



FENEVAL

JULIO / SEPTIEMBRE 2026 - N° 231

NOTICIAS FENEVAL

Congreso FENEVAL 2026: siente el latido de la movilidad

ACTUALIDAD

Indonesia International Auto Show 2026

The British Motor Show 2026

Salone Auto Torino 2026

PROTAGONISTA

Ángela de Miguel, presidenta de CEPYME

INFOGRAFÍA

Los 11 perfiles que ya escriben el futuro de la industria de la automoción

CURIOSIDADES

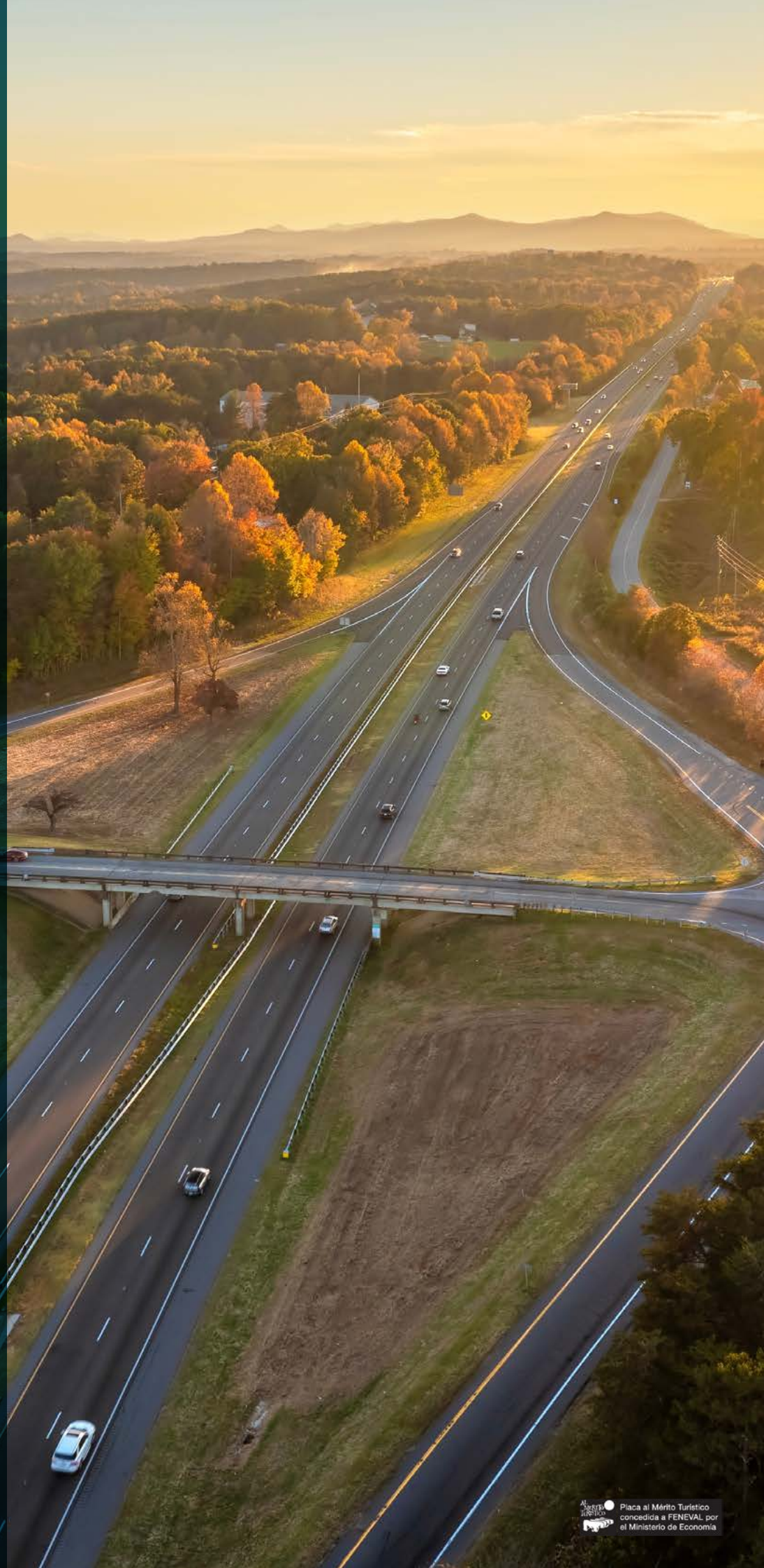
Cuando el marketing parece no tener límites: estos son los nombres más sorprendentes del mundo automoción

DE CERCA CON

Harold Fitch, CEO de Blu-Castle



la voz de la *movilidad*



Placa al Mérito Turístico
concedida a FENEVAL por
el Ministerio de Economía

¡Conduzco yo!

Taigo

Todo el mundo quiere ahorrarse el conductor adicional. Hasta ahora. Y es que nadie puede resistirse a las ganas de conducir nuestro SUV Coupé deportivo y de disfrutar de todo su equipamiento y tecnología.



SUMARIO N° 231



JULIO / SEPTIEMBRE 2026

4 | EDITORIAL

Nuevo curso: deberes hechos y retos por delante

6 | ACTUALIDAD

GIAS – GAIKINDO Indonesia International Auto Show

The British Motor Show 2026

Salone Auto Torino 2026

34 | NOMBRAMIENTOS

36 | OPINIÓN

Adiós, Seat, adiós

38 | NOTICIAS FENEVAL

Congreso FENEVAL 2026: siente el latido de la movilidad

40 | PROTAGONISTA

Ángela de Miguel, presidenta de CEPYME

43 | EN CIFRAS

Los 11 perfiles que ya escriben el futuro de la industria de la automoción

45 | COCHES Y MOTORES

Audi Q3 Sportback: el SUV coupé que refina su personalidad

49 | CURIOSIDADES

Cuando el marketing parece no tener límites: estos son los nombres más sorprendentes del mundo automoción

51 | DE CERCA CON

Harold Fitch, CEO de Blu-Castle

54 | TRIBUNA JURÍDICA

La nueva Ley de Servicios de Atención a la Clientela: ¿cómo afecta a las empresas de rent a car y VTC?

Edita: Federación Nacional Empresarial de Vehículos de Alquiler, FENEVAL

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

E-mail: feneval@feneval.com | web: www.feneval.com | Colaboradores: Carmen Espada, Juan Carlos Payo y M^º Mar Medina.

Depósito Legal: M-2795-84

La Revista FENEVAL es el Órgano Oficial de la Federación Nacional Empresarial de Vehículos de Alquiler, 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:

P^º de la Castellana, 121
planta 9

28046 Madrid

Tel.: 91 447 28 73

e-mail: feneval@feneval.com

web: www.feneval.com

Nuevo curso: deberes hechos y retos por delante



Cuando miro los primeros nueve meses de este año, lo primero que me viene a la cabeza no es un porcentaje ni una cifra de matriculaciones, sino la sensación de que el sector del rent a car ha tenido que hacer varias cosas bien: crecer, adaptarse y defender su posición ante decisiones que, en ocasiones, se toman sin tener en cuenta su realidad.

El primer gran asunto que ha marcado la agenda de FENEVAL (Federación Nacional Empresarial de Vehículos de Alquiler) ha sido, sin duda, el regulatorio. Desde enero venimos advirtiendo que los objetivos de sostenibilidad y de ordenación de la movilidad, siendo legítimos, no pueden imponerse mediante mecanismos que discriminen entre empresas o que restrinjan la competencia sin justificación suficiente. Así lo trasladamos con motivo de las restricciones a los vehículos de alquiler en Baleares, donde los cupos aplicados en Ibiza y Formentera han vuelto a penalizar de forma desproporcionada a un sector que, lejos de ser el origen de la congestión turística, forma parte

de su solución. Por eso valoramos especialmente que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia haya recurrido, por cuarto año consecutivo, las limitaciones establecidas en Formentera, y que haya hecho lo propio con el sistema de asignación de autorizaciones en Ibiza. Compartimos con la CNMC la convicción de que estas medidas necesitan de una planificación integral de la movilidad insular, que involucre al transporte público y a las infraestructuras, en lugar de concentrar todo el peso sobre una única actividad.

A esa preocupación regulatoria se suma la que nos plantea la propuesta europea de exigir cuotas obligatorias de vehículos de cero emisiones a las flotas corporativas a partir de 2030. Desde FENEVAL entendemos y compartimos el objetivo de avanzar hacia una movilidad más limpia, pero insistimos en que las obligaciones sin una infraestructura de recarga suficiente, sin certidumbre sobre el valor residual del vehículo eléctrico y sin incentivos adaptados a la realidad de nuestras

empresas corren el riesgo de frenar, más que impulsar, la transición que se persigue. Es un mensaje que hemos trasladado en distintos foros y que seguiremos defendiendo con el mismo rigor.

Precisamente en el terreno de la movilidad sostenible, este ha sido un año de trabajo colectivo. A través del Círculo Neutral in Motion, junto a las principales asociaciones de la automoción española, hemos participado en encuentros como el celebrado en el Congreso de los Diputados en febrero y en el Global Mobility Call en junio, donde defendimos un modelo de transición energética equilibrado, competitivo y centrado en las personas. Son espacios que nos permiten hablar con una sola voz y trasladar a las administraciones que la descarbonización de la movilidad solo será posible de la mano de la industria.

En paralelo, no hemos perdido de vista al usuario final. Con la llegada del verano quisimos recordar, con motivo de nuestra campaña de recomendaciones, la importancia de contratar con información: revisar bien el contrato, conocer las coberturas del seguro, comprobar el estado del vehículo en la recogida o declarar a todos los conductores son gestos sencillos que evitan buena parte de los imprevistos que a veces empañan la experiencia de alquilar un coche. Esa atención al cliente, unida a la renovación constante de las flotas, sigue siendo la mejor carta de presentación de nuestras empresas.

En cuanto a la actividad del canal en sí, los datos del año confirman que el sector mantiene un pulso sólido: tras un primer trimestre que creció por encima del 15%, el acumulado se ha mantenido en positivo mes a mes, salvo el descenso puntual de mayo, hasta situarse cerca de

las 200.000 matriculaciones al cierre de agosto. Una cifra que, más que un fin en sí misma, es el reflejo de un sector que sigue invirtiendo y adaptando sus flotas a la demanda actual, también hacia tecnologías híbridas y eléctricas, cuyo peso ha crecido de forma progresiva a lo largo del verano.

De todo este recorrido, me quedo con el papel que ha desempeñado FENEVAL como interlocutor. Representar a más de 800 empresas y al 96% de la facturación del sector nos obliga a estar presentes en cada mesa donde se discuten decisiones que afectan a nuestra actividad, desde los despachos autonómicos hasta las instituciones europeas, y a hacerlo con datos, con propuestas concretas y con la voluntad de construir soluciones compartidas, no de bloquear el debate.

Miramos ahora hacia el último tramo del año con retos que ya conocemos bien: la necesidad de una regulación estable y no discriminatoria, una transición energética realista y acompañada de infraestructura suficiente, y un diálogo institucional que reconozca al rent-a-car como lo que es, una pieza esencial de la movilidad, el turismo y la economía española. Analizando los datos al detalle y escuchando activamente a nuestras empresas, seguiremos defendiendo con firmeza las condiciones que nuestro sector necesita. Nuestro objetivo es claro: continuar creciendo, impulsando la inversión y ofreciendo un servicio cada día mejor, con la mirada puesta ya en los retos de 2027.

Con este espíritu afrontamos el próximo curso: con confianza en el futuro que tenemos por delante y con la convicción de que, unidos, seguiremos avanzando hacia un sector más sólido, competitivo y reconocido.

Ignacio Manzano,
Presidente en funciones de FENEVAL

Indonesia encamina una nueva era de la movilidad desde GIIAS 2026

La electrificación, la expansión de los fabricantes asiáticos y una oferta diversificada marcan la última edición del Salón con la representación de más de 40 marcas



REDACCIÓN FENEVAL

El **GAIKINDO Indonesia International Auto Show (GIIAS) 2026**, que congregó a miles de personas entre el 30 de julio y el 9 de agosto en el **Indonesia Convention Exhibition (ICE)** de BSD City, Tangerang, posicionó al mercado indonesio como uno de los principales escaparates a mirar dentro de la industria automovilística. En la que fue **su edición número 33**, el Salón congregó a un total de **43 marcas de turismos**, así como fabricantes de vehículos comerciales, motocicletas y una amplia representación de la industria auxiliar.

El GIIAS 2026 sirvió también de escaparate para mostrar las últimas novedades de una industria en plena diversificación tecnológica. Los **vehículos eléctricos fueron, probablemente, los grandes protagonistas aunque convivieron con propuestas híbridas, nuevos modelos**

de combustión y soluciones orientadas a diferentes usos y segmentos. SUV eléctricos, vehículos familiares, modelos urbanos y nuevas propuestas premium dibujaron el escenario que marcará el futuro.

Algunos lanzamientos destacados:

Audi:

La marca de los cuatro aros **presentó la nueva generación del Q5 SUV, un modelo clave dentro de su oferta SUV premium.** La propuesta combina el motor 2.0 litros con transmisión S tronic de siete velocidades y tracción integral quattro, manteniendo una de las señas de identidad históricas de Audi en un vehículo concebido principalmente para largos desplazamientos y uso familiar.



Audi Q5 SUV

La nueva generación pone, además, **mayor énfasis en funcionalidades de digitalización, confort y ayudas a la conducción,** evolucionando hasta un producto que tiene que competir tanto con SUV premium convencionales como con una creciente oferta electrificada. En el GIIAS 2026, representó la continuidad de una tecnología madura frente a las numerosas propuestas eléctricas emergentes.

BMW:

BMW puso la nota más prestacional al Salón con el **M2 CS.** La versión más radical del compacto deportivo **sobresale por sus seis cilindros en línea con tecnología M TwinPower Turbo que desarrollan 390 kW —530 CV— y 650 Nm, permitiendo acelerar de 0 a 100 km/h en tan solo 3,8 segundos.** La puesta a punto específica de chasis y el uso intensivo de soluciones de aligeramiento persiguen reducir inercias y aumentar la precisión, acercando su comportamiento al de un vehículo concebido para circuito sin perder la posibilidad de utilización diaria.



BMW M2 CS

El M2 CS **se convirtió en uno de los modelos favoritos del público**, confirmando que, pese al enorme protagonismo de la electrificación, los vehículos deportivos de altas prestaciones siguen manteniendo un espacio relevante en los grandes salones internacionales.

BYD:



BYD Atto 1

BYD **mostró la amplitud que está alcanzando su oferta con modelos como el Atto 1, uno de sus eléctricos de acceso.** Dependiendo de la versión a la que se acceda, se pueden alcanzar hasta 380 kilómetros NEDC. La **gama despunta por una carga rápida y por ofrecer hasta seis airbags**, reforzando el argumento de seguridad junto al precio y la eficiencia.

