

RENTING

automoción

Flotas, coches de empresa
y ventas especiales

AÑO XV
nº88
Precio: 3€



CAMPEONES
DEL VALOR RESIDUAL

2028

**Análisis de los modelos, segmento a segmento, que
presentan los mejores valores residuales y valores finales
tras un periodo de cuatro años**

Pruebas

■ Audi A3 allstreet

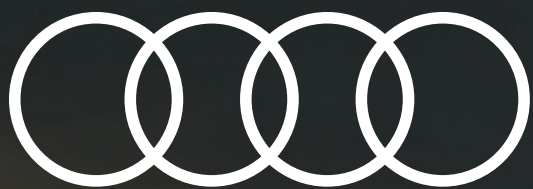
■ Volvo EX30



José María Díaz

Fleet Solutions - National
Sales Manager de Cepsa





Audi Business+

Un gran impulso para tu negocio.

Nuevo Audi A3 Sedan.

Con diseño deportivo, versátil
y con la máxima conectividad digital.
La mejor opción para tu empresa.



En el mundo de los negocios, conectar y crear alianzas es crucial. No solo potencia la capacidad de innovación y expansión de una compañía, sino que también fortalece su posición en el mercado. Audi Business + se alinea con esta necesidad proporcionando una solución completa de movilidad que combina servicios personalizados para cada empresa, incluyendo todos los beneficios exclusivos de nuestro programa.

Audi A la vanguardia de la técnica.

Audi A3 Sedan: Emisiones combinadas de CO₂: 182-178 g/km. Consumo combinado de combustible: 8,0-7,8 l/100 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.

88

AÑO XV

EDITORIAL

Los problemas de prohibir al cuadrado

JAVIER MENÉNDEZ
DIRECTOR

De esto ya hemos hablado en varias ocasiones. Lo de prohibir por prohibir, es decir, prohibir al cuadrado, no sólo no es buena idea, sino que suele acarrear contraindicaciones. Y aquí no quiero poner la crítica en ningún político en particular, ni de los de la flor ni de los del pájaro, ni del resto de formaciones que muchas veces buscan más aparecer en las fotos por sus salidas de tono que por sus contribuciones. Me da igual del color que sea el político que tiene que imponer una prohibición para conseguir algo. Y está pasando en Madrid con las Zonas de Bajas Emisiones, o el Madrid de Bajas Emisiones. A todos esos vehículos que no son dignos de portar una pegatinita redonda en su luna delantera ya se les había asignado una fecha de caducidad: el 31 de diciembre de 2024. Ahora la Justicia tumba esa norma. El problema no radica en si lo que se hace es cumplir con imposiciones europeas. Lo que ha pasado es que, al parecer, a nadie se le ha pasado por la cabeza que esta medida afecta a mucha gente desfavorecida que no tiene un coche viejo por gusto, sino por necesidad. Ahora es el Supremo el que tiene que pronunciarse, y aunque las cosas de palacio suelen ir despacio, es de esperar que un asunto de este calibre, que afecta a tantas personas, tenga prioridad. Pero, ¿de verdad la medida sólo de Madrid ciudad afecta a tanta gente? Desde la entidad que preside Mario Arnaldo se "recontaron" nada menos que 1,2 millones de vehículos. Si le preguntas al Ayuntamiento te dicen que esa cifra es una locura, que son menos. Pero cuántos



menos. A nivel nacional, algo más de un 33% (unos 12 millones de coches) tienen etiqueta A, o lo que es lo mismo, no tienen etiqueta. Si hablamos sólo de la ciudad de Madrid, más de un 30% que suponen más de 600.000 coches que el 1 de enero de 2025 tienen prohibido moverse, acceder o permanecer en cualquier calle cuyo código postal comience por 280. Lo normal es que la normativa se cambie a toda velocidad para intentar salvar la papeleta y que, una vez reinterpretada, lo que se dicte desde el Tribunal Supremo, como sucedió hace un par de años en Barcelona, quede en nada. Pero esto es problema de otros... vamos a mirar a nuestro renting. Después de muchos meses con crecimientos muy por encima de lo presupuestado por todos, ha llegado el primer frenazo. Las matriculaciones se ralentizaron mucho en julio y se tiñeron de rojo en agosto. Habrá que ver cómo vienen estos próximos meses, claro, pero todo apunta a que se va a romper, y por mucho, el récord de matriculaciones de este canal. Y es que el renting se está afianzando como una fórmula que encaja con las grandes empresas, pero también con las medianas, las pequeñas y los autónomos y particulares. Es un caladero en el que cada vez hay que contar con más herramientas para pescar, y en pleno apogeo digital una de ellas, el marketing, gana importancia. En este número te mostramos cuáles son las claves para triunfar en un mercado con cada vez más clientes potenciales, pero también con más actores en juego.

RENTING

automoción | Flotas, coches de empresas y ventas especiales

es una publicación de
PRODUCCIONES DEL MOTOR S.L.
(PROMOTOR)

Presidente
Javier Menéndez Buergo

Consejo Editorial
Ignacio Alonso, Ángel Alonso

Imprime
Grupo Printing Media

Distribución
Logintegral 2000 SAU
www.logintegral.com

Depósito Legal: M-12660-2010

Staff

Editor-Director
Javier Menéndez Buergo

Coordinador General
Alberto José Cánovas

Diseño y maquetación
Noel García
(www.soyintenso.com)

Redacción
C. Fernández,
Pablo M. Ballesteros

Colaboradores
Manuel Madrid,
Enrique San Juan

Fotografía
Paco Alcobendas

Publicidad
Cristina Porras
cristina@renting-automocion.com

Redacción
Fundadores, 31 - 28028 Madrid
Teléfono: 917130260-917130525

Fax: 917130526
redaccion@renting-automocion.com





60

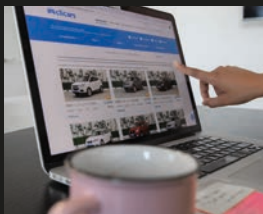


CAMPEONES 2028
DEL VALOR RESIDUAL

Renting Automoción y la consultora alemana B&F Forecasts vuelven a elaborar un completo informe sobre los valores residuales y los valores finales de los distintos segmentos del mercado automovilístico a cuatro años vista.

46 El marketing, elemento clave en el creciente sector del renting

El renting quiere seguir ganando cuota de mercado en España, por lo que el marketing se postula como una herramienta clave para conquistar a nuevos clientes.



52 El renting de VO, tendencia en el mercado corporativo

Aprovechando unos mejores precios y unos vehículos todavía nuevos, los grandes operadores de renting ponen el ojo en operaciones con vehículos de más de cuatro años.



42 ACTUALIDAD

El turismo marcará máximos históricos este año, por encima de 2019. Las matriculaciones en el canal alquilador continúan por debajo de las cifras prepandémicas, aunque se dan por solucionados los "problemas" con los fabricantes.

30 Entrevista: José María Díaz, Fleet Solutions National Sales Manager de Cepsa

Cepsa está sabiendo adaptarse a los nuevos tiempos, a las nuevas opciones de movilidad, y trabaja de dentro a fuera para empoderarse y convertirse en uno de los referentes en el nuevo escenario que se nos presenta. De todo ello hablamos con el responsable de soluciones para flotas de Cepsa, compañía que apuesta por una movilidad multienergética.



75 TCO

En esta ocasión analizamos cuatro vehículos pick up, unas perfectas herramientas de trabajo

78 MERCADO

Después de siete meses de números negros, el mercado de renting experimenta su primer frenazo

PRODUCTO



86

Audi A3

La marca de los cuatro aros acaba de actualizar su modelo del segmento C, el A3, y además añade una nueva variante Allstreet. Probamos esta opción para los más aventureros, equipada con un motor diésel.



90

Volvo EX30

La familia eléctrica de Volvo no para de crecer. Nos subimos a su modelo más compacto, el EX30, llamado a revolucionar su segmento por su calidad y su novedoso diseño.

Kia Sportage.

Disponible también en versión híbrida
e híbrida enchufable.



 **Empresas**

La innovación habita en múltiples formas y tamaños. Prueba de ello es el nuevo Kia Sportage, disponible también en versiones híbrida e híbrida enchufable. Su parrilla Tiger Nose lo hacen aún más poderoso y sus luces LED frontales, en forma de boomerang, prometen iluminar cualquier atisbo de inspiración que te pase por delante para llevar tu proyecto o empresa tan lejos como llegue tu ambición.

Emisiones CO₂ combinadas WLTP (g/km): 25-162. Consumo combinado WLTP (l/100km): 1,1-7,4.

Opel 6

*90 AÑOS DEL PRIMER
PASO DE OPEL EN EL
SEGMENTO MEDIO*





a década de los 30 que cada vez nos queda menos para encarar va a ser clave para el desarrollo de todo aquello que conocemos sobre movilidad. La misma década pero del siglo pasado también fue muy importante para el mundo del automóvil. Durante aquellos años se incorporaron nuevos conceptos como la aerodinámica e innovaciones técnicas que determinaron cómo serían los coches con los que llenar las calles y carreteras en aquel momento. Y un claro ejemplo de aquella revolución es el Opel 6, o 2.0 Litros.

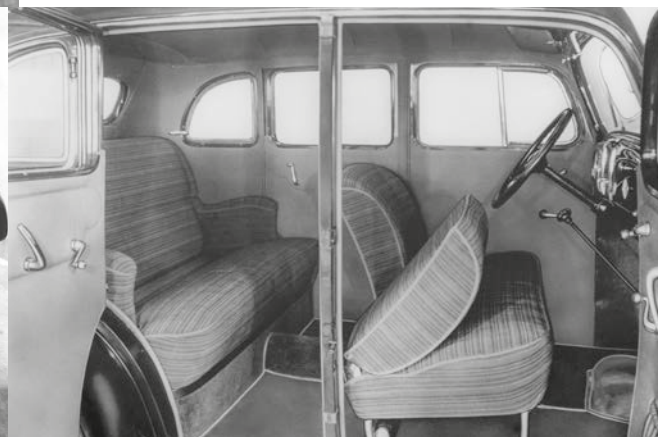
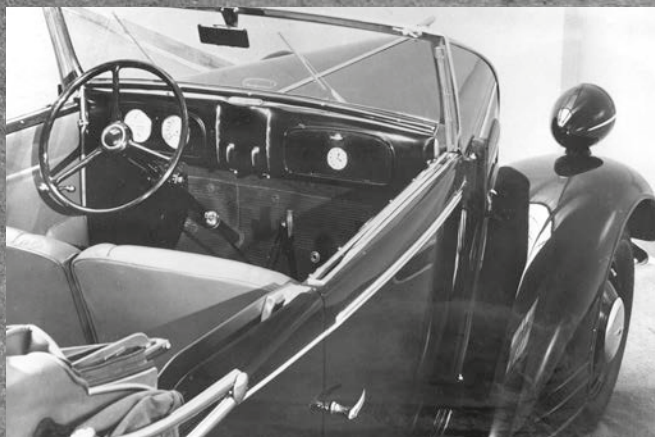
Este modelo, que se lanzó en enero de 1934, fue uno de los primeros de la marca alemana en sumarse a la estética "streamlined", acompañándola de novedades técnicas como la suspensión de tipo Dubonnet, con la que se lograba una notable suavidad de conducción. Sin olvidar la adopción de un sistema de frenado hidráulico que todavía es habitual en los coches actuales.

Este modelo llegó al mercado con dos carrocerías: una limusina de cuatro puertas con capacidad para cuatro pasajeros, y que podría definirse como una berlina o un sedán de gama media, y un elegante descapotable de dos puertas y cuatro plazas con ventanas laterales.

A los encargados de dirigir Opel no se les pasó por alto la importancia que tenía el mercado del taxi en aquellos momentos. Así que para competir en él se lanzaron versiones alargadas de este modelo, que llegaban a los 3,05 metros en lugar de los 2,64 que ofrecían el resto de variantes. Además, se popularizaron diferentes siluetas, todas ellas con capacidad para seis ocupantes.

Este vehículo contaba con un motor de dos litros y seis cilindros del que se obtenía una potencia de 36 CV, pudiendo alcanzar una velocidad de 100 km/h. El Opel 6 fue el automóvil de gama media que dominó el mercado alemán durante los años 30, popularizando los vehículos compactos. De este modelo se matricularon 52.594 unidades entre 1934 y 1937, poniendo unos firmes cimientos en un segmento en el que todavía Opel tiene una gran popularidad.

Con dos opciones de carrocería y un habitáculo para cuatro ocupantes, el Opel 6 nacido en los años 30 es el primer paso de Opel en un segmento en el que se mantiene fuerte con el Astra.





El Seat Toledo Marathon regresa a la competición en Marruecos

El año pasado se impuso en el RallyClassics África con Toni Rius y Carles Jiménez, pero este año problemas técnicos en la transmisión lo han alejado de repetir victoria. Lo importante es que una de las joyas del departamento de Seat Históricas de la Nave A122 dirigido por Isidre López volvió a colocarse un dorsal en sus puertas.

Fue desarrollado durante la década de los 90, y aunque no llegó a tomar la salida en el Dakar, sí que participó, con éxito, en pruebas celebradas en suelo europeo. Se estrenó en una Baja Portugal y su primera victoria llegó a manos de uno de los mejores pilotos nacionales de la época, Josep María Serviá, en el Raid de Grecia de 1993. Esta victoria significó mucho más que el primer triunfo del Toledo Marathon, era el primer triunfo internacional para Seat en su historia.

En 1994 volvió a competir, y no se bajó del podio en las tres citas a las que acudió: Portugal, Baja Aragón y Grecia, en la que fue su última carrera hasta que Seat volvió a "engrasar" la unidad conservada y devolverlo a su hábitat natural, la competición.

Llegará al mercado antes de acabar el año

Terramar, el nuevo todocamino de Cupra, ya es una realidad

El modelo con el que Cupra va a competir en el segmento SUV-C ya ha sido presentado de manera oficial. Mide 4,57 metros, por lo que llegará para ocupar el hueco que dejará el Ateca (aunque esto no sucederá hasta 2026), y además de replicar el código de diseño que estrenó el Tavascan, va a apostar por las variantes electrificadas en su gama.

Por fuera, el Terramar tiene todas las papeletas para resultar tan revolucionario como lo fue el Formentor cuando llegó al mercado.

No es un SUV que pase desapercibido ni mucho menos. Para empezar, su aspecto le hace parecer más grande de lo que es en realidad.

Por dentro, a sus asientos de corte deportivo se añaden dos pantallas de generoso tamaño: 10,25 pulgadas para la que hace de cuadro de instrumentos y de 12,9 para la multimedia.

Pero el Terramar no es sólo un todocamino que transmite una sensación de deportividad asombrosa, también es capaz de cubrir las necesidades de las familias que se decanten por

este modelo. Además de un notable espacio para sus ocupantes, su maletero es capaz de ofrecer entre 400 y 508 litros, en función de la versión que se escoja.

Pero, ¿cuáles son esas versiones entre las que se puede elegir? Habrá un motor de hibridación ligera de 1.5 litros de 150 CV y uno de gasolina sin ningún tipo de asistencia eléctrica, de dos litros y 265 CV. Pero la que está llamada a ser la versión estrella de la gama es la eHybrid, híbrida enchufable, con 272 CV y hasta 120 km de autonomía eléctrica.



Un Skoda Elroq camuflado se asoma en La Vuelta

La última etapa de la 79 edición de La Vuelta que se celebraba en Madrid en formato contrareloj individual tuvo muchos protagonistas. El español Enric Mas finalizó en tercera posición, el australiano Ben O'Connor, que lideró gran parte de la carrera, fue segundo, y el esloveno Primož Roglič hizo valer su condición de favorito para lograr su cuarta victoria en la ronda española e igualar a Roberto Heras. Pero los protagonistas no fueron sólo los de las dos

ruedas. Como ya hiciera en el Tour de Francia, un Skoda Elroq camuflado, el último modelo eléctrico de la marca, se unió a la caravana de La Vuelta para acompañar a los ciclistas. Este SUV compacto se presentará este otoño, estrenando el lenguaje de diseño Modern Solid que veremos en los próximos modelos de la gama checa 100% eléctrica y cuyos rasgos ya se dejan ver en las nuevas generaciones de Kodiaq y Superb, presentados en la primera mitad de este año.

Lleva a tu empresa más lejos con Hyundai.



