo el título **"Y después del ERTE, ¿Qué?".**

Ante el éxito brutal de participación con más de 150 personas conectadas en directo, se dieron varios Webinars. El segundo titulado **"El Momento es Ahora",** una interesantísima charla sobre el futuro de la movilidad presentado por el ex CEO de Google y Presidente de ISDI, Javier Rodríguez Zapatero.

Tras esto, los Webinars se impusieron como un formato periódico prácticamente semanal con información relevante ofrecida por *partners* y colaboradores de FENEVAL como el que trató sobre **"Turismo y Movilidad tras el Covid-19"** ofrecido por Fernando Martín, fundador de Eccocar y que nos presentó una interesantísima plataforma de alquiler de autoservicio.

De cara a la desescalada y ante la incertidumbre e información difusa sobre las posibilidades de desinfección e higiene, llegó el Webinar de Anabel Martín, Directora Comercial de Mapefra, que presentó las **"Mejores técnicas y formas de desinfección de vehículos contra COVID 19"** y anunció la colaboración con FENEVAL indicada anteriormente.

Después llegaron otros como el de Eva Álvarez, fundadora de Misstake Creativity School sobre **"Creatividad en Tiempos de Crisis",** otro muy un interesante sobre **"El liderazgo en la era post-COVID"** por parte de Benoit Mahé, Speaker motivational en Conferencias de Ventas o el de la empresa Logic Auto titulado **"¿Y Que hago ahora con mi flota?"** ofrecido por Othman Ktiri, Fundador y Presidente Ejecutivo de OK Group. Pero, además, de nuevo Olga Cornejo realizó un Webinar sobre la actualización en cuanto a materia laboral que se llamó **"La transición de los ERTES hacia la nueva normalidad. ¿Realmente responden a la necesidad de las empresas?".** Incluso nuestro presidente Juan Luis Barahona se atrevió con dos Webinars: en el primero explicó **la situación del sector** y presentó los datos de la encuesta y en el segundo se encargó del lanzamiento oficial en directo del **sello FENEVAL "ESPACIO PROTEGIDO COVID-19"** junto a Isabel Morillas y Laura Díaz Herranz, responsables del proyecto en TÜV SÜD.

(Puedes ver un resumen de todos los Webinar celebrados hasta ahora en nuestra web)

FENEVAL como fuente oficial del SECTOR

Además, como siempre, FENEVAL no solo ha trabajado su comunicación interna, sino también la externa siendo la fuente oficial del sector y **participando activamente en medios de comunicación sectoriales y nacionales** como El Economista, Europa Press, El País, El Español, Fleet People, Aggentravel o la Tribuna de Automoción... o con declaraciones en radio y televisión, siempre destacando **el importante papel de las alquiladoras de vehículos en nuestro país,** tanto durante la pandemia como para el futuro del sector turístico y del transporte.

Nuestros nuevos asociados

FENEVAL INCORPORA A AESVA, AECA Y ASEICAR Y AGLUTINA ASÍ AL MÁS DEL 95% DEL RAC

La Federación Nacional de Vehículos con y sin conductor **(FENEVAL)** ha incorporado oficialmente este año a tres nuevas asociaciones: la **Asociación Empresarial de Servicios Vehículos de Alquiler de Andalucía (AESVA), la Asociación Empresarial de Coches de Alquiler de Andalucía (AECA)** y además a la **Asociación Española de la Industrias y Comercio del Caravaning (ASEICAR).**

Cronológicamente la primera en incorporarse a la federación fue **AESVA**, con sede en Málaga y cuya presidencia es ejercida por **Dª Ana María García**, cuya incorporación se materializó el pasado 10 de marzo en la reunión de Junta Directiva que se celebró ese día. Lamentablemente no se pudo comunicar en ese momento debido a la declaración del Estado de Alarma y la crisis sanitaria que alteró toda la agenda prevista en la Federación.

El pasado del 23 de abril, con aprobación definitiva en la Junta, se unió a FENEVAL **AECA**, también con sede en Málaga y ejerciendo como Presidente **D. Félix Pinar** y **ASEICAR**, capitaneada por **D. José Manuel Jurado**, con sede en Barcelona.

Con estas nuevas incorporaciones FENEVAL ya aglutina a más del 95% del sector de los alquiladores de vehículos en nuestro país.

“Debemos usar y aplicar la tecnología. El modelo de negocio que se ha venido utilizando está cambiando”

Entrevista a Ana Maria García, Presidenta de AESVA

Ana María García, la presidenta de AESVA desde el año 2009, nació en Sodupe – Vizcaya, pero se formó en la en la Ciudad Köln, Republica Federal Alemania.

Inició su actividad profesional en el sector de alquiler de vehículos en 1976 y en el 1995 comenzó su andadura como empresaria y propietaria de la empresa Prima Rent a Car, con la que continúa como directora-gerente en la actualidad. En el año 2007 complementó su formación con un Máster en alta Dirección AD-1 en la reconocida Escuela de San Telmo.

A lo largo de estos años ha estado presente en el sector asociativo de manera muy activa, siendo elegida en el año 2004 presidenta de AMUPEMA (Asociación de mujeres empresarias y emprendedoras de Málaga) cargo que ostentó hasta el año 2012. Además, del 2014 hasta el 2016 fue presidenta de Sköl Internacional Costa del Sol.

Ana María García, ha recibido numerosos premios y reconocimientos, entre ellos, el otorgado por el Ayuntamiento de Málaga como “Empresaria del año” y el entregado por la Diputación de Málaga,” Mujeres sin diferencias 2015”.

Es actual consejera en el Consejo Social de la universidad de Málaga, del consejo permanente del Foro de Turismo Costa del Sol, miembro del Foro de Turismo del Ayuntamiento de Málaga y de la Confederación de Empresarios de Málaga.

1. Teniendo en cuenta la reciente incorporación de AESVA a FENEVAL ¿Qué es lo que más valora de las acciones que está llevando a cabo FENEVAL (que ha podido ver hasta el momento) y cuál cree que es el valor añadido que puede aportar FENEVAL a su Asociación?

En primer lugar quiero mostrar mi agradecimiento a Feneval y a su presidente Juan Luis Barahona por el interés y apoyo que en todo momento ha ofrecido a nuestra organización, AESVA . Particularmente, apuesto por el tejido asociativo porque creo en él.

Las Confederaciones, Federaciones y Asociaciones resultan imprescindibles para la defensa de los intereses de las empresas siendo además el canal de comunicación de sus necesidades.

Para alcanzar ese objetivo, las asociaciones profesionales debemos trabajar unidas. Nuestro lema es “La Unión nos fortalece”. Unión que resulta primordial para apoyar a nuestras empresas ante las distintas administraciones e instituciones y que contribuye a la visibilidad de un sector imprescindible en el turismo, somos movilidad turística. En momentos como el que vivimos, se aprecia el valor y la importancia de las asociaciones.

De la federación esperamos que continúe con la labor de defensa de los intereses del sector, que consiga mejoras a nivel nacional. Llevamos muchos años trabajando para que se considere al sector dentro del turismo, trabajando por la igualdad de condiciones respecto al resto de empresas turísticas... pidiendo que se nos aplique un IVA reducido. Soportamos un IVA al 21% mientras que el resto de las actividades turísticas y de transporte aplican un IVA reducido. Esto resulta incomprensible y un agravio comparativo que perjudica gravemente a las alquiladoras. Debemos continuar en esa lucha, más si cabe, en este momento en el que muchas empresas podrían desaparecer.

Por nuestra parte, estamos encantados de poder colaborar en proyectos comunes, aportar nuestro apoyo y experiencia. Actualmente Aesva está participando en un proyecto extraordinario junto con el resto de las asociaciones representantes de los distintos subsectores turísticos de nuestra comunidad. Todos unidos trabajando para reactivar el sector turístico que está muy afectado por la crisis sanitaria. Estamos muy ilusionados con este trabajo.

2. ¿Qué cree que puede hacer el Rent a Car de Andalucía para recuperar la confianza de los usuarios y turistas a la vuelta a la "nueva normalidad"?

Me parece una buena pregunta. Si algo caracteriza a las empresas turísticas de Andalucía es su apuesta rotunda por la excelencia en el servicio y atención al cliente.

En nuestro sector, desde siempre, se ha apostado por una atención al usuario ofreciéndole un servicio impecable y personalizado en toda la cadena del alquiler. Desde la información a la reserva, en la entrega y en la recogida.

Ésta forma de trabajar es precisamente la clave que ha permitido que empresas locales, algunas muy pequeñas con 10 o menos trabajadores se hayan sostenido en el tiempo, afrontando la competencia de grandes empresas multinacionales.

En las circunstancias actuales este servicio se está reforzando, ofreciendo un alquiler freecovid19.Nuestras empresas están trabajando intensamente en la desinfección de los vehículos, cumpliendo los protocolos higiénicos y sanitarios recomendados y ofreciendo un alquiler seguro a sus clientes.

3. ¿Cuál cree que son los principales retos a los que se enfrenta el sector de las alquiladoras de vehículos, además de la recuperación de la demanda?

Vivimos una situación sin precedentes y que genera mucha incertidumbre a todos y profundamente al tejido empresarial, con una mayor afectación al turismo.

Las empresas están haciendo un esfuerzo gigantesco para mantenerse y para una recuperación efectiva del trabajo.

Necesitan apoyo y flexibilidad para alcanzar este objetivo. En este sentido las medidas laborales, financieras, fiscales... por parte del gobierno resultan imprescindibles y hasta el momento las que se han dado resultan claramente insuficientes.

Nosotros apostamos por una movilidad sostenible, por una menor contaminación y protección del medio ambiente, por usar y aprovechar la tecnología. Así lo venimos comunicando desde hace tiempo. Nuestras flotas, que son renovadas con gran frecuencia, contaminan menos que la mayoría de los parques móviles de nuestro país. Apostamos por una electrificación de la movilidad, de manera adaptada y gradual y para eso hacen falta medidas de apoyo e infraestructuras que favorezcan esta transición.

7 AÑOS DE GARANTÍA*
COMPROMISO DE CALIDAD KIA

Gama Electrificada de Kia.

No dejes que tu empresa se quede atrás.

#electrifícate

KIA | Empresas

En Kia, tú eliges lo que conduces. ¿Te suena? Híbridos, híbridos enchufables o 100% eléctricos, los modelos de la Gama Electrificada de Kia te permiten elegir el tipo de electrificación que más se adapta a tus necesidades. No esperes a que el futuro llegue a ti. Da tú un paso hacia el futuro y sigue presumiendo de que tu empresa nunca llega tarde.

e-Niro: **Consumo combinado WLTP (kWh/100 km): 15,3–15,9. Emisiones CO_2 WLTP (g/km): 0.** Sportage MHEV: **Emisiones CO_2 combinadas WLTP correlado a NEDC (g/km): 108–129. Emisiones CO_2 combinadas WLTP (g/km): 138–165. Consumo combinado WLTP (l/100km): 5,3–6,3.** XCeed PHEV: **Emisiones CO_2 combinadas WLTP correlado a NEDC (g/km): 29. Emisiones CO_2 combinadas ponderadas WLTP (g/km): 32. Consumo combinado ponderado WLTP (l/100km): 1,4.**

*Consultar manual de garantía Kia.

4. En este entorno de incertidumbre... ¿cómo ve el futuro de la Movilidad Urbana y los nuevos modelos de negocio que han estado surgiendo (carsharing, patinetes... etc)?

Que la movilidad está cambiando es un hecho indiscutible. Las necesidades de las personas son otras y se demandan nuevos servicios.

Las empresas de alquiler estamos trabajando en una flexibilización del alquiler y productos diferentes para satisfacer las necesidades del cliente en distintas situaciones. El nuestro es un modelo de negocio que no debe tratar solo de gestionar flotas sino en ofrecer al cliente un servicio que le permita la movilidad que necesita en cada momento. Es la nueva movilidad, una realidad a la que debemos adaptarnos.

También están surgiendo servicios popularizados que, bajo el paraguas de la economía colaborativa, puede ocurrir que no sean realmente lo que prometen. En este sentido pedimos regularización de ésta actividades e igualdad de condiciones para todos.

Para nosotros es muy importante la seguridad del usuario.

5. ¿Cree que el Rent a Car adoptara tecnología/ digitalización antes que otro subsectores de la automoción?

Como he señalado anteriormente, debemos usar y aplicar la tecnología. El modelo de negocio que se ha venido utilizando está cambiando y debemos actualizarlo con las nuevas tecnologías.

Este es uno de los grandes retos del sector que debe adaptarse a las nuevas necesidades del mercado y para ello tiene que digitalizarse, aplicar la tecnología y actualizar el modelo de negocio ofreciendo a los usuarios los productos que realmente necesitan.

6. ¿Qué punto de diferenciación o ventaja en cuanto a calidad y Experiencia de Cliente ofrecen sus asociados en comparación con otros modelos de negocio que están surgiendo a gran velocidad?