La **firma complementó su propuesta con el M6 DM, un MPV híbrido enchufable que lleva la tecnología**

Dual Mode a un vehículo concebido para transportar a varios pasajeros. Esta combinación de pequeños eléctricos y vehículos familiares PHEV demuestra que BYD está extendiendo la electrificación a usos muy diferentes en lugar de concentrarla en un único segmento.

Changan:

Changan **reforzó su desembarco en el mercado indonesio con el Nevo Q05, un SUV completamente eléctrico que incorpora una batería de 51,9 kWh,** una autonomía anunciada de hasta 462 kilómetros bajo ciclo NEDC y un sistema de carga rápida capaz de pasar del 30% al 80% en aproximadamente 15 minutos, una característica esencial para quienes pretenden utilizar un eléctrico también fuera de desplazamientos urbanos. Cuenta con 2,735 metros de batalla y, en las versiones superiores, **añade elementos como portón trasero eléctrico con función antipinzamiento y un techo panorámico de 1,8 m².**



Changan Nevo Q05

La participación de Changan en este Salón evidencia el creciente interés de los grandes grupos automovilísticos chinos por el sudeste asiático.

Citroën:

Citroën **volvió a situar al ë-C3 en el centro de su propuesta eléctrica**, acompañado por una interpretación estética inspirada en el histórico 2CV. Más allá de esa personalización, la base del modelo comercializado en Indonesia **ofrece aproximadamente 320 kilómetros de autonomía, 57 CV y 143 Nm**, buscando fundamentalmente suavidad, silencio de marcha y facilidad de conducción urbana.



Citroën ë-C3

La **apuesta de Citroën por este modelo va muy en línea con su posicionamiento tradicional como marca: la priorización de valores como confort o sencillez**. El pequeño tamaño del ë-C3, unido a su mecánica eléctrica, lo sitúa como una alternativa especialmente adaptada a entornos metropolitanos.

Ford:

Ford **llevó al Salón de Indonesia nuevas versiones de sus modelos Everest y Ranger**, manteniendo un planteamiento muy diferente al de buena parte de los eléctricos expuestos. Los Everest Platinum y Ranger Platinum con motor V6 turbodiésel de 3.0 litros desarrollan 250 CV y 600 Nm, una elevada cifra de par orientada especialmente al remolque y a la circulación fuera del asfalto.

El equipamiento de ambos vehículos da un salto y evolucionan también en su nivel de confort: **pueden incorporar asientos delanteros calefactados y ventilados, sistema de sonido B&O, gestión electrónica de modos de terreno y bloqueo electrónico del diferencial trasero**. El Ranger añade, además, Pro Power Onboard de 400 W, que permite utilizar el propio vehículo como fuente eléctrica para pequeñas herramientas o dispositivos.



Ford Everest

Honda:



Honda Prelude e

El **Prelude e se convirtió en una de las principales atracciones.** El modelo de la firma adopta ahora una mecánica híbrida y una carrocería coupé, combinando una tradición deportiva con una tecnología adaptada a las nuevas exigencias de eficiencia. En este sentido, **incorpora la función Honda S+ Shift, que simula cambios de marcha y modifica la respuesta del acelerador para aportar una sensación de conducción más próxima a la de un deportivo tradicional.**

Asimismo, el modelo incorpora un cuadro digital de 10,2 pulgadas, una pantalla central de 9 pulgadas con Google integrado y, según la versión, un sistema Bose de ocho altavoces. Su portón trasero y los asientos posteriores abatibles 60:40

permiten transportar desde varias maletas hasta bolsas de golf o incluso tablas de surf, un detalle que amplía considerablemente su utilización más allá del carácter deportivo. Mención especial a que **el público del Salón de Indonesia lo reconoció como vehículo híbrido favorito de la edición.**

Hyundai:

La **apuesta de Hyundai fue el IONIQ 9,** SUV de más de cinco metros de longitud y tres filas de asientos que **sobresale por una arquitectura eléctrica y refuerza el segmento de los grandes vehículos familiares de la marca.**

Este modelo maximiza al completo el espacio interior, ofreciendo la posibilidad de transportar hasta siete pasajeros. También **incorpora funciones actualizables mediante software OTA, elemento que sin duda prolonga la vigencia tecnológica del vehículo.** El IONIQ 9, además, contempla configuraciones de propulsión trasera y tracción total, incluida una variante Performance con dos motores de 160 kW, mientras que determinadas versiones pueden remolcar hasta 2.500 kilos.



Hyundai IONIQ 9

JAECOO:

JAECOO J7

JAECOO utilizó el J7 para mostrar una de las funcionalidades más llamativas del Salón: el sistema **Super Intelligent Valet Parking (SIVP)**, cuyo principal objetivo es permitir que el vehículo realice de forma automatizada determinadas maniobras de búsqueda, entrada y salida de una plaza de aparcamiento, reduciendo la intervención del conductor. Para conseguirlo, se apoya en una **combinación de cámaras y sensores, radar de ondas milimétricas y una unidad de procesamiento específica para conducción inteligente.**

Kia:

Kia quiso poner el foco en la movilidad familiar con la **presentación del New Carens, modelo que fue reconocido como el MPV favorito de GIIAS 2026.** Su propuesta combina una configuración interior de tres filas **con un planteamiento pensado para maximizar espacio, conectividad y confort,** elementos especialmente importantes en un mercado donde los vehículos familiares continúan teniendo un gran peso.

La nueva generación **incorpora una imagen más moderna y un habitáculo en el que cobran protagonismo las grandes pantallas digitales y los sistemas de conectividad.** Y lo hace mediante dos pantallas de 12,3 pulgadas para instrumentación e infoentretenimiento, compatibilidad con Apple CarPlay y Android Auto. De esta forma, Kia refuerza una categoría clave en el sudeste asiático al tiempo que acerca tecnologías y soluciones propias de segmentos superiores a modelos concebidos para un uso cotidiano y familiar.



Kia New Carens

Mazda:

Mazda **convirtió al CX-5 en una de sus grandes estrellas**. La tercera generación de uno de sus SUV más importantes aumenta sus dimensiones para mejorar el espacio para cabeza y piernas o facilitar el acceso al maletero. La mecánica 2.5 Skyactiv-G desarrolla 179 CV y 240 Nm, acompañada de **mejoras en aceleración, comportamiento en curva, confort y aislamiento acústico**.

En lo que se refiere al aspecto más digital, incorpora una pantalla central de 12,9 pulgadas, instrumentación de 10,25 pulgadas, Active Driving Display y equipo Bose de 12 altavoces. El paquete i-Activsense añade, además, funciones como control de crucero adaptativo, frenada inteligente, monitorización del ángulo muerto o alerta de tráfico cruzado frontal. El CX-5 fue **otro de los modelos más aplaudidos y eso se notó con su elección como vehículo favorito de GIIAS 2026 en la categoría SUV**.

El fabricante japonés **también aterrizó en el GIIAS 2026 el Mazda6e, completamente eléctrico, y el nuevo CX-30, producido localmente**.



Mazda CX-5

MG:

MG **amplió su gama híbrida con el ZS Hybrid+**. Su sistema combina un motor atmosférico de gasolina de 1,5 litros con una unidad eléctrica de 100 kW, una pequeña batería de 1,83 kWh y una transmisión híbrida específica de tres relaciones.

Una de **sus principales ventajas competitivas es que el usuario no necesita conectarse a la red, pues el propio sistema es capaz por sí mismo de gestionar la recuperación y utilización de la energía eléctrica**. De esta forma, MG amplía su oferta para clientes que buscan reducir consumo y aumentar la presencia de conducción eléctrica sin modificar sus hábitos de repostaje.



MG ZS Hybrid+

Nissan:

Nissan Z

Nissan le quiso dar absoluto protagonismo al automóvil deportivo Z. Su motor V6 biturbo de 3.0 litros desarrolla aproximadamente 406 CV y 475 Nm, enviados al eje trasero, y puede combinarse con caja manual de seis velocidades o automática de nueve. La presencia de un diferencial mecánico de deslizamiento limitado refuerza un planteamiento centrado claramente en la conducción.

Frente a la proliferación de pantallas, baterías y sistemas de conducción asistida, el Nissan Z **representa una propuesta deliberadamente tradicional: motor potente, propulsión trasera y posibilidad de cambio manual.** Su debut oficial en Indonesia aportó en definitiva una de las novedades más emocionantes de la cita automovilística.

Toyota:

Toyota **aprovechó la oportunidad para reforzar su gama electrificada con el modelo bZ4X Touring**, una de sus novedades más destacadas y que **fue, además, seleccionado como vehículo favorito del Salón en la categoría crossover.** Éste amplía la propuesta del bZ4X con un planteamiento más orientado a la versatilidad y los viajes de largo recorrido, manteniendo una propulsión completamente eléctrica y ofreciendo al usuario una configuración de tracción total.

Su batería de 74,7 kWh llega a alcanzar hasta los 560 kilómetros de autonomía WLTP y puede combinarse con versiones de tracción delantera o integral. Una de sus principales características es que



Toyota bZ4X Touring

es **capaz de incrementar alrededor de un 33% la capacidad de carga respecto al bZ4X convencional**. Además, es **totalmente versátil y adaptable**, pues su configuración puede incorporar techo panorámico, asientos delanteros ventilados, retrovisor digital, asistente avanzado de aparcamiento y una evolución del Toyota Safety Sense.

Volkswagen:



Volkswagen ID. Buzz

Volkswagen **continuó explotando el carácter diferencial de su ID. Buzz**. El monovolumen eléctrico combina una estética inspirada en el histórico Bulli **con una arquitectura moderna que prioriza el espacio para pasajeros y la modularidad del habitáculo**. En su exhibición en el Salón de Indonesia se anunciaron autonomías de hasta 573 kilómetros NEDC.

Su formato resulta particularmente interesante por las posibilidades de utilización: vehículo familiar, transporte ejecutivo o, incluso, idóneo para servicios turísticos. Las **puertas laterales y el gran volumen interior facilitan, además, el acceso y la manipulación de equipaje**,

mientras añade nuevas combinaciones cromáticas para reforzar uno de sus principales argumentos, el diseño.

Haz que tu empresa se mueva sin límites con Hyundai.



En Hyundai ponemos a tu alcance una Gama Híbrida que hace que tu empresa se mueva sin límites.

El Hyundai KONA, elegante y conectado para tus trayectos diarios. Ábrelo sin preocupaciones con la llave digital Hyundai y disfrútalo en su versión híbrida; el TUCSON, un SUV con carácter y tecnología para cada reunión que es líder de ventas en su categoría durante 5 años; y el SANTA FE con espacio y versatilidad para que viajes con tu equipo sin renunciar al confort.

Con la Gama Híbrida de Hyundai, tu negocio llega a donde lo necesite, con la tranquilidad de contar con 5 años de garantía sin límite de kilometraje.



Con etiqueta ECO y CERO.



El British Motor Show 2026 cierra una edición marcada por la electrificación y la llegada de nuevas marcas

Electrificación, nuevos fabricantes asiáticos y más de 1.000 vehículos protagonizaron una edición que reforzó el peso de la experiencia y las pruebas de conducción



REDACCIÓN FENEVAL

El **British Motor Show 2026**, celebrado del **21 al 23 de agosto** en el Farnborough International Exhibition & Conference Centre, situó durante un total de tres jornadas a la localidad británica en el centro de la actualidad automovilística. **Más de 36.000 visitantes fueron testigos de una edición que reunió a más de 1.000 vehículos** entre novedades de fabricantes, superdeportivos, clásicos, vehículos modificados y modelos de competición.

El Salón reveló una de las características que lo diferencian de otras grandes citas internacionales: su **apuesta por acercar el automóvil al público más allá de una simple exposición estática**. El público asistente pudo acceder a zonas de pruebas, exhibiciones de conducción, simulación, competición, encuentros con clubes y diferentes actividades vinculadas a la cultura del motor.

Pero si algo dejó claro la edición de 2026 fue el punto de situación del mapa automovilístico europeo. **Marcas consolidadas compartieron espacio con fabricantes que se encuentran en plena expansión internacional**, especialmente procedentes de China, mientras eléctricos, híbridos enchufables, híbridos y modelos de combustión convivieron dentro de una oferta cada vez menos uniforme.

Algunos lanzamientos destacados:

BYD:

BYD **convirtió al Ti 7 en una de sus grandes estrellas**. Este modelo supone el **primer SUV de siete plazas para el mercado de Reino Unido** y también el primer modelo equipado con un sistema híbrido enchufable DM-p.

El conjunto combina motores eléctricos delantero y trasero con un motor de gasolina turbo de 1,5 litros y una batería Blade de 35,6 kWh. El resultado son 408 CV, aceleración de 0 a 100 km/h en 4,8 segundos y, al mismo tiempo, hasta 119 kilómetros de conducción exclusivamente eléctrica.

El habitáculo pone especial énfasis en el confort de sus siete ocupantes. Incorpora **climatización de tres zonas, tapicería de cuero, calefacción y ventilación tanto en los asientos delanteros como en las plazas exteriores de la segunda fila, techo panorámico y cristales acústicos delanteros**. Añade una pantalla central de 15,6 pulgadas, cuadro digital de 10,25, dos cargadores inalámbricos de 50 W, sistema de sonido de 18 altavoces e incluso un compartimento capaz de enfriar o calentar bebidas y alimentos.



BYD Ti 7

La **firma quiso llevar también a esta cita otros modelos como: SEAL, DOLPHIN G o SHARK.**

Citroën:

La presencia de **Citroën destacó por el C3 Aircross**, un modelo que resume a la perfección la apuesta de la firma por **combinar dimensiones relativamente contenidas con una elevada versatilidad interior**.

Con **4,39 metros de longitud y 2,67 metros de batalla, el C3 Aircross puede configurarse con cinco o siete plazas en determinadas motorizaciones.**

En su versión de cinco plazas ofrece 460 litros de maletero, mientras que la configuración de siete incorpora una tercera fila con dos asientos retráctiles y acceso mediante los respaldos basculantes de la segunda fila. Las plazas posteriores cuentan, por su parte, con reposacabezas, portavasos, toma USB y salidas de climatización.



Citroën C3 Aircross

En lo que respecta a funcionalidades de conectividad, **puede equipar pantalla táctil de 10,25 pulgadas, Apple CarPlay y Android Auto** inalámbricos y diferentes conexiones USB-C para las distintas filas. Esta capacidad de adaptar el habitáculo a diferentes usos familiares le da un valor añadido para competir en uno de los segmentos con mayor demanda del mercado europeo.

Ford:



Ford Puma Gen-E

Ford regresó un año más al Salón en el que **quiso potenciar al Puma Gen-E** como una de sus principales referencias.