En Hyundai sabemos lo importante que es la movilidad para tu empresa. Por eso te ofrecemos los vehículos que mejor se adaptan a tus necesidades para que tu negocio nunca se detenga. Como el Nuevo Hyundai TUCSON, totalmente renovado con un diseño espectacular, una amplia gama de motores y tecnologías que lo convierten en el compañero perfecto para el día a día. El Nuevo Hyundai KONA, elegido Mejor Coche del Año 2024 con su elegante y futurista diseño, tecnología y gran espacio interior. O el Nuevo Hyundai BAYON, mejorado con un interior más espacioso y un diseño exterior robusto. Además, para que tu empresa no deje de avanzar sin preocupaciones, en Hyundai te damos 5 años de garantía, sin límite de kilometraje.



Con etiqueta ECO y 0 emisiones.



Gama Nuevo Hyundai KONA EV: Emisiones CO₂ combinadas (gr/km): 0 durante el uso. Consumo eléctrico (Wh/km): 146 (batería 48 kWh) – 166 (batería 65 kWh). Autonomía en uso combinado (km): 377 (batería 48 kWh) – 514 (batería 65kWh 17"). Autonomía en ciudad (km): 512 (batería 48 kWh) – 683 (batería 65kWh 17"). Gama Nuevo Hyundai KONA (Combustión y HEV): Emisiones CO₂ combinadas (gr/km): 103-159. Consumo combinado (l/100km): 4,5-7. Gama Nuevo Hyundai TUCSON (Combustión, HEV y PHEV): Emisiones CO₂ (gr/km): 29-158. Consumo mixto (l/100km): 1,3-7. Gama Nuevo Hyundai BAYON: Emisiones CO₂ (gr/km): Pendiente de homologación. Consumo mixto (l/100km): Pendiente de homologación. Valores de consumos y emisiones obtenidos según el nuevo ciclo de homologación WLTP. *Autonomía oficial conforme al Nuevo Ciclo de Conducción WLTP. La autonomía real estará condicionada por el estilo de conducción, las condiciones climáticas, el estado de la carretera y la utilización del aire acondicionado o calefacción). Modelos visualizados: Nuevo Hyundai TUCSON, Nuevo Hyundai KONA y Nuevo Hyundai BAYON. Más información en la red de concesionarios Hyundai o en www.hyundai.es

BMW y Toyota aúnan fuerzas para el desarrollo de vehículos de hidrógeno

El Grupo BMW y Toyota Motor Corporation desarrollarán conjuntamente el sistema de propulsión para vehículos con tecnología de pila de combustible de hidrógeno, creando sinergias para aplicaciones tanto

en vehículos comerciales como de pasajeros. El resultado de esta colaboración se aplicará en modelos individuales tanto de BMW como de Toyota y ampliará la gama de opciones de FCEV disponibles para los clientes, acercando la visión

de la movilidad con hidrógeno un paso más a la realidad. El primer modelo de la marca bávara impulsado por pila de combustible de hidrógeno está previsto que llegue al mercado en el año 2028.



Audi crea una plataforma social y educativa

Audi lanza Audicrea, la nueva plataforma social y educativa para fomentar la creatividad e impulsar la innovación entre los jóvenes españoles con la que la marca de los cuatro aros reafirma su compromiso social, tras una década apoyando el talento emergente para contribuir al progreso de la sociedad.

A lo largo de diez años, Audi ha apoyado la creatividad, la innovación y el emprendimiento entre los jóvenes de nuestro país. Ahora, la compañía da un gran salto y lanza esta nueva plataforma que continuará dando forma al futuro de la sociedad.

Land Rover celebra los 70 años junto a la Cruz Roja Británica

Land Rover y su Defender celebran los 70 años de su colaboración humanitaria, una fecha histórica en su relación con la Cruz Roja Británica y una de las asociaciones benéficas de este tipo más longevas. En la conmemoración del nacimiento de este movimiento fundado hace 160 años por Henry Dunant en Solferino, se ha entregado a la Cruz Roja Italiana un Defender 130 especialmente equipado para la respuesta ante emergencias.

Aston Martin Valkyrie

Alonso ya presume de su nuevo coche: un híbrido de 1.155 CV



Fernando Alonso, piloto de Aston Martin en la estructura de Fórmula 1 del equipo inglés, continúa peleando por la 33, y aunque no parece que este año la tenga al alcance de su mano, el asturiano sí puede decir que las noticias que se están generando a su alrededor desde la finalización del verano son muy positivas. Por un lado, se ha confirmado que Adrian Newey, gurú de la ingeniería de la Fórmula 1 y gran responsable de los triunfos de Red Bull en los últimos años, formará parte de Aston Martin a partir de la próxima temporada. Y de otra parte, ya ha estrenado su nuevo coche.

Se trata del Valkyrie, el modelo que Newey diseñó para Aston Martin antes de que la británica tuviera su propia estructura en la máxima categoría automovilística. Hablamos de una auténtica joya del diseño, decorado con el color verde de la escudería, que está equipada con un motor todavía más potente que su monoplaza "del trabajo". El Valkyrie monta un bloque V12, híbrido, con 6,5 litros de cilindrada y que alcanza una potencia de nada menos que 1.155 CV.

Este auténtico hypercar presenta distintos elementos fabricados en fibra de carbono, como el techo, la cubierta del motor o los elementos aerodinámicos inferiores, mientras que la insignia con las alas de la marca que luce el frontal de este Valkyrie es de titanio. Por dentro también se encuentra este exclusivo elemento, que se combina con detalles de Alcantara Pure Black y costuras en el color verde del exterior.

El precio del nuevo juguete de calle del piloto asturiano no está al alcance de todos los bolsillos, como cabe esperar. Es complicado conocer cuál es el valor exacto de esta unidad, pero se calcula que debe estar valorada, aproximadamente, en tres millones y medio de euros. Además, las malas lenguas dicen que Aston Martin no se lo ha regalado a su piloto, sino que le ha hecho pagarlo. De todos es conocida la afición de Alonso a tener en propiedad los coches de altas prestaciones de las marcas para las que corre, por lo que ya sean tres o cuatro millones, seguro que no le ha dolido tanto el realizar este considerable desembolso.

El nuevo vehículo 100% eléctrico **ID. BUZZ** **CARGO**



Vehículos
Comerciales

Es el International Van of the Year 2023

Ágil, totalmente eléctrico y con una conectividad de última generación.
El nuevo ID. Buzz Cargo se presenta al mundo con una eficiencia y estándares medioambientales extraordinarios, que lo convierten en un vehículo comercial a la altura de los retos del futuro. Por todo ello ha sido nombrado International Van of the Year 2023* por un jurado internacional independiente de expertos. Más información en volkswagen-comerciales.es/es/modelos/id-buzz-cargo



Volkswagen way to
ZERO



* El vehículo ID. Buzz Cargo fue elegido como International Van of the Year 2023 durante la votación de la International Van of the Year 2023 ("Logistra" número 9-10/2022). La ilustración del vehículo muestra equipamiento opcional. Gama ID. Buzz con motores EU6 consumo medio: 21 kWh/100 km. Emisión de CO₂: 0 g/km.



Volvo Cars y The Ocean Race, otros diez años de alianza para asegurar el futuro de los océanos

Volvo Cars y The Ocean Race comparten el compromiso para conseguir un futuro sostenible y la intención de ofrecer un cambio real en todo aspecto que sea necesario; y eso incluye la restauración y preservación de los ecosistemas naturales y la biodiversidad. Como socio de The Ocean Race durante más de 25 años, Volvo Cars ha desarrollado una afinidad natural con los océanos. Esta ampliación de la alianza va a permitir a la sueca trabajar en este interés común por la salud de los océanos y su repercusión crucial sobre las personas y el planeta. The Ocean Race y Volvo Cars seguirán, pues, uniendo fuerzas para contribuir a que se sigan redoblando los esfuerzos globales por restaurar y proteger ecosistemas marítimos importantes.



Inster, la apuesta de Hyundai para los desafíos de las grandes urbes

Las grandes ciudades requieren coches pequeños... y eléctricos. Esto es lo que han pensado los responsables de Hyundai para crear el Inster, un pequeño vehículo de corte urbano y carrocería tipo SUV, de 3,83 metros de longitud, que se mueve gracias a un motor eléctrico. El Inster es, además, un coche muy estrecho, de tan solo 1,61 metros, una distancia ideal para poder estacionar en los minúsculos huecos que se pueden encontrar en la calle.

Este pequeño y simpático modelo llegará a Europa, y la intención de Hyundai es que pueda hacerlo antes de que finalice este año. Se espera que su precio, además de su diseño, su modularidad y su capacidad de

carga en el maletero que rondaría los 300 litros, sea uno de sus alicientes. Y es que este sería un modelo que se podría comercializar por unos 20.000 euros para entrar en competencia directa con otros que ya existen en nuestro mercado, como el Dacia Spring o el nuevo Citroën C3 eléctrico.

En cuanto a su mecánica, el Hyundai Inster (que en Corea recibe la denominación Casper y que se ha convertido en un éxito comercial que ha superado todas las previsiones) montará un motor eléctrico que alcanzará una potencia de unos 90 CV y que se podrá combinar con dos opciones de batería, una de 35 y otra de 45 kWh, con lo que su autonomía rondará los 200 kilómetros en la primera y 300 en la segunda.



Apple proyecta los retrovisores al parabrisas

El gesto de retirar la vista de la carretera y desviarla a los retrovisores puede tener los días (o los años) contados. El gigante tecnológico responsable del iPhone ha registrado numerosas patentes relacionadas con el parabrisas, y una de ellas consigue integrar las imágenes de los retrovisores dentro de esta "gran pantalla" e interactuar con la mirada del

conductor. El sistema de Apple integra una o más pantallas en el parabrisas. Puede ser una laminada en la superficie exterior del cristal, que vaya integrada dentro del vidrio o en la que las imágenes se proyectan sobre el parabrisas y se reflejan hacia un ojo para que las vea un usuario. Otra patente es un parabrisas con realidad aumentada que muestre mapas y llamadas con FaceTime.

¿QUÉ OFRECE EUROTALLER A TU FLOTA?

Cobertura Nacional

No importa dónde esté ubicada tu flota, en EuroTaller estaremos cerca.



Calidad

Reducimos los tiempos de inmovilización gracias a la mejor formación y asistencia técnica:

- Cualquier marca, modelo o tecnología.
- Con la mayor base de datos online de averías del mercado: Datatecníc.
- Con el servicio más avanzado de telediagnóstico remoto.
- Con Garantía Nacional – Tu flota estará cubierta por garantía de reparación en toda España y Portugal.

Imagen

Una imagen homogénea y moderna para tus clientes.

Reparación y Mantenimiento

La plataforma online definitiva para la gestión de tu flota.



R&M
REPAIR AND
MAINTENANCE



www.eurotaller.com

¡Síguenos!



Cuestión de **Confianza!**

Ford Mustang GTD 2025

Ford presenta el Mustang más salvaje de toda la historia... ¡con 815 CV por 398.500 euros!

No se trata de una errata, no. El nuevo Mustang GTD 2025 que Ford acaba de desvelar está equipado con un motor sobrealimentado de ocho cilindros y 5,2 litros de cilindrada que ofrece un par máximo de 900 Nm y una potencia de 815 CV.

Este bloque mejora los propulsores Mustang anteriores ya que se beneficia del primer sistema de lubricación en seco de Mustang, que ayuda a mantener el motor lubricado en las curvas más exigentes.

Además de la potencia necesaria para alcanzar su velocidad máxima de 325 km/h (la más alta que alcanza cualquier Mustang que se haya fabricado en serie), el GTD también dispone de un sistema

de reducción de la resistencia aerodinámica que puede cambiar el ángulo del alerón trasero y activar alerones bajo la parte delantera del vehículo para encontrar exactamente el equilibrio adecuado entre el flujo de aire para la velocidad y la carga aerodinámica para el agarre, dependiendo de las condiciones de rendimiento.

Y como todo lo que corre se tiene que parar, este Mustang de increíbles prestaciones está equipado con frenos carbono-cerámicos y una suspensión interna-trasera con amortiguadores semiactivos, elementos que permiten que el Mustang GTD tenga todo lo necesario para conseguir la hazaña de hacer una vuelta al circuito de Nürburgring en menos de siete

minutos.

El fabricante del óvalo aún no ha confirmado cuántas unidades va a producir de este modelo, ni para el mercado norteamericano ni para el europeo, pero lo que sí parece claro es que, sean muchas o pocas, y a pesar de su precio, seguro que vuelan.

¿Qué cuánto cuesta un coche de más de 800 CV de potencia? Pues nada más y nada menos que se ofrece en el mercado español por 398.500 euros. Y como sucede con la potencia, no se trata de una errata, no: se queda al borde de los 400.000 euros. Pero no nos podemos quejar, pues en el mercado austriaco este mismo modelo alcanza un precio de 525.500 euros, a casi 645 euros el CV...



BYD refuerza su oferta con una amplia gama de vehículos comerciales

El gigante asiático BYD prepara el desembarco en el mercado europeo de un amplio catálogo de vehículos comerciales, eléctricos, como no podía ser de otra manera.

Como primicia mundial ha presentado en Europa un comercial ligero (LCV) diseñado de manera específica para este mercado. Denominado E.VALI, es una herramienta perfecta para el reparto de última milla gra-



cias a una autonomía homologada de entre 220 y 250 km.

Para el mercado europeo también ha presentado un vehículo de carga portuaria y aeroportuaria, el BYD EYT 2.0, además de otro de hasta 3,5t, BYD ETM6, ideal para cubrir las necesidades de distribución urbana con cero emisiones, que alcanzan un rango de uso de hasta 200 kilómetros y permiten una carga del 20% al 100% en sólo una hora.

Caser Renting

caser
Grupo Helvetia

Fiabilidad y fidelidad, la fusión perfecta



En Caser Renting la fiabilidad es clave: ofrecemos una flota moderna y segura, para que te olvides de mantenimientos o seguros. Nuestra fidelidad a tus necesidades garantiza soluciones personalizadas, optimizando tu movilidad con flexibilidad y confianza a largo plazo y unas ventajas únicas:



**GARANTÍAS ESPECÍFICAS
PARA CADA CLIENTE**



TARIFAS AD HOC



**RESPETUOSO
CON EL CLIENTE**



**PRIMA/ACUERDO
ESTABLE**



Lapierre y Alpine se vuelven a dar la mano para crear una nueva bicicleta MTB eléctrica

El fabricante de bicicletas y el de automóviles ya han colaborado en el desarrollo de bicicletas de carretera, y ahora toca dar el salto a la tierra. Para ello, han vuelto a sentarse para diseñar una bicicleta de montaña, la GLP III SE 2024. Se trata de una mountain bike de asistencia eléctrica que se inspira en los códigos de color del Alpine A290, el prototipo sobre el que se diseñó el Alpine A290, el nuevo deportivo urbano eléctrico de la marca de Renault Group.

Además de su nuevo color inspirado en el concept, la GLP III SE 2024 está equipada para ir más rápido y más lejos. Aderezada con el cuadro perimetral de carbono UD SLI y el motor Bosch Performance CX RACE, la versión de 2024 ve ampliada su autonomía gracias a la nueva batería Bosch de 800 Wh.

Esta imponente bicicleta está disponible desde el mes de agosto, y para disfrutar de ella hay que tener listos cerca de 10.000 euros.



Renault Estafette Concept

Así interpreta Renault cómo serán los comerciales de un futuro no tan lejano

Compacto, espacioso y, por supuesto, eléctrico. Y con el conductor como eje sobre el que pivota todo el diseño de un vehículo que ofrece lo último en seguridad y conectividad para aprovechar al máximo el tiempo, una de las claves del comercio online. Estas pocas palabras describen la esencia del prototipo Estafette que ha presentado Renault. Pero este concept propone más cosas...

Se convierte en un digno heredero del Estafette, el modelo del rombo nacido en 1959, con el que comparte muchos más aspectos que la practicidad. El modelo del siglo pasado supuso una revolución. Se ganó la simpatía del público gracias a sus faros redondos y fue el modelo que inauguró la arquitectura totalmente delantera (motor y transmisión) para toda la marca Renault, incluyendo también los turismos, para dejar el máximo espacio de carga en la zona trasera. Ahora, la plataforma eléctrica FlexEvan está llamada a revolucionar la oferta de vehículos comerciales actual.

Como su predecesor, este Estafette ha sido diseñado por y para los profesionales. En el año de su presentación Renault organizó incluso un

campeonato nacional de transporte para lanzar su Estafette. Dentro de dos años Estafette Concept se convertirá en un vehículo de producción.

Con 4,87 metros de largo y 1,92 de ancho, este prototipo tiene unas cotas similares a las de Kangoo L2. Al igual que éste, es capaz de aparcar en una plaza convencional, pero se muestra más ágil gracias a un radio de giro entre bordillos similar al de un Clio (ligemente superior a 10 m). Pero destaca por su mayor altura, se va hasta los 2,59 m, lo que le confiere una silueta muy vertical. Esta verticalidad ofrece al conductor la posibilidad de ponerse de pie en el interior para un desplazamiento fluido y cómodo entre el habitáculo y la zona de carga.