Reitero lo expresado al principio de esta entrevista. Nuestras empresas desde siempre se han diferenciado por el trato al cliente y han ofrecido una atención muy personalizada.

Es lo que venimos haciendo año tras año, prestar un servicio impecable, conocer a nuestro cliente y sus necesidades. Nuestro esfuerzo está enfocado en la atención al cliente y vehículos en perfecto estado.

Esto nos ha diferenciado y ha fidelizado a nuestra clientela, por eso continúa con nosotros, demanda nuestros servicios y nos recomienda a sus familiares y amigos. Esa ha sido nuestra mejor plataforma, el boca a boca a de nuestros clientes.
Con gran orgullo podemos decir que somos pioneros en ofrecer la excelencia en el servicio y atención al cliente.

El servicio, la atención personalizada, la seguridad, la experiencia, la transparencia...son factores que diferencian a empresas que llevan muchos años en el sector y que el usuario valora en positivo.

"Estamos convencidos que el caravaning es la mejor opción vacacional del verano por seguridad e independencia"

Entrevista a José Manuel Jurado, Presidente de la Asociación Española de la industria y el comercio del Caravaning (Aseicar)

José Manuel Jurado, Presidente de Aseicar desde 2010, realizó sus estudios de marketing en ESIC y ha desarrollado toda su trayectoria profesional ligado al sector del caravaning, donde comenzó en 1979 con la apertura en Madrid de Roulot, establecimiento pionero y uno de los más populares hoy en día en nuestro país en la comercialización de accesorios y equipamiento para la camperización de furgonetas, que, además, celebró el pasado año su 40 aniversario.

Emprendedor y viajero incansable desde los 18 años, ha recorrido multitud de países en camper y autocaravana, y en 1.985 organizó los primeros grandes viajes organizados desde España a Marruecos con los populares raids "Caravana hacia Marruecos", donde llegaron a participar 50 caravanas con cerca de 200 personas por edición.

Desde hace más de 15 años participa activamente en las distintas líneas de actuación del sector para conseguir un mayor y mejor desarrollo del caravaning en España.

1. ¿Qué ha supuesto para ASEICAR su incorporación a FENEVAL? ¿Cuáles son las sensaciones que han vivido en estos primeros meses dentro de la Federación?

Para Aseicar es muy importante formar parte de la principal federación nacional de vehículos de alquiler, ya que es cada vez más relevante la actividad de alquiler de autocaravanas en las empresas asociadas. Esta unión permitirá establecer interesantes sinergias entre las dos patronales que están creciendo día a día y que cada vez tienen más peso dentro de la automoción. Además, ante esta situación de crisis que vivimos, podemos formar una alianza estratégica muy interesante para fomentar e incrementar el alquiler de vehículos.

La afiliación se ha producido el pasado mes de marzo, pero desde primeros de abril se han intensificado las tareas conjuntas e informativas entre las dos asociaciones. El inicio es muy prometedor.

2. ¿Cómo ha afectado la cuarentena y el Estado de Alarma al sector del Caravaning, teniendo en cuenta su relación directa y dependiente del sector del turismo?

Nos ha afectado de manera intensa y completamente ya que, hemos tenido que cerrar todos nuestros establecimientos, cancelar alquileres, entregas previstas... En cuanto a matriculaciones, y tras 4 años de continuo crecimiento, con el Estado de Alarma a mediados de marzo, llegamos a caer un 47%. En abril, este descenso fue de un 96,7% pasando de un mes de abril histórico en 2019 con 1.577 matriculaciones al peor mes de la historia del sector con apenas 52 vehículos matriculados, entre autocaravanas y caravanas. Esperamos que, en el mes de mayo, con la desescalada, la situación vaya poco a poco normalizándose.

Además, la dependencia con el turismo agrava los estragos de esta situación, al no permitirse la circulación entre provincias hasta el mes de junio.

3. A su juicio, ¿Qué medidas se deben llevar a cabo desde el Gobierno para reactivar el sector turístico? ¿Qué reclaman desde el sector del caravaning?

Obviamente, suprimir la limitación de movilidad entre provincias es crucial no solo para el caravaning sino para todo el turismo nacional, pero siempre que se activen fórmulas higiénico-sanitarias de obligado cumplimiento que no pongan en peligro a los turistas y a los trabajadores. Es muy difícil que una familia alquile una autocaravana para recorrer la misma provincia donde reside. También es importante realizar campañas de promoción turística en el exterior de cara a la apertura de fronteras, pero más aún en el interior para que el turista nacional ayude también a reactivar la economía de nuestro país, gracias a los desplazamientos de cercanía.
El caravaning, por otra parte, al igual que el resto del sector de la automoción (y otros sectores), reclamamos medidas fiscales y de flexibilidad de los ERTES para favorecer la recuperación de nuestras empresas y evitar el cierre de las mismas o el despido inevitable del personal.

4. ¿Son optimistas con respecto al repunte de las matriculaciones y del alquiler de Caravanas a partir de junio con la posibilidad de los desplazamientos interprovinciales? ¿Es la caravana la gran alternativa este verano?

Atendiendo a la respuesta anterior, es fundamental la autorización de los desplazamientos interprovinciales y si esto se produce estaremos en una positiva posición para empezar la ansiada recuperación.

Estamos convencidos que el caravaning es la mejor opción vacacional del verano por seguridad e independencia. Nadie mejor que nosotros puede garantizar las medidas sanitarias y sociales de distanciamiento e higiene al tratarse de "vehículos vivienda" con baño, cama y comedor propio. Para garantizar esta seguridad, hemos editado un protocolo de seguridad higiénico-sanitaria, así como un sello comercial "CARAVANING ANTI COVID" que servirá de validación de higienización de nuestros vehículos mediante la aplicación de ozono y peróxido de hidrogeno, entre otras medidas, siempre cumpliendo las directrices que vaya marcando el Ministerio de Sanidad.

5. ¿Cómo se realizará la devolución y revisión del vehículo por parte de las compañías de caravaning durante los próximos meses?

Como hemos indicado, se ha elaborado un protocolo sanitario para nuestras propias instalaciones y sólo para nuestras empresas asociadas, así como para atender la venta, el taller o el alquiler de vehículos. Además de las medidas de higienización citadas anteriormente, vamos a mantener las distancias de seguridad pertinentes tanto a la entrega como en la devolución de los vehículos, indicaciones mediante cartelería, limitaciones de clientes a la entrega y recogida de los vehículos, aislamiento de las autocaravanas a la recepción de las destinadas al alquiler para proceder a una exhaustiva higienización, protección sanitaria a los trabajadores mediante uso de EPIS, etc.

6. La digitalización y el paso a las herramientas en remoto se han incorporado de manera rotunda durante la cuarentena y se espera que siga así durante la "nueva normalidad". ¿Qué medidas han adoptado las compañías de caravaning? ¿Qué herramientas de videollamadas, o aplicaciones de gestión de proyectos en remoto han incorporado a su día a día?

Entre los miembros del equipo ejecutivo y de la junta directiva, así como los técnicos externos en comunicación y redes sociales, se están realizando varias videollamadas y el uso de otras herramientas que permiten el constante intercambio de trabajo entre todos. Se han realizado Webinars, se han remitido todo tipo de información jurídica, industria, sanitaria... para dotar a las empresas asociadas de todo lo necesario para poder sobrellevar, de la mejor manera, esta difícil situación.

“El sector se recuperará cuando nuestros clientes recobren la confianza en nuestro magnifico destino, Andalucía”

Entrevista a Félix Pinar, Presidente de AECA

Félix Pinar Reina ostenta el cargo de Presidente de AECA . A.E.C.A, es la Asociación Empresarial de Coches de Alquiler de Andalucía, creada a principios de los años sesenta y fruto de la iniciativa de cinco empresarios del sector, nació lo que sería la primera Asociación Empresarial del sector en la provincia de Málaga. Aunque no sería, hasta finales de los setenta cuando se creaban los Estatutos marcando el régimen interno de la Asociación.

Desde hace ya casi 60 años, la Asociación de Empresarios de Coches de Alquiler de Andalucía (AECA) que preside Félix Pinar Reina se enorgullece de mantener una presencia constante en el sector del Rent a Car de Andalucía, donde representa y lidera los intereses del gremio a través de múltiples puentes de comunicación empresarial, un diálogo fluido y, llegando el caso, la aplicación de medidas de choque frente a los organismos e instituciones públicas y privadas .

1. ¿Cómo valora AECA su llegada a FENEVAL? ¿Cuál fue la razón principal por la que AECA decidió su incorporación?

AECA y FENEVAL han vivido una existencia paralela durante muchos años de forma interrumpida, lamentablemente, durante estos últimos complicados tiempos.

Por tanto, la reincorporación de AECA a la Federación responde a la voluntad de aunar esfuerzos y aglutinar el sector para su mayor fortaleza y visibilidad.

2. ¿Qué expectativas tiene AECA en cuanto a formar parte de FENEVAL?

AECA quiere que se oiga con fuerza al sector alquilador andaluz, máxime en el momento tan difícil que nos ha tocado vivir en que la crisis de esta pandemia tanto daño va a producir en el denostado sector del alquiler de vehículos, principalmente por su dependencia casi absoluta de nuestros clientes foráneos.

3. ¿Como han vivido la situación de parón los asociados de AECA procedentes de toda la comunidad autónoma andaluza y concretamente una Asociación como la que preside, que cuenta con más de 50 años de experiencia en el sector?

La grave crisis económica de los años precedentes, desgraciadamente, supuso la salida de nuestro sector de grandes empresas y mejores empresarios. La actual se nos presenta con un grado de incertidumbre de difícil evaluación en el momento presente.

De alcanzarse pronto los objetivos sanitarios que permitan el retorno a nuestra querida y deseada normalidad, que duda cabe que el sector se recuperará y esta situación habrá sido más que una penosa pesadilla.

4. ¿Qué papel juega el turismo en el negocio del RAC en Andalucía y qué solicitan desde AECA para la reactivación del sector turístico?

El turismo en Andalucía lo es todo. Nuestra dependencia del turismo es sobradamente conocida y reconocida sin pudor por todos y a todos los niveles.

El sector, como decía anteriormente, se recuperará cuando nuestros clientes recobran la confianza en nuestro magnifico destino- ANDALUCIA- y esa confianza, necesariamente, vendrá de la mano de la minimización del riesgo sanitario.

No se entenderá la reactivación plena del sector turístico en tanto esto ocurra. En tanto se produce esa cura, no cabe más que aguantar el envite con el respaldo de las instituciones nacionales e internacionales que aporten cuidados paliativos (llámense ayudas económicas, ERTES ampliados, créditos baratos, etc.).

5. ¿Qué medidas económicas reclama AECA para la viabilidad del sector?

Como ya anticipaba a la anterior pregunta, las soluciones económicas vendrán de la mano del fortalecimiento del destino ANDALUCÍA, trasladando confianza y seguridad y demandado compromisos de nuestros Gobiernos que permitan salir de esta situación de crisis transitoria. Desde AECA reiteradamente hemos reivindicado la aplicación de un IVA reducido a nuestro servicio amén de otras medidas como las descritas anteriormente.

6. Sin duda, la digitalización ha llegado durante esta Cuarentena para quedarse ¿Cómo cree que el sector de las alquiladoras de vehículos en Andalucía se ha adaptado a esta transformación digital (teletrabajo, herramientas de comunicación en remoto, apps para la gestión de proyectos, la atención al cliente...).

Esto es aquello de "renovarse o morir". Y como lo de morir no está en el ADN de las empresas de AECA pues toca pelear, renovarse, actualizarse y crecerse. Hoy en día al mundo que se palpa le sigue (o le adelanta por la derecha) el mundo digital, el hacernos cada vez mas visibles en redes y el optimizar nuestros recursos.

AECA viene ya de antiguo apostando por todas estas novedosas tecnologías. Como muestra decir que desde AECA ya hace casi diez años, desarrollamos un proyecto y un prototipo de sistema de apertura de vehículos a través del móvil del cliente, e incluso ideamos, por esas mismas fechas, un sistema de recogidas de llaves de vehículos con máquinas tipo vending.

Es decir, AECA con más de 50 años de vida, mantiene en su esencia la plena juventud y el entusiasmo por nuestro sector.

TOYOTA YARIS

TOYOTA AYGO

Elige bien.

ToyotaBusinessPlus

Toyota Aygo: Emisiones de CO_2: 112 – 120 g/Km (WLTP). Consumo medio: 4,9 – 5,3 l/100 Km (WLTP). Toyota Yaris: Emisiones de CO_2: 133 – 146 g/Km (WLTP). Consumo medio: 5,9 – 6,5 l/100 Km (WLTP).