La versión eléctrica del conocido crossover alcanza hasta 417 kilómetros de autonomía, mientras que una recarga del 10% al 80% puede completarse en menos de 30 minutos utilizando un punto rápido de 100 kW. **El usuario puede utilizarlo hasta en cuatro modos de conducción, incluido uno Eco destinado a priorizar la eficiencia.**

Uno de sus argumentos más interesantes está en el **aprovechamiento del espacio, y es que combina el maletero convencional con el característico compartimento inferior Gigabox y un pequeño espacio de carga delantero**, alcanzando en conjunto hasta 566 litros. El interior incorpora cuadro digital de 12,8 pulgadas, pantalla táctil SYNC 4 de 12 pulgadas y, dependiendo de la versión, equipo de sonido B&O.

Honda:

Entre los vehículos que pudieron verse en el British Motor Show 2026, **destacó el Honda Super-N a través de una interpretación muy diferente del automóvil eléctrico.** La firma presentó al público una propuesta de un pequeño urbano de apenas 3,60 metros de longitud, concebido para cuatro ocupantes y especialmente orientado a trayectos de ciudad.

Dicho modelo **utiliza una batería de 29,6 kWh, con 206 kilómetros de autonomía WLTP combinada que puede llegar a 320 kilómetros en ciclo urbano.**

La carga rápida del 15% al 80% requiere aproximadamente media hora en un cargador de 50 kW. Pero su verdadero interés está en el aprovechamiento del interior, pues el usuario puede variar la disposición para transportar objetos de diferentes tamaños; el maletero pasa de 162 litros con los asientos en uso a los 967 litros cargando hasta el techo con las plazas posteriores plegadas.

El Honda Super-N **cuenta con control de crucero adaptativo, asistente de mantenimiento de carril, reconocimiento de señales, asistencia en atascos, sensores delanteros y traseros, cámara posterior, asientos calefactados y sistema de sonido Bose.** Añade, además, la pantalla táctil Honda Connect de nueve pulgadas con Apple CarPlay y Android Auto y una función Boost Mode que busca aportar algo más de respuesta y personalidad al pequeño eléctrico.



Honda Super-N

Hyundai:



Hyundai IONIQ 3

Hyundai **llevó a la cita automovilística** dos maneras casi opuestas de entender el vehículo eléctrico: **el IONIQ 3 y el IONIQ 5 N.**

El primero de ellos, un compacto desarrollado para el mercado europeo, ofrece baterías de 42,2 y 61 kWh y una autonomía de hasta 496 kilómetros. Su arquitectura de 400 voltios permite pasar del 10% al 80% de carga en cerca de 29 minutos y sus 441 litros de maletero —1.213 con los asientos plegados— refuerzan su orientación práctica.

En lo que respecta a sus funcionalidades más tecnológicas, el **IONIQ 3** estrena **Pleos Connect**, el nuevo sistema multimedia de Hyundai basado en Android Automotive, e incorpora funciones como **Plug & Charge**, planificación de rutas específicas para vehículos eléctricos y **Vehicle-to-Load**, que permite utilizar la batería para alimentar dispositivos externos. En sus versiones superiores también puede añadir Remote Smart Parking Assist, cámara para visualizar el ángulo muerto, y Memory Reverse Assist, función capaz de memorizar una trayectoria para reproducirla posteriormente en marcha atrás y facilitar la salida de accesos estrechos.

El **IONIQ 5 N**, por su parte, representa la vertiente más prestacional de la marca. Alcanza 650 CV mediante la función N Grin Boost y puede acelerar de 0 a 100 km/h en 3,4 segundos. Entre sus funcionalidades más singulares **destaca el denominado N e-shift, que simula las transiciones de una caja de doble embrague de ocho velocidades, junto con el N Active Sound+, que genera diferentes paisajes sonoros sincronizados con la conducción.**

Mazda:

La firma japonesa **mostró el Mazda6e y la nueva generación del CX-5**, dos vehículos que permiten observar cómo una misma marca afronta simultáneamente la electrificación completa y la evolución de un SUV de gran volumen.

El **Mazda6e recupera una denominación histórica para un automóvil completamente eléctrico.**

La versión británica equipa una batería LFP de 78 kWh, 258 CV y propulsión trasera, con hasta 560 kilómetros de autonomía. En un cargador de 195 kW puede pasar del 10% al 80% en 24 minutos.



Mazda6e

Mantiene proporciones propias de una berlina de corte deportivo, pero utiliza un gran portón trasero para mejorar su nivel de practicidad. En el interior despuntan una pantalla central de 14,6 pulgadas, un cuadro digital de 10,2 y el Head-Up Display con realidad aumentada, mientras que al maletero posterior se suma un segundo compartimento de 72 litros bajo el capó.

El CX-5, en cambio, crece en dimensiones y amplía 115 mm su distancia entre ejes para mejorar espacio y estabilidad. **Estrena una interfaz con pantalla central de 12,9 o 15,6 pulgadas, según acabado, incorpora por primera vez el Mazda Google integrado, instrumentación digital de 10,25 pulgadas y puede contar con equipo Bose de 12 altavoces y techo panorámico.** La segunda fila, las puertas posteriores de mayor apertura y el incremento del volumen de carga buscan reforzar precisamente el carácter familiar de uno de los modelos más importantes de la compañía.

MG:

MG acudió al Salón de Reino Unido con sus modelos HS y MGS9, dos SUV híbridos enchufables que cubren necesidades familiares de diferente tamaño.

El **MGS9 Plug-in Hybrid** dispone de **siete plazas y combina un motor de gasolina turbo de 1,5 litros con una batería de 24,7 kWh**. Su sistema desarrolla conjuntamente 299 CV y permite recorrer hasta 100 kilómetros utilizando únicamente electricidad.



MGS9 PHEV

Resulta especialmente **completo en cuanto a equipamiento: techo panorámico, portón eléctrico, climatización de tres zonas y dos pantallas HD de 12,3 pulgadas**. La posibilidad de cubrir en modo eléctrico buena parte de los desplazamientos cotidianos manteniendo siete plazas y un motor de combustión para viajes largos resume el planteamiento del vehículo.

Por otro lado, el MG HS Plug-in Hybrid reduce el tamaño y el número de plazas, pero eleva la autonomía eléctrica hasta 121 kilómetros, nuevamente mediante una batería de 24,7 kWh.

Cuenta con dos pantallas de 12,3 pulgadas y conectividad mediante Apple CarPlay y Android Auto, mientras que **las versiones superiores añaden carga inalámbrica, asientos calefactados con memoria, climatización bizona, portón eléctrico y cámara de visión 360 grados**. También incorpora el conjunto de asistentes MG Pilot, con control de crucero adaptativo, frenada de emergencia, mantenimiento de carril, vigilancia de ángulo muerto y alerta de tráfico cruzado posterior.

Peugeot:

Peugeot E-3008

Peugeot compartió espacio con Citroën a través de Charters Aldershot, con una representación centrada en sus modelos más recientes, tecnología y soluciones de movilidad electrificada. La **gama eléctrica de la firma, el E-3008 y el E-5008, se convirtieron en dos de sus exponentes tecnológicos más claros**.

El **E-3008 ofrece tres configuraciones eléctricas: 210 CV y hasta 524 kilómetros de autonomía; una Long Range de 230 CV y hasta 700 kilómetros; y una Dual Motor de 325 CV y tracción total**. La carga del 20% al

80% puede completarse en alrededor de media hora y el habitáculo apuesta por el Panoramic i-Cockpit, acompañado de asistentes como cambio semiautomático de carril y vigilancia de ángulo muerto de largo alcance.

El E-5008 traslada la misma base tecnológica a un SUV de siete plazas de serie, disponible con hasta 666 kilómetros de autonomía en la versión Long Range y con configuraciones de hasta 325 CV.

La evolución de Peugeot ejemplifica así otra tendencia presente en el Salón: conseguir que el eléctrico deje de estar asociado a un único tamaño o perfil de cliente y pueda cubrir desde desplazamientos cotidianos hasta necesidades familiares de gran capacidad.

Renault:

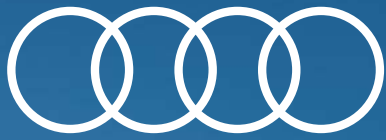
El Renault 5 E-Tech eléctrico fue otro de los automóviles que pudo verse en el British Motor Show 2026, aportando una propuesta especialmente interesante dentro del creciente grupo de eléctricos compactos.

Con 3,92 metros de longitud y cinco plazas, está **disponible con batería de 40 kWh y 120 CV, que proporciona alrededor de 309 kilómetros de autonomía, además de configuraciones superiores.** La versión de 40 kWh admite carga rápida en corriente continua a 80 kW y carga en alterna a 11 kW.

Su maletero ofrece 326 litros, ampliables hasta 1.106 abatiendo los asientos, y conserva uno de los elementos más interesantes de su planteamiento: recuperar la imagen del histórico Renault 5 sin plantearlo como un ejercicio puramente nostálgico, sino adaptándolo a una plataforma eléctrica moderna.



Renault 5 E-Tech



Audi Business+

A veces, la mejor
elección es la que
no tienes que hacer.



Gama e-hybrid de Audi.

¿Eléctrico o combustión? ¿Deportividad o eficiencia? ¿Tecnología o diseño? No son dilemas fáciles. Aunque tampoco tienes que afrontarlos, porque la gama de híbridos enchufables de Audi nace para maximizar las posibilidades, no para reducirlas. Avanzados vehículos que te ofrecen una extraordinaria autonomía de hasta 142 km* en modo eléctrico y carga de 0 a 80% en solo 26 minutos. Modelos que se convierten en los referentes de su categoría por sus revolucionarias innovaciones y su dinamismo. Por una vez, elegir no implica renunciar a nada.

Audi A la vanguardia de la técnica.

*Los valores especificados se aplican exclusivamente al Audi A3 Sportback e-hybrid. Audi Q3 e-hybrid, consumo de combustible: 1,7-2,1 l/100 km | Corriente: 14,9-13,9 kWh/100 km; Emisiones combinadas de CO₂: 49-39 g/km. Audi Q5 e-hybrid, consumo de combustible: 2,4l-3,4 l/100 km | Corriente: 16,9 kWh-15,4 kWh/100 km; Emisiones combinadas de CO₂: 76g-55 g/km. A5 Avant e-hybrid, consumo de combustible: 2,6-2,1 l/100 km | Corriente: 15,9-15,0 kWh/100 km; Emisiones combinadas de CO₂: 60-47 g/km. Las cifras de consumo de combustible y emisiones de CO₂ se facilitan en intervalos porque dependen del juego de ruedas y neumáticos que se utilice.

Turín reúne tradición, diseño y nueva movilidad en el Salone Auto 2026

La creciente presencia de fabricantes chinos, la electrificación y el peso de la industria italiana marcaron la última edición que superó los 540.000 visitantes y reunió a 47 marcas



REDACCIÓN FENEVAL

Durante tres días, los coches coparon todas las miradas en el centro de la ciudad italiana de Turín. La **tercera edición del Salone Auto Torino, celebrada del 11 al 13 de septiembre, transformó a sus históricas calles en un gran escaparate al aire libre** en el que convivieron novedades de producto, vehículos históricos, diseño, tecnología y pruebas de conducción.

Los resultados positivos obtenidos confirman el éxito de un formato diferente al de los salones tradicionales. La organización cerró la edición 2026 con **más de 540.000 visitantes, 47 fabricantes, más de 200 vehículos y 40 estrenos**, mientras que en la zona habilitada para pruebas se realizaron más de 3.000 test drives. La entrada gratuita y la integración de la exposición dentro de la propia ciudad volvieron a ser dos de los principales elementos diferenciadores de esta cita italiana.

Pero **el Salón dejó también una imagen bastante clara del momento que atraviesa la industria europea. Cerca del 40% de las marcas participantes eran chinas**, con fabricantes

como BYD, Changan, Chery, Dongfeng, GAC, Geely, Great Wall Motor, Hongqi, XPeng o Zeekr compartiendo protagonismo con nombres históricos de la industria italiana y europea.

La historia y el diseño tuvieron, además, un peso muy superior al habitual en este tipo de eventos. Los Giardini dei Musei Reali acogieron una exposición por los 120 años de Lancia, un homenaje al diseñador Marcello Gandini, una selección dedicada a Ferrari y la muestra London to Brighton.

Algunos lanzamientos destacados:

Alfa Romeo:

La firma local **acudió al Salone Auto Torino 2026** con una de las propuestas electrificadas que refleja su evolución dentro del segmento SUV, **el Tonale Plug-in Hybrid Q4 Veloce**.

Su sistema híbrido enchufable **desarrolla 270 CV, incorpora tracción integral Q4 y permite recorrer hasta aproximadamente 61 kilómetros en modo eléctrico bajo ciclo WLTP**.

La combinación busca mantener un comportamiento asociado tradicionalmente a la marca al tiempo que introduce una utilización eléctrica especialmente adecuada para desplazamientos cotidianos.



Alfa Romeo Tonale Plug-in Hybrid Q4 Veloce

La versión Veloce lleva el componente dinámico más allá mediante **dirección especialmente directa, frenos Brembo, sistema brake-by-wire y suspensión electrónica, además de una distribución de pesos muy equilibrada**. En el habitáculo incorpora cuadro digital de 12,3 pulgadas, pantalla multimedia de 10,25, Apple CarPlay y Android Auto inalámbricos, climatizador bizona y, según equipamiento, asientos delanteros calefactados y ventilados y volante calefactable.



BMW iX3

BMW:

BMW **reunió tres de sus novedades más importantes: iX3, nueva i3 y nueva X5**. El **iX3 utiliza una arquitectura eléctrica de 800 voltios y ofrece hasta alrededor de 805 kilómetros WLTP**, dependiendo de configuración. Su capacidad de carga puede alcanzar los 400 kW, permitiendo recuperar más de 350 kilómetros de autonomía en aproximadamente diez minutos.

BMW estrena una arquitectura electrónica organizada alrededor de grandes unidades de procesamiento, entre ellas el denominado Heart of Joy, que coordina propulsión, frenada, recuperación de energía y dinámica del chasis. **En el interior aparece, además, el nuevo BMW Panoramic iDrive, que proyecta información a lo largo de la base del parabrisas y trabaja conjuntamente con una gran pantalla central.**

La nueva i3 lleva esta misma filosofía al formato berlina, mientras que la quinta generación del X5 adopta una aproximación completamente distinta: BMW contempla para este modelo opciones de gasolina, diésel, híbridas enchufables, eléctricas e incluso de pila de combustible de hidrógeno. Turín permitió así contemplar simultáneamente las distintas soluciones que la firma considera para sus próximos años.



BYD Dolphin G DM-i

BYD:

La firma china **presentó Dolphin G DM-i, Dolphin Surf y Sealion 7, además del Atto 2 DM-i** disponible para pruebas. El **Dolphin G DM-i** resultó especialmente interesante al trasladar la tecnología híbrida enchufable de BYD al segmento B. En los acabados superiores **utiliza una Blade Battery de 18,3 kWh, alcanza hasta 105 kilómetros de autonomía eléctrica y alrededor de 1.040 kilómetros de autonomía combinada.** La potencia máxima llega a 212 CV.