Porsche homenajea a su 11 con la creación de unas zapatillas

Porsche celebra el 50 aniversario del primer 911 Turbo con una serie exclusiva de 12 diseños de zapatillas, limitada a 911 pares por modelo y creada en colaboración con el fabricante de ropa deportiva Puma. Dos modelos de la serie presentan una conexión histórica con el fabricante de vehículos deportivos y están inspirados en sus elementos de diseño icónicos. La zapatilla "Turbo N° 1" se basa en el legendario Porsche que Louise Piech recibió como regalo en su 70 cumpleaños, en el año 1974, mientras la denominada "Turbo 930" rinde homenaje al 911 Turbo de Ferry Porsche de 1976. Las zapatillas de edición limitada "Turbo N° 1" y "Turbo 930"

ya están disponibles a un precio de 169 euros en la tienda online Porsche Shop, así como en la tienda del Museo Porsche en Stuttgart, Alemania.



¿Recuerdas cuando te preguntaron dónde te veías en 5 años?



Nuevo Tiguan

Algunos se imaginaban estando en lo más alto. Solo hay que ver el diseño, la tecnología y las etiquetas eco y cero del nuevo Tiguan para darse cuenta de que no estaban equivocados.



V4B
Volkswagen for Business

Gama nuevo Tiguan: consumo combinado WLTP (litros /100km) de 0,4 a 6,7. Emisión CO₂ combinado WLTP (g/km) de 9 a 175. Modelo visualizado: Nuevo Tiguan R-Line con opcionales.

Enfocado en el cliente particular

OK Mobility se lanza al negocio del renting con el respaldo de Santander Consumer Renting

OK Mobility amplía su ya extenso catálogo de servicios de movilidad con el lanzamiento de su nueva división de renting, bautizada como OK Renting, tras suscribir una alianza estratégica con Santander Consumer Renting, la cual contempla la creación de una joint venture entre ambas compañías con el objetivo de “revolucionar el sector del renting” dirigido a particulares mediante la creación de un “innovador servicio digital”.

Tras alcanzar un notable éxito con su fórmula de servicio de suscripción de automóviles, la compañía balear da así un nuevo paso y amplía la oferta de servicios de su plataforma de movilidad con el lanzamiento de OK Renting, con la que ya cubre prácticamente de manera integral las necesidades que sus clientes puedan precisar para sus desplazamientos.

La oferta de servicios de la plataforma de OK Mobility permite a sus usuarios optar libremente entre operaciones de alquiler de vehículos de 1 a 89 días de duración, servicios de suscripción de 3 a 12 meses y ahora se añaden las operaciones de renting para particulares en sus distintas moda-



Javier Collazos y Ángel Fernández, por parte de Santander, y Othman Ktiri y Raúl García en representación de OK Mobility, y posan juntos tras la firma de la alianza estratégica

lidades desde los 12 hasta los 60 meses de duración. Igualmente, permite a los usuarios comprar cualquier vehículo del mercado, tanto nuevo como usado.

El servicio que OK Renting ofrecerá a través de la plataforma de OK Mobility permite a los usuarios disponer de un producto de movilidad claramente diferenciado gracias al apoyo en el soporte de estas operaciones que ofrece Santander Consumer Renting, uno de los grandes especialistas del sector del renting español.

Las operaciones de renting que se pueden contratar en OK Renting cuentan con avanzadas posibilidades en cuanto a opciones de renting y configuraciones de las mismas. Así, los usuarios pueden optar por elegir su coche entre una muy extensa gama de modelos de vehículos nuevos, todos ellos certificados con el sello de garantía OK, que se ofrecen totalmente equipados y a precios muy competitivos. Para su contratación, basta seguir un rápido proceso de gestión digital

a través de la plataforma de OK Mobility, muy sencillo y dotado de una gran flexibilidad.

“El renting de particulares es una tendencia en alza y este acuerdo es una magnífica oportunidad para poder dirigirnos al mercado de particulares junto a OK Mobility, una compañía que destaca por su innovación y la globalidad de su marca, así como por su ‘lean approach’ hacia el cliente”, ha comentado el Executive Vice-president de Santander Consumer Finance España, Ángel Fernández de Bobadilla, tras el acuerdo alcanzado con OK Mobility para la puesta en marcha de OK Renting.

Por su parte, el CEO y fundador de la operadora de servicios de movilidad, Othman Ktiri, ha declarado que “OK Mobility es una marca que, por un lado, nos impulsa a seguir integrando nuevos servicios, y, por otro, nos conduce, fruto de la pasión, a desarrollar productos de movilidad pensados para las personas y sus necesidades reales de movilidad. Por estos motivos, incorporar una oferta de movilidad a más largo plazo era nuestro siguiente paso natural”.

Citroën Jumper y Opel Movano

Grupo Bimbo renueva su flota con más de medio millar de furgonetas de Stellantis

Stellantis ha realizado una entrega de un total de 530 vehículos comerciales al Grupo Bimbo, la mayor empresa de panificación a nivel mundial. Esta numerosa flota se compone de 300 unidades de Citroën Jumper y 230 de Opel Movano. Tanto las unidades entregadas por la marca de los dos chevroneos como las de la firma del rayo ofrecen la configuración Furgón, están equipadas con el conocido propulsor

BlueHDi de 140 CV y ofrecen sistema de arranque y parada automático del motor para reducir el consumo de combustible. Estos dos comerciales son reconocidos por su robustez y capacidad de carga y resultan los vehículos perfectos para operaciones logísticas intensivas, disfrutando, asimismo, de un interior con las mismas comodidades que se pueden encontrar en una berlina.



Acceso en las mejores condiciones para los conductores de la plataforma

BYD suministrará 100.000 vehículos enchufables a Uber para su operativa en mercados clave

BYD y Uber han alcanzado un acuerdo de colaboración estratégico a escala multinacional y de carácter plurianual mediante el cual el fabricante de vehículos chino ofrecerá a los conductores de la plataforma de movilidad vehículos tanto eléctricos como híbridos enchufables en las mejores condiciones financieras.

Dicha colaboración también contempla el desarrollo de futuros modelos de la marca asiática dotados de tecnologías de conducción autónoma que serán utilizados para los servicios que Uber ofrece en su plataforma, pero queda por encima de todo la previsión del suministro de un total de 100.000 nuevos vehículos enchufables a Uber para sus flotas operativas en los distintos mercados clave donde la plataforma ofrece sus servicios.

Inicialmente, estos vehículos estarán destinados a los mercados de Uber en Europa y los países latinoamericanos, y en una segunda fase incluirá las regiones de Oriente Medio, Australia y Nueva Zelanda.



Los conductores de Uber están optando por la electrificación a un ritmo cinco veces superior al de los usuarios privados

Asimismo, ambas compañías trabajarán juntas con el fin de lograr reducir los costes totales de propiedad de los vehículos enchufables para los conductores de Uber, acelerar la adopción de vehículos cero

emisiones en los servicios incluidos en la plataforma de movilidad a nivel mundial y, en especial, para poder proponer a sus millones de usuarios en todo el mundo viajes más respetuosos con el medioambiente.

¿Cuánto te cuesta tener un coche parado?

Somos especialistas en logística unitaria rodada



Entrega personalizada



Desplazamientos para mantenimiento



Reubicación de flota



Traslados compra venta



Devoluciones a campañas buyback



Repatriación de vehículos en países europeos



Entrega y recogida de vehículos de remarketing



Recogida por finalización de contrato



Servicios a medida

Déjanos sorprenderte, pide un **driiveme**

+34 911 98 81 15

comercial@driiveme.es

driiveme.es

VW Comerciales refuerza su oferta con los servicios de Elli



Volkswagen Vehículos Comerciales hace más atractiva para las empresas su herramienta de flotas ConnectPro con la integración de los servicios de recarga para vehículos eléctricos de Elli, marca perteneciente también al grupo automotriz alemán que ya da servicio a más de 1.000 clientes de flotas distribuidos entre 28 países europeos. Los servicios de carga integrados permitirán, entre otras cosas, reunir información de vehículos y datos de carga en una sola plataforma y gestionar las tarjetas de carga públicas.

Alphabet lanza la nueva versión de su 360 Fleet Portal

Alphabet ha renovado y actualizado sus servicios digitales con el lanzamiento de su nuevo 360 Fleet Portal, en el que reúne y concentra en un mismo y único espacio digital todos los servicios y herramientas puestos a disposición de sus clientes para la gestión de sus flotas y vehículos de renting. De esta forma, la compañía de renting y movilidad del Grupo BMW incrementa la flexibilidad que proporcionan sus servicios, además de favorecer una mayor facilidad y comodidad de uso en todas sus aplicaciones.

Las empresas del sector elevan sus compras un 24%

España, segunda potencia de un mercado europeo del rent a car que pierde interés en el eléctrico



El coche eléctrico no convence: hasta junio se adquirieron 10.000 unidades menos que en el mismo período de 2023

Las matriculaciones son uno de los indicadores, según Dataforce, de que el mercado europeo del rent a car está volviendo a la senda de la normalidad. La compañía especializada en estudios de mercado informa de que durante la primera mitad de este ejercicio las compras de vehículos por parte de las empresas de este sector se han elevado un 24% hasta alcanzar las 779.000 unidades. Así pues, una de cada diez matriculaciones europeas se corresponden a un coche de alquiler a corto plazo, pero todavía lejos de ese registro de 1,11 millones en el mismo período del año 2019.

Como segundo destino turístico mundial tras Francia, es lógico que nuestro país se

sitúe en los puestos de cabeza. Así, entre enero y junio, Dataforce contabiliza 152.000 nuevas unidades dentro de nuestras fronteras, solo superadas por las 190.000 de Alemania y por delante de las 132.000 del mercado francés, las 95.000 del británico y las 84.000 del italiano.

Otra circunstancia que pone de relieve Dataforce es el desinterés del turista y del viajero de negocios por el vehículo eléctrico. De tal forma, que su cuota sobre el total de matriculaciones en el sector RAC europeo ha caído desde el 6,4% hasta el 3,8%, lo que indica que en estos seis primeros meses las compañías alquiladoras han matriculado algo menos de 30.000 unidades de cero emisiones, 10.000 por debajo del año pasado.

Duplica sus gastos en amortización de vehículos

Avis mantiene su facturación pero firma unas pérdidas de 88 millones en el primer semestre

Avis Budget Group ha sellado el balance económico correspondiente al primer semestre del ejercicio en curso con un resultado neto negativo de 88 millones de euros, en clara contraposición con los 672 millones que se anotaba de beneficio entre los meses de enero y junio del año pasado.

Como en el resto de compañías con grandes flotas, la normalización de los precios en el mercado de segunda mano explica en buena medida este deterioro de sus resultados. Así, el renglón 'Amortización de vehículos y gastos de

arrendamiento' de sus libros de cuentas refleja unos gastos de 1.230 millones de euros que más que duplican los 575 millones de los seis primeros meses de 2023.

La alquiladora norteamericana ha conseguido mantener estables sus ingresos, cifrados en 5.030 millones de euros, apenas un 1% por debajo de los obtenidos en el mismo período del año anterior, mientras que la media de su flota de alquiler se situaba al cierre de junio en 686.265 vehículos, un 5% por encima del registro del primer semestre de 2023.

Desde uno a 36 meses de duración

Sixt y Sortimo lanzan una oferta de alquiler de comerciales con estanterías



Según Sixt, esta nueva propuesta de alquiler ayudará a las empresas a gestionar su flota de forma flexible, reducir el tiempo de inactividad y aumentar significativamente la rentabilidad

Sixt ha unido fuerzas con Sortimo para lanzar una nueva oferta de alquiler flexible de furgonetas y camiones específicamente ideada para proveer a las flotas de empresa de vehículos comerciales con sistemas de estanterías integrados en su interior.

Con la nueva propuesta elaborada conjuntamente por ambas compañías, los clientes podrán personalizar tanto la duración del alquiler del vehículo, en periodos de tiempo que van desde uno a 36 meses, como los sistemas de estanterías integrados a bordo del mismo para favore-

cer que la unidad se adapte por completo a las necesidades que precisan cubrir las misiones encomendadas a la furgoneta en la flota.

La nueva oferta desarrollada por parte de la alquiladora alemana elaborada en colaboración con el especialista en preparaciones y adaptaciones de vehículos Sortimo permitirá a las empresas ampliar o complementar su flota de forma mucho más rápida, sencilla, y flexible.

Desde unidades equipadas con su dotación estándar hasta otras altamente personalizadas con los equipamientos específicos que la actividad requiere, en apenas unos días tras efectuar la reserva del modelo el cliente recibirá sus vehículos.

OK Mobility entra en los mercados de Bosnia y Macedonia



OK Mobility anuncia la apertura de dos nuevas OK Stores en las capitales de Bosnia y Herzegovina y Macedonia del Norte, Sarajevo y Skopje, respectivamente, con lo que la compañía continúa con su plan de ampliación de presencia en el sureste de Europa. El auge del turismo en estos mercados ha provocado un repunte del 40% de la demanda de vehículos en alquiler.

AUTO1.com

Vende tus coches a profesionales a los precios más competitivos de Europa

- ✓ Aprovecha las diferencias de precios en más de 30 países
- ✓ La competencia entre más de 60.000 compradores profesionales aumenta el precio de tu coche
- ✓ Cada coche se vende individualmente para conseguir el mejor precio

¡Empieza ya!

www.AUTO1.com/es/vender

☎ 91 822 79 43 ✉ clientes@auto1.com



Golpe a la micromovilidad: adiós al patinete en la capital



El fenómeno de la micromovilidad como alternativa económica y sostenible para los desplazamientos de los ciudadanos ha recibido un duro revés con la revocación de las licencias otorgadas por el Ayuntamiento de Madrid a las empresas Dott, Lime y Tier Mobility, encargadas de gestionar los 6.000 patinetes de alquiler autorizados desde el año pasado en la capital, por reiterados incumplimientos en las condiciones establecidas en las autorizaciones.

Por encima del mercado en los test Euro NCAP

Seguridad 5 estrellas para casi 8 de cada 10 turismos registrados en renting



Las matriculaciones españolas en régimen de renting durante el primer semestre del año logran una media de 4,71 estrellas, superando las 4,57 que consiguen el resto del mercado

Como viene siendo habitual, la Asociación Española de Renting de Vehículos (AER) ha publicado un nuevo informe en el que se analizan los resultados de los test de seguridad realizados por el organismo independiente Euro NCAP de los turismos nuevos matriculados por el canal de ren-

ting a lo largo del primer semestre del año.

De dicho informe se extrae que los turismos nuevos que se han registrado en este canal han alcanzado una media de 4,71 estrellas sobre un máximo de cinco, por encima de las 4,57 estrellas que consigue el resto del mercado.

El informe de la patronal española confirma que el 77,19% de los turismos matriculados en régimen de renting ha recibido la máxima puntuación posible, cinco estrellas, frente al 72,14% de los turismos registrados por el resto del mercado, situando su ventaja en cinco puntos.

El presidente de la AER, José-Martín Castro Acebes, ha manifestado que desde el sector del renting se potencian las políticas de sensibilización y el empleo de sistemas de monitorización y telemetría de la conducción para garantizar una movilidad más segura. Además, ha remarcado que la principal aportación del renting *"es la juventud de su parque, con una media de edad de dos años, frente a los más de 14 del parque total"*.

La seguridad de los adultos recibe un porcentaje medio en los test de seguridad del 88,73%, la infantil del 84,32% y un 70,57% la seguridad de los peatones.

Desde el 70% actual

La flota corporativa de Arval será 100% eléctrica en 2025

La operadora de servicios de movilidad y renting del Grupo BNP Paribas dispondrá de una flota corporativa en España integrada



en su totalidad por vehículos 100% eléctricos a partir del próximo año, partiendo desde el 70% que representan este tipo de vehículos en la actualidad sobre un total de 150 unidades. Arval complementará la renovación de su flota con la instalación de cargadores eléctricos en los domicilios de sus empleados y en sus propias instalaciones.

De las marcas Citroën y Peugeot

Alphabet entrega más de 320 vehículos a la sanidad andaluza

Durante los próximos cuatro años, Alphabet será la compañía encargada de gestionar la movilidad del Servicio Andaluz de Salud (SAS) tanto para los traslados de su personal como del material sanitario. Y para ello aportará una flota de 323 vehículos de las marcas del grupo Stellantis, en su mayoría corres-

pondientes al modelo Citroën Berlingo, pero también del Peugeot Boxer y del Citroën C4, así como algunas unidades del Dacia Duster.