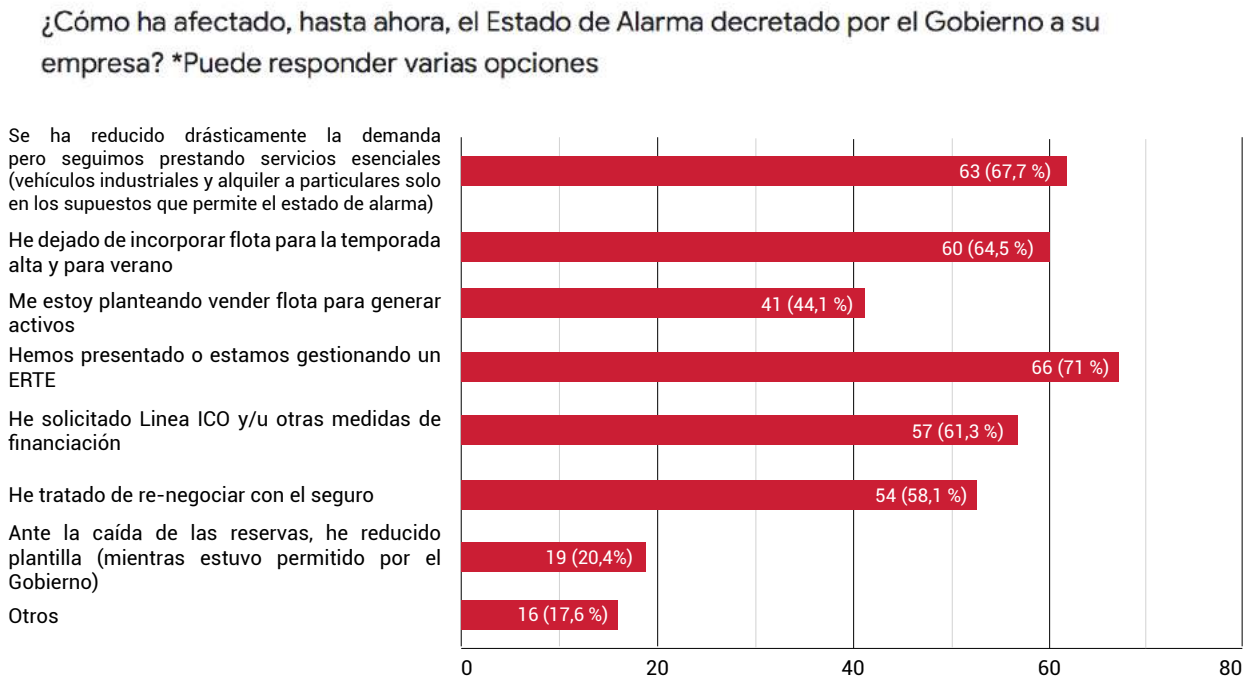
Impacto inmediato del Coronavirus en el RAC

Durante los primeros meses de Estado de Alarma en FENEVAL queríamos saber cómo estaban viviendo nuestros asociados estos momentos sin precedentes con la pandemia mundial provocada por el Coronavirus y su consecuente crisis sanitaria y económica.

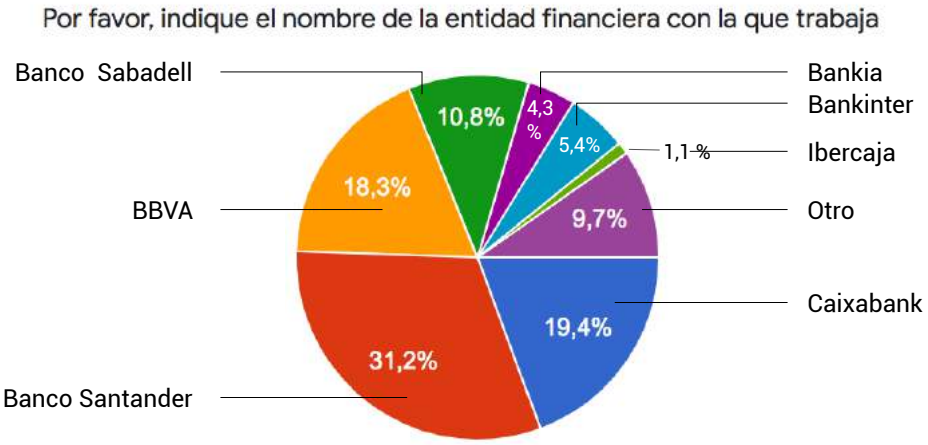
Por este motivo, resultaba vital conocer la situación del sector, desde el primer momento, para poder actuar en consecuencia y reclamar medidas a las Administraciones que ayudaran a paliar los efectos que estaba teniendo el COVID-19 sobre el Rent a Car.

Así, desde la Federación, solicitamos la colaboración de nuestros asociados para participar en una encuesta el pasado mes de abril en la que llegaron a estar presentes más de 90 compañías, obteniendo así una magnífica representatividad en cuanto a los datos que arrojaron los alquiladores de vehículos durante los meses de confinamiento.

A todos ellos, GRACIAS DE NUEVO.

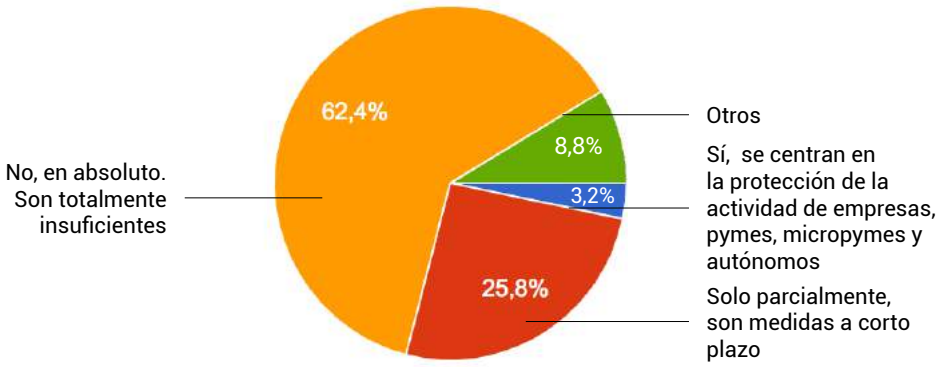


Más del 60% dejaron de incorporar flota y más del 70% había presentado o solicitado un ERTE ya en abril.



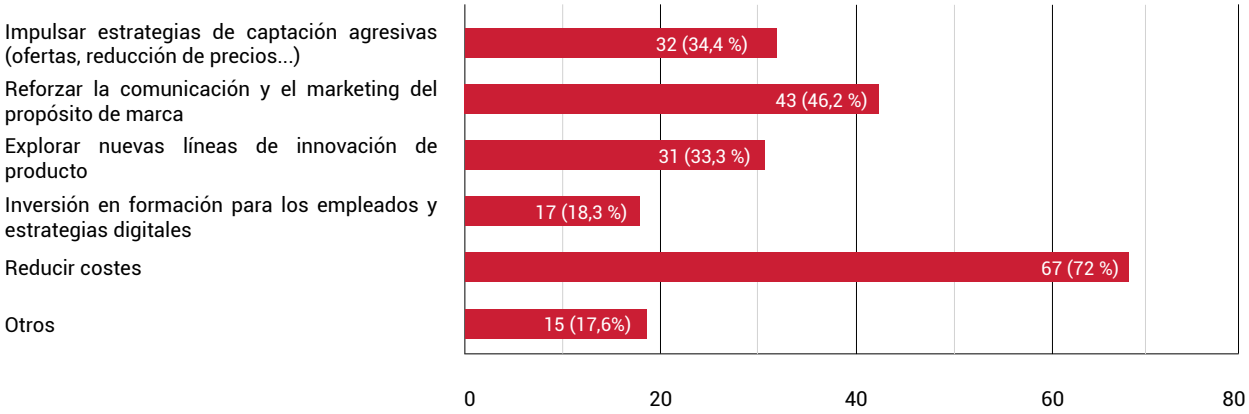
La mayora de los Rent a Car trabajan con Banco Santander, Caixabank y BBVA como su entidad financiera.

¿Considera suficientes las medidas económicas implantadas por el Gobierno?



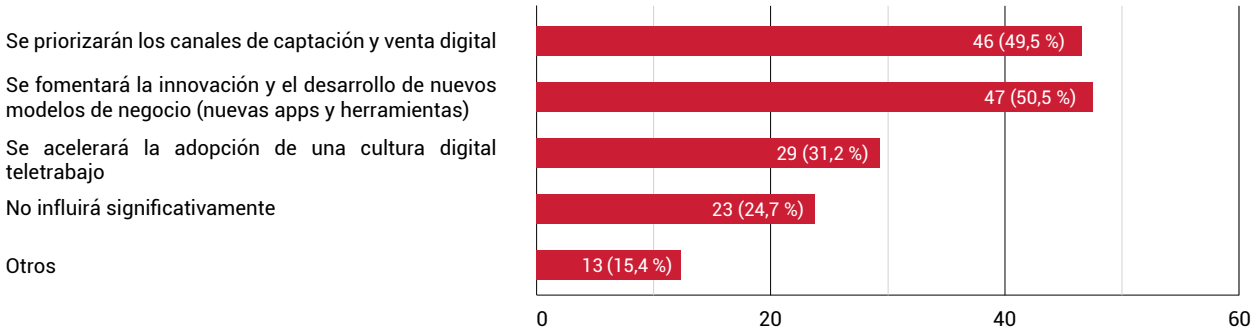
Más de la mitad del sector consideraba "totalmente insuficientes" las medidas económicas implantadas por el Gobierno en ese momento.

¿Qué cree que debe hacer su empresa para salir de esta situación, una vez que se levante el estado de Alarma? *Puede responder varias opciones



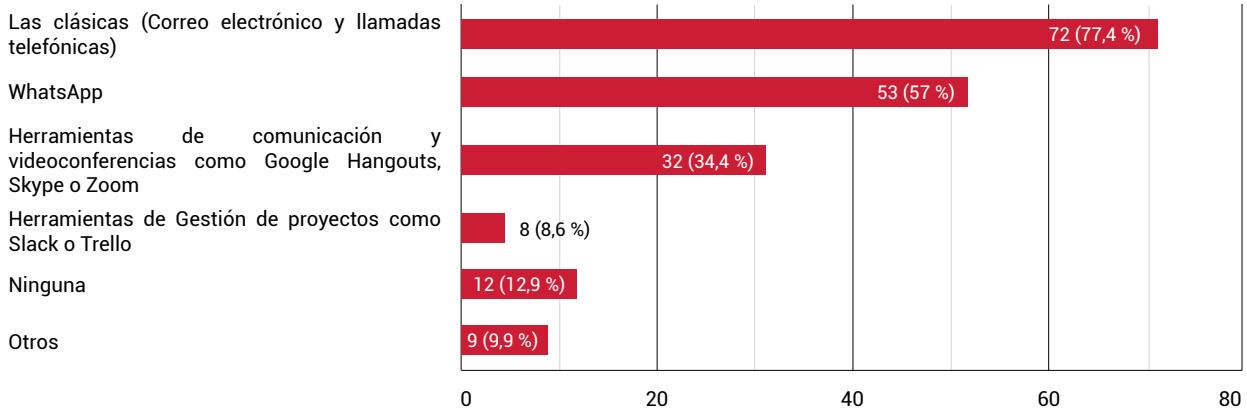
Más del 70% de las compañías del RAC respondió que debería "reducir costes" terminado el Estado de Alarma. Pero el 46% creía necesario reforzar la comunicación y el marketing de su marca.

¿Cómo cree que el COVID-19 afectará a las empresas en cuanto a su transformación? *Puede responder varias opciones



La mitad de los encuestados pensaban que el COVID-19 estaba afectando a la **transformación digital** y que fomentará la innovación de las empresas y el desarrollo de nuevos modelos de negocio.

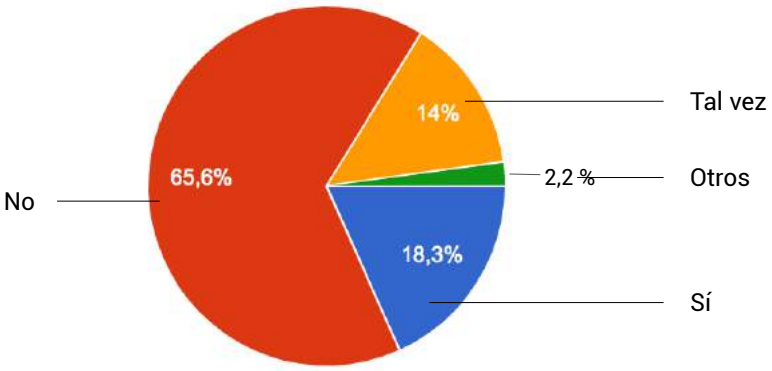
¿Qué herramientas teletrabajo se han tenido que implantar en su empresa? *Puede responder varias opciones



Casi el 80% de los encuestados usaron **herramientas clásicas para el teletrabajo** durante el Estado de Alarma, como correo electrónico y teléfono.

