

SUV



VOLKSWAGEN TIGUAN

Tras dos generaciones y 7,6 millones de unidades vendidas en todo el mundo, el Tiguan se renueva por completo, con motores más eficientes diésel, gasolina, híbridos y enchufables.



PEUGEOT 3008

Peugeot ya admite pedidos para el nuevo 3008 Hybrid. Estrena mundialmente la plataforma STLA Medium de Stellantis, pensada para ofrecer vehículos eléctricos de altas prestaciones.



CUPRA TAVASCAN

Es el segundo modelo 100% eléctrico de la marca española. Se trata de un SUV Cupé que llegará a lo largo de 2024 con tres niveles de potencia, hasta 340 CV, tracción total y 550 km de autonomía.

Neutralidad térmica clave para reducir CO₂

Revisar el modelo de incentivos fiscales y garantizar el acceso a los datos de los vehículos: dos requisitos para un mercado de automoción competitivo

J. ROIG VALOR

Si bien el objetivo de los fabricantes y los concesionarios de automóviles está centrado en que se asegure la estabilidad del mercado en España, a través de incentivos a la venta que se articulen con más celeridad —e, incluso, que contemplen propulsiones más allá de las híbridas enchufables y eléctricas—, a nivel europeo la batalla se va a librar en el acceso a los datos de los vehículos.

El sector de la posventa, liderado en Bruselas por el lobby de concesionarios y talleres Ceca, se ha marcado como prioridad que el nuevo gobierno comunitario desarrolle una ley que regule el acceso a esta información de una manera equitativa y en tiempo real. A día de hoy, estos datos son propiedad de los constructores y, para acceder a ellos, se tiene que pagarles una cuota que, dado el volumen, encarece rápidamente los servicios.

El argumento principal de Ceca es el de la competitividad: «es imposible que existan servicios de calidad e innovadores sin un acceso equitativo a la información. Es la única manera de garantizar la libertad de elección del consumidor», afirma su secretario general, Bernard Lycke.

El año pasado, la Comisión Europea aprobó la Ley de Datos ('Data Act'), que entrará en

vigor en 2025. En ella se establecen los derechos de los ciudadanos de acceder a los datos generados por sus productos conectados. «Es un paso en la dirección correcta», afirman desde la asociación, «pero insuficiente para crear competencia efectiva en los servicios de movilidad».

Como solución, proponen la creación de una plataforma telemática neutral a la que puedan acceder en tiempo real los fabricantes de vehículos y los actores independientes.

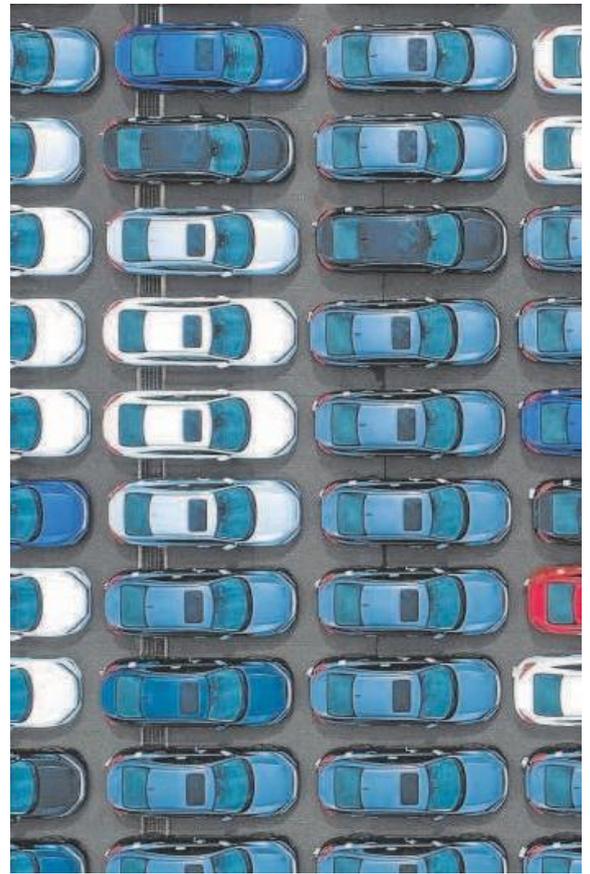
La clave para que la automoción europea mantenga la relevancia ante China, afirman desde Ceca, está en que los vehículos sigan siendo asequibles. Un coche eléctrico tiene un menor coste total de propiedad (TCO, por sus siglas en inglés), pero esto solo es así si se mantienen los incentivos a la compra. «De desaparecer —como ha ocurrido en Alemania—, la clase media europea elegirá modelos chinos», afirma Lycke.