Balance del primer semestre del año

Arval sufre una caída del 10,6% en sus beneficios pero su flota supera ya los 1,7 millones de coches

Arval ha arrojado unos sólidos resultados a pesar de la gradual normalización de los precios de sus vehículos usados. Esta es la conclusión o el resumen que hace la operadora francesa de renting y movilidad de un primer semestre del año que ha saldado, no obstante, con un descenso de su beneficio neto del 10,6% hasta los 688,8 millones de euros.

Lo que podría parecer un resultado desalentador se encaja con naturalidad

en la compañía de BNP Paribas porque se achaca a circunstancias del mercado que afectan a todas las empresas flotistas. Las ganancias procedentes de la venta de las finalizaciones de contrato se cifran en 572,4 millones de euros, lo que supone una contracción del 27,5% respecto a lo obtenido en el mismo período del año anterior... y eso que se ha producido, asegura la compañía en un comunicado, *"un significativo incremento en el número de vehículos comercializados"*.



La flota de Arval incluye más de medio millón de vehículos electrificados, un 38,9% más que hace un año

Por lo que respecta a la flota financiada, a cierre de junio totalizaba 1,74

millones de vehículos, un 6,4% por encima del registro logrado doce

meses atrás. De ellos, 1,16 millones se encuadran en el segmento *corporate*, que crece en este período un 6,3%, mientras que el segmento *retail* alcanza las 532.827 unidades tras un alza del 9,5%. La empresa subraya que su flota incluye 508.949 vehículos electrificados (eléctricos puros e híbridos enchufables), un 38,9% más que en la primera mitad de 2023, con un notable incremento de los cien por cien eléctricos, que tras una mejora del 64,7% alcanzan las 206.899 unidades.

En sus primeros tres años en España

Leaseway supera los 3.000 vehículos de flota viva

Leaseway España, compañía dedicada al empleo de vehículos en alquiler como coches de sustitución para talleres, ya ha cumplido uno de los objetivos fijados en su libro de ruta a punto de cumplir su primer trienio de actividad: superar los 3.000 vehículos de flota viva en manos de sus clientes. Los principales, los talleres de reparación de automóviles, son el objetivo de una estrategia centrada en ofrecerles lo que necesitan en las mejores condiciones posibles, y ya son 850 los que han depositado su confianza en Leaseway.

Para Carlos Salas, director general & comercial de la compañía, el apoyo de las

redes de talleres colaboradores y de las marcas con las que trabajan —un total de 12, pero con la intención de que este número se vaya incrementando a corto plazo— es clave para continuar con su progresión ascendente, de igual modo que las ocho entidades financieras y bancos con los que Leaseway España colabora en la actualidad.

Salas cree que no será fácil lograr los objetivos fijados para final de año, que pasan por seguir creciendo en volumen como por *"lograr una rentabilidad que nos permita afrontar un 2025 en el que podamos consolidar todos los crecimientos marcados"*.

Aporta 90 unidades eléctricas

Skoda enciende la chispa del parque móvil de la Guardia Civil

Skoda ya ha contribuido con su granito de arena al impulso de la sostenibilidad en la flota de la Guardia Civil. Lo ha hecho proveyendo al instituto armado de 90 unidades de su todocamino de propulsión cien por cien eléctrico Enyaq, con más de 500 kilómetros de autonomía y 286

caballos de potencia en su versión 85x.

El director general de Skoda España, Fidel Jiménez de Parga, ha asegurado que *"en Skoda tenemos el compromiso de ayudar a instituciones y empresas a impulsar la movilidad cero emisiones"*.



Nombramientos

Antonio Calvo

Responsable Ventas Corporativas y RAC de Seat y Cupra



Los equipos de Ventas Especiales de Seat y Cupra España se fusionan bajo una misma estructura, comandada por Antonio Calvo desde su nuevo puesto de responsable de Ventas Corporativas, RAC y Gubernamentales.

Raquel Hernán

CEO de Drivalia y Drivalia Lease España



CA Auto Bank sitúa al frente de sus divisiones Drivalia y Drivalia Lease en España a Raquel Hernán. La nueva consejera delegada procede de Wible, donde ocupó el cargo de COO tras su paso por otras empresas como Accenture o Repsol.

José Luis Sanz

Vicepresidente adjunto Compra de Flota Enterprise



Director de Compra de Flota desde el año 2012, José Luis Sanz refuerza su posición en Enterprise Mobility España con su nuevo nombramiento como vicepresidente adjunto con responsabilidad en la Compra de Flota.

Antonello Curcuruto

Director comercial de Ligier Group



Tras más de dos décadas en la compañías, el director de las filiales de Ligier Group en España e Italia, Antonello Curcuruto, ha sido nombrado nuevo director comercial del grupo a nivel global en sustitución de Ludovic Dirand.

Francisco Berrocal

Director comercial de Toyota España



Francisco Berrocal vuelve a nuestro país para asumir la máxima responsabilidad en la Dirección Comercial de Toyota España, tras tres años en Toyota Motor Europe desempeñando el puesto de Head of Omnichannel and UCX.

Denominado CustomFit

Stellantis presenta su programa de personalización de comerciales



Stellantis ProOne, la división de vehículos comerciales del Grupo Stellantis, ha aprovechado su presencia en el salón IAA Transportation en Hannover (Alemania) para anunciar el lanzamiento de su innovador programa de personalización y conversión de vehículos comerciales, al que ha bautizado como CustomFit.

Con este nuevo programa, Stellantis ProOne busca consolidarse como el líder europeo en la personalización de vehículos comerciales.

La clave del programa radica en la integración de las modificaciones directamente en las líneas de producción, garantizando así una perfecta armonía entre las características tecnológicas del vehículo base y las personalizaciones solicitadas por cada cliente.

Esto asegura que las transformaciones cumplan con los más altos estándares de seguridad y calidad.

Uno de los puntos fuertes del programa es la colaboración de Stellantis con una red global de más de 400 socios certificados. Estos colaboradores permiten a la compañía ofrecer una amplia gama de soluciones personalizadas para los vehículos comerciales, adaptadas a las diferentes necesidades del mercado.

Y una de las grandes innovaciones de Stellantis CustomFit es la integración de una nueva plataforma digital que optimiza el proceso de personalización y mejora significativamente la experiencia del cliente. Esta plataforma digital no solo permite una mayor transparencia durante el proceso de conversión, sino que también agiliza los tiempos de entrega.

Un 58% de los gestores de flota utilizará la IA en los próximos cinco años

La inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático van a ser claves en el desarrollo de la organización de las flotas. Así al menos lo consideran la mayoría de los gestores de nuestro país en una encuesta realizada por Webfleet, proveedor de soluciones telemáticas de Bridgestone.

En concreto, el 21% de los responsables de flotas de nuestro país aseguran que la IA ya es un elemento que forma parte de su día a día (en el resto del mundo el

dato se eleva hasta el 23%) y el 37% tiene prevista su utilización durante los próximos cinco años (un 35% a nivel global).

Entre las aportaciones de la inteligencia artificial, el 68% de los encuestados españoles espera que con ella se pueda optimizar la planificación de rutas y la logística, el 53% confía en que se puedan automatizar tareas administrativas y de cumplimiento normativo y el 52% cree que se podrá mejorar la seguridad al volante.

Presentación en Europa de la gama PBV

Kia incluirá la telemática de flotas de Geotab en su nueva generación de comerciales

El Salón IAA de Hannover (Alemania) ha sido el lugar escogido por Kia para mostrar por primera vez en Europa su gama *Platform Beyond Vehicle* (PBV), una nueva generación de vehículos comerciales ligeros (LCV) de propulsión cien por cien eléctrica desarrollados para fines específicos que llegarán al mercado respaldados por asociaciones clave en las áreas de gestión de flotas y conversiones, entre otras.

Paralelamente a la exposición de los todavía prototipos PV5, PV5 People Mover, PV5 High Roof y PV7 —las versiones de producción del PV5 están previstas para el verano de 2025— el fabricante coreano ha desvelado una de esas primeras colaboraciones estratégicas: la que le une a Geotab, especialista en soluciones de vehículos conectados y gestión de activos, para ofrecer las mejores soluciones de gestión de flotas.

Como parte de esta cooperación, Geotab proporcionará una solución integral que incluirá una plataforma de control de flotas de marca blanca, una aplicación para los gestores de flotas, otra para los conductores e integración de infoentretenimiento

en los PBV de Kia. A todo ello se sumarán prestaciones adicionales, como funciones avanzadas de rutas para VE, con recomendaciones automáticas de paradas para cargar y Digital Key 2.0.

Asimismo, los servicios de Kia Charge estarán perfectamente integrados, de igual forma que los contratos de carga y la gestión de la facturación. De esta forma, los gestores de flotas podrán ver y administrar todas las facturas en función de los diferentes puntos de carga: pública, doméstica o en las instalaciones.

"Esta asociación tiene como objetivo prestar servicio a los gestores de flotas en sus operaciones diarias, pero también en la gestión estratégica de su parque", ha declarado Christoph Ludwig, vicepresidente para Europa de OEM y Leasing/Rental/Movilidad de Geotab.

Marc Hedrich, presidente de Kia Europe, ha manifestado que *"queremos mejorar todos los aspectos de la experiencia del cliente a través de una conectividad al mismo nivel, lo que implica proporcionar soluciones flexibles de datos que permitan una fácil integración en flotas multimarca sin necesidad de hardware adicional"*.



Como parte de esta alianza, Geotab se encargará de suministrar a Kia, entre otras cosas, una plataforma de control de flotas de marca blanca.

"Northgate, en la senda firme del crecimiento"

Raúl Lasso de la Vega, Gerente Nacional de Grandes Cuentas de Northgate

Las compañías de renting venimos acompañando a las empresas y profesionales en sus necesidades de movilidad, y poder proporcionar un servicio de calidad pasa por la capacidad de anticipación y adaptación a un sector en continuo cambio como es el del automóvil. Desde Northgate ofrecemos aquí un valor diferenciado en el sector del renting a nivel nacional: siendo flexibles no sólo en el servicio que ofrecemos, sino en el desarrollo de un modelo de negocio que siempre tenga en el centro al cliente, para poder garantizar un servicio que marque la diferencia y esté a la altura en este escenario cambiante. Este es el compromiso que hemos adquirido siempre con nuestros clientes, tanto profesionales como ahora también particulares: resolver cualquier necesidad que tengan de movilidad a través de un servicio personalizado, operativo, cercano, de calidad y con una disponibilidad inmediata en la entrega de vehículos. Nuestro modelo de negocio focalizado en el cliente nos ha hecho evolucionar y aumentar la capacidad de los servicios que ofrecemos además del renting flexible hasta convertirnos en un proveedor integral de servicios de movilidad con una gran presencia a nivel nacional.

Todo esto ha sido posible gracias a que hemos construido una infraestructura única en el mercado, con 30 delegaciones repartidas por toda España, incluida Canarias y Baleares, una amplia flota de 65.000 vehículos, una red de 40 talleres propios y más de 3.000 talleres concertados.



Unos datos que no paran de crecer, con los que aumentamos la capilaridad de nuestra red y nos acercamos a los clientes de todo el panorama nacional.

Estos fuertes cimientos que hemos construido en Northgate dan lugar al momento de crecimiento y expansión a nivel nacional sin precedentes con la apertura de nuevas delegaciones en distintas regiones de la geografía española. Así, en lo que va de año hemos inaugurado nueva sede en León, hemos abierto la tercera delegación en Cataluña, en Parets del Vallés, con una inversión de 37 millones y medio de euros. Y más recientemente hemos inaugurado unas nuevas instalaciones, más amplias y mejor comunicadas, en El Puerto de Santa María (Cádiz). De esta manera, consolidamos nuestra presencia en toda España, con una oferta de servicios de renting flexible a usuarios profesionales y particulares a nivel nacional garantizando la movilidad que necesita cada usuario, con soluciones personalizadas, innovadoras y accesibles.

SEAT IMPULSA A LOS CUERPOS Y FUERZAS DEL ESTADO CON 98 UNIDADES DE ATECA



A

lo largo del mes de septiembre, Seat ha completado la entrega de 98 unidades de Seat Ateca 2.0 TDI 150 CV, acabado Style XL, que llega equipado con kit de detenidos, para la Dirección General de la Guardia Civil. Este casi centenar de vehículos estarán al servicio de las distintas comandancias territoriales de la Benemérita repartidas por todo el territorio nacional. El todocamino del segmento medio de la firma española, que recibió una actualización tanto estética como tecnológica en 2020, destaca por su gran fiabilidad y robustez, además de por un comportamiento dinámico sobresaliente.

Un vehículo ágil, fiable y bien equipado
Las unidades que llegan al parque móvil de la

Guardia Civil, además del sobradamente conocido motor diésel de 150 CV, están vestidas con el acabado Style XL, muy similar al de la terminación Style Special Edition, que es el acabado de acceso a la gama. Esta versión, que dispone de un precio muy contenido, presume de un equipamiento de primer nivel, que destaca por ofrecer una gran dotación tecnológica.

El todocamino español es un vehículo que se adapta a la perfección a las especiales necesidades que precisan los cuerpos de seguridad, y ya está presente también en flotas de la Policía Municipal de Madrid, Policía Nacional, Mossos de Esquadra, Policía Autonómica de Canarias o Policía de Las Palmas de Gran Canaria, entre otros.

El todocamino de la firma española cubre todas las necesidades prestacionales, de espacio y logísticas que precisa la Benemérita



**TODOS LOS COCHES
ENTREGADOS**

Daniel Sáenz de Buruaga, Corporate Fleet Sales Manager de Seat, fue el encargado de hacer entrega de las 98 unidades de Ateca a la Guardia Civil.

Ignacio Fernández

DIRECTOR DE LA FUNDACIÓN RACE

“GRACIAS AL CONOCIMIENTO DE LA SEGURIDAD VIAL SE PUEDE LOGRAR QUE LOS DESPLAZAMIENTOS AL TRABAJO SEAN MÁS SEGUROS”

El director de la Fundación RACE, Ignacio Fernández, nos habla de cómo trabajan para reducir la siniestralidad vial en las empresas. Para ello, el Club ha creado su programa de Responsabilidad Vial Corporativa a través del cual, y con los datos que obtiene del análisis de las empresas, desarrollar Planes de Movilidad Segura y Sostenible 'ad hoc', que contienen recomendaciones para la mejora de la movilidad de los trabajadores, la reducción del impacto de la siniestralidad y la optimización en la gestión de flotas.

Las cifras de siniestralidad en nuevas carreteras no se están reduciendo. Sin embargo, desde muchos ámbitos se está trabajando para lograrlo ¿Qué más se puede hacer?

- Además del trabajo que muchas entidades venimos desempeñando para concienciar y sensibilizar a la sociedad sobre la necesidad de

desarrollar comportamientos viales responsables, en el ámbito empresarial la movilidad, y por tanto la seguridad vial, son factores que pueden resultar determinantes para la competitividad de la propia empresa. De ello estamos convencidos en el RACE que, a través de su Fundación, gestiona todas las actuaciones que nuestro club despliega en el ámbito de la movilidad y la seguridad vial. Por este motivo, ideamos hace algún tiempo el concepto de Responsabilidad Vial Corporativa (RVC), que hoy se ha consolidado como un Programa de Acompañamiento a las Empresas que la Fundación RACE ofrece a todo tipo de organizaciones, y bajo el que se integran todos aquellos esfuerzos que una corporación desarrolla para mejorar la movilidad en el ámbito de su actividad empresarial, con especial foco en la reducción de la siniestralidad vial corporativa y el impacto que los accidentes de tráfico pueden llegar a generar en su entorno.

- ¿Cuáles son las palancas a través de las cuales su programa mejora la gestión de la

movilidad segura de una empresa?

- Las principales palancas sobre las que desarrollamos nuestro Programa de Responsabilidad Corporativa son la sensibilización y la formación integral a todos los niveles de la organización y para todos los miembros de la empresa, con especial atención en los niveles con responsabilidad en la toma de decisiones corporativas.



RESPONSABILIDAD VIAL CORPORATIVA

La Fundación RACE dedica su esfuerzo a mejorar la movilidad en el ámbito empresarial y en la reducción de su siniestralidad.

Todo ello desde la convicción de que, a partir de un entendimiento y conocimiento más profundo de las cuestiones referidas a seguridad vial, se lograrán comportamientos viales más seguros en los desplazamientos diarios “desde” y “hasta” el centro de trabajo, así como en todos aquellos otros desplazamientos que, diariamente, llevan a cabo los empleados de la compañía que utilizan vehículos de flota en el desempeño de su actividad laboral.