Asimismo, cuenta con unos 425 litros de maletero, pantalla táctil central con servicios de Google, acceso al coche mediante smartphone y, según versión, cámara de 360 grados, asientos y volante calefactados, carga inalámbrica para teléfonos y tecnología V2L, que permite utilizar la batería para alimentar dispositivos eléctricos externos.

El **Dolphin Surf**, por su parte, **representa la alternativa completamente eléctrica y más urbana.** Dispone de baterías de diferente capacidad, **autonomías que pueden superar los 300 kilómetros WLTP, pantalla central giratoria de 10,1 pulgadas y un maletero de unos 308 litros ampliable al abatir los asientos.** De esta forma, BYD cubrió desde el pequeño eléctrico urbano hasta el SUV Sealion 7 y los híbridos enchufables destinados a quienes realizan recorridos de mayor distancia.

Changan:

Changan **presentó el Deepal S07 MY26, una de las primicias del Salón,** acompañado por diferentes propuestas de su gama electrificada.

Este SUV **mide alrededor de 4,75 metros y equipa una batería LFP cercana a los 78 kWh. Su autonomía anunciada alcanza aproximadamente 500 kilómetros,** mientras que la carga rápida permite recuperar una parte importante de la batería en unos minutos. También destacan sus prestaciones de funcionalidad, con un amplio maletero posterior al que se suma



Changan Deepal S07 MY26

un segundo espacio de carga bajo el capó delantero.

Su presencia resultó especialmente interesante en la ciudad de Turín por la actividad europea de diseño que Changan mantiene en la región. Una muestra de una tendencia creciente: los fabricantes chinos no solo comercializan automóviles en Europa, sino que integran progresivamente diseño, ingeniería y desarrollo local en sus estrategias internacionales.

Citroën:

Citroën llevó al **Salón de Turín su C3 Collection**, una propuesta considerablemente más sencilla que muchos de los grandes SUV presentes, pero igualmente representativa del uso cotidiano del automóvil.

Su **configuración pone especial énfasis en el confort mediante los asientos Citroën Advanced Comfort y la suspensión Advanced Comfort**, junto a elementos como cámara posterior, elevables traseros eléctricos y un habitáculo concebido para facilitar el manejo de las funciones principales.



Citroën C3 Collection

La familia C3 **permite también elegir entre un Turbo de 100 CV, una versión híbrida con cambio automático y el ë-C3 completamente eléctrico**. Este último desarrolla 113 CV y puede superar los 320 kilómetros en ciclo combinado WLTP, incrementando considerablemente esa cifra en utilización exclusivamente urbana.

Citroën da continuidad a una fórmula donde tamaño, confort y facilidad de conducción pesan más que las prestaciones absolutas, con distintas tecnologías para adaptar el mismo concepto de automóvil a necesidades diferentes.

Fiat:

Fiat fue **una de las grandes protagonistas locales gracias a la aparición pública de los Grizzly y Grizzly Fastback**, con los que la firma amplía considerablemente su radio de acción.

El **Grizzly mide aproximadamente 4,4 metros, mientras que el Fastback alcanza 4,5**

metros y dispone de cerca de 600 litros de capacidad de maletero. Este último busca combinar una silueta más deportiva con espacio suficiente para equipaje familiar, mientras que el primero prioriza una configuración SUV más tradicional.

Ambos han sido concebidos desde el principio como productos multienergía y pueden incorporar motores de gasolina, sistemas mild hybrid y propulsión completamente eléctrica, con potencias de hasta 145 CV y cajas manuales o automáticas dependiendo de cada configuración.



Fiat Grizzly

En el interior, Fiat **apuesta por una disposición sencilla con pantalla multimedia, numerosos huecos portaobjetos y una consola central elevada destinada a liberar espacio de almacenamiento.** El planteamiento general pretende mantener dos de los argumentos tradicionales de la marca —sencillez y aprovechamiento del espacio— pero trasladándolos a un vehículo considerablemente mayor que los habituales urbanos de Fiat.



Honda Prelude Full Hybrid

Honda:

Honda **recuperó en el Salone Auto Torino 2026 uno de sus nombres históricos** gracias al Prelude Full Hybrid, ahora convertido en un coupé electrificado de cuatro plazas.

Su sistema e:HEV desarrolla 184 CV y 315 Nm y puede desplazar el vehículo utilizando exclusivamente el motor eléctrico en determinadas situaciones. A diferencia de un híbrido ligero, no necesita que el motor

de gasolina permanezca constantemente conectado a la transmisión.

Una de sus funcionalidades más peculiares es el Honda S+ Shift. Aunque el sistema híbrido no utiliza una caja convencional de ocho velocidades, **simula ocho cambios de marcha mediante la gestión electrónica del motor, la respuesta del acelerador, la retención y el sonido.**

También incorpora la suspensión adaptativa derivada del Civic Type R y modos Comfort, GT, Sport e Individual. El **interior incluye instrumentación digital, sistema multimedia, carga inalámbrica, equipo Bose y Honda SENSING**, mientras que el gran portón posterior y los asientos abatibles aumentan considerablemente la capacidad de carga frente a lo que podría esperarse de un coupé.

Kia:

Kia **acudió con la nueva Seltos y el EV5 GT**, mientras que los visitantes pudieron conducir **también el EV2 Long Range y el Sportage Tri-Fuel**.

La **nueva Seltos centra buena parte de su propuesta en la utilización cotidiana**: habitáculo amplio respecto a sus dimensiones exteriores, configuración flexible de carga, conectividad avanzada y un conjunto de sistemas de ayuda a la conducción destinados a facilitar tanto viajes como desplazamientos urbanos.



Kia Seltos

El **EV5 GT lleva la arquitectura eléctrica de Kia hacia un SUV de orientación más deportiva**, combinando tracción eléctrica con un habitáculo de enfoque familiar y funciones digitales.

Especialmente **interesante para el uso diario resulta el EV2 Long Range disponible en las pruebas**. Su batería de 61 kWh permite alcanzar **453 kilómetros de autonomía, manteniendo un tamaño exterior compacto**. La marca ha priorizado, además, un habitáculo aprovechable, carga rápida y facilidad de utilización en ciudad, buscando que un eléctrico de acceso no obligue a renunciar a la capacidad para pasajeros o al equipaje.



Lynk & Co 02 MY27

Lynk & Co:

Lynk & Co **debutó en el Salón de Turín con los 02 MY27 y 08**.

El **02 MY27**, completamente eléctrico, introduce cambios especialmente centrados en la experiencia cotidiana. La consola central ha sido **rediseñada para ganar espacio portaobjetos, los revestimientos interiores utilizan nuevos acabados de microfibra y el software arranca más rápidamente**. También permite guardar configuraciones personalizadas del conductor para recuperar automáticamente sus preferencias al acceder al vehículo.

Entre las **funciones más peculiares aparecen Game Link, que permite proyectar videojuegos en la pantalla central cuando el coche está estacionado, o "Hey Honk"**, mediante la que pueden reproducirse diferentes sonidos a través de los altavoces exteriores.

El **Lynk & Co 08** adopta una filosofía muy distinta. **Su sistema híbrido enchufable permite recorrer hasta 200 kilómetros WLTP utilizando únicamente electricidad y admite carga rápida en corriente continua**, una combinación poco habitual en los PHEV actuales.

Mazda:

Mazda **convirtió al CX-6e en uno de sus grandes protagonistas, acompañado por el nuevo CX-5 y el MX-5 Model Year 2027.**

El **CX-6e es un SUV eléctrico de tracción trasera con 258 CV y 290 Nm, alimentado por una batería LFP de 78 kWh.** Alcanza hasta 484 kilómetros WLTP y admite carga rápida de aproximadamente 200 kW, con la que puede pasar del 10% al 80% en unos 24 minutos.



Mazda CX-6e

La tecnología interior resulta especialmente llamativa. Una **pantalla panorámica táctil de 26 pulgadas y resolución 5K ocupa gran parte del salpicadero, acompañada por reconocimiento de voz multilingüe** y controles gestuales capaces de identificar diferentes movimientos. Determinadas versiones añaden retrovisores digitales.

El sistema de bienvenida inspirado en el concepto japonés Omotenashi **reconoce al conductor y puede preparar automáticamente asiento, accesos e iluminación.** También permite compartir una llave digital con otros usuarios y dispone de diferentes modos de conducción, incluido uno Sport que modifica la respuesta del acelerador y dirección.



Mercedes-Benz Clase C

Mercedes-Benz:

Mercedes-Benz **presentó en Turín** dos eléctricos especialmente relevantes: **el nuevo GLC eléctrico y la Clase C eléctrica.**

La **Clase C** utiliza una batería de 94 kWh útiles y arquitectura de 800 voltios. Puede alcanzar 762 kilómetros WLTP y recuperar hasta 325 kilómetros de autonomía en diez minutos. Su sistema de regeneración **admite potencias de hasta 300 kW y puede realizar buena parte de las frenadas sin recurrir a los frenos mecánicos.**

También destaca por funcionalidad. Incorpora 101 litros de maletero delantero, capacidad de remolque de hasta 1,8 toneladas y compatibilidad preparada para carga bidireccional. El **sistema MB.OS permite actualizaciones OTA y el asistente MBUX utiliza inteligencia artificial generativa para mantener conversaciones más naturales**, mientras la navegación adapta la ruta a las necesidades de recarga.

El **GLC eléctrico añade hasta 128 litros de espacio bajo el capó, suspensión neumática AIRMATIC opcional, dirección trasera de hasta 4,5 grados y capacidad de remolque de 2,4 toneladas**. Puede incorporar el MBUX Hyperscreen de casi un metro de anchura y numerosos sensores y cámaras destinados a conducción y aparcamiento asistidos.

OMODA & JAECCO:

OMODA & JAECCO acudió con una gama especialmente amplia, pero **la gran novedad fue el OMODA 4 SHS-H**, un crossover de 4,42 metros con sistema full hybrid.

Combina un **motor 1.5 TGDí de 143 CV con una unidad eléctrica de 204 CV para alcanzar 224 CV de potencia conjunta**. Al tratarse de un híbrido autorrecargable, no necesita conectarse a una toma de corriente. Su cockpit utiliza diferentes funciones basadas en software e inteligencia artificial para adaptar determinadas preferencias a cada usuario.



OMODA 9

El **JAECCO 5 SHS-H sigue una fórmula parecida pero con una orientación SUV más marcada**. Ofrece un maletero de alrededor de 410 litros ampliable por encima de los 1.100 y combina motor térmico y eléctrico dando prioridad a la propulsión eléctrica en buena parte de la circulación urbana.

Por encima, el **OMODA 9** muestra hasta dónde puede llegar el equipamiento del grupo: **siete plazas, gran pantalla central, Head-Up Display con realidad aumentada, cámara panorámica capaz de representar el entorno inferior del vehículo, techo panorámico, carga inalámbrica de 50 W y asientos delanteros calefactados**, ventilados y con masaje. Añade también diez airbags y diferentes modos para nieve, arena y conducción fuera del asfalto.

Peugeot:

Peugeot **llevó a la cita automovilística el E-3008 Long Range de 230 CV**, especialmente concebido para ampliar las posibilidades del eléctrico en viajes.

Su **batería útil roza los 97 kWh y permite alcanzar aproximadamente 700 kilómetros WLTP**. La carga rápida llega a 160 kW, pudiendo pasar del 20% al 80% en alrededor de media



Peugeot E-3008

hora; en una parada de diez minutos puede recuperar aproximadamente 150 kilómetros en condiciones adecuadas.

Este **modelo incorpora** herramientas específicas para facilitar la vida con un eléctrico: **planificador de rutas con puntos de carga, Plug & Charge, actualizaciones remotas y función Vehicle-to-Load**, que permite utilizar la energía almacenada para alimentar dispositivos externos.

En el interior, el **Panoramic i-Cockpit utiliza una pantalla curva flotante de 21 pulgadas que reúne instrumentación e infoentretenimiento, acompañada por iluminación ambiental configurable**. El 3008 intenta, así, resolver simultáneamente autonomía, gestión de carga y experiencia digital, tres de los aspectos que más condicionan la utilización diaria de un eléctrico.

Renault:

Renault **llevó a Turín la renovada Megane E-Tech Electric, junto a la Twingo E-Tech Electric y la Clio Full Hybrid E-Tech**.

Este vehículo **incorpora una batería LFP de 67 kWh y un motor de 220 CV, alcanzando hasta 500 kilómetros WLTP**. La carga rápida admite 165 kW y puede elevar el nivel de batería del 15% al 80% aproximadamente en 24 minutos.



Renault Megane E-Tech Electric

El apartado digital recibe igualmente una importante evolución. **El sistema openR link incorpora Google integrado, un planificador específico para vehículos eléctricos y compatibilidad con Google Gemini**. De esta forma, navegación, búsqueda de cargadores y diferentes funciones del vehículo pueden gestionarse desde un mismo ecosistema.

Renault añade más de 30 asistentes a la conducción, reconocimiento del conductor, conducción One Pedal y carga bidireccional. Esta última permite utilizar la batería no solo para mover el automóvil, sino potencialmente también como fuente de energía externa.

Xpeng:

Xpeng **reunió en esta gran cita automovilística P7+, L03 y G9**, tres eléctricos que ponen especial énfasis en carga rápida, software y funciones de asistencia.

El **P7+** utiliza una arquitectura de 800 voltios y baterías LFP compatibles con carga 5C. En



Xpeng P7+

condiciones adecuadas puede pasar del 10% al 80% en aproximadamente doce minutos, reduciendo de manera considerable los tiempos necesarios en viajes largos. El **habitáculo combina pantalla central de 15,6 pulgadas, instrumentación digital y Head-Up Display, mientras el software se actualiza de forma remota.**

El **G9** lleva esa misma tecnología a un gran SUV. Su versión Long Range anuncia alrededor de 585 kilómetros WLTP, admite hasta 525 kW de carga y cuenta con suspensión delantera de doble triángulo y trasera multibrazo. Algunas versiones

incorporan suspensión neumática de doble cámara. Su **dotación tecnológica incluye dos grandes pantallas de casi 15 pulgadas, cámara de 360 grados, aparcamiento remoto desde el teléfono, diferentes modos —incluidos Nieve y Launch— y funciones como modo mascota o modo descanso.**

El **L03**, por último, **completa la oferta con un formato más compacto**, trasladando estas funciones digitales hacia un segmento inferior.

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

NATIVIDAD LAORDEN CANTERO
Gestor Advo. Colegiado nº 2668

Y FLOTAS DE RENT A CAR

ÚLTIMOS CARGOS NOMBRADOS



Sara Hernández

SECRETARIA GENERAL DE TRANSPORTE TERRESTRE

El Consejo de Ministros anuncia el nombramiento de **Sara Hernández** como **secretaria general de Transporte Terrestre**. La propuesta del **Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible** supone la sustitución en dicho cargo a Rocío Báguena.