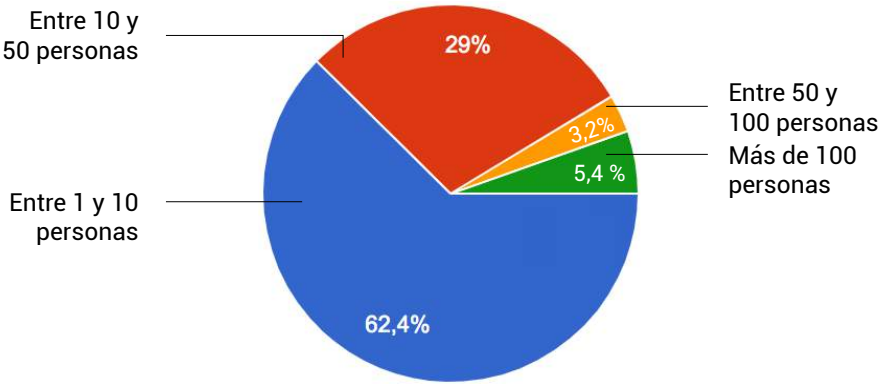
Pero el 43% utilizaron herramientas de comunicación en remoto y de gestión de proyectos online como Zoom, Slack o Trello.

¿Se ha planteado realizar algún tipo de curso o formación online durante la duración del Estado de Alarma?



El 32,3% realizó o se planteó realizar formación online durante el Estado de Alarma.

Tamaño de su compañía/asociación



La mayoría son pymes de menos de 10 trabajadores y más del 70% de los que respondieron a la encuesta son socios o propietarios.

RENAULT
Passion for life

Nuevo Renault CLIO

Nueva generación

COPYRIGHT: JAN STEINHILBER

EURO NCAP
Renault Clio
★ ★ ★ ★ ★
BEST IN CLASS 2019
Supermini

Gama Nuevo CLIO: consumo mixto WLTP (l/100km) desde 3,6-5,2. Emisiones de CO_2 WLTP (g/km) desde 109 hasta 147. Emisiones de CO_2 NEDC (g/km) desde 94 hasta 118.

Renault recomienda Castrol

renault.es

VALDERRAMA MASTERS

FENEVAL+

¿Cómo afectará el COVID -19 al Rent a Car?

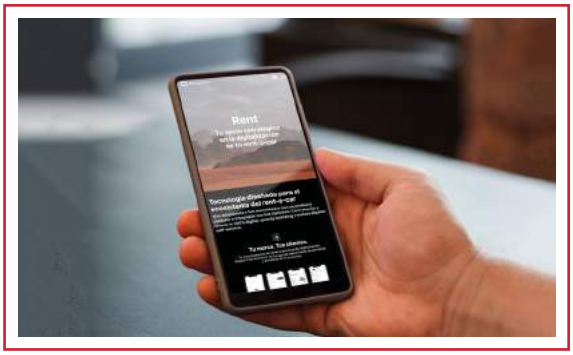
Olga Cornejo, de Dikei Abogados ofreció en este Webinar asesoría legal en materia laboral y jurídica enfocada al sector del Rent a Car y resolvió en directo las dudas de los asistentes.

17 abril 2020

El momento es ahora

Javier Rodríguez Zapatero, Presidente de ISDI, ofreció una clase magistral en este WEBINAR dirigido al sector de las alquiladoras, con algunas de las claves empresariales más importantes sobre la situación "post COVID-19".

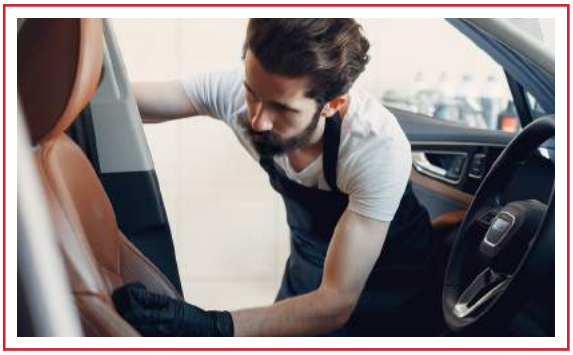
27 abril 2020



Turismo y movilidad tras el confinamiento. La redefinición del Rent a Car

Fernando Martín, Socio Fundador y Director General de Eccocar presentó su plataforma para el alquiler autogestionado y habló sobre cómo será el turismo y la movilidad después del confinamiento.

5 mayo 2020



Mejores técnicas y formas de desinfección de vehículos contra COVID-19

Anabel Martín, Directora Comercial de MAPEFRA explicó en directo algunas de las mejores técnicas, productos y formas de desinfección de vehículos contra COVID-19.

14 mayo 2020

FENEVAL+

Creaticidad en clave de RE

Eva Álvarez, Socia Fundadora de Misstake Creativity School nos habló sobre creatividad en tiempos de crisis para "tocar en clave de RE": RE de re-inventarse, re-descubrirse, re-adaptarse, re-definir, re-visitar, re-pensar.

25 mayo 2020

El liderazgo en la era post-COVID

Benoit Mahé, CEO de CapKelenn y Speaker motivational en conferencias de ventas, nos contó cómo será el desafío de liderar equipos y compañías en tiempos de crisis.

1 junio 2020

¿Y qué hago ahora con mi flota? Impacto del COVID-19 en los valores residuales del 2020

Othman Ktiri, Fundador y Presidente Ejecutivo de OK Group, debatió con el público conectado sobre posibles soluciones en cuanto al Impacto del COVID-19 en los valores residuales del 2020.

15 junio 2020

La transición de los ERTES hacia la nueva normalidad. ¿Realmente responden a la necesidad de las empresas?

Olga Cornejo, de Dikei Abogados habló sobre la transición de los ERTES hacia la nueva normalidad y sobre si realmente responden a la necesidad de las empresas.

22 junio 2020

José López-Tafall

Director General de ANFAC

1. **¿Como ha sido su reciente incorporación a ANFAC teniendo en cuenta que sus primeros meses en el cargo se ha tenido que enfrentar la crisis sanitaria del COVID- 19?**

Estos primeros meses han sido un tiempo para afrontar un momento inédito, pero también histórico, en la automoción española. La crisis del COVID-19 ha supuesto un duro golpe para el sector con la parada por completo de la actividad industrial y comercial. Esto nos hace tener que afrontar nuevos objetivos de recuperación de la demanda y de la producción, al mismo tiempo que mantenemos los fundamentales con los que arrancamos el año, recogidos en el Plan Automoción 2020-40, y que se basan en la transición hacia la nueva movilidad y la reorganización industrial.

2. **Las plantas automovilísticas han vuelto (o están volviendo) durante el mes de mayo a estar operativas de nuevo, tras el parón total que ha sufrido esta industria. ¿Como se prevé el ritmo de producción en los próximos meses?**

La automoción detuvo su actividad desde el inicio de la declaración del estado de alarma hasta la última semana de abril, lo que ha conllevado que en el mes de marzo la producción haya caído un 45% y en abril, debido al cierre total, un 98%. Esto va a provocar que este año se vayan a fabricar 700.000 vehículos menos, lo que hace más necesario que nunca que se acometan y se pongan en marcha medidas enfocadas en la reactivación industrial y en la inversión del sector para, de esta manera, mantener nuestra competitividad y continuar siendo un referente a escala europea y mundial en la fabricación de vehículos.

3. **¿Qué protocolos de higiene y seguridad está llevando a cabo el sector para asegurar la salud de los trabajadores?**

ANFAC elaboró, junto con Faconauto, Sernauto y Ganvam, una serie de protocolos sanitarios para la puesta en marcha de las fábricas en las mejores condiciones de seguridad y sanitarias. Gracias a ellos, se cerró un acuerdo con las principales centrales sindicales, bajo el auspicio del Ministerio de Sanidad y el Ministerio de Industria, para ponerlos en marcha en los procesos de retorno al trabajo con las medidas necesarias, como medición de temperatura en la entrada a las fábricas, distancias de seguridad en el trabajo, rediseño de las áreas de trabajo, etc., para garantizar que los empleados pudieran regresar a sus puestos de trabajo bajo medidas de seguridad y salud.

4. **A su juicio, ¿Qué medidas de reactivación del sector son imprescindibles para recuperar la demanda existente previamente al Confinamiento?**

El Plan de choque nacional de impulso a la demanda y mantenimiento de la industria que hemos presentado al Gobierno y su ejecutivo tiene el objetivo de la recuperación global del mercado, impulsando la renovación con las tecnologías disponibles y que sea compatible con los objetivos medioambientales.

Además, de un plan de ayudas al estímulo al mercado, los instrumentos fiscales que graven el uso y no la compra serán claves para incentivar la compra y fomentar la renovación del parque. Dentro de estas medidas planteamos la creación de un nuevo impuesto medioambiental que sustituya el impuesto de matriculación, y que gravará el nivel de emisiones de CO2 del vehículo.

5. **Los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) han conseguido, hasta el momento, mantener el empleo en el sector. ¿Cómo cree ANFAC que se podría mantener el empleo, finalizado el Estado de Alarma, ya que no se recuperará la demanda pre COVID-19 inmediatamente después?**

La industria de la automoción ya tiene, por desgracia, experiencia en crisis económicas y de caída en picado de las matriculaciones, aunque sin duda nunca del calado humano, sanitario, social y económico que está teniendo esta pandemia. Y las medidas de flexibilidad laboral como los ERTEs se han probado exitosas en nuestro contexto porque permiten adaptar la recuperación del empleo al incremento progresivo de la producción. Lo importante es poner en marcha planes específicos para la industria de la automoción.

La automoción representa más del 10% del PIB nacional y el 9% del empleo, por lo que es clave para la recuperación económica del sector. Es muy relevante adoptar medidas, como las de flexibilidad laboral, que impulsen nuestra competitividad y no quedarnos rezagados de la carrera industrial hacia la nueva movilidad. Francia, Alemania o Italia ya han anunciado importantes planes de inversión en sus industrias de automoción, y España debe mantenerse a la vanguardia.

6. **¿Cómo prevé el futuro del sector del Rent a Car y la función de FENEVAL en el sector?**

El sector del rent a car siempre ha estado muy ligado al sector turismo, que es uno de los que más afectados se va a ver como consecuencia de esta crisis. Prevemos que en 2020 las matriculaciones de turismos caigan un 45% respecto al año pasado, donde el canal de alquiladores sufra una importante caída, por encima del 65%. Por ello, el papel de Feneval es clave para alcanzar con los principales agentes sociales y administraciones las medidas necesarias que permitan la progresiva recuperación del sector turismo, y por lo tanto del rent a car.

7. **¿Cuál es su visión sobre la nueva movilidad urbana? ¿Cree que finalmente se impondrá la tendencia del uso y el alquiler sobre la propiedad del vehículo?, ¿Ve esta posibilidad como una oportunidad para los alquiladores?**

Es indudable que el sector ha marcado su senda hacia la movilidad del futuro, que para nosotros es el presente, a través de cuatro tendencias fundamentales: la electrificación, la conectividad, la conducción autónoma y los servicios de movilidad. Nuestro objetivo es alcanzar una movilidad más eficiente, inteligente y libre de emisiones.

En ANFAC, ya llevamos tiempo analizando este cambio del concepto de propiedad a favor del uso del vehículo, especialmente en entornos urbanos. De hecho, las automovilísticas son las principales inversoras de empresas de servicios de movilidad, desde todo tipo de puntos de vista. Las empresas alquiladoras son una parte esencial del ecosistema de la movilidad y este crecimiento de los servicios potenciará el valor de mercado de la movilidad para todos

8. **¿Cómo valora la digitalización acelerada a la que se han visto "forzados" muchos sectores? ¿Cree que, de alguna forma esta dramática situación ha servido positivamente para "dar el salto" a la transformación digital?**

La tecnología de las comunicaciones ha transformado de manera radical muchos sectores económicos y la automoción no es en absoluto ajena a esta revolución que supone convertir el vehículo en la sexta pantalla. La digitalización es una tendencia que viene a aportar grandes mejoras, sobre todo en términos de seguridad vial y la situación del confinamiento ha venido a acelerar este proceso. No en vano es uno de los pilares del Plan de Recuperación de la Unión Europea. Veremos muchos más adelantos tanto en conectividad de las infraestructuras y del vehículo como en conducción automatizada.

España tiene que aprovechar este impulso para colocarse como "campo de pruebas" de todas estas tecnologías. Tenemos una serie de ventajas competitivas, a nivel de despliegue de 5G, etc que nos posicionan muy bien y hay que explotarlas para ser un polo de atracción de estas inversiones.

9. ¿Cree que el Rent a Car adoptará la tecnología y la digitalización antes que otros subsectores de la automoción?

La implementación de la tecnología y la digitalización se ajustará a las posibles demandas de movilidad de los usuarios. Y los servicios de rent a car por sus funcionalidades van a necesitar adoptar tecnologías, ya sea de geolocalización, interconectividad o autonomía para poder ofrecer servicios que les faciliten su uso, ya sea de manera diaria o puntual.

10. ¿Qué papel puede jugar la automoción en la apuesta de la sociedad por un futuro sostenible?