En segundo lugar, desarrollamos una detallada labor de consultoría e investigación que nos permite elaborar un diagnóstico afinado de la situación de la movilidad en la empresa. Basándonos en la recopilación y el análisis de datos y evidencias, elaboramos un completo mapa de situación y diseñamos un Plan de Movilidad Segura y Sostenible para la organización, que incorpora recomendaciones para la mejora de la movilidad de los trabajadores, la optimización en la gestión de flotas, la reducción del impacto que la siniestralidad vial tiene en los resultados de la compañía o la implementación de entornos laborales seguros en los accesos al centro de trabajo, zonas de carga y descarga o aparcamientos.

Se trata, en última instancia, de un programa 360º, transversal y de evaluación continua que, asimismo, se proyecta hacia el exterior, dando visibilidad a los compromisos asumidos y los recursos dedicados por la empresa para mejorar la seguridad vial de sus empleados, colaboradores y entorno relacional, mediante la divulgación de las políticas y buenas prácticas implementadas a nivel corporativo, con el consiguiente impacto social y de mejora de la reputación e imagen pública de la compañía que ello comporta.

- ¿Cuáles son los beneficios de este tipo de programas para las empresas?

- La implementación del Programa de RVC de la Fundación RACE genera retornos totalmente tangibles en las empresas, incidiendo de forma positiva en diversas áreas de la compañía y, muy especialmente, en el rendimiento del negocio.

La aplicación de políticas de Responsabilidad Vial Corporativa tiene un efecto demostrado y directo en la salud y el bienestar de los empleados de la organización. Pero, además, comporta efectos multiplicadores desde el punto de vista financiero y económico, con un impacto directo en la cuenta de resultados derivado de la reducción de gastos de personal por absentismo y bajas laborales, contribuyendo decididamente a la reducción de otras líneas de coste por la optimización de consumos y tiempos, y la mejora en la gestión de flotas y suministros de la empresa.

Asimismo, este tipo de actuaciones inciden de forma directa en la mejora de la reputa-



*La Fundación RACE
continúa poniendo en
marcha proyectos en
diferentes áreas, y en
todo el mundo, con el
claro compromiso de
lograr una movilidad
más accesible y
sostenible, pero
también más segura”*

ción corporativa y de la imagen pública de la empresa, ya que la sociedad valora de forma sobresaliente los esfuerzos que estas dedican para construir una sociedad mejor, con menos accidentes viales, más concienciada con la seguridad vial y que pone en valor la salud y el bienestar de sus empleados.

– ¿Qué otros proyectos tiene la Fundación RACE para dar proyección a su labor de impulso de una movilidad sostenible, segura y accesible?

– Además de diversas acciones y proyectos internacionales junto con la Federación Internacional de Automóvil (FIA), cabe destacar el papel de la Fundación RACE como gestor del Centro Internacional de Formación de Autoridades y Líderes (CIFAL Madrid RACE), que surge del acuerdo suscrito en el año 2017 entre el RACE y el Instituto de las Naciones Unidas para la Formación y la Investigación (UNITAR). Un centro que tiene como objetivo principal dotar a las autorida-

des públicas y líderes empresariales a nivel mundial de las herramientas necesarias para el mejor desarrollo de su actividad profesional en la gestión de la movilidad, el tráfico y el transporte.

En el entorno formativo, destacar también las actividades de la Escuela RACE de Conducción, con cursos de perfeccionamiento de la conducción para particulares, empresas y fuerzas y cuerpos de seguridad, tanto en España como en terceros países, con el objetivo de mejorar sus capacidades desarrollando una conducta al volante más segura y eficiente.

En definitiva, la Fundación RACE continúa emprendiendo con innovadores proyectos en diversos ámbitos y en los cinco continentes, con un compromiso y objetivo claro de reducción de la siniestralidad vial, y abogando por una movilidad más accesible, segura y sostenible en la que el usuario de la vía se ubica en el centro de todas nuestras iniciativas.

DISFRUTAR DE UN CR-V, TODAVÍA MÁS FÁCIL GRACIAS A HONDA RENTING

El modo de disfrutar de un coche evoluciona. Empresas y particulares optan cada vez más por opciones a la carta gracias a las cuales evitan realizar un gran desembolso económico de una vez y pueden disponer de un vehículo a través de cómodas cuotas mensuales. En esta línea, Honda ofrece un producto, Honda Renting, enfocado a todo tipo de público con unas ventajas más que interesantes.

La manera en la que nos movemos está cambiando, tanto a nivel particular como de empresa. Los clientes buscan ahora acceder a un vehículo de una manera cómoda y sencilla, dejando a un lado gran parte de las preocupaciones que conlleva el tener un coche en propiedad, y en respuesta a esta demanda nace Honda Renting, un servicio que ofrece unos paquetes muy completos sin necesidad de tener que realizar grandes esfuerzos económicos y aprovechando todas las ventajas inherentes a la modalidad del renting.

Gracias a Honda Renting, el cliente va a disfrutar de un servicio que eleva el listón de la excelencia al conjugar la flexibilidad con todos aquellos servicios que se esperan de un arrendamiento a largo plazo, como el mantenimiento del vehículo, el seguro, las reparaciones... Todo ello a través de un servicio completamente personalizado con el que el cliente tendrá la capacidad de adaptar los kilómetros a realizar y la duración del contrato, sin tener, por otra parte, que realizar aportaciones económicas en forma de entrada o pagos iniciales. Y es que todo queda incluido en la cuota mensual, facilitando al máximo la movilidad del cliente, que tan solo se deberá preocupar de conducir.

El servicio de Honda Renting elimina la incertidumbre en cuanto a qué es lo que va a pasar con las restricciones de movilidad en las ciudades. Además, al poder cambiar de vehículo cada dos años se minimiza al máximo el riesgo de sufrir costosas y graves averías, o la depreciación del coche por el paso del tiempo. Otra de las grandes ventajas que ofrece este servicio es el poder disfrutar y aprovechar todos los servicios de posventa de una marca de la categoría de Honda y de su Red de Concesionarios Oficiales.

El acceso a un vehículo a través de Honda Renting permite aprovechar las ayudas que ofrece la Administración, tanto para empresas como para clientes particulares, a la hora de adquirir modelos electrificados. Y al finalizar el contrato, el cliente tiene en su mano qué hacer: puede cambiar su unidad por otra que se adapte más a sus necesidades, si es que estas han experimentado alguna variación (tanto si sus obligaciones laborales han cambiado como si la familia ha crecido), devolverlo y finalizar el contrato, extender la duración del contrato o bien quedarse con el vehículo.

Con todas las ventajas del renting

Honda Renting tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de todo tipo de público, tanto particular como empresa. Para el primero se ofrece, en una cuota única, un servicio de "todo incluido" que engloba el pago del seguro del coche, su mantenimiento, el cambio de ruedas, impuestos... el conductor sólo deberá afrontar su cuota mensual y el gasto de combustible. No obstante, se ofrece la posibilidad de pagar una entrada para reducir la cuantía de dicha cuota mensual. También se puede ajustar el kilometraje y la duración del contrato en función de las necesidades de cada cliente y, por supuesto, beneficiarse de todas las ventajas del Plan Moves. Para acogerse a esta ayuda hay que realizar la solicitud y, en el momento en el que se apruebe, el importe de la ayuda será descontado dividiéndolo entre las cuotas que resten del contrato.

Si en lugar de una persona con NIF el cliente es una empresa, a las ventajas ya anunciadas se suman algunas adicionales a nivel fiscal. De hecho, puede beneficiarse de una deducción de hasta el 100% en el impuesto de sociedades y en el IVA.

La flexibilidad y la personalización son dos de las características que diferencian el producto de renting ofrecido por Honda



HONDA CR-V

UN SUV PARA LOS CONDUCTORES MÁS EXIGENTES

Hablar del CR-V es hablar de éxito, el de un modelo que desde su lanzamiento en 1995 ha sido uno de los principales referentes de su segmento, el de los D-SUV. En la actualidad se comercializa la sexta generación de este interesante todocamino, que con respecto a sus antecesores muestra una extraordinaria evolución en todos los aspectos. Comenzando por el diseño de la carrocería, se distingue por su aspecto más agresivo y dinámico, pero conservando la elegancia que siempre lo ha caracterizado. También se puede apreciar un mayor cuidado en todos sus detalles, tanto en el exterior como en el interior, presumiendo de una calidad de acabado que lo ponen a la altura de los coches de su segmento denominados premium. Y todo ello manteniendo los valores que siempre lo han distinguido, como son su practicidad y su elevada versatilidad de uso, en base a un interior muy amplio y confortable. Honda también ha dado un paso adelante muy importante, tecnológicamente hablando, con esta nueva generación del CR-V. Este atractivo SUV ha entrado de lleno en la era de la electrificación, de modo que su gama contempla ahora dos eficaces sistemas de propulsión con tecnología híbrida. Uno de ellos es el Full Hybrid e:HEV, de tipo autorrecargable y con una potencia combinada de 184 CV, que destaca por contar con

dos electromotores. Esta opción está disponible con dos niveles de acabado: Elegance, asociado a la tracción simple al eje delantero, y Advance, con tracción a las cuatro ruedas.

El otro sistema de hibridación disponible es el denominado Plug-in Hybrid e:PHEV, con tecnología híbrida enchufable. También homologa una potencia total de 184 CV y cuenta con dos motores eléctricos, pero se destaca con una batería con una capacidad de 17,7 kWh que permite un rango de uso en modo eléctrico de hasta 82 km.

El Honda CR-V también da un impor-

tante salto evolutivo en el capítulo de la seguridad. Así, está equipado con nuevas funciones de asistencia a la conducción, muchas asociadas al Honda SENSING 360, un sistema que incorpora una cámara frontal y cinco radares distribuidos por diferentes partes del coche que permiten tener un control total de todo lo que sucede a su alrededor. Está asociado a la frenada de emergencia y la alerta por vehículos en el ángulo muerto, entre otras muchas, y junto al resto de sistemas de seguridad y de asistencia a la conducción que equipa de serie lo convierten en líder de su segmento en este capítulo.



TODOCAMINO PREMIUM

Su silueta y la calidad y el cuidado del detalle en su interior convierten a esta sexta generación del Honda CR-V en una clara alternativa entre los vehículos premium del cada vez más competido segmento D-SUV.

VENTAJAS DE LA ETIQUETA 0

La versión híbrida enchufable del Honda CR-V anuncia una autonomía eléctrica de más de hasta 82 kilómetros y se hace acreedor de la etiqueta 0 de la DGT, por lo que puede circular por todas las calles de cualquier ciudad.



José María Díaz

FLEET SOLUTIONS - NATIONAL SALES MANAGER DE CEPESA

“CEPSA ESTÁ PREPARADA PARA TODOS LOS CAMBIOS QUE HABRÁ EN LA MOVILIDAD EN LOS PRÓXIMOS AÑOS”

Cepsa se ha fijado el objetivo de ser uno de los principales actores del sector energético en el futuro. Y para ello está llevando a cabo un proceso de transformación con el que se postula como una compañía multienergética que apuesta por la electrificación, pero sin dejar de lado otras opciones. Asimismo, sus esfuerzos se dirigen también a ayudar a sus clientes corporativos en una transición que no siempre resulta sencilla.

RENTING AUTOMOCIÓN / FOTOS: PACO ALCOBENDAS

Los cambios en la manera en que nos desplazamos afectan a numerosos ámbitos: fabricantes de coches, conductores, empresas... y, cómo no, a las compañías energéticas. Para ellas, la historia también está cambiando. En el caso de Cepsa, de ser un referente en cuanto a los combustibles de automoción a transformarse en una compañía energética que no se restringe a la movilidad eléctrica. Su verdadera apuesta es el futuro, y por ello trabaja también en el desarrollo de otras alternativas como los biocombustibles y el hidrógeno verde. José María Díaz, Fleet Solutions - National Manager de Cepsa, nos habla de los pasos que está dando Cepsa en el canal flotista para acompañar a sus clientes en estos momentos (inciertos) de transición.

– Estamos en un punto crucial para el sector del automóvil y de la automoción. Cada vez son más las formas que encontramos para movernos, con muchos tipos de vehículos... ¿Cómo se enfrenta una compañía energética como Cepsa a un momento en el que es precisamente la energía uno de los principales cambios?

La movilidad está viviendo una transformación profunda, impulsada por la creciente demanda de soluciones más flexibles y sostenibles. La aparición de vehículos eléctricos y otros medios de micromovilidad ha diversificado enormemente las opciones de transporte. En este contexto, el concepto de Mobility as a Service (MaaS) está ganando terreno, ofreciendo a los usuarios la posibilidad de acceder a múltiples modos de servicios a través de una única plataforma. Cepsa, como proveedor de energía para la movilidad sostenible y facilitadora de soluciones de carga, está bien posicionada para jugar un papel central en este ecosistema, complementando los servicios de MaaS con ofertas energéticas personalizadas a las necesidades cambiantes de nuestros clientes tanto del mundo Corporate como el de las pymes y autónomos.

Como líderes en Cepsa, debemos adaptarnos rápidamente a un nuevo panorama donde la demanda y las formas de consumo energético están cambiando radicalmente. La clave estará en desarrollar estrategias innovadoras y colaborativas que nos permitan



*Antes de acabar este
año, ofreceremos
la posibilidad de
usar 6.000 puntos
de carga gracias a
la interoperabilidad
con Ionity, Zunder
y Endesa”*



participar activamente en la creación de soluciones globales de movilidad sostenible.

– Entre esas acciones, ¿cuáles se están implementando para afrontar este reto?

Queremos acompañar a nuestros clientes profesionales en la descarbonización de su actividad mediante soluciones adaptadas a sus necesidades y que contribuyan a un futuro más sostenible para todos. Por ello, la compañía pone a su disposición una oferta diseñada para que ellos decidan cuál utilizar según su situación específica.

Una de estas soluciones es la de recarga eléctrica integral e inteligente para todo tipo de compañías: desde empresas de logística y mensajería a compañías de otro tipo de sectores, incluyendo servicios e industria. Esta

iniciativa permitirá a las compañías recargar sus flotas tanto en sus propias instalaciones (at work) como en las Estaciones de Servicio de Cepsa (on the go), ofreciendo así una oferta completa de recarga que facilite la adopción de la movilidad eléctrica en el ámbito profesional.

Además, apostamos por la producción de moléculas verdes (fundamentalmente hidrógeno verde y biocombustibles de segunda generación, HVO), para facilitar la descarbonización tanto del vehículo ligero como del transporte pesado terrestre.

– ¿Y ese enfoque hacia la electrificación, hacia el hidrógeno verde, los biocombustibles es lo que denominan Positive Motion?

– Efectivamente. A través de nuestro plan

estratégico para 2030, Positive Motion, Cepsa proyecta su ambición de ser líder en movilidad sostenible, biocombustibles e hidrógeno verde en España y Portugal, y de convertirse en un referente de la transición energética. La empresa sitúa a los clientes en el centro de su actividad y trabajará con ellos para ayudarles a avanzar en sus objetivos de descarbonización.

– Todo esto es muy global, pues no sólo atañe al mundo automovilístico...

– Hablamos de la movilidad en el sentido más amplio. La transformación energética va más allá de los coches. Hablamos de transporte aéreo, marítimo... la repercusión que va a tener en todos los niveles.

– ¿Y si nos enfocamos en el canal de flotas?



Nuestra tarjeta STARRESSA se adapta a las demandas de cada tipo de cliente. Con ella, tanto autónomos como pymes y grandes empresas ven cubiertas sus necesidades”

su proceso de transición energética: desde asesoramiento sobre soluciones energéticas adecuadas a sus flotas, a servicios de consultoría orientada a mejorar su eficiencia energética, digitalización de todo el proceso para hacer su día a día más seguro y fácil, etc.

– Es decir, que Cepsa ya realiza un servicio de asesoramiento, o acompañamiento, a sus clientes. No van a ofrecer a nadie algo que no necesite...

Gracias a los acuerdos con nuestros partners, contamos con la mejor tecnología del mercado capaz de detectar, por ejemplo, el momento óptimo para cambiar la flota de



MOVILIDAD COLABORATIVA

José María Díaz es de los que apuesta por que todos los actores caminen de la mano hacia la movilidad del futuro.

– En este mercado no sólo queremos ofrecer los productos de energía eléctrica, HVO o, hidrógeno verde. También queremos crear una oferta de servicios que sitúe a Cepsa a la altura de lo que necesiten nuestros clientes para poder ofrecer un servicio transversal a todos ellos. Poner a su disposición una oferta global para dar respuesta a todas sus necesidades.

– Y entre esas necesidades, a un flotista no sólo le hará falta la energía necesaria para mover sus coches. ¿Cepsa también se encarga de ayudarlo a preparar todo lo que necesita para la electrificación de su flota?