Ingeniera de Caminos, Canales y Puertos y doctora en Transportes por la Universidad Politécnica de Madrid, desde enero del 2025 lideraba la Secretaría General de Movilidad Sostenible del mismo ministerio. Su anterior experiencia profesional ha estado marcada por desarrollar actividades en consultoría y asesoramiento profesional dentro de la consultora Deloitte así como de investigación en TRANSyT.

Hernández **cuenta con un profundo conocimiento en Planificación Estratégica Territorial y Consultoría de Negocio dentro del sector de transporte, logística y movilidad**, y se encuentra especializada en la propuesta de políticas de transporte sostenible, servicios de planeamiento y diseño funcional de infraestructuras de transporte y logístico-intermodales, análisis de mercados, planes de negocio, modelos operativos y estudios de viabilidad y estructuración.



Juan José Ganuza
PRESIDENTE DE LA CNMC

La **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC**, encara una nueva etapa con la toma de posesión de **Juan José Ganuza** como su **nuevo presidente**. Un mandato que, tal y como establece la Ley 3/2013, de 4 de junio, será de seis años sin posibilidad de reelección.

La toma de posesión se hizo en presencia del vicepresidente primero del Gobierno y ministro de Economía, Comercio y Empresa, Carlos Cuerpo. A Juan José Ganuza **le acompañaron los consejeros Carmen Balsa, Joan Capdevila y Marina Echebarría**, quienes estarán con él en esta nueva etapa profesional.

Su **perfil, especialmente académico y técnico**, destaca por haberse centrado en la política de competencia, la regulación de los mercados, la economía digital y la contratación pública. Es, además, catedrático de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra.

ÚLTIMOS CARGOS NOMBRADOS



Joan Hinojo
PRESIDENTE DE AEDIVE

La Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso de la Movilidad Eléctrica, **AEDIVE**, ha elegido a **Joan Hinojo** como su nuevo presidente.

El que es **director de Expansión y Alianzas Estratégicas del Grupo Circutor** asume un nuevo reto profesional y asume las riendas de la patronal en medio de un escenario creciente de la movilidad eléctrica e importantes retos para la consolidación de la red de recarga.

Ingeniero técnico industrial en la especialidad de Electricidad por la Universidad Politécnica de Cataluña, Hinojo formó parte de la candidatura integrada por representantes de 15 empresas, elegidos el pasado mes de junio durante la Asamblea General para conformar la nueva Junta Directiva de AEDIVE para el periodo 2026-2030.



Jaime Barea
VICEPRESIDENTE DE LA AUTOMOTIVE MOBILITY EUROPE

Jaime Barea, actual presidente de GANVAM, ha sido ratificado por la Junta Directiva de la **Automotive Mobility Europe (AME)** como su nuevo **vicepresidente**.

Un nombramiento que significa el mayor peso que coparán los intereses del sector español dentro de la organización europea, la cual representa ante las administraciones comunitarias los valores del ecosistema europeo del sector de la automoción y movilidad.

Licenciado en Derecho y Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Relaciones Internacionales por la Escuela Diplomática de Madrid, cuenta a sus espaldas con más de 25 años de trayectoria profesional vinculada al sector automoción. Barea, que ya formaba parte de la Junta Directiva de AME, liderará a partir de ahora también el Grupo de Trabajo de Reparadores.

Adiós, Seat, adiós



Nuevos tambores de guerra contra la marca Seat y, ahora sí, parece que van en serio camino del enlace menos deseado. Y esto va a doler a un sector como el de los alquiladores, donde Seat es la segunda marca en volumen de ventas para este canal en lo que va de año con una cuota alquiladora del 6,4 por ciento -lidera Peugeot con el 7,7 por ciento-. Y si miramos los superventas RAC, tercera posición para el Ibiza y quinta para el Arona. Son productos que encajan perfectamente con lo que demanda el canal y que lo harán aún más el próximo año cuando incorporen la etiqueta ECO.

La resiliencia por parte de la marca española y de modelos que aguantan el tirón pese a no recibir cariño tecnológico de la casa madre Volkswagen parece no ser suficiente para los directivos del Grupo Volkswagen, que quieren aligerar lastre y reducir un 50 por ciento su portfolio de modelos. El actual CEO de Volkswagen Group, Oliver Blume, trabajó en Seat entre 2004 y 2009 como director de Planificación y ahora quiere "planificar" haciendo que nuestra Seat no figure como marca en el horizonte de su Plan 2030 a la vez que anuncia que desinvertirá en todo lo que no aporte "una

clara contribución estratégica y financiera al negocio principal". Vale, nos dicen que no hay confirmación oficial de nada, que se estudian opciones, pero esta vez el río suena demasiado. Y ojalá me tenga que comer mis palabras. La gran realidad nos habla de que Seat lleva estos últimos años siendo una «marca zombi» porque así se ha decidido desde headquarters.

Es verdad que Cupra, la marca nacida en 2018 como secuela pseudodeportiva de Seat, se quedaría como la enseña española dentro del grupo, con identidad propia, márgenes más altos y un posicionamiento diferenciado que justifica su existencia. También es verdad que desaparece Seat como marca pero no como empresa, donde al potencial de Cupra suma un enorme Centro Técnico capital para el Grupo VW y una planta de Martorell que deberá acoger otros modelos del grupo cuando vayan desapareciendo los Ibiza, Arona, León -en los comunicados del Grupo y marca ya no se habla de la versión full hybrid anunciada para 2028 ni del restyling de 2029-... De momento, el nuevo Polo eléctrico ya se monta en Barcelona. Pienso que laboralmente, Martorell no tiene mucho que temer aunque deberá pelear; el gran problema para VW AG está en Alemania.

Seat se irá con la cabeza alta por haber cumplido la función de ser el combustible que necesitaba Cupra para nacer, crecer y ahora, continuar su camino en solitario. Pero en los tiempos que corren no ha sabido -o no la han dejado- encontrar su hueco dentro de ese grupo multimarca. Y por último, la irrupción de los fabricantes chinos en segmentos populares — precisamente el territorio natural de Seat — ha terminado de dinamitar argumentos a favor. Pero el tiro de gracia para Seat como marca no es el Future Plan 2030 de Volkswagen Group: es una regulación comunitaria cada vez más penalizante con las emisiones -en 2030 donde deberían ser un 55% inferiores a las de 2021- aunque eso también lo sabían en los cuarteles generales del Grupo y solo han permitido rearmarse a unos pocos.

Qué lejos quedan ya aquellas palabras que pronunciaba Markus Haupt a finales de octubre pasado cuando nos decía en la presentación de los actuales Ibiza y Arona que "Seat seguirá siendo un símbolo de libertad". Sí como empresa, como marca, veremos... Y ojalá me tenga que comer todo esto que he escrito. Nada me causaría mayor placer.

Juan Carlos Payo

Periodista especializado en el mundo del motor

Cuenta atrás para el Congreso FENEVAL 2026, el encuentro anual de los profesionales del rent a car



El próximo **Congreso FENEVAL** (Federación Nacional Empresarial de Vehículos de Alquiler) reúne a los profesionales del **sector del rent a car** en un momento de cambios. Lejos de un formato convencional, la jornada se centra en los factores de transformación que marcarán la competitividad de las empresas del sector en los próximos años.

El programa abordará la **innovación telemática** y su efecto en la operativa diaria, así como el nuevo escenario urbano que plantean los **vehículos autónomos**. También tratará uno de los retos más inmediatos: la **ciberseguridad** de unas flotas cada vez más conectadas.

El bloque dedicado a **datos e inteligencia artificial** mostrará cómo la IA empieza a intervenir en decisiones operativas y cómo convertir el gran volumen de información que generan los vehículos en **valor real para la empresa**, de modo que las estrategias se apoyen cada vez más en datos y menos en la intuición.

La **sostenibilidad** se plantea no solo como una obligación normativa, sino como uno de los principales motores de cambio de las flotas del futuro. El congreso dedicará además un espacio al **lobby institucional**, con una defensa activa del sector que sitúe en el centro del debate a las personas y la realidad de las empresas.

Todo ello, en un entorno pensado para favorecer el **networking**, el intercambio de ideas y el refuerzo de las alianzas que el sector necesita de cara al futuro. ¡Os esperamos!

CONGRESO FENEVAL 2026
«El latido de la movilidad»

Kia PV5.

Moviendo tu negocio.



Empresas

La solución inteligente y 100% eléctrica para la movilidad de tu negocio ya está aquí. Llega la nueva PV5 de Kia. Especialmente diseñada para facilitarte la accesibilidad y comodidad diaria, la PV5 tiene dos modalidades: PV5 Cago y PV5 Passenger. La inspiración también llega a tu negocio.

Emisiones CO₂ combinadas WLTP (g/km): 0. Consumo combinado WLTP (kWh/100km): 19-19,3.
*Consultar manual de garantía Kia.



“El seguro debe evolucionar desde un producto estático hacia un servicio que acompañe al usuario a lo largo de toda su experiencia de movilidad”



Ángela de Miguel,
presidenta de CEPYME

CEPYME

Licenciada en Derecho por la Universidad de Deusto y con un Máster en Democracia y Buen Gobierno por la Universidad de Salamanca, Ángela de Miguel es socia fundadora y directora del despacho Abogados Negotia. Uno de los hitos de su extensa trayectoria profesional fue la presidencia que ejerció entre 2011 y 2013 en la Asociación de Jóvenes Empresarios de Valladolid; posteriormente, también lo hizo en la CEOE Valladolid, cargo que desempeñó durante más de una década. En mayo de 2025 fue elegida presidenta de CEPYME, convirtiéndose en la primera mujer en liderar la organización. Es vicepresidenta de CEOE, presidenta de la Asociación Empresarial México-España y vicepresidenta de la Asociación Multisectorial de Mujeres Directivas y Empresarias. Su perfil combina experiencia jurídica, docencia, actividad empresarial y una extensa trayectoria en la representación y defensa de las pymes.

1. Ángela, lo primero que nos gustaría preguntarle es un balance desde que asumió la presidencia de CEPYME. Tras más de un año a su frente, ¿qué es lo que más le ha sorprendido de la realidad de las pymes españolas? ¿Cuál considera que es hoy su principal fortaleza y su mayor amenaza?

Ha sido un año y medio de intensa actividad, con un balance muy positivo. Hemos llegado a prácticamente la totalidad de los territorios, estrechando el acercamiento con las empresas y conociendo su realidad. Lo que más me ha sorprendido es la enorme capacidad de resistencia de las pymes ante un entorno cada vez más complejo y, al mismo tiempo, la distancia que existe entre algunos indicadores macroeconómicos y su realidad

cotidiana. Su principal fortaleza es precisamente esa capacidad de adaptación, unida al compromiso de empresarios y trabajadores. La mayor amenaza es la pérdida de viabilidad de las empresas más pequeñas por la acumulación de costes, cargas administrativas, presión fiscal, incertidumbre y dificultades para encontrar personal en muchos sectores de actividad.

2. Desde CEPYME, ¿cuál es la hoja de ruta en la que se encuentran trabajando? ¿Cuáles son las tres prioridades irrenunciables de CEPYME hasta 2027 y cómo medirán si han tenido éxito?

Nuestro objetivo es trabajar estrechamente con nuestras organizaciones territoriales y sectoriales miembros, para trasladar las demandas de las pymes a la administración y a la opinión pública. Tenemos tres objetivos prioritarios: reducir la carga normativa

y burocrática, aplicando el principio think small first (pensar primero en pequeño) a la hora de legislar; promover una fiscalidad y unos costes laborales compatibles con la inversión y el empleo y mejorar el acceso al talento, la formación, la digitalización y la financiación en las pymes. En definitiva, crear un entorno más favorable a la actividad de las pequeñas y medianas empresas y, especialmente, de las microempresas.

3. Vivimos en un contexto un tanto complejo, especialmente dentro de los negocios de menor tamaño, debido al incremento de los costes laborales, energéticos y financieros que están reduciendo los márgenes empresariales. ¿Cómo puede una pyme seguir siendo competitiva sin perder capacidad de inversión y crecimiento?

La pyme está haciendo un esfuerzo extraordinario para ganar eficiencia, digitalizar procesos, alcanzar un crecimiento sostenible y orientar la inversión hacia proyectos con mayor retorno. Pero la competitividad no puede descansar únicamente en el esfuerzo interno. Necesitamos un entorno que no penalice el crecimiento: mayor seguridad jurídica y menor incertidumbre, acceso a financiación, plazos de pago razonables, apoyo a la innovación y la digitalización y una regulación proporcionada al tamaño empresarial. Cuando cada incremento de productividad queda absorbido por nuevos costes u obligaciones, se reduce la capacidad de invertir, crear empleo y ganar dimensión.

4. Si pudiera modificar mañana una única norma que afecta a las pymes, ¿cuál sería y por qué?

Como mencionaba antes, es fundamental aplicar el principio de pensar primero en pequeño en toda nueva regulación. Cada iniciativa debería incorporar una evaluación real de su impacto sobre pymes y microempresas, prever requisitos proporcionales y evitar duplicidades entre administraciones. El problema no es solo una disposición concreta, sino la acumulación de miles de obligaciones concebidas con frecuencia para estructuras empresariales de mayor tamaño y difíciles o imposibles de asumir para una pyme. Legislar desde la realidad de la empresa pequeña facilitaría la actividad, el crecimiento y la creación de empleo.

5. El absentismo laboral preocupa especialmente a las pymes por su menor capacidad de absorción. ¿Cuál cree que debe ser el equilibrio entre la protección del trabajador y la viabilidad de las empresas?

El absentismo laboral es un problema general para las empresas, que genera enormes costes también para la administración y cuyos efectos negativos se agravan

en el caso de las compañías de menor dimensión. En una microempresa, una ausencia injustificada de un trabajador puede paralizar la actividad, mientras la empresa mantiene costes y encuentra enormes dificultades para sustituir a esa persona. Necesitamos mejorar la prevención, agilizar diagnósticos y tratamientos, y reforzar la coordinación entre servicios de salud, mutuas y empresas para mejorar la gestión. También es imprescindible analizar las causas del absentismo con datos rigurosos y actuar frente a posibles abusos, sin estigmatizar a quienes atraviesan una incapacidad real.

6. Numerosas empresas manifiestan dificultades para encontrar profesionales con determinados perfiles. ¿Estamos ante un problema de falta de talento, de formación o de conexión entre las necesidades empresariales y el sistema educativo? ¿Qué responsabilidad corresponde a la empresa y cuál al sistema educativo y las administraciones?

Confluyen los tres factores. Faltan profesionales en actividades concretas, existe un desajuste entre algunas competencias disponibles y las que demanda la economía, y todavía es insuficiente la conexión entre centros formativos y empresas. Es imprescindible mejorar la formación y estrechar la colaboración entre el mundo empresarial y el académico para conectar la cualificación con las demandas de las empresas.

7. Más allá de la digitalización, la inteligencia artificial está entrando con fuerza en la empresa. ¿Está preparada la pyme española para aprovechar esta oportunidad o existe el riesgo de aumentar la brecha competitiva?