La automoción es clave si se quiere apostar de verdad por un futuro sostenible. Las emisiones de CO2 vinculadas al transporte son uno de los problemas de la lucha contra el cambio climático. Sabemos que somos parte del problema, pero también tenemos la solución a través de la tecnología. Las automovilísticas están plenamente comprometidas con los objetivos de descarbonización del parque y están invirtiendo miles de millones en investigación y desarrollo de nuevas tecnologías más eficientes y cero emisiones. Se está dando una respuesta desde las automovilísticas pero es necesario que la demanda crezca exponencialmente hacia los vehículos alternativos y que se impulse de manera decidida las infraestructuras de recarga.

11. Y finalmente ¿Híbridos, eléctricos u otras tecnologías alternativas? ¿Cuál de ellas cree que se convertiría en la principal tecnología del futuro a medio o largo plazo?

La manera más efectiva de ejecutar la transformación hacia la movilidad cero emisiones en 2050 es aprovechar la mejor tecnología disponible para ir renovando el parque, a la vez que se ejecutan y ponen en el mercado todas las inversiones en marcha en tecnologías emergentes. Ahora mismo, los vehículos nuevos ya suponen una reducción de emisiones muy importante respecto de los vehículos más antiguos y los vehículos eléctricos son la respuesta más avanzada en cuanto a las cero emisiones. Tenemos que impulsar la demanda de los vehículos más eficientes y cero emisiones para que la oferta crezca; mejorar el despliegue de infraestructuras y no olvidar, en ningún caso, que no sabemos cuáles serán las innovaciones que darán con la respuesta en el futuro. El hidrógeno generado a partir de energías renovables es otra de las tecnologías muy prometedoras, sobre todo para vehículos industriales, que puede tener mucho potencial.

No podemos cerrar la puerta a ninguna innovación.

GRACIAS

FENEVAL no puede olvidarse de aquellas marcas y colaboradores que siguen confiando y apostando por esta Revista que no ha parado de publicarse en más de 40 años. Valoramos más que nunca vuestro esfuerzo y compromiso con el sector para que sigamos avanzando hacia el éxito.

De esto se sale trabajando y colaborando, JUNTOS.

Peritaciones Digitales

DEKRA
Con toda confianza.

En DEKRA nos preocupamos de facilitar las gestiones relacionadas con su siniestro y su gestión Remarketing, por eso se pueden hacer foto-peritaciones y video-peritaciones, consiguiendo así ahorros en costes y una reducción de la contaminación evitando traslados innecesarios .

Informe pericial

El informe pericial se recibe de forma rápida y sencilla digitalmente.

Taller-cliente

Adecuación a las necesidades del taller y el cliente.

Comunicación

Comunicación via streaming y servicio disponible 24/7.

Gestióndelareparación

Control de plazos y calidad de las reparaciones realizadas en taller.

GestióndelRecambio

Optimización de los recambios utilizados en la reparación del vehículo.

Síguenos en

¿Por qué elegir DEKRA?:

- Más de 25 años de experiencia, en 2019 más de 30.000 peritaciones digitales.
- Conocimiento Técnico especialista y posibilidad de prestar servicios a nivel internacional.
- Es el gabinete pericial más grande de España con con una red de más de 250 peritos.
- Proveedor de servicios neutrales y profesionales.
- Único proveedor con servicios y estructuras especializadas que cubren toda la cadena de valor de la distribución del automóvil y de la actividad Vehículo de Ocasión.
- Consultoría y asesoramiento en la cadena global.

dekra.es/es/claims-y-expertise/

Infórmese de nuestros servicios en info.comercial.expertise.spain@dekra.com o en el 916513411

EL NUEVO FORD KUGA PRESENTA SU VERSIÓN HÍBRIDA ENCHUFABLE

El carácter deportivo del nuevo Kuga PHEV se ve reforzado con un gran spoiler trasero, llantas de aleación de serie de 18 pulgadas y escapes deportivos dobles.

A FONDO

FORD KUGA HÍBRIDO ENCHUFABLE

CARMEN ESPADA

EL NUEVO FORD KUGA OFRECE LA GAMA DE ELECTRIFICACIÓN FORD MÁS AMPLIA HASTA LA FECHA Y PERMITE UNA MEJORA DE EFICIENCIA EN CONSUMO DE HASTA UN 28 POR CIENTO. EL MÁXIMO EXPONENTE DE ESTA GAMA ELECTRIFICADA ES EL FORD KUGA HÍBRIDO ENCHUFABLE, UN SUV QUE PERMITE UN MODO DE CONDUCCIÓN TOTALMENTE ELÉCTRICA.

La casa Ford es otra de las marcas que se ha comprometido a ofrecer una versión electrificada de cada uno de los turismos que vende en Europa. Esta nueva edición del Kuga constituye el primer vehículo Ford, dentro del segmento de los SUV, disponible con tres tipos de tecnologías híbridas: híbrido enchufable, mild hybrid y totalmente híbrido (esta última, disponible a partir de septiembre de este año).

El nuevo Kuga híbrido enchufable (PHEV, de las siglas Plug-In Hybrid Electric Vehicle) ofrece la autonomía de un motor de combustión tradicional junto con la eficiencia y el refinamiento de un motor eléctrico.

ENERGÍA DE DIFERENTES FUENTES

En el nuevo Kuga Plug-In Hybrid, la arquitectura de divisor de potencia combina un motor de gasolina de 2,5 litros con un motor eléctrico y un generador, y una batería de ion-litio de 14,4 kWh para producir 225 CV. El modelo ofrece una autonomía de conducción totalmente eléctrica de 56 km, una eficiencia de combustible a partir de 1,4 l/100 km, y unas emisiones de CO2 de 32 g/km (valores WLTP).

La batería se puede cargar utilizando un puerto de carga montado en el paragolpes delantero, y se repone automáticamente en movimiento utilizando tecnología de carga regenerativa la cual captura la energía cinética que normalmente se pierde durante el frenado. La carga completa de la batería desde una fuente de alimentación externa de 230 voltios requerirá menos de 6 horas.

Los conductores pueden elegir cuándo y cómo utilizar la energía de la batería activando los modos EV Auto, EV Now, EV Later y EV Charge. Cuando la batería alcanza su estado de carga más bajo, el Kuga pasa automáticamente al modo EV Auto, que complementa la potencia del motor de gasolina con la asistencia del motor eléctrico utilizando la energía recapturada para optimizar la eficiencia del combustible.

El Kuga también ofrece por primera vez la tecnología Drive Mode, que permite a los conductores ajustar la respuesta del acelerador, el peso de la dirección y el control de tracción, además de los tiempos de cambio de marchas para los modelos automáticos, a fin de adaptar las respuestas y el rendimiento a los escenarios de conducción.

El nuevo Kuga es 44 mm más ancho y 89 mm más largo que el modelo saliente, mientras que la distancia entre ejes ha aumentado en 20 mm.

UN SUV POR DENTRO Y POR FUERA

El nuevo Kuga mantiene su estilo SUV tanto en su diseño exterior como en su habitabilidad. Presenta una silueta más aerodinámica e incorpora una distancia entre ejes más larga, lo que beneficia la conducción y la estabilidad; cuenta también con un capó más largo, un ángulo más amplio del parabrisas trasero y una línea de techo más baja.

En el interior, la comodidad, el espacio y la flexibilidad se traducen en un aumento del espacio para los hombros, las caderas y la cabeza de los pasajeros de los asientos delanteros y traseros, a pesar de que la altura total es 6 mm más baja que en el modelo saliente. Además se ha logrado el mejor espacio disponible para las piernas y el equipaje gracias a que los asientos de segunda fila son deslizantes, capaces de moverse fácilmente hacia adelante o hacia atrás hasta 150 mm.

La nueva arquitectura global C2 del vehículo está diseñada para mejorar el rendimiento en caso de colisión, lo que contribuye a la puntuación de 5 estrellas Euro NCAP obtenida por el nuevo Kuga. Y gracias a esta nueva arquitectura, este modelo ha conseguido reducir su peso en 80 kg.

Para los pasajeros de los asientos traseros, se dispone por primera vez de la opción de tener asientos calefactados, y toda la segunda fila de asientos se puede mover hacia atrás para obtener el mejor espacio.

CONECTIVIDAD ASEGURADA

Los dispositivos pueden permanecer conectados vía Bluetooth al sistema de comunicaciones y entretenimiento SYNC 3 de Ford mientras utilizan la carga inalámbrica, la cual es soportada por una pantalla táctil central de 8 pulgadas que puede ser operada usando gestos de pellizco y deslizamiento. SYNC 3 permite a los conductores controlar las funciones de audio, navegación y climatización, además de los smartphones conectados mediante sencillos comandos de voz.

El nuevo panel de instrumentos digital de 12,3 pulgadas es el primero en el sector en utilizar la tecnología 'free form', con formas que van más allá del diseño rectangular tradicional. Además, el panel de 24 bits en "color verdadero" genera imágenes e iconos detallados, de alta definición, menos cansados para los ojos y más fáciles de leer.

El Kuga es el primer SUV Ford de Europa equipado con pantalla head-up, que ayuda a los conductores a mantener la vista en la carretera al proyectar información útil en su campo de visión.

TECNOLOGÍAS QUE VELAN POR LA SEGURIDAD

El nuevo Kuga mejora la experiencia de conducción SUV con un avanzado conjunto de tecnologías de asistencia al conductor.

El nuevo sistema de mantenimiento de carril con asistente de puntos ciegos combina el sistema de información de puntos ciegos de Ford (BLIS) y el sistema de mantenimiento de carril. Esta última tecnología supervisa las marcas de la carretera y puede aplicar una asistencia suave pero discernible al sistema de dirección para ayudar a los conductores a permanecer centrados en su carril cada vez que se activa el sistema. Diseñada para funcionar a velocidades de hasta 200 km/h, la tecnología emitirá señales visuales y sonoras si detecta una falta de respuesta en el volante por parte del conductor.

La función Stop & Go –disponible con la transmisión automática de ocho velocidades– permite al sistema de control de crucero adaptativo detener completamente el vehículo en situaciones de tráfico de parada y arranque frecuente utilizando hasta el 50 por ciento de la fuerza total de frenado, y continuar la marcha automáticamente si la duración de la parada es inferior a 3 segundos. Para duraciones de parada superiores a 3 segundos, el conductor puede pulsar un botón en el volante o pisar suavemente el acelerador para continuar la marcha.

El nuevo Kuga mejora por primera vez la tecnología de asistente precolisión con tecnología de frenado activo, que cuenta con una nueva funcionalidad de cruce con la que se puede activar automáticamente los frenos si el sistema determina una colisión inminente.

Y gracias al Active Park Assist 2, el Kuga PHEV realiza maniobras totalmente automáticas para entrar y salir de aparcamientos, tanto en paralelo como en batería, con sólo pulsar un botón.

En el interior, los exclusivos diseños de asiento ST-Line con costuras cosidas en hilo rojo en contraste, los pedales de aleación y el volante de fondo plano reflejan la personalidad del modelo.

DATOS DE INTERÉS

FORD KUGA HÍBRIDO ENCHUFABLE 2,5 L GASOLINA 225 CV

Peso: 2.320 kg.

Longitud: 4,614 m.
Anchura: 1,883 m.
Altura: 1,675 m.
Batalla: 2,710 m.

Capacidad del maletero: 1.481 litros.

Emisiones de CO_2: 32 g/km

La batería se puede cargar utilizando un puerto de carga situado en el paragolpes delantero y se repone automáticamente en movimiento.

La nueva arquitectura del Kuga híbrido enchufable está diseñada para crear más espacio interior, a la vez que permite un diseño expresivo y dinámico.

NOS HA GUSTADO

TECNOLOGÍA FORDPASS CONNECT Y APP MÓVIL FORDPASS

Por primera vez el Kuga está disponible con la tecnología de módem integrado FordPass Connect que convierte el vehículo en un punto de acceso WiFi móvil con conectividad para hasta 10 dispositivos. Además, a través de la app móvil FordPass, los usuarios del Kuga PHEV pueden dar seguimiento a los siguientes datos:

- Tiempos de carga preferidos, permitiendo a los clientes preestablecer tiempos de carga para su vehículo para aprovechar mejor las tarifas eléctricas y establecer sus niveles de carga deseados.
- Horas de salida, para preparar el vehículo para una hora de salida específica y pre acondicionar la temperatura de la cabina para un trayecto.
- Registros de viaje y carga, que ayudan a los clientes a controlar y revisar la energía de sus vehículos y el uso de combustible, incluyendo la energía utilizada, la distancia recorrida en modo totalmente eléctrico y la actividad de frenado regenerativo.
- Nivel de carga y notificaciones, para supervisar el estado del nivel de la batería y la autonomía disponible.
- Buscador de estaciones de carga, que ayuda a los clientes a localizar sin esfuerzo más de 125.000 ubicaciones de la red de carga FordPass en 21 países, con información que incluye el tipo de enchufe y el estado de acceso público o restringido.

OPEL CORSA 2020

OPEL CORSA, UN CLÁSICO MÁS MODERNO QUE NUNCA

ALBERTO GÓMEZ

El nuevo Corsa destaca por su diseño exterior, más redondeado pero, al mismo tiempo, con un aire más deportivo y agresivo.