Así es. Ponemos al cliente en el centro de nuestra actividad, lo que significa que hacemos todo lo posible por acompañarle en

combustión a eléctricos, o si, en función de sus recorridos o la zona geográfica donde se encuentren sus vehículos, se necesita dar el salto o todavía no le compensa. Nuestra verdadera vocación es acompañar a nuestros clientes y ser el mejor socio para impulsar su negocio.

– Además de este acompañamiento, Cepsa tiene una tarjeta, Starressa, que es mucho más que una forma de acumular descuentos o puntos...–

– STARRESSA es más que una tarjeta de descuento, podríamos decir que es un servicio que acompaña al cliente, no sólo en la transición energética, sino también en la gestión diaria. Está pensada para ser una herramienta más de trabajo.

Por un lado, la Tarjeta STARRESSA, es un medio de pago especialmente pensado para los clientes profesionales que ofrece todo tipo de soluciones. Tratamos de adaptar todo el portfolio a la segmentación de nuestros clientes: autónomo, pyme o gran empresa.

Con ella, nuestros clientes tienen acceso a: descuentos en carburantes y servicios adicionales, recarga eléctrica, 1.800 estaciones en la Península e islas, soporte 24/7, gestión de movimientos desde el Área Reservada, facturación electrónica y mucho más.

Por último, el Área Reservada está pensada para que los clientes puedan gestionar el día a día de su flota de una manera sencilla con nosotros. Les permite de una manera fácil e intuitiva, asignar y gestionar todas las tarjetas profesionales de su flota, consultar los movimientos o las facturas digitales proporcionándoles seguridad, agilidad y ahorro para su negocio. (susceptible de eliminar si queda largo)

– Ha comentado que los servicios que se ofrecen a través de Starressa son personalizados en función del tipo de cliente, pero ¿qué servicios son los que se pueden encontrar?

– En Cepsa otorgamos gran valor a los equipos comerciales.

Para los clientes Corporate, por ejemplo, hemos renovado toda la plantilla con profesionales que vienen del sector de la automoción y del renting, etc. Esto nos confiere un gran know how del sector servicios y de automoción para poder ofrecer al cliente esa visión 360 que necesitamos.

Además, las pymes están segmentadas porque tienen otro tipo de necesidades con

productos sencillos y descuentos importantes para seguir evolucionando.

– STARRESSA no es sólo una tarjeta física que se lleva en la cartera, también funciona a través de una app...

– En Cepsa queremos estar a la vanguardia de las soluciones digitales. Y uno de los objetivos es digitalizar todos los servicios que necesitan nuestros clientes a través de una App.

– STARRESSA, ya hemos comentado, sirve para ofrecer servicios de facturación, recarga, repostaje, peajes... ¿qué otros está previsto que se puedan añadir?

– Queremos incorporar lavados para aquellas empresas que lo deseen. También poder pagar la ITV, contar con un taller concertado con nosotros e incluso un plan de movilidad de carsharing con acuerdos que se están estudiando. Queremos que sea el modo de gestionar todos los ámbitos de movilidad que la gestión de flotas requiere.

– Uno de los problemas que encuentra el usuario de coche eléctrico, en especial el corporativo, es la diversidad de métodos de pago que hay para realizar una recarga. El que no haya un servicio estandarizado es un lastre. No sé si Cepsa trabaja en facilitar esta operación...

– Tengo un lema, y es que la movilidad del futuro o es colaborativa o no será. Necesitamos que la movilidad sea colaborativa. Y se necesita en muchos ámbitos. Es la única fórmula para avanzar.

Para mejorar la experiencia de nuestros clientes, hemos desarrollado nuevos servicios de digitalización: facilitamos el pago digital a través de la App, TPV y tarjeta RFID, válida tanto para las ES de Cepsa (acceso a pago de todas las energías, restauración y tienda) como para los cargadores de otros operadores con los que tenemos acuerdos de interoperabilidad.

Antes de que acabe el año tendremos la interoperabilidad para recargar en nuestras estaciones de servicio y en las de Ionity, Zunder y Endesa. En total, serán más de 6.000 puntos de recarga con un único medio de pago. Esto cambia el panorama de las recargas en España. De esta forma con una tarjeta se tendrá acceso a 1.600 puntos de estaciones de servicio de Cepsa y 6.000 de carga. Esta es la idea que tenemos, que esta





Cepsa es una compañía que ha avanzado mucho a nivel interno y comercial. Se han dado muchos pasos para cambiar su mentalidad y cultura y estar preparados para la movilidad del futuro”

tarjeta sea la más universal posible y llegar a cuantos más puntos de recarga, mejor.

– Hablamos de eléctricos, pero hay otras alternativas. No tardará en llegar el hidrógeno verde, los biocombustibles... Desde su posición, ¿cómo se enfoca esta diversidad, principalmente en el sector de las flotas?

Efectivamente en la movilidad del futuro la clave será la multienergía en la que la electricidad juega un papel muy importante pero donde también habrá otras energías como los biocombustibles o el hidrógeno verde.

En este sentido, estamos desarrollando el “Valle andaluz del hidrógeno verde”, el proyecto más ambicioso de hidrógeno renovable de España y uno de los más importantes de Europa, que permitirá acelerar la transición energética y conseguir una mayor independencia energética del continente. Un proyecto que cuenta con una inversión de más de 3.000 millones de euros contará con dos centros de producción de hidrógeno verde en nuestros Energy Parks de Palos de la Frontera (Huelva) y San Roque (Campo de Gibraltar, Cádiz). Las plantas tendrán una capacidad combinada de electrólisis de 2 GW y producirán hasta 300.000 toneladas de hidrógeno verde al año.

– Ya hemos hablado de la importancia que tiene el cliente en cualquier negocio. ¿Cómo encara Cepsa esta relación?

– Es uno de los valores principales, la idea es que el cliente esté en el centro de todo, de ahí la batería de servicios que hay a su alrededor. Además, realizamos unos análisis de las necesidades de las flotas y así podemos ver en qué puntos podemos mejorar.

– En ese acompañamiento, a la hora de electrificar la flota, ¿cuáles han percibido que son las principales trabas?

Las empresas que buscan electrificar sus flotas se enfrentan a varios desafíos. Entre los más comunes destacan la falta de infraestructura de carga adecuada, tanto en términos de disponibilidad como de ubicación y potencia. Además, existe una resistencia al cambio por parte de los conductores, debido al desconocimiento de los vehículos eléctricos y a la preocupación por la autonomía. Los costes iniciales de adquisición y la adaptación de los modelos de negocio también son obstáculos significativos. Sin embargo, el impacto que tiene en la memoria de sostenibilidad de las empresas, las ventajas como las bonificaciones gubernamentales y la mejora de la imagen de marca están impulsando cada vez más la adopción de vehículos eléctricos en las flotas.

– ¿De cuántos puntos de recarga dispone Cepsa?

– Cepsa dispone a día de hoy de más de 160 estaciones con puntos de recarga a disposición de nuestros clientes. Además, gracias a las alianzas que tenemos con otros operadores ofrecemos más de 6.000 puntos compatibles con nuestra tarjeta STARRESSA.

– En 2035, en teoría, no se venderán más vehículos de combustión. Si pensamos en Cepsa todavía visualizamos un lugar para repostar. ¿Cómo veremos a la compañía cuando llegue ese momento?

Con nuestra estrategia Positive Motion ambicionamos a convertirnos en referentes para la movilidad sostenible en España y Portugal antes del 2030.

Esperamos conseguir los objetivos marcados para el 2030 que implican la transformación completa de nuestro negocio energético para liderar la movilidad y la energía sostenibles y cumpliendo los compromisos de descarbonización para seguir construyendo junto a nuestros clientes y partners un futuro más sostenible y una sociedad mejor para todos.

En resumen, podría decirse que estamos trabajando para que las Estaciones de Servicio del futuro sean más versátiles, tecnológicamente avanzadas, orientadas a la sostenibilidad ambiental y centradas en ofrecer la mejor experiencia de cliente.

Eduardo Rodríguez

RESPONSABLE DEL CENTRO DE FORMACIÓN DE BOSCH AUTOMÓVIL

“LA LLEGADA DE LOS ELÉCTRICOS PUEDE GENERAR INQUIETUD, PERO ESTO SE ARREGLA CON FORMACIÓN”

Para un particular, quedarse sin coche durante unos días porque tiene que pasar por el taller es un disgusto. Para un gestor de flotas es un problema. Por ello, en Bosch se lleva a cabo un completo programa de formación del personal de talleres para agilizar la reparación y aprender a manipular los vehículos más nuevos, cada vez dotados de más tecnología y de sistemas de electrificación.

Bosch nació prácticamente al mismo tiempo que el automóvil, y desde entonces se ha dedicado a su desarrollo, creando multitud de soluciones para mejorar los coches y sus componentes, además de resolver los problemas mecánicos que puedan surgir. Con el cambio hacia una movilidad eléctrica y con vehículos dotados de una tecnología más compleja, la reparación de los mismos requiere de una formación concreta y específica. Y Bosch también se centra en este aspecto. La compañía pone una atención muy especial a la hora de formar a los técnicos encargados de reparar cualquier tipo de vehículo, sea térmico o eléctrico. Hablamos con el responsable de formación de Bosch, Eduardo Rodríguez, para que nos cuente cómo es el trabajo que se realiza para instruir al personal encargado de los talleres y conseguir una de sus máximas, que los coches estén el menor tiempo posible parados.

– La formación es un aspecto fundamental hoy en día, pero para Bosch no es algo nuevo...

– Es algo que está en nuestro ADN porque Bosch nace casi al mismo tiempo que el automóvil y llevamos más de 130 años inventando y desarrollando sistemas y componentes con el objetivo de que los coches sean cada vez más eficientes. ¿Y de qué sirve todo eso si cuando hay que reparar un vehículo el técnico no sabe cómo funciona ese sistema? Desde el principio de

nuestra actividad hemos dado formación a los talleres para que sepan cómo reparar estos sistemas que cada vez son más avanzados.

– ¿Es la formación uno de los aspectos más olvidados en todo lo que tiene que ver con la electrificación del automóvil?

– Los fabricantes de componentes lo que queremos es que los coches estén parados el menor tiempo posible y que los clientes recuperen su movilidad cuanto antes. Cuando se lanza una tecnología nueva como es ahora el vehículo eléctrico, por nuestra parte se prepara la formación y nos enfocamos en que haya la máxima información posible para la reparación.

– Con la llegada de los electrificados la complicación es máxima, tanto para el cliente como para los que tienen que dar un servicio de posventa. ¿Cómo se afronta la llegada de esta nueva opción de movilidad?

– El vehículo eléctrico es más sencillo que uno con motor térmico, y hace más de un siglo ya había taxis eléctricos en las ciudades. El problema es que sí que es un cambio para el sector, para los técnicos, los talleres... Cualquier cambio puede generar algún tipo de temor y respeto, pero eso se soluciona con formación y estando preparados.

– Cuando se piensa en la posventa del eléctrico se mira la dotación de los talleres, pero ¿tiene el mismo peso la formación necesaria a nivel personal?



Tener equipamiento y unas instalaciones adecuadas para reparar un vehículo eléctrico es clave, pero si el personal no tiene una formación adecuada se pueden generar muchos problemas”

- Las instalaciones y el equipamiento le van a permitir trabajar de una manera más cómoda, pero al final, si ese técnico no tiene la formación necesaria para enfrentarse a una avería y cómo repararla, es complicado. Con los eléctricos debemos tener en cuenta aspectos que hay que encarar con otra perspectiva, como la seguridad. Los procesos a seguir y la utilización de las medidas de seguridad que hay que adoptar para no tener problemas.

- Bosch es una firma pionera en aspectos de formación, pero ¿cómo funciona en realidad? ¿Es la compañía la que ofrece su catálogo de cursos o son los talleres los que llaman a vuestra puerta para completar su formación?

- Ofrecemos formación a talleres y a empresas del sector, y aparte tenemos nuestra propia red de talleres de Bosch Car Service. Para ellos hemos definido un programa de formación para el vehículo eléctrico. Llevamos más de diez años impartiendo cursos de vehículos eléctricos e híbridos.

- ¿Y cuáles son los tipos de cursos de formación que se ofrecen por su parte para esta tecnología?

- Se trata de un programa basado en tres niveles que intenta cubrir a todo el personal del taller. Desde el nivel 1, la recepción del vehículo y la seguridad que hay que tener para recibirlo, pasando por el nivel 2, que trata como reparar ese vehículo sin tensión en los componentes y con este nivel se obtiene el certificado técnico en alta tensión. Luego está el nivel 3, que es el más alto y que la certificación de experto en alta tensión. En este nivel se forma al taller en cómo reparar los componentes del vehículo eléctrico cuando éstos no se pueden desconectar. Definimos estos tres niveles y toda nuestra red se está formando para estar totalmente capacitada para poder reparar



Los coches eléctricos necesitan un trato especial. Con nuestros cursos de formación de tres niveles nuestra red está capacitada para reparar este tipo de vehículos”

vehículos eléctricos.

– ¿Qué resulta más complicado o en qué hay que hacer especial énfasis en estos cursos?

– Por un lado, refrescar todos esos conocimientos más básicos que se dieron en el momento de la primera formación, porque durante estos años no han tocado tanto los sistemas eléctricos.

Después, la concienciación de que hay que seguir unos procesos y una estandarización a la hora de enfrentarse a un vehículo eléctrico. No hay que tener miedo, pero sí hay que conocer las consecuencias y cómo hay que actuar en cada momento.

– Hace meses entró en vigor la obligatoriedad de que los coches que salen de fábrica incorporen unos sistemas ADAS. Desde Bosch también tenéis que enfocar su implementación a la hora de la formación...

– Así es. Tenemos sistemas para la calibración de estos ADAS, y en este sentido también tenemos que formar al taller. El problema es que si el vehículo acude a realizar una reparación y no se emplea el sistema de calibración puede que el coche esté reparado, pero el cliente puede acabar volviendo al taller ya que el coche se puede com-

portar de forma errática porque no procesa la información de la carretera de manera correcta.

– Si apuntamos al sector del renting y las flotas, ¿cómo se traduce la importancia de la formación?

– El cliente de flotas es más exigente ya que el coche es una herramienta más de trabajo. No se puede permitir que uno de sus vehículos esté parado más tiempo del necesario. Como conductores todos tenemos prisa en tener un coche, pero más el cliente corporativo. También valora más servicios de valor añadido que un cliente normal, que asume que el coche puede estar parado semanas y no espera un coche de sustitución. De cara a la posventa es importante destacar que los procedentes de flotas son vehículos muy modernos, con los últimos sistemas tecnológicos, y el taller debe estar preparado para su reparación. A lo mejor, estos coches empiezan a llegar al taller más tarde de parte de los clientes particulares, en el momento de hacer el primer mantenimiento, y hay que estar preparado con una buena formación.

– Los coches han evolucionado mucho en un plazo de apenas cinco años. En el aspecto de formación,

supongo que ha habido que correr a la misma velocidad que la tecnología...

– Hasta hace cinco años la evolución ha sido constante, en especial en lo que suponen emisiones. Con la llegada del eléctrico se ha congelado la evolución de los térmicos, pero se han añadido muchos más sistemas de seguridad y conectividad que exige más conocimiento al taller.

– ¿Cómo son los tipos de formación que se imparten en Bosch?

– Impartimos formación tanto presencial como online. Creemos que la online no puede sustituir completamente a la presencial al ser materias técnicas, y hay que tocar y probar in situ. Nuestros cursos tienen una parte teórica y otra práctica. En cuanto a niveles, disponemos de un programa de capacitación en el que el objetivo es alcanzar el TÍTULO DE TÉCNICO EN SISTEMAS BOSCH en cinco años. Son 14 cursos que hay que ir superando y al terminar hay que realizar una prueba. También tenemos un curso que concentra en un mes todo lo que se necesita para tener esta titulación. Hay muchos talleres que vienen buscando esto, y en cuatro semanas han hecho toda la formación.

– ¿Cuánta gente se forma al año con vosotros?

– El año pasado formamos a 2.500 personas a nivel

**EL ELÉCTRICO,
UN COCHE
ESPECIAL**

Eduardo asegura que los coches eléctricos requieren un trato distinto a los de combustión en materia de seguridad.





PRÓXIMO PASO, LA REPARACIÓN DE LAS BATERÍAS

En los eléctricos, la batería es, con diferencia, el elemento más complicado y costoso, pero en Bosch ya están trabajando en la formación del personal de taller para conseguir repararlas sin necesidad de que tengan que ser sustituidas.

técnico, y este año vamos a superar ese número.

- ¿Cuál es el feedback que tenéis de esa gente que realiza su formación de la mano de Bosch?