La inteligencia artificial ofrece a las pymes una oportunidad extraordinaria para automatizar tareas, mejorar decisiones, personalizar servicios y ganar productividad. Sin embargo, existe un riesgo real de brecha si su adopción queda limitada a las empresas con más recursos. Para evitarlo hacen falta herramientas accesibles, asesoramiento de confianza, formación para empresarios y trabajadores, apoyo a la inversión y un marco jurídico claro. La prioridad debe ser una adopción útil y segura, vinculada a problemas concretos del negocio, soluciones que mejoren sus procesos y su competitividad.

8. FENEVAL representa un sector estratégico para la movilidad, el turismo y la economía española, formado mayoritariamente por pymes. ¿En qué ámbitos cree que CEPYME y FENEVAL pueden trabajar conjuntamente para mejorar la competitividad empresarial y la interlocución con las administraciones?

CEPYME y FENEVAL comparten la defensa de un tejido empresarial muy atomizado que presta un servicio esencial. Desde CEPYME trabajamos en colaboración con nuestras organizaciones, como es el caso de FENEVAL, para mejorar el entorno de las pymes en ámbitos esenciales de su gestión.

9. El rent-a-car es un sector esencial para el turismo, la movilidad y la renovación del parque móvil. ¿Considera que las políticas públicas reconocen suficientemente su aportación económica y social?

No siempre se reconoce en toda su dimensión. Esta actividad mejora la movilidad, conecta territorios y destinos y sostiene actividad y empleo local. Reconocer su aportación implica también eliminar trabas innecesarias, dar certidumbre inversora y apoyar la transformación y desarrollo de las pymes que lo integran.

10. Si pudiera trasladar un único mensaje al Gobierno en nombre de las pymes españolas, ¿cuál sería?

Que legisle pensando primero en pequeño y contando con las pymes. España necesita un marco estable, sencillo y previsible que permita a las empresas

invertir, contratar y crecer y que elimine muchos de los actuales obstáculos en este proceso. Las pymes no piden subvenciones ni privilegios: piden reglas proporcionadas, seguridad jurídica y condiciones que permitan el desarrollo de su actividad y que reconozcan su contribución decisiva al empleo, la riqueza y la cohesión territorial.

11. ¿Es optimista respecto al futuro empresarial de España en los próximos cinco años? ¿Qué tendría que ocurrir para que nuestras pymes crecieran con mayor confianza?

Soy optimista porque conozco la capacidad, el talento y la vocación de futuro de nuestros empresarios. Pero el optimismo debe apoyarse en decisiones correctas. Para que las pymes crezcan con confianza necesitamos estabilidad institucional y regulatoria, moderación de costes, una fiscalidad competitiva, menos burocracia, acceso efectivo a financiación y tecnología, formación conectada con las necesidades productivas y un diálogo social fortalecido, que siga dando los frutos que hemos conocido en nuestra historia reciente. También debemos favorecer que las empresas ganen tamaño, porque una pyme que crece es más productiva, innova más, exporta más y crea más y mejor empleo.



Los 11 perfiles que ya escriben el futuro de la industria de la automoción



La **industria de la automoción**, una de las que más millones de empleo genera en nuestro país, **lleva años enfrentándose a un nuevo dilema: la renovación de su cualificación profesional**. La transformación tecnológica que atraviesa el sector reinventa inevitablemente las competencias que demandan las empresas, por lo que muchas se están viendo obligadas a redefinir algunos de los perfiles que tradicionalmente hacían de esta industria una de las más revalorizadas.

La apuesta por la electrificación y la movilidad sostenible, la automatización de los procesos, la llegada del vehículo conectado y la inteligencia artificial, o el creciente peso del software están haciendo que **convivan conocimientos clásicos de mecánica e ingeniería con nuevas especialidades vinculadas a los datos, la ciberseguridad, la programación o los sistemas avanzados de asistencia a la conducción**. Junto a ello, hay que tener en cuenta el asentamiento de una relación con el cliente cada vez más digital, algo que también genera nuevas necesidades en áreas comerciales, de experiencia de usuario y de negocio.

¿El resultado? Un mercado laboral en plena evolución, en el que cobran especial relevancia los perfiles híbridos, capaces de desenvolverse entre distintas disciplinas y adaptarse a un entorno de cambios y novedades constantes.

Estos son algunos de los perfiles profesionales que están ganando protagonismo y que ayudan a entender hacia dónde se dirige el talento en la industria de la automoción...

Ingeniero/a de automatización



- ⚙️ Diseña y optimiza sistemas automáticos y robóticos en los procesos de producción.
- 💰 25.000-51.000 € salario medio.
- 🎓 Ingeniería Industrial, Electrónica, Automática o Mecatrónica.

Ingeniero/a de desarrollo de software



- ⚙️ Desarrolla sistemas de control, navegación, conectividad, entretenimiento y seguridad del vehículo.
- 💰 24.000-51.000 € salario medio.
- 🎓 Informática, Ingeniería de Software, Telecomunicaciones o Electrónica.

Jefe/a de ventas



- ⚙️ Define la estrategia comercial, coordina equipos y trabaja para alcanzar los objetivos de venta.
- 💰 Hasta 45.900 € salario medio.
- 🎓 ADE, Marketing, Comercio o FP vinculada al área comercial, normalmente acompañada de experiencia.

Mecatrónico/a



- ⚙️ Combina mecánica, electrónica y automatización para mantener y optimizar sistemas industriales.
- 💰 22.000-45.900 € salario medio.
- 🎓 FP en Mecatrónica Industrial o estudios de ingeniería relacionados.

Jefe/a de taller



- ⚙️ Organiza el trabajo del taller, supervisa reparaciones y coordina al equipo técnico.
- 💰 24.000-45.900 € salario medio.
- 🎓 FP en Automoción o Electromecánica, además de experiencia profesional.

Conductor/a con licencia C



- ⚙️ Transporta vehículos, componentes y mercancías dentro de la cadena logística del sector.
- 💰 20.000-43.800 € salario medio.
- 🎓 Permiso C y CAP para el transporte profesional.

Mecánico/a



- ⚙️ Diagnostica, mantiene y repara los principales sistemas mecánicos, eléctricos y electrónicos del vehículo.
- 💰 20.000-42.800 € salario medio.
- 🎓 FP en Electromecánica.

Especialista mecanizado



- ⚙️ Fabrica piezas y componentes de precisión mediante maquinaria y procesos de mecanizado.
- 💰 20.000-41.800 € salario medio.
- 🎓 FP en Mecanizado o Fabricación Mecánica.

Asesor/a comercial



- ⚙️ Acompaña al cliente durante el proceso de compra y asesora sobre producto, servicios y financiación.
- 💰 22.000-41.800 € salario medio.
- 🎓 Comercio, Marketing, ADE o FP del ámbito comercial.

Operario/a de producción



- ⚙️ Participa en las tareas de fabricación, montaje, manejo de maquinaria y control de calidad.
- 💰 19.000-33.000 € salario medio.
- 🎓 FP o formación técnica vinculada a fabricación, mantenimiento o automoción.

Operario/a recambista



- ⚙️ Gestiona el stock, las referencias y el suministro de piezas y componentes para taller o cliente.
- 💰 18.000-32.600 € salario medio.
- 🎓 Automoción, logística, comercio o formación técnica relacionada.

Omoda 5 SHS-H: la revolución híbrida que une diseño, potencia y la máxima eficiencia



El frontal del Omoda 5 SHS-H estrena la parrilla paramétrica 3D sin bordes, propia de la marca.

A FONDO

CARMEN ESPADA

La firma china amplía su gama en España con el nuevo Omoda 5 SHS-H, un crossover compacto equipado con propulsión híbrida autorrecargable. Con un conjunto mecánico de 224 CV y una marcada carga tecnológica, este modelo busca consolidar la presencia de la marca dentro del segmento ECO.

LA ELEGANCIA DEL EXTERIOR

El **Omoda 5 SHS-H** se presenta como un atractivo SUV compacto que mantiene las fluidas y atractivas líneas maestras de la familia, aunque estrena un frontal propio que le concede una personalidad inconfundible. En la parte delantera destaca su nueva parrilla paramétrica sin bordes, la cual crea un llamativo efecto tridimensional. A los lados, las ópticas diurnas con tecnología LED lucen un afilado diseño denominado sharp blade, que aportan una mirada moderna y futurista inspirada en los modelos superiores de la marca.

El lateral destaca por su juego de volúmenes orientados a optimizar la aerodinámica y la eficiencia de la carrocería. El vehículo equipa llantas de aleación de 17 o 18 pulgadas según la versión elegida y presenta un techo de efecto flotante que cae con una sutil línea descendente hacia la zaga.

La parte trasera del **Omoda 5 SHS-H** incorpora una franja luminosa continua de tecnología LED con patrón tipo tecla de piano (Digital Piano Key), acompañada por un doble spoiler en la zona superior de la luneta.

ARMONÍA ENTRE ESPACIO Y CONFORT

El habitáculo amplio, moderno y acogedor, cuida la ergonomía al máximo. La plataforma técnica sobre la que se construye permite integrar la batería sin restarle ni un solo milímetro de espacio a los pasajeros. Los asientos delanteros presentan un marcado diseño de corte deportivo con estructura envolvente e integran regulación eléctrica para el conductor y el pasajero en el nivel de acabado Premium.

La fila trasera dispone de tres asientos, abatibles de forma asimétrica (60/40), que amplían el espacio del maletero hasta los 1.079 litros. Los ocupantes de esas plazas cuentan con una salida de aire central, además de dos tomas de carga (USB-A y USB-C) para la alimentación de dispositivos móviles.



La fila trasera de asientos cuenta con tapicería de cuero sintético, tomas de carga y una línea de iluminación ambiental LED en las puertas.

LA FUERZA DE LA HIBRIDACIÓN

El esquema mecánico combina un motor de gasolina 1.5 turboalimentado de 143 CV y 225 Nm de par, con un sistema eléctrico compuesto por dos motores (uno propulsor y otro generador) y una batería de litio-ferrofosfato de 1,83 kWh de capacidad y 85 kW de potencia de descarga rápida.

El conjunto desarrolla una potencia combinada de 224 CV y un par motor de 295 Nm, cifras que le permiten acelerar de 0 a 100 km/h en 7,9 segundos y alcanzar una velocidad máxima de 175 km/h.

Al tratarse de un sistema híbrido autorrecargable (HEV), la batería se regenera automáticamente en fases de desaceleración y frenada sin necesidad de conexión a la red. Este conjunto homologa un consumo medio de 5,3 l/100 km en ciclo combinado WLTP, con capacidad de circular en modo 100% eléctrico en trayectos urbanos e interurbanos, y garantiza una elevada autonomía total gracias a su depósito de combustible de 51 litros.



La trasera del vehículo combina líneas atléticas y un spoiler de techo deportivo, realizado por pilotos LED continuos que cruzan todo el portón.

ASISTENTES INTELIGENTES Y PROTECCIÓN INTEGRAL

La seguridad estructural constituye uno de los pilares del **Omoda 5 SHS-H**. Su chasis integra un 78% de aceros de ultra alta resistencia y cuenta con seis zonas de deformación programada ante impactos, además de tres áreas específicas de absorción de energía diseñadas para preservar la integridad del habitáculo y del paquete de baterías.

El equipamiento de seguridad pasiva incluye airbags frontales, laterales, de cortina y un airbag central delantero. En el apartado activo incorpora de serie 20 sistemas de asistencia a la conducción (ADAS), entre los que figuran el control de crucero adaptativo, el frenado autónomo de emergencia, el detector de ángulo muerto y el mantenimiento en carril, asistidos por una cámara frontal Bosch de tercera generación. Además, el vehículo añade una cámara periférica de visión 540º con función de chasis transparente.



El puesto de conducción del Omoda 5 SHS-H está dominado por su doble pantalla curva de alta definición.

CONECTIVIDAD FLUIDA Y CONTROL INTELIGENTE

El salpicadero destaca por su diseño minimalista y futurista, presidido por una gran pantalla doble integrada de cristal curvado compuesta por dos paneles LCD de 12,3 pulgadas. La primera, ubicada tras el volante, actúa como cuadro de instrumentos digital configurable para mostrar los datos de conducción, mientras que la segunda centraliza el sistema de infoentretenimiento, el navegador y la gestión del sistema de climatización.

La conectividad incluye Apple CarPlay, Android Auto y un cargador inductivo ventilado de 50 W. El software se inicia en cuatro segundos e integra un asistente de voz inteligente ("Hola Omoda") capa.

NOS HA GUSTADO

TRANSMISIÓN DHT Y EFICIENCIA TÉRMICA DEL 44,5%

El eje central del esquema mecánico del Omoda 5 SHS-H radica en el rendimiento energético de su conjunto propulsor. El motor térmico de gasolina alcanza una eficiencia térmica del 44,5%, un registro de referencia dentro de la industria. Este bloque se asocia a una transmisión híbrida dedicada (DHT) con dos motores eléctricos integrados, cuya eficiencia de transferencia alcanza el 98,5%. Como resultado,

el sistema maximiza el rodaje en modo eléctrico autorrecargable, entregando una respuesta inmediata de 224 CV con un consumo de combustible contenido y un elevado agrado de marcha.

DATOS
DE INTERÉSOMODA 5 SHS-H 1.5
TGDI HEV

Peso: 1.621 kg



Longitud: 4,447 m
Anchura: 1,824 m
Altura: 1,588 m
Batalla: 2,610 m



Capacidad de maletero:
372 - 1.079 litros



120 g/km



El frontal destaca por su sistema de iluminación dividido y acabados cromados, redefiniendo el concepto de SUV compacto actual.



El maletero del Omoda 5 SHS-H ofrece formas regulares, iluminación lateral y la posibilidad de maximizar el espacio de carga.

Cuando el marketing parece no tener límites: estos son los nombres más sorprendentes del mundo automoción



Elegir el nombre de un coche nunca ha sido tarea fácil. La elección tiene que ser sencilla de recordar, transmitir la personalidad del modelo y, a ser posible, sonar bien en decenas de idiomas y mercados internacionales. Y es precisamente esto último lo que nos ha regalado algunas historias difíciles de olvidar.

Porque un nombre que resulta brillante en Japón, Croacia o Alemania, por ejemplo, puede adquirir un significado completamente distinto al cruzar una frontera. ¿Te suenan Nissan Moco, Mazda Laputa, Mitsubishi Pajero o Rimac Nevera? Pues son algunos ejemplos de que, **cuando hablamos de marketing y naming automovilístico, echar una ojeada al diccionario antes de lanzar un producto es más que primordial.**

Cuando la traducción juega una mala pasada

Uno de los casos más llamativos que podemos encontrar es el **Nissan Moco**, un pequeño kei car pensado exclusivamente para Japón. El fabricante asiático pareció no preocuparse demasiado por cómo sonaba su nombre en los mercados de habla hispana porque... adivina cuál fue el color protagonista de su presentación en el Salón de Tokio de 2005: exacto, el verde.