El fabricante alemán Opel ha lanzado la sexta generación de su icónico compacto Corsa, que pese a ser un clásico superventas en el mercado español ha logrado alcanzar la madurez con la versión más moderna acertada estéticamente de su larga historia.

A diferencia de las cinco generaciones anteriores, el nuevo Corsa solo estará disponible en carrocería de cinco puertas, con una longitud de 4,06 metros, una anchura de 1,77 metros y un alto total de 1,44 metros, unas medidas contenidas pero no pequeñas, lo que propicia una habitabilidad a bordo confortable para cuatro personas adultas, además de un accesible espacio de carga de 309 litros.

Respecto al anterior, el nuevo Corsa sobresale a simple vista en dos aspectos básicos: su estética exterior y la impresión de que los acabados interiores son de mayor calidad y durabilidad.

El diseño ha mejorado sensiblemente, con formas más redondeadas pero, al mismo tiempo, ofreciendo una imagen más deportiva y agresiva. La combinación de los colores de la gama con el techo y los marcos negros, disponible en el acabado GS, aportan deportividad visual.

Frontalmente, la combinación de una nueva calandra más trabajada, una entrada de aire baja más grande y unos faros más estilizados, suben mucho el nivel, mientras que en la parte trasera, además de unos pilotos que se ven de mayor calidad, el trabajo de diseño del portón denota que el coche se ha trabajado. El conjunto estético es notable y se ve un paso adelante importante.

El nuevo Corsa está a la venta con tracción en la ruedas delanteras, tres versiones de gasolina, una diesel y una eléctrica denominada Corsa-e.

El motor de gasolina es tres cilindros y 1.2 litros, con 75, 101 o 131 CV de potencia. El modelo de entrada a la gama monta un cambio manual de 5 velocidades. El de 101CV admite un cambio manual de 6 marchas o uno automático de 8 relaciones, el mismo que monta la versión de 131CV, que no está disponible con cambio manual. El diesel es un motor 1.5D de 4 cilindros y 102CV de potencia con un cambio manual de seis velocidades. El Corsa-e, combinando los motores atmosférico y eléctrico alcanza los 136CV de potencia.

El nuevo Open Corsa llega con tres niveles de acabado y abundante equipamiento.

Cabrero
GESTORIA ADMINISTRATIVA
VEHÍCULOS EN GENERAL
López de Hoyos, 74 - 28002 Madrid - Tel.: 91 562 42 83 - e-mail: gacabrero@gestores.net

La conectividad y el equipamiento multimedia ha ganado mucho respecto a anteriores generaciones.

Pese a que, a primera vista, pueden parecer motores no muy potentes, Opel ha logrado adelgazar el Corsa 55 kilogramos respecto a la anterior generación, bajando el centro de gravedad del vehiculo. Esa combinación hace que las cifras de aceleración y velocidad punta del coche sean mejores que en el anterior, pese a que aquel luzca, sobre el papel, más caballos de potencia.

A nivel de acabados, presenta tres versiones denominadas Edition, Elegance y GS Line, ésta última con signos distintivos tanto exteriores como interiores, ganando aún mayor deportividad. En cualquiera de los acabados el equipamiento es abundante y, sobre todo, da un salto en tecnología para poner el Corsa a la última en seguridad activa y pasiva, conectividad y multimedia, todo ello compatible con Apple CarPlay y Android Auto. En las dos versiones más altas, el cliente puede optar por modelos de pantalla distintos y por la opción 'Opel Connect', que conecta el coche a internet para obtener datos en tiempo real. Los interiores se completan con un buen diseño, un volante moderno y multifunción y un aspecto general de calidad.

Los acabados interiores han mejorado y pese a mantener su estilo sobrio habitual en Opel, el nuevo Corsa parece tener mayor calidad.

En esta nueva generación del Corsa solo está disponible la versión de carrocería de cinco puertas, con una buena accesibilidad a las plazas traseras.

Los faros delanteros, la calandra y la nueva entrada de aire en la parte baja del frontal, más grande, confieren al Corsa una imagen más dinámica.

Por último, no queremos acabar sin hablar de las impresiones generales de conducción. El nuevo Corsa es un coche que, en su segmento, está ligeramente por encima de la media. No es el mejor en nada pero es bueno en todo. Acelera bien, se aguanta en carretera, no es extremadamente ruidoso y la suspensión tiene un punto de blando que le beneficia a la hora de absorbe baches y carreteras que no sean perfectas. Es un coche ágil de reacciones y a la hora de aparcar, lo que facilita las cosas, y aunque no es extremadamente atlético, se pueden afrontar carreteras reviradas con cierta alegría. Una vez al volante, el tacto de dirección es correcto, el cambio está bien sincronizado y los movimientos son agradables, es fácil de conducir, se maneja sin esfuerzo y es, en general, muy confortable. Una opción ideal para quien busca un vehículo compacto capaz de dar soluciones tanto en el día a día urbano como en viajes por carretera.

DATOS DE INTERÉS

OPEL CORSA 1.2T 101CV EDITION

Combustible:	Gasolina	Potencia:	101 CV	Plazas:	5
Consumo combinado:	5,5 l. /100 km	Par máximo:	205 Nm.	Maletero:	309 L.
Aceleración 0-100 Km/h:	9,9 segundos	Emisiones CO_2:	124 gr/km.	Velocidad:	188 km/h
Normativa de emisiones:	Euro 6	Puertas:	5		

Todos los caminos conducían a Ateca

El nuevo Ateca adopta el family feeling estrenado en el León, con las ópticas más agresivas.

GUILLERMO ALFONSÍN

Cuando a principios de siglo se pusieron de moda los monovolúmenes compactos, SEAT se apuntó también después al concepto. El Altea llegó con una propuesta dinámica, convirtiéndose en la referencia de conducción del segmento, pero su largo desarrollo paralelo a la segunda generación del León y un mercado que rápidamente cambiaría de tendencia hacia los SUVs, se confabularon para que aquel producto, objetivamente interesante, no brillase con la fuerza que merecía.

Con los SUV VAG ha corrido un riesgo similar. Es una tendencia a la que han tardado algo más en apuntarse con sus marcas, pero cuando han llegado lo han hecho con una apuesta de producto sólida.

Con un poco de suerte para SEAT como marca, en esta ocasión la tendencia por este nicho de mercado no pasará de moda tan rápido, y el Ateca podrá sentar las bases, junto con el éxito del León, para consolidar la evolución y maduración de la firma.

SEAT, al estar el Ateca tan competido en este sector de mercado, no podía entrar con un producto más, así que decidió apostar por la fórmula probada del León de tercera generación: Una estética atractiva, no demasiado arriesgada, una buena oferta mecánica y de equipamiento, y una puesta a punto soberbia para lograr uno de los SUVs que mejor transitan por curvas.

Así es, exactamente, el Ateca Style de 116 caballos gasolina que hemos podido probar a fondo. Sobre el papel, un SUV más, con sólo tres cilindros y un litro de cilindrada para un coche genuinamente grande.

Si bien estéticamente, como os contábamos, no resulta un coche dramático, bien es cierto que tampoco desagrada a nadie, y esa es una fórmula de éxito cuando una marca quiere hacer un buen volumen de ventas.

Bien ejecutado y proporcionado, no rehúye de copiar muchos de los trazos del León de tercera generación, del que toma prácticamente inalterados hasta los grupos ópticos, aderezando todo con defensas de plástico negro para darle ese toque "a todo terreno".

El habitáculo sigue esa misma tendencia, con un salpicadero muy cercano al León, bien ejecutado, con buena ergonomía y con reglajes en volante y asiento para que cualquiera se sienta cómodo a sus mandos.

Hay buen espacio para cuatro adultos, o dos adultos y dos niños en sillas isofix. La tercera plaza central trasera es escueta, como la de cualquier compacto, mientras el maletero tiene de positivo una boca de carga plana, pero como negativo el hecho de que su umbral está algo más alto que en un compacto tradicional.

En movimiento el coche nos sorprende positivamente.

Con un centro de gravedad que inmediatamente se nota más bajo que en la mayor parte de sus rivales de categoría, el Ateca tiene una elección de muelles y amortiguadores tirando a duros, lo que garantiza un comportamiento en el que no vemos excesivos balanceos o cabeceos.

El interior está presidido por una gran pantalla que aglutina las funciones de infoentretenimiento.

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...
ESPECIALIZADOS EN VEHÍCULOS
Y FLOTAS DE RENT A CAR
NATIVIDAD LAORDEN CANTERO
Gestor Advo. Colegiado nº 2668

El tacto de la dirección es acertado, con un peso adecuado y mucha precisión, y sólo si intentamos jugar con las inercias el coche nos parará antes de lo que lo haría un León, dada la altura que tenemos en juego.

Podríamos decir que si lo que buscas es un coche que vaya como un León pero en el que puedas ir sentado más alto, este es tu vehículo, en una réplica bastante exacta de las mismas palabras que escribí en su día cuando probé el primer Altea FR.

Si pasamos a hablar de la mecánica, sólo al ralentí alguna vibración extra se puede llegar a notar que nos hace saber que el motor no tiene los tradicionales cuatro cilindros y que ha prescindido de uno de ellos.

En conducción tranquila, por ciudad o carretera, el par y las relaciones de cambio elegidas resultan más que suficientes. Es cuando queremos exigirle un poco más, aceleraciones en adelantamientos o incorporaciones en autovía cuando nos hace saber que no es un esprínter.

Mientras mantengas un ritmo pausado, el motor puede ofrecer consumos inferiores a los siete litros cada 100 kilómetros de media, ahora bien, si te excedes con el acelerador o te gusta mantener la media de los 120 km/h en autopista, aunque estés circulando por puertos de montaña, entonces el voluntarioso tricilíndrico empezará a acercarse a los ocho litros.

Dadas las circunstancias, nuestra recomendación sería apostar por la variante diésel de idéntica potencia si el hábitat natural del coche van a ser las vías rápidas y se van a acumular más de 25.000 kilómetros al año. Y lo decimos por dos razones, la primera es porque claramente gasta menos, del orden de 1,5 o 2 litros a los 100 a idéntico ritmo, y la segunda porque la curva de par ofrecida es claramente más llena desde más bajas vueltas, lo que lo hace parecer un motor más musculoso y completo.

El Ateca ha resultado todo un éxito para SEAT a nivel comercial, y probando el producto uno se da cuenta de por qué esta fórmula funciona: Está en el segmento más demandado con la mejor puesta a punto dinámica del segmento, y con una buena relación precio-equipamiento-motorización.

Era el camino que tenía que seguir SEAT para garantizarse y construirse un futuro floreciente en el mercado actual. Ahora habrá que ver cómo se actualiza y cómo resiste la segunda mitad de su vida comercial en medio de una inminente crisis.

La trasera también se actualiza con nuevos paragolpes y nuevas ópticas.

Mehari: El inesperado icono pop de Formentera

Aunque parezca mentira, la imprenta de los años sesenta sigue presente entre nosotros. A nivel de automoción, cuando uno piensa en ese ya lejano pasado de hace prácticamente sesenta años, los coches que le vienen a la mente son las furgonetas Volskwagen y los Beetle con enormes margaritas y colores psicodélicos, ¿verdad?

Pero hubo más que eso. Mientras Bruce F. Meyers creaba el mítico buggy de playa a partir de la base del Beetle, el Meyers Manx, y se convertía en todo un éxito en California, en Francia ese proyecto era escudriñado por Roland Paulze d'Ivoy de la Poype.

Roland era un antiguo héroe de la Segunda Guerra Mundial, que se había reconvertido en un genio del mundo de los plásticos. La compañía que dirigía fabricaba salpicaderos y otras piezas en ABS para Citroën.

Observando el éxito del Manx en Estados Unidos, decidió poner a su gente a trabajar en una idea: Crear un vehículo de playa sobre la base del 2CV, pero con la carrocería íntegramente fabricada en plástico, en lugar de la fibra empleada por el Manx.

Con el coche completado, lo presentó a la dirección de Citroën, a la que informó que su idea era fabricarlo por su cuenta y comercializarlo. Pero la firma de los dos chevrones vio un enorme potencial en el curioso aparato y decidió proponer a Roland que el coche lo fabricara la propia compañía directamente y se comercializase globalmente.

En 1968 Citroën tenía listo el modelo y lo presentaba en un campo de golf, muy lejos de las playas para las que estaba diseñado. Bautizado en honor a una raza de camello rápido, el coche estaba montado sobre el chasis de una Dyane 6.
La revista Enciclopedia Volante lo calificaba en su presentación como un coche "realmente feo", dirigido a un "difícil mercado", ya que el Mehari "es un coche que sirve un poco para todo uso -no para todo terreno-, pero sin concretarse en un uso muy cualificado".