- Nosotros realizamos encuestas de satisfacción. La valoración se realiza sobre cinco y nuestra puntuación es de 4,8. Además, la gente también comenta qué es lo que les resulta más interesante, y suelen coincidir en indicar que los cursos de nivel 3 para vehículos eléctricos es uno de los aspectos que más les gustan porque entran en contacto con una tecnología muy nueva y es un curso muy práctico en el que están en contacto directo con los elementos de estos coches, como las baterías. Este es uno de los cursos más valorados y lo tenemos siempre con lista de espera para formarse.

- Hablamos de tecnologías modernas, ¿quiere decir esto que los cursos también se van actualizando año a año? ¿Alguien que ya haya superado toda la formación puede seguir con vosotros incrementando su formación con nuevos cursos?

- El curso de híbridos que impartíamos hace diez años no tiene nada que ver con el que hacemos ahora, va evolucionando. Nosotros lo que hacemos es ir acordes al mercado. Las marcas ahora sacan coches híbridos con mayor tecnología eléctrica y nuestros cursos están en esa línea.

- Los eléctricos tienen un mantenimiento muy diferente al de un térmico, y aunque puede resultar más

económico el precio de una batería que haya que sustituir puede ser un problema. ¿Son un elemento que se pueda reparar de una manera sencilla? ¿Trabajan en la formación de personal para repararlas?

- Estamos trabajando en formación sobre reparación de baterías. Efectivamente, el problema de una batería puede estar centrado en una de sus celdas y no es necesario cambiarla entera con el gasto de recursos que conlleva al medioambiente y el de recursos económicos para un propietario.

- ¿Se está aprendiendo a reparar baterías?

- Trabajamos en ello y en tener equipamiento para repararlas. Mejorar la esperanza de vida de un eléctrico cuando va perdiendo valor puede ser algo muy interesante para que la gente se plantee de una manera más positiva la adquisición y uso de estos coches. Esperamos poder tener ese curso el próximo año.

- Además de los eléctricos, están llegando otras nuevas tecnologías como el hidrógeno, que también son el futuro...

- Así es. Esperemos que pronto podamos ver cómo estos vehículos empiezan a llegar de forma real. Creo que será primero en vehículos comerciales, más pesados, en los que depender sólo de baterías significa sacrificar mucho peso para tener cierta autonomía. Bosch trabaja con fabricantes de vehículos en

desarrollar sistemas de hidrógeno, tanto fabricando pilas de combustible como inyectores de hidrógeno y otros sistemas. En cuanto a formación, estamos trabajando con fabricantes de vehículos industriales.

- Como formadores siempre tenéis que ir ese pasito por delante de las tecnologías que llegan al mercado...

- Tenemos que ir a la par. Técnicamente tenemos que conocer todo, y como somos desarrolladores de sistemas lo sabemos antes de que llegue al mercado. Pero hasta que ese vehículo no esté en la calle y alguien lo tenga que reparar no es necesario tener que formar a los técnicos.

- Cuando hablamos de los eléctricos, siempre decimos que falta estructura de recarga, que sus precios son muy elevados... En cuanto al tratamiento que pueden tener en un servicio de posventa, ¿estamos al nivel que necesitan estos coches? ¿La formación que hay es la apropiada?

- No puedo hablar por todos los talleres, pero los nuestros sí que disponen de personal capacitado para la reparación de vehículos eléctricos. Los de Bosch son los mejores talleres en cada zona y estamos tranquilos porque están capacitados. No habrá problema en llevar un coche, ya sea de combustión, híbrido o eléctrico a una instalación de Bosch Car Service.

LA SUBIDA DE COSTES ENTURBIA EL AUMENTO DE LA DEMANDA

UN BUEN VERANO PARA EL ALQUILER, PERO NO “EXCEPCIONAL”

Este ha sido un año de máximos históricos en la entrada de turistas extranjeros: 53 millones hasta julio, pulverizando el récord de 2019. Debería, pues, haber sido un año “excelente” para las alquiladoras, pero desde la patronal lo rebajan simplemente a “bueno”. El incremento de la competencia, la escasez de vehículos, la reducción de la estancia media que acorta los días contratados y la debilidad del cliente nacional han mermado las expectativas. Aunque el principal problema con el que se enfrenta el sector son los aumentos de los costes.

ENRIQUE SAN JUAN



Este año ha habido récord histórico de turistas extranjeros. Entre enero y julio han cruzado las fronteras 53 millones y se supera el anterior máximo de 48 millones alcanzado en 2019, según recoge el INE. Unos datos que continúan al alza, pues en agosto se han sumado otros 11 millones, esta vez con información de la Secretaría de Estado de Turismo. Con semejante avalancha, este verano debería haber sido «excepcional». Sin embargo, se ha quedado en «bueno», según insiste Juan Luis Barahona, presidente de Feneval, la patronal de las compañías de alquiler de vehículo.

«Han entrado muchos turistas, en parte por los conflictos en otras potencias turís-

ticas del Mediterráneo que han impulsado la demanda de los países del Sur de Europa», reseña como positivo. La otra cara, no tan positiva, es que este año se ha agudizado la competencia, con más vehículos en el mercado. El fin de la crisis de los microchips, que deprimió la llegada de unidades a las empresas de alquiler, ha permitido la recuperación de la producción de las fábricas automovilísticas. El rent a car compró de enero a agosto del pasado año 114.542 turismos y en 2022 se derrumbó a 75.292, según los datos de MSI. Este año han recibido de los fabricantes 151.866 turismos, lo que ha convertido el canal alquilador en la estrella de año, con crecimientos que superan el 30%, en contraste con un mercado deprimido que

registra un 4,6% de subida en las matriculaciones.

Todavía faltan coches

Pero no son suficientes para el sector. «Han mejorado las relaciones con los fabricantes, pero el mercado se normalizará completamente en 2025», señala Barahona. Los datos lo corroboran. Con un récord histórico de extranjeros que visitan España, los cerca de 152.000 turismos matriculados se quedan cortos si se tiene en cuenta que con algo menos de entradas el sector adquirió 204.540 turismos en 2019. Aunque hay un matiz imprescindible: entran más turistas, pero con estancias más cortas, lo que suponen menos días de contrato, algo que

ya se empezó a notar antes de la pandemia. En 2019, el 21,3% de los turistas que visitaron España pernoctaron entre 8 y 15 días y en 2024 se ha reducido al 19,8%, según los datos del INE. Lo que ha provocado que, frente a una estancia media de 3,65 pernoctaciones en julio de 2019, se haya reducido a 3,47 el mismo mes de este año. La buena noticia es que, tras un fuerte descenso en 2022 (2,66 días en ese mismo mes), ha ido remontando, poco a poco cada año, hasta la media de 3,47 días de 2024.

Las matriculaciones son un testigo excelente de este descenso de la contratación por días, pues en 2018 —con 800.000 turistas menos—, el sector del alquiler matriculó casi 10.000 coches más que en 2019. Un descenso que ha continuado hasta esos 152.000 turismos, aunque, como señalan desde el sector, este año hubiesen necesitado más coches.

Mayores costes

Aun así, la competencia se ha agudizado y las implacables leyes del mercado dictan que cuando la competencia se acrecienta, los precios se resienten. Primer problema que ha rebajado el verano de «excelente a



MAYOR ROTACIÓN
Este verano se ha observado cómo continúan reduciéndose los tiempos de alquiler, lo que lleva a una mayor rotación.

comprarlos a mayores costes. También influirá la compra, cada vez más frecuente, de unidades híbridas normales, demandadas por los clientes del alquiler que, sin embargo, siguen sin querer unidades

MATRICULACIONES
TURISMOS ENERO-AGOSTO

	Alquiler	Mercado	(%)
2024	151.866	671.551	22,6
2023	114.542	642.580	17,8
2022	75.292	533.042	14,1
2021	135.931	588.313	23,1
2020	77.706	524.706	14,8
2019	204.538	883.649	23,1
2018	213.232	973.542	21,9

PARQUE ALQUILER
(TURISMOS-LCV)

	Unidades	Max. Mens
2023	545.965	Octubre
2022	511.690	Octubre
2021	520.056	Noviembre
2020	537.526	Agosto
2019	820.456	Julio

FUENTE: FENEVAL

LLEGADA DE TURISTAS
(ENERO-JULIO)

	Millones	a/a (%)	Por aeropuerto a/a (%)	
2024	53,4	12,0	44,5	14,2
2023	47,7	20,9	39,4	19,5
2022	39,4	301,0	33,0	350,0
2021	9,8	-25,7	7,3	-29,8
2020	13,2	-72,4	10,4	-73,9
2019	48,0	1,8	40,0	2,7
2018	47,2	0,5	39,9	0,5

FUENTE: INE

ENTRADAS Y SALIDAS PASAJEROS JUNIO-JULIO-AGOSTO

	Total	% a/a	Nacionales	% a/a	Internacionales	% a/a	% Nacional
2024	93.459.823	8,5	27.989.730	4,4	65.264.056	10,3	29,9
2023	88.157.328	12,0	26.814.685	5,9	59.155.394	11,3	30,4
2022	78.696.000	85,5	23.329.000	32,8	53.170.000	129,7	29,6

FUENTE: AENA (LA CIFRAS NO CORRESPONDEN CON NÚMERO PASAJEROS AL SER ENTRADAS Y SALIDAS)

Matriculaciones. Con un récord histórico de extranjeros que visitan España, los cerca de 152.000 turismos matriculados se quedan cortos si se tiene en cuenta que con algo menos de entradas en 2019, el sector adquirió 204.540 turismos



hay que ganarles más dinero mientras todavía están en alquiler, algo complicado por la mayor competencia y por los contratos más cortos, que exigen una mayor rotación», dice el presidente de Feneval.

Una mayor rotación que añade un incremento de los costes, pues la gestión de la flota se encarece al aumentar las operaciones de mantenimiento y puesta a punto, como la limpieza del coche, las gestiones de entrega y recogida, lo que ha exigido este verano más mano de obra, o un posible incremento de los días que permanecen parados y, por tanto, sin facturar. A lo que se suma un aumento en el precio de los seguros y de la energía.

Un encarecimiento que se agudizará el próximo año con los nuevos concursos de AENA para poder contratar y entregar y recoger los coches en los aeropuertos. De media, según Barahona, cada empresa de alquiler deberá desembolsar medio millón de euros por aeropuerto. Eso solo por las tasas, a lo que ha de añadir los costes variables y las plazas de aparcamiento contratadas.

Demanda nacional

Un tercer factor que ha reducido las expectativas de las empresas alquiladoras en este



Juan Luis Barahona, presidente de Feneval: *“Han mejorado las relaciones con los fabricantes, pero el mercado se normalizará completamente en 2025”*

2024 es la debilidad del cliente nacional, que ha mermado en parte la fuerte subida del internacional gracias a la mayor entrada de nacionalidades menos tradicionales, como pueden ser la estadounidense y los visitantes latinoamericanos. Pero en nacional el sector sigue bajando por el fuerte tirón del tren y unas excelentes comunicaciones con autobús; y en el caso de Canarias, los fuertes costes impuestos a los peninsulares para compensar las tarifas de los residentes en el archipiélago resta atractivo a este destino que sigue dominado por los extranjeros.

Respecto a los destinos de este verano, Barahona comenta que los tradicionales han funcionado bien, aunque ha pinchado Ibiza, que se va a ver afectada por una ley (control de afluencia de vehículos en Ibiza) que prepara el Gobierno balear que limitará los coches de las alquiladoras, favoreciendo los taxis y rentacares locales. Una norma que reacciona a la caída de atractivo de este destino en los dos últimos años: el pasado 2023, el tráfico en el aeropuerto ibicenco creció un 10%, ocho puntos por debajo de la media, y en 2024 el incremento se ha limitado a un 2%, frente al 10% del aumento de pasajeros en los aeropuertos españoles.

MOVIMIENTO DE PASAJEROS POR AEROPUERTO

ENTRADAS Y SALIDAS ENERO-AGOSTO 2024

Aeropuerto	Pasajeros	a/a	VS 2019
ADOLFO SUÁREZ MADRID-BARAJAS	43.921.056	10,9%	7,1%
BARCELONA-EL PRAT J.T.	36.888.075	11,7%	3,6%
PALMA DE MALLORCA	23.450.713	7,5%	11,3%
MÁLAGA-COSTA DEL SOL	16.805.416	12,6%	23,1%
ALICANTE-ELCHE MIGUEL HDEZ.	12.293.124	17,2%	19,8%
GRAN CANARIA	9.920.147	9,3%	13,0%
TENERIFE SUR	9.009.383	12,9%	21,0%
VALENCIA	7.253.075	9,6%	25,8%
IBIZA	6.509.236	2,0%	10,6%
SEVILLA	6.053.983	15,6%	21,2%
LANZAROTE CÉSAR MANRIQUE	5.766.026	6,2%	17,0%
BILBAO	4.514.590	8,2%	14,4%
TENERIFE NORTE-C. LA LAGUNA	4.450.296	10,1%	15,3%
FUERTEVENTURA	4.222.336	6,9%	11,9%
MENORCA	3.029.778	3,1%	17,2%
SANTIAGO-ROSALÍA DE CASTRO	2.526.138	4,9%	29,7%
GIRONA-COSTA BRAVA	1.399.975	31,2%	0,7%
ASTURIAS	1.336.422	1,9%	40,7%
LA PALMA	995.286	11,4%	0,4%
REUS	869.693	16,3%	10,9%
A CORUÑA	816.674	-1,2%	-9,0%
SEVE BALLESTEROS-SANTANDER	758.026	-11,2%	-4,0%
FGL GRANADA-JAÉN	745.418	10,9%	-10,1%
VIGO	684.678	-9,9%	-1,0%
JEREZ DE LA FRONTERA	645.638	3,8%	-17,5%
AEROPUERTO INTL. REGIÓN MURCIA (**)	638.374	3,2%	-17,5%
ALMERÍA	556.681	4,3%	-19,8%
ZARAGOZA	464.685	-1,8%	47,3%
MELILLA	338.792	1,6%	18,2%
SAN SEBASTIÁN	319.966	0,7%	52,2%
EL HIERRO	211.304	7,2%	19,9%
VITORIA	177.081	-18,8%	48,0%
PAMPLONA	148.156	18,4%	-4,0%
VALLADOLID	137.453	-2,2%	-21,5%
LA GOMERA	80.485	8,1%	54,4%
BADAJOS	61.729	13,4%	27,4%
CEUTA /HELIPUERTO	53.890	-8,7%	15,3%
LEÓN	42.585	-0,6%	-6,0%
ALGECIRAS /HELIPUERTO	22.848	-19,3%	-8,9%
SALAMANCA	14.536	0,1%	4,4%
LOGROÑO	11.850	16,7%	-12,0%
SON BONET	6.718	-5,1%	91,5%
CÓRDOBA	6.424	70,7%	-3,6%
SABADELL	4.726	11,5%	38,1%
BURGOS	2.144	-28,3%	-82,4%
MADRID-CUATRO VIENTOS	1.022	-34,2%	-61,3%
ALBACETE	1.007	-23,7%	-3,6%
HUESCA-PIRINEOS	323	158,4%	-47,1%
TOTAL	208.167.961	10,1%	11,4%

ENTRADAS Y SALIDAS ENERO-AGOSTO 2023

Aeropuerto	Pasajeros	a/a
ADOLFO SUÁREZ MADRID-BARAJAS	39.591.691	23,6%
BARCELONA-EL PRAT J.T.	33.027.538	23,7%
PALMA DE MALLORCA	21.818.875	9,4%
MÁLAGA-COSTA DEL SOL	14.921.595	21,5%
ALICANTE-ELCHE MIGUEL HDEZ.	10.487.688	20,0%
GRAN CANARIA	9.079.574	15,6%
TENERIFE-SUR	7.978.317	16,3%
VALENCIA	6.614.757	24,6%
IBIZA	6.382.961	10,1%
LANZAROTE-CÉSAR MANRIQUE	5.430.558	14,2%
SEVILLA	5.239.153	20,6%
BILBAO	4.170.811	27,0%
TENERIFE NORTE-C. LA LAGUNA	4.042.199	11,8%
FUERTEVENTURA	3.949.767	8,9%
MENORCA	2.939.742	4,6%
SANTIAGO-ROSALÍA DE CASTRO	2.408.263	13,5%
ASTURIAS	1.311.974	42,6%
GIRONA-COSTA BRAVA	1.066.836	13,6%
LA PALMA	893.044	7,2%
SEVE BALLESTEROS-SANTANDER	853.323	17,9%
A CORUÑA	826.913	42,6%
VIGO	759.863	27,7%
REUS	747.677	12,8%
FGL GRANADA-JAÉN	672.254	16,3%
JEREZ DE LA FRONTERA	621.902	3,4%
AEROPUERTO INTL. REGIÓN MURCIA (**)	618.528	4,7%
ALMERÍA	533.665	11,3%
ZARAGOZA	473.369	15,9%
MELILLA	333.342	17,5%
SAN SEBASTIÁN	317.885	31,0%
VITORIA	217.990	39,6%
EL HIERRO	197.066	10,3%
VALLADOLID	140.475	26,8%
PAMPLONA	125.110	18,4%
LA GOMERA	74.477	20,8%
CEUTA-HELIPUERTO	59.005	11,0%
BADAJOS	54.411	30,6%
LEÓN	42.849	41,3%
ALGECIRAS-HELIPUERTO	28.327	0,2%
SALAMANCA	14.526	35,6%
LOGROÑO	10.157	45,2%
SON BONET	7.083	4,5%
SABADELL	4.239	7,1%
CÓRDOBA	3.763	55,4%
BURGOS	2.992	75,2%
MADRID-CUATRO VIENTOS	1.554	-10,3%
ALBACETE	1.319	125,9%
HUESCA-PIRINEOS	125	-58,1%
TOTAL	189.099.532	18,7%

FUENTE: AENA (las cifras no corresponden con el número de pasajeros, pues se contabilizan entradas y salidas)

CLAVES DE MARKETING EN EL RENTING DE AUTOMÓVILES

POSICIONAR LA MARCA IMPULSAR SU CRECIMIENTO AUMENTAR LAS VENTAS

El sector del renting aspira a elevar su penetración en el mercado español, pero para ello deberá seguir pescando en las aguas del cliente particular y de la pequeña empresa, tradicionalmente al margen de un producto que se ha asentado en nuestro país gracias a las grandes corporaciones. El marketing, por tanto, tiene asignado un papel protagonista en la expansión de este negocio, realizando, por un lado, una labor didáctica en cuanto a la divulgación de los servicios ofrecidos, y por otro posicionando a las operadoras en un mercado con numerosos players con el mismo producto.