Algo parecido ocurrió con el denominado **Mazda Laputa**, cuya salida al mercado fue a finales de los años 90. Un modelo que, si hubiera aterrizado en el mercado español, su nombre hubiera sido señalado, inevitablemente, por tener unas connotaciones muy diferentes de las que probablemente habría imaginado la marca japonesa.

Un modelo que sí se comercializó en España fue el **Mitsubishi Pajero**. El nombre original, que hacía referencia a un felino salvaje sudamericano, debido a sus connotaciones en español la firma tomó la decisión de traerlo a nuestro país y otros países de habla hispana bajo el paraguas de Montero.

Un mismo coche, dos nombres

Cambiar la denominación según el país del que estemos hablando parece no ser algo excepcional. Otro ejemplo es el de **Hyundai**, quien comercializa su conocido modelo Kona bajo el nombre de Kauai en Portugal y Brasil debido al significado que la palabra original puede tener en portugués.

También Opel quiso evitar posibles interpretaciones poco favorables. El **Opel Cascada**, presentado en 2012, pasó a denominarse Cabrio en algunos mercados hispanohablantes, una solución bastante más descriptiva para un modelo descapotable.

Algunas de las casualidades más curiosas

No todos los nombres de coches parecen traer consigo un toque ofensivo, hay otros que todo lo contrario, pueden sacar una sonrisa. El **Opel Manta**, uno de los coupés más conocidos de la marca durante las décadas de los 70 y 80, comparte nombre en español con aquella prenda que todos echamos mano cuando llega el frío... aunque también con una forma coloquial de referirse a alguien que se caracteriza por ser un tanto torpe o poco aplicado.

Más reciente es el **Rimac Nevera**. En croata, nevera hace referencia a un tipo de tormenta intensa, un nombre bastante apropiado para un hiperdeportivo eléctrico de enormes prestaciones. En nuestra lengua, sin embargo, resulta inevitable pensar antes en ese electrodoméstico esencial de cada cocina que en un coche capaz de superar los 300 km/h.

Todos estos son ejemplos de que **al fin y al cabo crear el nombre perfecto para un coche puede ser casi tan complicado como diseñarlo**. Miles de idiomas, dobles sentidos, diferencias culturales y acontecimientos inesperados pueden convertir una brillante estrategia de marketing en una curiosidad que acompañará al modelo durante toda su historia.

Y quizá ahí esté también parte de su encanto: puede que algunos nombres no hayan funcionado exactamente como sus fabricantes esperaban, pero **desde luego consiguieron algo que cualquier departamento de marketing persigue... que nadie los olvide**.

Blu-Castle lleva su experiencia en conectividad a la movilidad



Harold Fitch

CEO de Blu-Castle



Harold Fitch cuenta con más de 25 años de experiencia en los sectores de tecnología y telecomunicaciones. Inició su trayectoria profesional en US Robotics en la década de los noventa y posteriormente fue Gerente General de Comtrend, donde desempeñó un papel destacado en la expansión de la compañía en los mercados de Europa y Latinoamérica.

En 2012 fundó Blu-Castle, compañía desde la que ha impulsado proyectos tecnológicos para algunos de los principales operadores de telecomunicaciones. A lo largo de esta etapa, Blu-Castle ha alcanzado hitos como el despliegue de más de cuatro millones de dispositivos de telecomunicaciones y ha trabajado con clientes como Telefónica, Vivo, América Móvil, Telecom, TIM y DIGI.

1. Para empezar, ¿cómo definiría el modelo de negocio de Blu-Castle y cuál diría que es su principal propuesta de valor?

Blu-Castle actúa como socio tecnológico e industrial, acompañando a sus clientes desde la identificación de una necesidad hasta la puesta en marcha de una solución tecnológica preparada para fabricarse, certificarse, integrarse y desplegarse de forma realista.

Nuestro punto de partida suele ser entender qué quiere conseguir el cliente, en qué entorno debe funcionar la solución, qué requisitos debe cumplir y cuál es el coste objetivo. A partir de ahí seleccionamos la tecnología y el fabricante más adecuados, adaptamos hardware y software, gestionamos pruebas y certificaciones y acompañamos el proceso hasta que el producto puede ponerse realmente en operación.

La experiencia en telecomunicaciones nos ha enseñado que desarrollar o fabricar un equipo es solo una parte del proceso: después hay que integrarlo, certificarlo, mantenerlo y conseguir que funcione de forma fiable durante años.

Nuestra propuesta de valor está precisamente en

unir conocimiento tecnológico, capacidad industrial y comprensión de las necesidades del cliente para convertir la tecnología en una solución útil, viable y sostenible para el negocio.

2. Blu-Castle nació muy ligada al ámbito de las telecomunicaciones. ¿Cuál ha sido la evolución de la compañía desde su nacimiento y qué nuevas áreas de negocio han cobrado mayor protagonismo?

Blu-Castle se ha desarrollado durante años en un entorno tan exigente como el de las telecomunicaciones, trabajando con operadores en banda ancha, fibra, WiFi, televisión y dispositivos conectados. Esa trayectoria nos ha dado una experiencia muy valiosa en la gestión de productos tecnológicos complejos, que deben integrarse correctamente y mantener un funcionamiento fiable durante largos ciclos de vida.

Esa experiencia tiene hoy aplicación mucho más allá del ámbito estrictamente telecom. La conectividad está presente en movilidad, industria, seguridad, energía o logística, y cada vez más dispositivos pueden generar información e integrarse en procesos digitales.

La movilidad es un buen ejemplo. HELIOS V16 reúne tecnologías que conocemos bien -conectividad celular, electrónica, geolocalización y certificación-, pero aplicadas a un caso de uso distinto: la seguridad vial.

Nuestra evolución sigue esa lógica: aprovechar el conocimiento adquirido en telecomunicaciones para aportar valor en nuevos sectores. El recorrido es natural: de las redes y la conectividad a los dispositivos conectados, el IoT y, cada vez más, la movilidad.

3. La conectividad transforma prácticamente todos los segmentos de la sociedad. Centrándonos en la industria de la movilidad y el transporte, ¿qué oportunidades concretas identifican y desean aprovechar?

En movilidad vemos una oportunidad muy clara: convertir acontecimientos físicos en información digital que permita actuar antes y de forma más eficiente.

Pensemos en una incidencia en carretera. Tradicionalmente ocurre algo, el conductor lo detecta, señala la situación, llama a alguien, explica dónde está y a partir de ahí comienza una cadena de comunicaciones. Cuando un dispositivo puede generar automáticamente parte de esa información, se reducen pasos y se acortan tiempos.

La V16 conectada es un ejemplo sencillo de ese cambio. Cuando se activa, no solo proporciona una señal luminosa; dispone de conectividad propia y puede comunicar digitalmente la posición de la incidencia al ecosistema de tráfico, sin depender del teléfono del conductor.

Para nosotros, la oportunidad está precisamente ahí: conectar esos eventos con procesos de asistencia, mantenimiento, movilidad o gestión. No se trata de poner tecnología en un vehículo porque sea posible, sino de utilizarla cuando simplifica una operación, mejora la seguridad o reduce tiempos y costes.

4. Una de las soluciones con las que Blu-Castle ha entrado de lleno en el ámbito de la seguridad vial es la denominada Baliza Helios V16. ¿Qué respuesta deseaban dar con su desarrollo? ¿Cuál es el feedback que están recibiendo desde su salida al mercado?

HELIOS nació para resolver bien algo muy concreto: la transición desde el triángulo tradicional hacia una V16 conectada. Nuestra prioridad fue desarrollar un producto sencillo, fiable y preparado para permanecer durante años dentro de un vehículo.

Desde el punto de vista del usuario, lo importante es que sea fácil de utilizar y funcione de manera autónoma.

La baliza dispone de su propia conectividad, no necesita el teléfono del conductor para cumplir su función básica y está homologada para operar dentro del sistema definido para la V16 conectada. HELIOS incorpora además características orientadas a fiabilidad, como conectividad multioperador, protección IP65 y autonomía superior a los mínimos exigidos.

Pero una de las cosas que hemos aprendido es que una baliza no significa lo mismo para un particular que para una gran flota. Para una empresa pueden ser miles de dispositivos que hay que distribuir, guardar, revisar y mantener disponibles.

La experiencia con organizaciones como Cruz Roja Española, ALSA o Guardia Civil resulta especialmente valiosa porque nos permite trabajar en entornos donde fiabilidad y operativa son realmente importantes.

5. Más allá del cumplimiento normativo, ¿qué posibilidades abre la conectividad de dispositivos como la V16 para las empresas que gestionan grandes flotas de vehículos como las compañías de rent-a-car?

Hay que empezar aclarando algo importante: la V16 no es hoy un sistema de gestión de flotas ni un dispositivo de tracking. Su función actual es señalar una incidencia y comunicarla al sistema de tráfico.

Pero representa un cambio interesante: un dispositivo que antes estaba completamente aislado ahora puede generar un evento digital. Y, a partir de ahí, aparecen posibilidades.

Pensemos en un vehículo de alquiler que sufre una incidencia. Para la compañía puede significar asistencia al cliente, posible sustitución del coche, traslado al taller, reparación y finalmente devolución del vehículo a disponibilidad. Son varios procesos distintos alrededor de un único acontecimiento.

Si en el futuro determinados eventos pueden integrarse con plataformas de asistencia, mantenimiento o gestión mediante servicios adicionales, parte de esa cadena podría automatizarse. No estamos diciendo que la V16 actual haga todo eso; estamos hablando de la base tecnológica que crea la conectividad.

Para una gran flota, esa diferencia puede ser relevante. Reducir una llamada, una espera o una tarea manual parece pequeño en un vehículo; multiplicado por miles de operaciones, ya no lo es.

NOTA: según DGT, solo 18 Mill de vehículos disponen en la actualidad de baliza V16, teniendo en cuenta que la base instalada es de 34 Mill aproximadamente

estaríamos hablando de que prácticamente el 50% del parque automovilístico, entre sector privado y flotas, NO estaría cumpliendo actualmente con esta normativa.

6. ¿Qué papel creen que van a desempeñar tecnologías como el IoT y la conectividad en la gestión de flotas durante los próximos años?

Creo que el cambio principal será pasar de tener vehículos y dispositivos aislados a trabajar cada vez más con ecosistemas conectados.

Cuando hablamos de IoT no hace falta complicarlo demasiado. En esencia significa que determinados objetos pueden generar información útil sin que una persona tenga que introducirla manualmente. Y esa información solo tiene valor si después permite tomar una decisión o realizar una acción.

Por ejemplo, conocer antes que un vehículo necesita una intervención puede ayudar a programarla cuando está disponible y evitar una inmovilización en un momento de alta demanda. Lo mismo ocurre con una incidencia: si la información llega antes a los sistemas adecuados, es posible reaccionar antes.

También veremos más relación entre vehículos, dispositivos, plataformas de movilidad e infraestructura. Es lo que suele denominarse connected mobility o smart roads: carreteras y sistemas donde la información circula además de los propios vehículos.

La tecnología necesaria ya existe en gran medida. El reto estará en integrarla bien, mantenerla durante años y demostrar que aporta un beneficio operativo real.

7. ¿Hasta qué punto puede la tecnología contribuir a mejorar la eficiencia de una flota, la seguridad y la experiencia final de sus usuarios?

Puede contribuir mucho, pero creo que hay que medirlo sobre cosas muy concretas. Tener más información no significa necesariamente gestionar mejor una flota.

En eficiencia, la tecnología aporta valor cuando elimina pasos, reduce tareas manuales o disminuye el tiempo que un vehículo permanece inmovilizado. En seguridad, puede hacer que determinadas incidencias sean conocidas antes y que esa información llegue a otros sistemas o usuarios. Y desde el punto de vista del cliente, debería servir para simplificarle las cosas.

Para el usuario, la mejor tecnología es muchas veces la que no ve. Si tiene un problema en carretera, no quiere conocer qué plataforma, red o API está

funcionando detrás. Quiere explicar lo mínimo posible y recibir una solución rápidamente.

Y hay una última condición que para nosotros es fundamental: la rentabilidad. Tecnológicamente pueden hacerse muchas cosas, pero no todas justifican su coste. Una solución tiene sentido cuando produce una mejora medible: menos tiempo, menos inmovilización, menor carga operativa o una mejor experiencia para el cliente.

8. Volviendo al sector del rent-a-car, ¿qué necesidades particulares detectan en las compañías de alquiler de vehículos y cómo puede la tecnología ayudarles a responder a ellas?

Estamos escuchando mucho al sector porque creemos que la innovación empieza por entender bien la operación. Cada compañía de rent-a-car conoce su negocio mucho mejor que nosotros; nuestra aportación está en trasladar experiencia en conectividad, IoT, integración e industrialización a problemas que el sector identifica como relevantes.

9. Desde su perspectiva, ¿qué papel pueden desempeñar organizaciones como FENEVAL a la hora de acercar la innovación tecnológica al sector del alquiler de vehículos y favorecer la colaboración entre empresas tecnológicas y operadores de movilidad?

Creo que FENEVAL puede desempeñar un papel especialmente útil porque muchos de los retos del sector son compartidos por diferentes compañías.

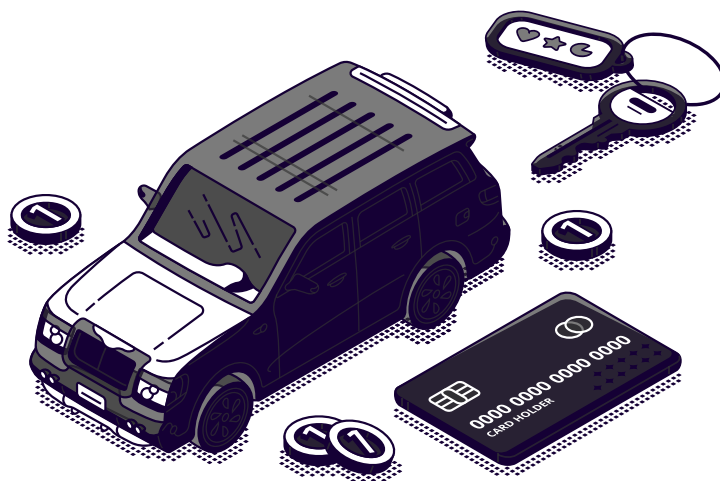
Si cada operador analiza por separado la misma tecnología, la misma normativa o los mismos problemas de integración, se están duplicando esfuerzos. FENEVAL puede ayudar a identificar necesidades comunes, convertirlas en requisitos más claros y acercar al sector a proveedores capaces de desarrollar soluciones.

Además, puede facilitar algo que considero fundamental: hacer pilotos. Antes de desplegar una tecnología sobre miles de vehículos, tiene mucho más sentido probarla en una escala controlada, medir resultados y comprobar si realmente reduce costes o mejora la operación.

Y existe otra ventaja: la agregación de demanda. Cuando varias empresas comparten una necesidad, es posible desarrollar soluciones más estandarizadas y obtener mejores condiciones industriales.