La perspectiva del tiempo cambia todo, y no sería justo decir que se equivocaron en la revista Volante en su prueba, ya que el producto era lo que era, pero el impacto fue tal que se acabaron vendiendo casi 145.000 unidades del Mehari, que duró 20 años en el mercado.

Fabricado, entre otros lugares, en la factoría de Vigo, en paralelo a las Dyane, contaba con un bicilíndrico bóxer refrigerado por aire con apenas 33 caballos y cuatro marchas, con embrague centrífugo opcional, empujando las ruedas delanteras. Curiosamente se llegaría a desarrollar una versión con tracción total.

Del Dyane 6 conservaba su peculiar sistema de suspensión por brazos tirados, una considerable altura libre al suelo y un peso de sólo 570 kilos.

Hasta aquí, la breve historia de este ligerísimo coche playero que, si viviste tu infancia en los setenta u ochenta, seguro que tuviste todavía oportunidad de ver por las calles. ¿Pero qué hace que este coche se mantenga actual? Pues su uso icónico en Formentera.

Un coche playero de este tipo se convirtió en una herramienta clave como vehículo de alquiler y en propiedad para muchos propietarios de segundas residencias, especialmente en las zonas insulares de España.

Allí sobrevivieron durante años, ayudados por su condición de tener carrocerías fabricadas en plástico, inmune al óxido, y contar con una base mecánica sencilla, prácticamente a prueba de bombas y con toneladas de recambio a bajo costo.

Todo parecía olvidado hasta que, en una combinación de suerte, una película (Lucía y el sexo) y un anuncio de cerveza (el de Estrella Damm) trasladaron al imaginario popular a esas idílicas vacaciones tranquilas, relajadas, en un entorno cuasi paradisiaco como el de Formentera.

La naturaleza del ser humano hizo el resto: culo veo, culo quiero, que se suele decir. Una serie de pequeñas empresas de alquiler locales decidieron incorporar a sus flotas unas unidades de Mehari y vender la experiencia como algo "cool".

La sucesión de famosos que visitaron Formentera y se retrataron conduciendo uno de estos peculiares Citroën de más de medio siglo de vida sirvieron más y mejor que ninguna otra campaña de publicidad, tirando del atractivo del ya icónico "coche playero por excelencia".

A medida que la tendencia fue creciendo, también fueron creciendo los servicios de alquiler de estos vehículos. De un ofertante de unidades sueltas a una enorme variedad actual, con alguna que otra empresa dedicada en exclusiva ya al Mehari.

En cuanto a tarifas al día cuesta más o menos lo que un coche convencional en una agencia tradicional.

A cambio te llevas un coche más incómodo, sin ningún tipo de asistencia a la conducción. Obviamente no hay dirección asistida o aire acondicionado, pero es que, por no tener, algunas unidades no tienen ni cinturón de seguridad.

Obviamente, el cliente tipo de estos aparatos no va buscando una experiencia de conducción soberbia, sino retrotraerse a un mundo más "sesentero" de contacto con la naturaleza y, por qué no decirlo, acogerse al postureo máximo que supone moverse con el coche. Y es que la tendencia de pagar dinero por moverse con un Mehari tiene más que ver con pagar por montarte en camello en las Canarias que con alquilarse un coche tradicional en las Baleares: La experiencia y la historia para contar es lo que pagas, más que un medio de transporte.

Citroën, sabedora del fenómeno Mehari-Formentera, no desaprovechó la ocasión y cuando presentó la reinterpretación del mito en formato de vehículo eléctrico, aprovechó la isla balear para hacerlo.

La idea era aprovechar el tirón mediático del coche e invitar a las alquiladoras locales a pasarse a este nuevo modelo que trataba de reinterpretar el concepto de vehículo básico, en este caso con un motor eléctrico de 68 caballos y una batería de 30 kWh que le otorgaba una autonomía de casi 200 kilómetros.

El precio debió ser un factor determinante en que la idea del E-Mehari no terminase de despegar, y tras cuatro años siendo fabricado por Bolloré (un fabricante de vehículos sin carnet francés adquirido por PSA), finalmente se suspendió su comercialización el pasado mes de enero.

La llegada del AMI eléctrico probablemente sirva para dar el relevo a la propuesta original del E-Mehari con un formato económicamente mucho más frugal, aunque no tenga ese concepto de "sin techo-sin puertas" que tenía el Mehari.

Entre tanto, Formentera tiene una apuesta local para prohibir la circulación de vehículos a combustión. El año pasado limitaron la entrada de coches de fuera de la isla, lo que no deja de potenciar el parque de alquiler ya instalado.

Por otro lado, de cara a 2035 se prohibirá ya el alquiler de vehículos de combustión, lo que dejaría fuera de juego a los Mehari, si es que no se convierten a eléctrico las viejas unidades. Algo que técnicamente es factible, pero que legislativamente, a nivel de homologación de reforma de importancia, sigue representando un enorme problema.

Quedan quince años, que son muchos, aunque quién sabe si la tendencia de alquilarse un Mehari se acabará antes, una vez se agote en la memoria popular esas ganas de hacerse la foto para Instagram con este coche playero con carrocería de plástico ideado por un as de guerra francés.

Las necesidades de movilidad de los clientes seguirán existiendo y habrá que adaptarse a los nuevos formatos que surjan a partir de ahora

Jorge Rosado

Head of Sales Citroën Brand. - Spain

Buenos días, Jorge, lo primero agradecerte tu tiempo para contestar estas preguntas.

Queríamos empezar con una pregunta casi obligada estos días. Muchos esperaban una nueva crisis, se hablaba de alguna nueva burbuja, de algún cambio de tendencia a raíz de un previsible estancamiento de algunos mercados europeos, los efectos del Brexit... pero ha sido un virus aparecido de la nada el que parece que va a hacer del 2020 un año complicado a nivel comercial para todas las marcas.

Entiendo que es casi imposible predecir cómo os va a afectar a nivel local como marca, pero entendemos que toda la estrategia comercial del año se va a tener que revisar a la baja en mayor o menor medida, ¿correcto?

Estamos entrando en un territorio inédito por el hecho de que el país detenga su actividad durante tanto tiempo tendrá gran impacto en la economía. Una vez superada la crisis, dependiendo del contexto económico que nos encontremos, habrá que adaptar la estrategia.

Desde tu experiencia profesional, un evento de este tipo aplaza compras y desplaza operaciones, o sencillamente las destruye y difícilmente se van a recuperar al final del año.

Como digo, no puedo hacer una previsión con exactitud, ya que estamos ante una situación nueva, sin precedentes. Hemos vivido más crisis y de todas hemos salido. Creo que las necesidades de movilidad de los clientes seguirán existiendo y quizás haya que adaptarse a los nuevos formatos que surjan tras estos momentos.

Ahora cambiando de tercio a algo más positivo. En PSA tuvisteis la genial idea de lanzar eMov, una iniciativa que parece haber funcionado muy bien, que se va a exportar a otros mercados y ciudades. Ahora tenéis además un nuevo producto como el AMI recién presentado que parece hecho a medida para este tipo de soluciones.

¿Cuán de importante puede ser este segmento a nivel de ventas e ingresos para vosotros?

Somos muy optimistas. Creemos que el Citroën Ami – 100% ëlectric va a ser un éxito. Es un objeto de movilidad único, revolucionario, pensado para todos, con diferentes posibilidades de acceso, no solo la compra. Sin necesidad de carné de coche, es perfecto para responder a las necesidades de movilidad para trayectos cortos. La idea es que sea accesible y fácil para todos. Citroën vuelve revolucionar el acceso a la libertad de movimientos tal y como lo hizo en pasado con el 2CV.

FOXid
In Experts we trust
La solución contra el fraude en el sector Rent a Car
"Gracias a FOXid, podemos alquilar coches a cualquier persona y hemos acabado con el fraude de Identidad."
Javier Hernández
COO
ocasionplus
FENEVAL
el camino correcto para alquilar
Tarifas especiales para socios de Feneval
info@foxid.eu

Hemos visto también el nacimiento de un montón de iniciativas encuadradas bajo un paraguas común, con el nombre de Free2Move. Probablemente seáis el grupo que más está apostando ya por un concepto de movilidad que parece claro que es a donde se va a mover parte del mercado. ¿Nos puedes contar algo más de este complejo cambio de modelo de ventas al que vais?

La ciudad se ha convertido en el hábitat natural de la mayoría de las personas. Más del 55% de la población mundial vive en ciudades y se prevé que, hacia 2050, esa proporción alcanzará el 70%. Esta creciente urbanización y el desarrollo de nuevas tecnologías están dando lugar a una forma de ver la movilidad radicalmente diferente, que cambiará paradigmas, como el de disponer de un automóvil en propiedad, en favor de poder contar con una solución de movilidad concreta donde y cuando se necesite.

En este contexto, fenómenos como los vehículos compartidos tendrán cada vez más importancia. De hecho, se calcula que, dentro de una década, un tercio de los kilómetros que se recorran en automóvil serán bajo esa modalidad.

En este contexto, Free2Move, la marca de movilidad de Groupe PSA, aspira a simplificar la vida de las personas, ofreciendo respuestas adaptadas a las necesidades de movilidad de cada tipo de cliente, ya sea particular o profesional. Éstas se concretan en servicios que engloban, desde el carsharing, con emov by Free2Move, que da soluciones de movilidad por minutos, pasando por Free2Move Rent, para dar soluciones por días, hasta Free2Move Lease, para alquilar vehículos de larga duración por años.

Todo ello junto a servicios desarrollados especialmente para acompañar a las personas en su transición hacia la electrificación, con servicios como Charging Pass, para facilitar la carga de los vehículos localizando los puntos de carga compatibles con su vehículo, o Trip Planner que propone al usuario el mejor itinerario en función de su autonomía.

Y sentándonos un poco más en tu propia marca. Tenéis una gama de producto totalmente renovada, con productos "genuinamente Citroën", como el C5 Aircross, y con tarifas realmente competitivas. ¿Cómo se presenta 2020 bajo estas condiciones? ¿sigue existiendo capacidad de crecimiento en el entorno del leasing y el renting tradicional para grandes clientes en un mercado cada vez más competitivo y con tantas otras alternativas de movilidad?

Creo que sí. Solo tenemos que observar que el renting ha sido el único canal que ha crecido en 2019, con un incremento de casi un 11% respecto al año anterior. Un crecimiento en el que ha tenido especial relevancia su incremento en pequeñas empresas, particulares y autónomos, pero esta es una fórmula que pesa ya en España en torno al 38% sobre el mercado B2B (sin RAC). Se puede afirmar, por tanto, que el renting está en auge en el mercado automovilístico español y que esta tendencia se mantendrá en 2020.

Una última pregunta, casi casi obligada para un fan de la marca: Durante décadas fuisteis todo un estandarte de las grandes berlinas del segmento D, un segmento en extinción. El C5 "normal" ya no está. ¿Queda espacio para que Citroën tenga su berlina de tamaño medio con tanto cliente mirando a los SUV?

Sí, hay espacio. No todas las personas demandan lo mismo, ni tienen las mismas necesidades. Por tanto, en línea con la filosofía Inspired by You, el objetivo de Citroën es ofrecer a las personas una gama completa que responda y se adapte a todos, en todos los segmentos, no solo en el de los SUV. Para completar esta oferta, este año presentaremos una berlina del segmento C que incluirá una versión 100 % eléctrica. Y no será la última.

DESCUBRIENDO LOS PICOS DE EUROPA

GUILLERMO ALFONSÍN

Una ruta en MTB por algunos de los parajes más hermosos y recónditos de España.

Picos de Europa. Cantabria

El confinamiento ha hecho que muchos regresemos mentalmente a aquellos momentos en los que éramos libres, en los que podíamos viajar y descubrir lugares y paisajes naturales. Por esa misma razón, y con un futuro lleno de incógnitas, parece que planear una escapada con una buena bici de montaña, algo que hasta ahora podía parecer banal, ahora resulta un sueño.

Por todo ello hemos decidido proponeros en este número una ruta algo especial, parte en coche, parte en bici de montaña, para descubrir uno de los parajes más bonitos de España: Los Picos de Europa.

Para esta ruta os vamos a proponer descubrir al nuevo Skoda Octavia. La marcha checa del grupo Volkswagen decidió apostar fuerte por un área de impacto que otros fabricantes habían pasado por alto, que no es otra que la del ciclismo. Patrocinando equipos y actividades relacionadas con el pedaleo, la firma provee de coches oficiales al Tour de Francia y realiza una apuesta fuerte creando hasta una página web dedicada a los aficionados a la bici que están buscando un coche para moverse.

Disponible con el motor 1,5 TSI de 150 caballos del grupo Volskwagen alimentado por gasolina, promete consumos medios sobre los 5,7 litros cada 100 kilómetros, cambio DSG y un completo equipamiento.

Pero volvamos al viaje en cuestión. El plan para una visita a los Picos de Europa pensando en recorrer algo en Mountain Bike ha de empezar meses antes. Acometer el desafío de rodar por este lugar implica tener unas piernas bien armadas para la ocasión, ya que de esta manera la experiencia será más de disfrute, con unas vistas inigualables, que de sufrimiento, que es lo que puede pasar si, llegada la fecha, no estás en condiciones de pedalear más de 40 kilómetros con grandes desniveles.