La meta, están de acuerdo todas las asociaciones, es la descarbonización de cara a

2050. Esto es incluso cierto para los productores de petróleo. Según el presidente de su asociación, Luis Travesedo, «El principal propósito de la industria energética es facilitar una movilidad sostenible y es imprescindible contar con todas las soluciones tecnológicas que contribuyan a la reducción de emisiones». Según datos de su asociación, cada 1% de combustible renovable en el mix energético supone una reducción anual de 800.000 toneladas de CO₂. Además, «supone una solución neutra en emisiones, de despliegue inmediato y sin inversiones en la infraestructura de logística, ni en el parque de los vehículos».

Para Travesedo, «los próximos años serán cruciales para determinar las inversiones que se convertirán en un sistema energético descarbonizado, seguro y competitivo. Activar los incentivos necesarios es esencial y la ventana de oportunidad se está cerrando».

Esta sensación de urgencia la comparte la industria auxiliar. Los fabricantes de componentes, desde Sernauto, afirman que «resulta fundamental contar con programas de apoyo a la innovación integrados en la universidad, así como un mejor tratamiento fiscal de la I+D, similar al que tienen países como Francia o Alemania, para seguir atrayendo inver-



siones industriales a España».

El sector del rent-a-car ha sido uno de los más golpeados a raíz de la pandemia: por un lado, las restricciones a los viajes mermaron sus ingresos e inventarios, mientras que la escasez de producción por los chips hizo que los fabricantes se decantaran por clientes con mayores márgenes de beneficio, como particulares o empresas. Ahora, Juan Luis Barahona, el presidente de la asociación que les representa, Feneval, declara que «el obje-

tivo para 2024 es alcanzar una mejora en la compra de coches que mejore la rentabilidad y la relación con las marcas».

«No podemos continuar», sentencia Barahona, «sin unos mayores incentivos fiscales para la adquisición de vehículos eléctricos, incluso buscando alternativas al Plan Moves como un Plan de Fomento de Servicios de Movilidad». Otra de sus peticiones habituales es la de equiparar el IVA del alquiler al del sector turístico y que pase del 21% al 10%.

**LA SIGUIENTE
BATALLA DE LA
DISTRIBUCIÓN EN
EUROPA SERÁ EL
ACCESO AL DATO**

BERLINAS



TOYOTA CH-R PLUG-IN

Tras el éxito del nuevo Toyota C-HR Hybrid de segunda generación hace pocos meses, ahora Toyota lanza la gama completa con motorización híbrida eléctrica enchufable (Plug-in)



PORSCHE PANAMERA

La tercera generación de la berlina deportiva de lujo se caracteriza por una gama más amplia de funciones digitales, un diseño fresco y sistemas de propulsión E-Hybrid más potentes de 680 CV.



VOLKSWAGEN PASSAT

En su 50 aniversario, la novena generación de Passat es exclusivamente familiar. Disponible a partir de 41.130€ con motores gasolina, diésel y e-Hybrid de hasta 272 CV.



Desde la Asociación Española del Renting (AER), afirman que «los Planes Moves no estimulan suficientemente la demanda, y hay que mitigar la incertidumbre de los ciudadanos». Para su presidente, José-Martín Castro Acebes, «la gran oportunidad de la descarbonización está en la renovación del parque, que se acerca ya a una media de 14 años de antigüedad, teniendo en cuenta que un vehículo de 20 años contamina hasta cinco veces más que uno nuevo».

Su organización representa el primer canal en recuperar las ventas prepandemia, y pretenden hacerse con una cuota de mercado en torno al 26% y un crecimiento alrededor del 4% o 5%.

Además, la AER considera clave el desarrollo de las Zonas de Bajas Emisiones, «cuyo impacto aún no se ha calibrado y que, aunque siempre incertidumbres en el mercado, desde el renting hemos de verlo como una oportunidad para seguir creciendo».