Para nosotros, ese sería el escenario ideal: que FENEVAL ayude a definir el problema y que compañías como Blu-Castle podamos aportar experiencia tecnológica para analizar cómo resolverlo.

LA NUEVA LEY DE SERVICIOS DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA: ¿CÓMO AFECTA A LAS EMPRESAS DE RENT A CAR Y VTC?



Ana Beato Barriuso
Abogada de Dikei Abogados

El pasado 28 de diciembre de 2025 entró en vigor la Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela, una norma que introduce importantes novedades en la forma en la que las empresas deben relacionarse con sus clientes y, especialmente, en la gestión de consultas, incidencias, quejas y reclamaciones.

La nueva regulación tiene especial interés para los sectores del rent a car y VTC, si bien no resulta aplicable de la misma forma a todas las empresas.

Por ello, la primera cuestión que debemos aclarar es qué empresas quedan sometidas a la Ley 10/2025 y qué obligaciones deben tener en cuenta las que quedan fuera de su ámbito de aplicación.

¿Se aplica la Ley de Clientela a todas las empresas de rent a car y VTC?

La respuesta es no.

Aunque la Ley incluye determinados servicios de transporte entre los servicios básicos de interés general sujetos, en todo caso a sus previsiones, esta inclusión no alcanza a cualquier actividad relacionada con el transporte. El artículo 2.1.b) se refiere específicamente al transporte aéreo, ferroviario, marítimo o por vías navegables y al transporte en autobús o autocar. **Ni el alquiler de vehículos sin conductor ni los servicios de arrendamiento de vehículos con conductor (VTC) aparecen incluidos expresamente en esta relación.**

En consecuencia, al no encontrarse las actividades de rent a car y VTC entre los servicios básicos de interés general enumerados por la Ley, su sometimiento íntegro a la Ley 10/2025 vendrá determinado, con carácter general, por el tamaño de la empresa o del grupo empresarial al que pertenezca.

Por otro lado, la Ley también resulta aplicable, en cualquier caso, a las empresas y grupos empresariales que alcancen, en el ejercicio económico anterior, al menos uno de los siguientes umbrales:

- I. 250 o más personas trabajadoras;
- II. un volumen de negocio anual superior a 50 millones de euros; o
- III. un balance general anual superior a 43 millones de euros.

Los criterios son alternativos, por lo que basta con cumplir uno de ellos. Además, cuando exista un grupo de sociedades, habrá que atender a este a efectos de determinar el cumplimiento de dichos umbrales.



Por tanto, **las empresas de rent a car y VTC que alcancen alguno de estos umbrales quedarán sometidas a las obligaciones específicas de la Ley 10/2025.**

¿Qué ocurre con las pequeñas y medianas empresas?

Que una empresa no alcance los umbrales anteriores no significa que quede al margen de las obligaciones en materia de consumo. A estas empresas les seguirá resultando aplicable el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (TRLGDCU), que, además, ha sido modificado por la propia Ley 10/2025.

Esta distinción es especialmente relevante en los sectores del rent a car y VTC: **incluso una empresa con un único vehículo, si contrata con consumidores, está sujeta a la normativa general de consumo**, pues el tamaño de la flota no condiciona los derechos del consumidor.

¿Qué obligaciones establece la nueva Ley?

Aclarado su ámbito de aplicación, veamos cuáles son las principales obligaciones que introduce la Ley 10/2025 y qué suponen en la práctica para las empresas de rent a car y VTC afectos a la misma.

I. Un servicio de atención al cliente accesible y con distintos canales

Las empresas deberán disponer de un servicio de atención al cliente **gratuito, eficaz, universalmente accesible, inclusivo, no discriminatorio y evaluable**, que permita gestionar las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias de sus clientes. Para ello, deberán admitir el mismo canal por el que se inició la relación contractual y, al menos, la vía postal, telefónica y un medio de comunicación electrónica.

Estos canales deberán comunicarse de forma clara y fácilmente accesible al cliente, tanto antes de la contratación como en la documentación y página web de la empresa, en los términos previstos por la Ley. El cliente deberá conocer, además, cómo dejar constancia de sus comunicaciones y realizar su seguimiento.

El **horario del servicio de atención al cliente deberá ajustarse al horario comercial de la empresa**. Cuando la actividad se desarrolle por vía electrónica, se considerará como tal el periodo durante el cual sea posible realizar transacciones comerciales con los consumidores.

Cuando la empresa disponga de **establecimientos fijos abiertos al público, propios o franquiciados**, estos deberán admitir las consultas, quejas, reclamaciones e incidencias. Si existe un servicio centralizado y gratuito, podrá facilitarse desde el establecimiento el acceso al mismo, garantizando en todo caso la correspondiente clave identificativa.

Por último, la Ley incorpora **garantías lingüísticas**. Cuando la empresa preste servicios en comunidades autónomas con lengua oficial distinta del castellano, los clientes situados en ellas podrán presentar sus consultas, quejas, reclamaciones o incidencias en cualquiera de las lenguas oficiales correspondientes. Asimismo, cuando soliciten atención personalizada, deberá garantizarse la atención en la lengua oficial elegida, en los términos previstos por la Ley.

II. Una atención accesible para todos los clientes

La Ley presta especial atención a la **accesibilidad universal, la igualdad de trato y la no discriminación**, teniendo especialmente en cuenta a las personas consumidoras vulnerables, con discapacidad o de edad avanzada.

En rent a car y VTC a las que resulta aplicable la Ley, esta obligación deberá tenerse presente tanto en las páginas web y aplicaciones como en la atención telefónica y presencial. En este último caso, los puntos de atención deberán disponer de medidas que faciliten el acceso a la información y a la comunicación.

III. Las quejas y reclamaciones deben quedar registradas

La nueva regulación pone especial énfasis en la **constancia y seguimiento de las reclamaciones**.

Para las empresas sometidas a la Ley 10/2025, las quejas, reclamaciones e incidencias deberán disponer de una **clave identificativa que permita al cliente conocer y seguir su tramitación**. Esta obligación se extiende también a determinadas consultas que requieran actuaciones posteriores. Además, cuando el cliente lo solicite expresamente o en los casos previstos legalmente, deberá facilitársele un justificante en soporte duradero que permita acreditar el contenido, fecha y hora de la comunicación.

En la práctica, se trata de evitar que, por ejemplo, un cliente comunique una incidencia al devolver un vehículo y que posteriormente, al contactar con facturación o atención al cliente, no exista constancia de aquella primera comunicación y tenga que iniciar de nuevo el proceso. En empresas con varias oficinas o departamentos será, por tanto, especialmente importante garantizar la adecuada trazabilidad de cada reclamación.

Esta exigencia trasciende el ámbito específico de la Ley 10/2025: tras la reforma del artículo 21 del TRLGDCU, **los servicios de atención al cliente deberán garantizar también la constancia de las quejas y reclamaciones mediante una clave identificativa y un justificante en soporte duradero**, obligación que deberán tener presente igualmente las empresas de menor dimensión.

IV. Plazos más breves para resolver las reclamaciones

La Ley establece **plazos máximos concretos de respuesta**. Con carácter general, las consultas, quejas, **reclamaciones e incidencias deberán resolverse en un plazo máximo de quince días hábiles**, salvo que la normativa sectorial establezca uno distinto. Cuando estén relacionadas con facturación o cobros indebidos, el plazo máximo será de cinco días.

En rent a car son habituales las reclamaciones sobre combustible, coberturas, extras o cargos posteriores a la devolución; y en VTC, las discrepancias sobre el importe del servicio, suplementos o diferencias entre el precio informado y el finalmente cobrado.

Además, no basta con contestar dentro del plazo. **La respuesta debe resolver realmente lo planteado por el cliente** y, cuando no se acepte su pretensión, deberán explicarse de forma precisa y completa los motivos de la decisión.

V. Especial atención al precio final

Entre las modificaciones introducidas en la normativa general de consumidores y, por tanto, obligatoria para todas las empresas, destaca la relativa a la **información sobre el precio final completo**.

El TRLGDCU exige informar del precio final, incluidos los impuestos y, cuando proceda, los incrementos, descuentos y gastos adicionales. Cuando no pueda determinarse previamente con exactitud, deberá facilitarse la base de cálculo que permita al consumidor comprobarlo.

Esta cuestión resulta especialmente relevante en rent a car —tarifa, coberturas, combustible, conductor adicional o extras— y en VTC respecto de los conceptos que puedan determinar o modificar el importe final. **Debe existir coherencia entre el precio informado, las condiciones aceptadas y la cantidad finalmente cobrada**.

VI. Bots, inteligencia artificial y atención telefónica.

La Ley permite utilizar sistemas automatizados, chatbots o herramientas de inteligencia artificial, pero **no podrán constituir el medio exclusivo de atención al cliente**. Desde el inicio de la interacción, el cliente deberá poder solicitar atención personalizada por una persona física, y el 95 % de estas solicitudes deberán ser atendidas, de media, en menos de tres minutos.

En la atención telefónica, además, el coste no podrá superar el de una llamada a una línea fija geográfica o móvil estándar y el 95 % de las llamadas deberán ser atendidas, de media, en menos de tres minutos. La atención deberá ser efectiva, permitiendo al cliente exponer el motivo de su comunicación y acceder a atención personalizada.

Finalmente, el servicio de atención al cliente deberá estar **claramente identificado y diferenciado de los servicios comerciales**, también respecto de la numeración telefónica utilizada.

VII. No solo hay que cumplir: también habrá que poder acreditarlo

La Ley exige también **medir y acreditar la calidad del servicio de atención al cliente**. Las empresas deberán disponer de un sistema de valoración de la satisfacción de sus clientes y de un sistema documentado de evaluación de la calidad del servicio.

La documentación correspondiente deberá conservarse durante al menos cinco años y el sistema estará sometido a **auditoría externa**, debiendo hacerse pública en la página web la documentación prevista por la Ley.

Por tanto, no basta con disponer formalmente de un servicio de atención al cliente: **la empresa deberá poder acreditar que funciona conforme a los parámetros de calidad exigidos**.

Entonces, ¿qué debe hacer cada empresa?

El primer paso será determinar si la empresa queda incluida en el ámbito de aplicación de la Ley 10/2025 y, a partir de ahí, **identificar las obligaciones que le resultan exigibles y revisar sus procedimientos de atención al cliente**.

Es importante tener en cuenta, además, que **las empresas afectadas deberán haber adaptado sus servicios de atención al cliente a las nuevas exigencias de la Ley antes del 28 de diciembre de 2026**, fecha en la que finaliza el plazo de doce meses establecido para su adaptación.

Las empresas que queden fuera de su ámbito de aplicación tampoco deben perder de vista la reforma, pues la Ley 10/2025 ha introducido modificaciones en la normativa general de consumidores que les pueden resultar directamente aplicables.

En definitiva, el reto consiste en **revisar de forma conjunta todo el recorrido de atención al cliente, desde la contratación hasta la resolución de una eventual reclamación, y comprobar que los procedimientos de la empresa se ajustan a las nuevas exigencias legales**.

Ana Beato Barriuso
Abogada, Adscrita al Departamento
de Derecho Público de
Dikei Abogados

SEAT LEÓN

Híbrido enchufable



Esto no para.

Despiertas. Arriba. Llegas el primero a la oficina. Café. Desconectas. Día de reuniones y visitas a cliente. ¿Parar a repostar? Aún no. Con el SEAT León Híbrido enchufable, puedes seguir y seguir con hasta 133 km de autonomía eléctrica y 910 km de autonomía combinada. Estarás tan ocupado llevando tu negocio, que no te acordarás de repostar. Porque lo que no haces, lo olvidas.

SEAT **FOR BUSINESS**



Consumo medio combinado de 1,2 a 1,4 l/100 km. Emisiones ponderadas de CO₂ de 27 a 31 g/km. (Valores WLTP). Imagen acabado SEAT León SD PHEV FR con opcionales.



NUEVO TOYOTA YARIS CROSS

HYBRID



POR

150€

AL MES*

48 cuotas.

Entrada: 9.088,95 €.

Última cuota: 16.400,66 €.

HASTA LOS

15

AÑOS

DE TU TOYOTA

GARANTÍA*
TOYOTA
RELAX

*Consulta condiciones en toyota.es

INCLUYE 4 AÑOS DE GARANTÍA Y MANTENIMIENTO

Toyota Yaris Cross Hybrid: Emisiones CO₂ (g/km): 99-115. Consumo medio (l/100 km): 4,4-5,0

*Precio correspondiente a Yaris Cross Hybrid 130 Active. Precio por financiar: 25.950 €. Toyota Easy Plus: 750 €. PVP al contado: 28.100 €. Entrada: 9.088,95 €. TIN: 7,75 %. TAE: 8,99 % (Toyota Easy Plus opcional no forma parte del coste de la financiación a efectos del cálculo de la TAE). 49 meses: 48 cuotas de 150 €/mes y última cuota: 16.400,66 €. Comisión de apertura financiada (2,99 %): 526,57 €. Importe total del crédito: 18.137,62 € (incluye Toyota Easy Plus). Importe total adeudado: 23.600,66 €. Precio total a plazos: 32.689,61 €. Coste total del crédito: 5.989,61 €. Importe de los intereses: 5.463,04 €. Sistema de amortización francés. Oferta financiera con el producto Toyota Easy de Toyota Kreditbank GmbH sucursal en España. Capital mínimo a financiar 14.000 € (si la última cuota es mayor, el mínimo será su valor). IVA, transporte, impuesto de matriculación, promoción, aportación del concesionario incluidos. Otros gastos de matriculación, pintura metalizada y equipamiento opcional no incluidos. Paquete Toyota Easy Plus con 4 años de Garantía y mantenimiento (un mantenimiento cada 15.000 km o un año, lo que antes suceda). Garantía Toyota Relax, hasta los 15 años o 250.000 kms de tu Toyota renovable año a año. Consulta términos y condiciones en www.toyota.es. Modelo visualizado puede no corresponder con el modelo ofertado. Oferta válida hasta 03/11/2026 en Península y Baleares. Promoción no acumulable a otras ofertas o descuentos. Quedan excluidos de esta promoción los vehículos para flotas. Oferta ofrecida por Toyota España S.L.U. (Avda. Bruselas, 22. 28108 - Madrid) y su red de concesionarios. Para más información consulta condiciones en tu concesionario habitual o en toyota.es. Los niveles de consumo de combustible así como de emisiones de CO₂ se miden en un entorno controlado, de acuerdo con los requisitos de la normativa Europea. Para más información o si estás interesado en los valores de un vehículo con distinto acabado, por favor contacta con Toyota España, S.L.U. o tu concesionario Toyota. El tipo de conducción junto con otros factores (condiciones de carretera y meteorológicas, tráfico, conducción del vehículo, equipo instalado después de la matriculación, carga, número de pasajeros, etc.) juega un papel en el consumo de combustible y emisiones de CO₂.

PREPARADO PARA IR MÁS LEJOS