Río Potes, Quiviesa Deva

Todo comienza viajando a Potes. Esta preciosa villa de poco más de 1.300 habitantes merece que te pierdas por sus callejuelas peatonales y descubras sus puentes sobre el río Quiviesa y la confluencia con el río Deva.

Potes sería el lugar ideal elegido para hacer noche en esta expedición que perfectamente puede ser de fin de semana. Hay un buen número de casas rurales en la zona que te permitirán descansar y conocer la zona tras llegar en una primera jornada.

Para la ruta de MTB, todo depende de lo que uno se quiera complicar la existencia. Personalmente tuve la oportunidad de completar una ruta en la zona hace más de veinte años, y la guardo con el grato recuerdo de la distancia, con unos preciosos paisajes en mi mente que me hacen olvidar el esfuerzo que implicó en su momento.

Lo que os queremos proponer es la vuelta al Macizo Oriental de los Picos de Europa. Son 60 kilómetros para hacer desde Potes y con retorno a Potes. Una hazaña de la que sentirse orgulloso, que te llevará al menos siete horas, con un desnivel de 1.400 metros para subir, y que te recomendamos hacer en temporada sin lluvias, preferentemente en verano.

La ruta, disponible en varios formatos en Wikiloc (https://es.wikiloc.com/rutas-mountain-bike/potes-circular-al-macizo-oriental-de-picos-de-europa-30624864), debería comenzar bien temprano por la mañana, ya que así se puede coronar la mitad del camino antes de hacer una parada para comer algo y continuar. Se sale de Potes, dirección Camaleño, y se disfruta de una ruta que asciende hacia el refugio espectacular de Áliva, que tiene unas vistas sencillamente espectaculares de los Picos de Europa.

Áliva, Camaleño.

Del kilómetro 8 al 18 de la ruta propuesta el desafío es mayúsculo, con pendientes que superan el 15%, por lo que conviene tomárselo con calma y filosofía, administrando fuerzas y disfrutando de las vistas para no desfondarse de cara al total de la ruta, ya que es esta la ascensión más larga y dura.

Tras esta, hay una zona de llaneo a gran altura, por encima de los 1.400 metros, antes de una bajada que precede al segundo desafío, que es el repecho para subir hasta Sotres, ya en Asturias. Con menos de 130 habitantes, este diminuto pueblo enclavado en medio de las montañas ofrece otra experiencia visual única.

Sostres está en el punto kilométrico 33 de la ruta, y además va seguido de una zona de llaneo y una larga bajada que servirán para relajar piernas y descansar un poco antes del gran desafío final que representa la subida a Collado Pelea, con rampas de más del 30% durante 4 kilómetros, seguido de una bajada hacia Cabañes igualmente empinada que exige máxima precaución para evitar caídas.

De Cabañes a Potes se puede ya relajar el ritmo, con una bajada más suave, menos técnica, al lado del río Deva hasta llegar a Potes, nuestro lugar de origen.

Obviamente, este desafío no es apto para todos los públicos. Como os comentábamos al principio, conviene madrugar e ir preparado, con bidones de agua y algo de comida, para poder afrontar la ruta con garantías. Hay que administrar bien las fuerzas, disfrutar del paisaje, y si madrugamos saliendo a las 8 de la mañana, probablemente a las 4 de la tarde habremos completado un desafío sano, interesante y para reconectarse con la naturaleza tras el encierro de la larga cuarentena. Por la tarde, si las piernas aún responden, siempre quedará tiempo para visitar la zona en coche y aprovechar las últimas horas de un fin de semana que se quedará grabado en tu retina para siempre.

Por cierto, si te animas a hacer esta ruta, evita por favor recordar a mis seres queridos durante las duras ascensiones.

Sostres, Asturias.

DESCUBRIENDO EL AIRE LIMPIO

GUILLERMO ALFONSÍN

Que el tráfico rodado era el principal causante de problemas de contaminación en las grandes urbes españolas, europeas y... mundiales, es algo que sabemos desde hace tiempo.

Lo curioso es que todavía quedaban negacionistas. Un servidor, conferenciante en varias tertulias de radio, se ha encontrado una y otra vez a informadores y comunicadores del sector tratando de hablar de cómo podían afectar las calefacciones y la lluvia a la contaminación, o mezclando diversos tipos de contaminantes y gases.

Pero la pandemia que hemos vivido, y desgraciadamente todavía estamos viviendo, ha tenido su lado positivo en servir para desenmascarar y ofrecer un experimento a escala global de detención de actividad humana que jamás podríamos haber coordinado de ninguna otra manera.

Antes de seguir profundizando en estos aspectos, debemos definir los contaminantes que nos encontramos en las ciudades y su derivación de los gases de escape del transporte rodado.

Los coches despiden por sus tubos de escape óxidos de nitrógeno, partículas, hidrocarburos, monóxidos de carbono, dióxidos de carbono y alguna cosa más que me dejo a buen seguro.

De estos elementos, el CO2 focaliza gran parte de la atención de las autoridades, toda vez que es el principal gas de efecto invernadero que podemos "cortar" o tratar de controlar para reducir su impacto.

Tras haber reducido y prácticamente anulado las emisiones de hidrocarburos sin quemar y monóxidos de carbono a la atmósfera, la legislación durante años se ha centrado en reducir este CO2. Pero esto ha acarreado problemas colaterales inesperados.

La dieselización del parque móvil europeo es uno de ellos. El juego con las normativas de homologación de emisiones y ciclos de consumo ha sido el otro.

Tras décadas de presión hacia menos CO2, alcanzamos un punto donde todos los fabricantes querían vender coches diésel que homologaban consumos imposibles de realizar en el mundo real.

El problema es que esto no mejoraba la calidad del aire de las grandes ciudades. Especialmente de las españolas. ¿Por qué? Porque nuestro problema con la calidad de aire en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla o Bilbao tiene que ver con los óxidos de nitrógeno y las partículas microscópicas. Lo primero provoca enfermedades pulmonares graves, lo segundo puede provocar entre otras cosas infartos cerebrales y cáncer.

A medida que las calles se llenaban de coches diésel y coches con inyección directa (tanto gasolina como diésel), los contaminantes citados se incrementaban, y el CO2 emitido no se rebajaba tanto como se prometía.

¿Por qué? Pues porque las homologaciones que efectuaban los fabricantes estaban muy lejos de acercarse a las condiciones de uso real de los coches en ciudad. Eso hacía que en un uso convencional los coches emitiesen mucho más de lo homologado, incrementando sobre todo el problema de los óxidos de nitrógeno hasta límites insalubres, que todavía hoy mantenemos.

Lo peculiar de esta situación es que, aunque las mediciones de calidad de aire nos llevan años diciendo que tenemos ciudades insalubres en España, y se nos amenaza y multa por ello, un grueso colectivo de personas, instituciones y empresas se mantenía en sus trece de negar la evidencia, aseverando que había muchas cosas que contaminaban en la ciudad más allá de los coches.

Según numerosos organismos (el Ministerio de Transición Ecológica, el Ayuntamiento de Madrid, estudios de Transport & Enviroment), entre un 70 y un 80% de las concentraciones de óxidos de nitrógeno en el núcleo de las ciudades tenía exclusivamente que ver con el tráfico rodado, mientras las emisiones de partículas tenían una relación similar de alrededor del 70%.

Si esto era cierto (y así los defendíamos los que habíamos visto test de emisiones en conducción real de coches reales en ciudad), una situación en la que se parase gran parte del transporte rodado provocaría una caída nunca antes vista en estos dos contaminantes.

GESTORÍA TOLEDO
Empresa de Servicios

GESTIÓN FLOTAS
RENT A CAR
RENTING
TOLEDO &ASOCIADOS GESTORÍA
DESDE 1950
Ronda de Atocha 12 · 28012 Madrid
Tlf. 91 781 97 19
www.toledoyasociados.es
Cámara Certifica
Empresa certificada
Sistema de gestión
ISO 9001

Y así ha sido. El confinamiento que hemos vivido sirvió para reducir el tráfico rodado entre un 60 y un 70% en el grueso de las grandes ciudades de España, donde en paralelo se ha visto una reducción de concentraciones de óxidos de nitrógeno del 50%.

Las matemáticas no mienten: Si a la fuente del 70% de un contaminante le restas el 70% de su presencia, la cifra esperada de reducción de ese contaminante es un 49%. No puede ser casualidad sino causalidad.

Todavía hay quien se queda en un rincón tratando de buscar teorías conspiratorias alternativas. Desde unos meses más lluviosos de lo habitual hasta la reducción significativa del tráfico aéreo. Pero el primer factor pierde peso cuando uno mira la serie histórica de concentraciones de óxido de nitrógeno en días con y sin lluvia, y el segundo factor, el de la aviación, no concentra óxidos de nitrógeno de manera relevante a la altura de la calle de una gran ciudad.

Para mí la cuestión es si realmente, con la cortísima memoria colectiva que tenemos, habremos aprendido la lección. Parece que fue hace décadas que sufrimos la última crisis de contaminación con restricciones al tráfico rodado. Parece que ya nadie le da importancia. Pero una vez superado el confinamiento, si acabamos volviendo a la normalidad, volveremos a las andadas del aire insalubre que respiramos en el día a día. Y ahora, sí que sí, no solo sabemos que viene del tráfico rodado, sino que lo hemos podido ver con nuestros propios ojos.

¿Servirá esto para cambiar algo? ¿servirá para que los ciudadanos apoyen más y mejores medidas para tratar de mitigar esta contaminación que nos cuesta salud y vidas? ¿o la conciencia se acabará tan pronto una potencial medida restringa nuestros movimientos o toque nuestro bolsillo?

La "nueva normalidad" además parece traer aparejado un incremento considerable del uso del vehículo individual, ante el temor a nuevos contagios en el transporte público, por lo que esta "nueva normalidad" tal vez nos enfrente más si cabe a un aire más enrarecido.

Está claro que las claves pasan por coches más eficientes (y aquí entra también el factor de usar coches de tamaño y peso adecuado a su uso, y no por y para postureo), coches híbridos enchufables a los que se les obligue a funcionar en modo eléctrico en el corazón de las ciudades, y otras medidas que, desgraciadamente, con la tasa de renovación de parque que tenemos, tardarán décadas en ser completamente efectivas. Y todo esto en los inicios de lo que parece ser una profunda crisis económica.

Mi conclusión es pesimista: Puede que hayamos visto los cielos más limpios. Puede que ahora todos tengamos claro cómo conseguirlos. Pero parece inviable lograr ese cielo nítido a corto plazo con las circunstancias que tenemos.

Para ello, desde FENEVAL nos recuerdan que el RAC tiene la flota más respetuosa con el medio ambiente. Los vehículos de alquiler emiten de media entre 5 y 14 gramos de dióxido de carbono (CO2) por kilómetro menos en comparación con la media nacional, siendo la flota menos contaminante, más joven y segura.

ACUERDOS FENEVAL

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

delfín grupo

www.delfingrupo.es

DVUELTA

www.dvuelta.es

AZ Servicios
CORREDURIA DE SEGUROS S.L.
Espabrok
GENERAMOS CONFIANZA

www.espabrok.es

AUTOROLA
SOLUTIONS AUTOROLA INDICATA

www.autorolagroup.com

DEKRA
Con toda confianza.

www.dekra.es

baiback

www.baiback.com

URBAN SCIENCE
Guiding Business Through Science

www.urbanscience.com

mapefra

www.mapefra.com

clicars

www.clicars.com

ZEUSTEUS

www.zeusteus.com

FISCALGES
alternative

www.f-alternative.com

FOXid
Verifying ID authenticity

www.foxid.eu

Gestoría Administrativa
Martínez Lapuerta
Matriculaciones, Transferencias,
Placas Acrílicas...

SUARDIAZ
Group

www.suardiaz.com

DIKEI
ABOGADOS

www.dikeiabogados.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.

Gama Volkswagen Polo: consumo medio (l/100 km) de 5,4 a 7,1; emisión de CO_2 (g/km) de 122 a 160 (NEDC 104 a 138).

SEAT URBAN VEHICLES®

SEAT Ateca.

Siempre eliges ciudad.

Si para desconectar eliges ponerte al día con amigos, la ciudad es tu mejor plan. Vívela con tu SUV preparado para todo con conectividad Full Link, Top View Camera (Cámara 360°) y Asistente de aparcamiento automático. Además, con una puntuación de 5 estrellas en el sistema de valoración de seguridad Euro NCAP.

SEAT **FOR BUSINESS.**

SEAT

Consumo medio combinado de 5,2 a 8,7 l/100 km. Emisiones ponderadas de CO_2 de 136 a 197 g/km. (Valores WLTP). Emisiones ponderadas de CO_2 de 115 a 156 g/km. (Valores NEDC). Imagen acabado SEAT Ateca FR con opcionales.