C. FERNÁNDEZ

Es indiscutible que la transformación digital ha cambiado la forma en que las empresas hacen sus negocios en los últimos años. Entre otras cosas, les ha permitido situarse mucho más cerca de los clientes, tanto de los actuales como de los potenciales, un avance que se postula esencial para un sector como el del renting de vehículos, que ha visto cómo la composición de su cartera de usuarios, en términos cuantitativos y cualitativos, ha evolucionado de una forma ostensible en un breve período de tiempo. Y es que hablamos de un negocio que al término del primer semestre de este año acumula 258.000 clientes, de los que la mitad, un 49,7%, son personas físicas (incluyendo particulares y autónomos) y otro 43,3% se corresponde a empresas pequeñas con entre 1 y 4 vehículos, cuando en el año 2016 los primeros tenían un peso testimonial del 3,5% y el de las pymes se quedaba por debajo del 35% (34,6%), según datos facilitados por la Asociación Española de Renting de Vehículos (AER).

La gran empresa ha sido ese cliente tradicional que ha acompañado al renting en su asentamiento y desarrollo en nuestro país desde que iniciase sus actividades allá por los años 80 del siglo pasado, pero desde hace un tiempo le corresponde al particular, al autónomo y también a la pequeña empresa aportar ese empuje extra que impulse su crecimiento en el futuro, llevando a este sector a esas cuotas de penetración que tanto se admiran y envidian de otros mercados como el británico o el neerlandés. Pero el hándicap con esos clientes es

que hay que darse a conocer e ir a por ellos, porque las operadoras y los servicios prestados por ellas no han formado parte hasta ahora del ecosistema de opciones de movilidad del ciudadano de a pie. De ahí la obligatoriedad de potenciar las estrategias de marketing en las compañías, con un triple objetivo perfectamente definido: posicionar la marca, impulsar su crecimiento y aumentar las ventas.

Acceso al cliente en dos direcciones

Sergio Sáez de Ibarra, *digital specialist* de la compañía de marketing digital Adsplorer, constata que el marketing permite acceder a las muchas personas que ni siquiera se llegan a plantear el producto de renting a través de un tipo de publicidad conocido como *push*, con la que es la empresa la que va a “pescar” al cliente. «Precisamente por eso juegan un papel tan importante en este caso las redes sociales, ya que permiten segmentar muchísimo, llegar precisamente con distintos mensajes al pequeño empresario o al particular», afirma. «Sabes que igual se encuentra en un momento de su vida en que necesita un vehículo —añade el experto en marketing— y puedes ir con el mensaje concreto a la persona concreta para que sepa que esa alternativa existe e igual le puede interesar».

E igualmente para los que sí conocen la existencia de este producto, a través de la publicidad de tipo *pull* son los clientes los que llegan a las operadoras, «y eso normalmente no ocurre en ninguna parte, es muy exclusivo de inter-

ACTUALMENTE, LA MITAD DE LOS
CLIENTES DE RENTING SON
CIUDADANOS PARTICULARES,
CUANDO OCHO AÑOS ATRÁS
SUPONÍAN APENAS EL 3,5%



Ya sea una gran empresa con una dilatada trayectoria en el sector del renting o una pequeña de reciente aparición en este negocio, la estrategia de marketing a seguir para llegar a los clientes no debería diferir mucho. Es una de las ventajas de internet, apuntan los expertos, que permite una pugna justa entre compañías.

net que vayan a Google a buscar lo que tú estás ofreciendo y tengas la capacidad de mostrarte en ese momento tan concreto para decirle que yo tengo esto que estás buscando», explica Sáez de Ibarra.

Corroborando esta línea argumental, Rubén Olmeda, encargado de dirigir las operaciones de Let's Marketing, agencia de marketing digital que desde 2014 viene gestionando operaciones de marketing online para compañías del ámbito automovilístico en los sectores de VN, VO y renting, considera en relación a este último que concurren las dos circunstancias, principalmente, en las que el marketing es necesario: cuando no se tiene conocimiento de un tipo de mercado y hay que hacer pedagogía para llegar rápido al potencial consumidor; y cuando concurren múltiples *players* ofreciendo un mismo producto.

En todo caso, no debería haber diferencias en el planteamiento de las estrategias si hablamos de las grandes operadoras tradicionales o de una pequeña empresa de nueva creación que preste estos servicios. «Lo importante es el objeto sobre el que recae la venta», sentencia Olmeda. No obstante, sí reconoce que una compañía histórica, con trayectoria y delegaciones

CLAVES DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING EN EL SECTOR DEL RENTING

- ✓ El marketing debe ser considerado como un área específica de tu negocio, con sus propias métricas, gastos y rentabilidad.
- ✓ Pon al frente a un experto, una persona senior apasionada de este trabajo.
- ✓ Transmitir confianza al cliente cuando llega a tu escaparate digital. Una información veraz y clara es fundamental.
- ✓ Trazar el customer journey en función de cada perfil de usuario.
- ✓ La fórmula del éxito está en el ensayo-error. Tener siempre un plan B para activar de inmediato.
- ✓ Buscar el reconocimiento de la marca pero manteniendo el control sobre ella.
- ✓ Engrasar bien todo el proceso antes de lanzar campañas. Llevar tráfico rápido y querer capitalizar de manera inmediata no suele ser el mejor camino.
- ✓ No perder el factor humano ni la personalización.



A la hora de plantear la estrategia de marketing, conseguir los recursos para generar confianza en el cliente y poner al frente de las operaciones a un experto podrían ser los dos pilares sobre los que cimentar el resto de acciones.

físicas, va a tener mucho más impacto sobre la decisión final del cliente que otra que acaba de aparecer en escena, *«aunque ésta también puede llegar muy agresiva en el precio y con un marketing muy bueno que apunta justo a lo que quiere el público»*.

El experto de Adsplorer tampoco ve grandes diferencias entre las estrategias de unas y otras. *«Esa es también una de las ventajas del mundo de internet, que es muy democrático, es para todo el mundo»*. Y lo escenifica con un ejemplo: *«Es algo que te encuentras incluso en las tiendas online, la pequeña tienda de barrio compitiendo en publicidad digital con Amazon. Aunque seas nuevo y pequeño, nadie te conozca y tengas que competir contra gigantes, aquí la pelea es justa»*.

Para estas compañías que se lanzan ahora al negocio del renting de vehículos, el CEO de Let's Marketing recomienda en primer lugar determinar su alcance, su capacidad de venta y de gestión, *«porque a lo mejor le interesa centrarse en un nicho»*.

En segundo lugar, determinar de qué se es capaz, es decir, de si puede negociar bien a precio, de si tiene músculo para apretar en una compra de flota para exprimirla como una buena acción de marketing con la que posicionarse y conseguir notoriedad... Aunque en su opinión, lo principal sería concentrarse en aquello en lo que la grande no puede, o lo que es lo mismo, explotar la personalización, fundamentalmente.

Aunque las estrategias a desarrollar puedan ser similares, no todas las empresas de renting se están desenvolviendo adecuadamente en este universo digital. En opinión de Sáez de Ibarra, muchas siguen todavía en el siglo pasado con técnicas anticuadas, *«aunque son conscientes de que las cosas han cambiado y deben ponerse al día porque si no acaban devoradas por sus competidores»*, matiza. Pero otras, sin embargo, están *«avanzadísimas»*, asegura, y lo achaca fundamentalmente al empuje que reciben de las propias marcas, conscientes éstas de que se trata de una forma econó-

LAS MARCAS ESTÁN IMPULSANDO EL MARKETING DIGITAL EN EL RENTING, SABEDORAS DE QUE ES UNA FORMA ECONÓMICA DE LOGRAR CLIENTES CUALIFICADOS



mica y rentable de conseguir contactos tan cualificados, difícil de lograrlos bajo otra estrategia que no sea digital; y además tan medible, aspecto también muy relevante para ellas.

Confianza y un experto a los mandos

A la hora de indicar los aspectos clave que garanticen el posicionamiento de la marca, su crecimiento y el aumento de sus ventas, en Adsplorer apuntan en primer lugar hacia la confianza. «Es necesario que cuando el cliente llega a tu escaparate digital encuentre todos los elementos que le hagan estar seguro de que es un sitio confiable», esgrime Sergio Sáez de Ibarra. Uno de esos elementos puede ser la propia marca, que sea reconocida. Pero no vale si la empresa es pequeña, en cuyo caso aboga por otros recursos como pueden ser los premios recibidos, las reseñas de usuarios contentos, empresas con las que se ha trabajado, etc. «Eso transmite mucha confianza y es muy necesario antes de empezar a hacer nada. Con el escaparate bien montando, muestras tus vehículos, las ofertas y los precios, y entonces es el momento de empezar a llevar el tráfico ahí», explica.

Para Rubén Olmeda, lo primero de todo pasar por poner a un experto al frente del marketing, «con pasión». Segundo, que

Cientes en el renting

2016

3,5 % Particulares

34,7 % Pymes

2024

49,7 % Particulares

43,3 % Pequeñas empresas

quien controle a esa persona sea alguien que le dedique tiempo. Porque de no concurrir estas dos circunstancias, afirma, «la persona que tiene que recibir inputs se desmotiva porque ve que todo cae en saco roto, no se le valora... y a la hora de hacer las campañas también puede desviarse y empezar a gastar dinero en acciones que se sabe de sobra que no son interesantes en ese momento para la compañía». De lo que se trata, en definitiva, es de considerar al negocio online como una división específica o una empresa más que requiere de sus propios gastos, sus inversiones «y de un entendimiento totalmente diferente».

Finalmente, el experto de Let's Marketing recomienda tener siempre en cuenta que nada es permanente y que la clave para asegurar el éxito en el marketing de renting es el ensayo-error. «Hay que tener a alguien que esté dispuesto a asumir que como va a fallar tiene que poner en marcha rápidamente un plan B porque cada minuto es un clic y eso es dinero. No te garantiza el éxito, pero minimizas el riesgo», sentencia Olmeda.

Uno de los errores más habituales que se están dando en el marketing de renting, avisa Sáez de Ibarra, es la búsqueda de la inmediatez, es decir, activar campañas para conseguir tráfico rápido para capitalizar y tener un retorno inmediato. «Sin darse cuenta de que el embudo tiene que estar engrasado por completo», comenta. «Las campañas te llevan tráfico, pero si una vez que llega todo el proceso que hay detrás no está bien trabajado no vas a conseguir nada, por muy bien hechas que estén dichas campañas».

Rubén Olmeda también ha apreciado el uso de campañas y redes sin ton ni son, sin una estrategia o guion que enlace una cosa con otra. Al final, afirma, se debe demostrar al cliente que se le va a tratar bien en este proceso, que perciba que es importante, «pero cada perfil de usuario tiene su propio

LOS EXPERTOS EN MARKETING VALORAN LA SOSTENIBILIDAD DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN, APORTANDO AL CLIENTE UNA INFORMACIÓN COMPLETA Y VERAZ: “LAS RESEÑAS NEGATIVAS HUNDEN NEGOCIOS”

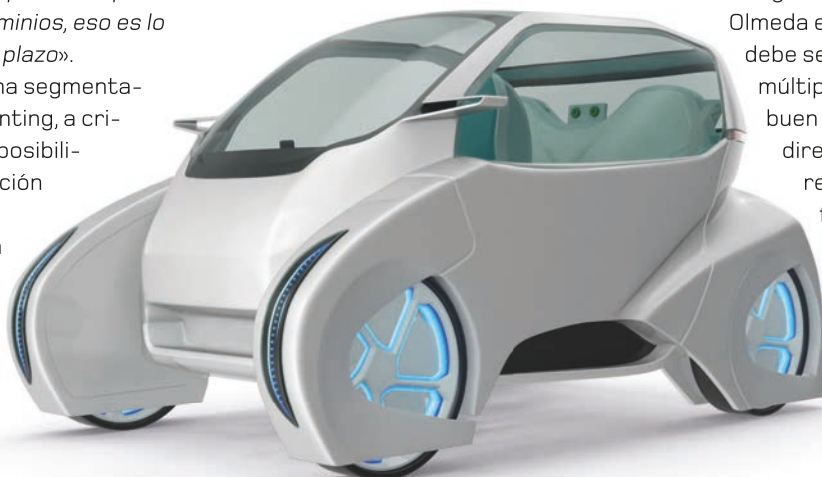
camino y lo que hay que hacer es trazar esos customer journey, determinar bien el tipo de persona que tienes y atacarle en esos caminos, pero con lógica». Añade Olmeda que si se deshumaniza la venta al final todo es precio o stock, por lo que apuesta por una persona senior aplicando las estrategias de marketing, organizando todo el camino que sigue el usuario desde que ve la pieza publicitaria o visita la web hasta que nos rechaza, «porque si gestionamos el rechazo de forma óptima posiblemente nos estamos marcando un tanto para ser la próxima compañía que esa persona pruebe», comenta.

Además de ir labrando un reconocimiento de marca, también es fundamental que la empresa tenga el control sobre ella misma. Alude en este caso Sergio Sáez de Ibarra a la proliferación de brókeres para comercializar el producto de renting, «lo que no suele ser lo más recomendable ya que pierdes mucho control y la experiencia del cliente creo que no suele ser la mejor. Al final —agrega— lo que necesitan estas compañías es una estrategia de captación de cliente potencial pura y dura, como tantísimos otros sectores, pero siempre que pase dentro de sus dominios, eso es lo ideal y la aspiración a largo plazo».

A la hora de establecer una segmentación para los clientes de renting, a criterio de Rubén Olmeda las posibilidades son infinitas en atención a los diferentes criterios que pueda establecer cada compañía. Estarían las básicas de toda la vida, como la segmentación por ingresos, por categorías, de estatus de

marca, de zona geográfica... si bien desde Let's Marketing apuntan a un marketing más evolucionado con nuevas fórmulas de segmentación, como la generacional, la psicológica, el segmento familiar —“es brutal porque se ha convertido en un nicho, ya no damos por hecho que todo el mundo tiene familia», destaca Olmeda— o los clientes que van a performance, a rendimiento. Sin olvidar la relativa a la sostenibilidad, con una segmentación «importantísima hoy en día». Comparte esta opinión el experto de Adsplorer, que reconoce que en muchas ocasiones la aproximación al cliente potencial del renting se hace con una segmentación entre cliente tradicional y más ecológico. Se da en las redes sociales y también en Google, apunta, en este último caso hasta con campañas diferentes «porque las propias búsquedas son también

Se está observando una segmentación entre cliente tradicional y más ecológico, refiriéndose en este último caso a aquel que ya tiene en mente contratar específicamente el renting de un coche eléctrico o más sostenible.



diferentes, hay quien busca directamente un renting de un coche eléctrico».

Otra visión de la sostenibilidad

Efectivamente, de todos es sabido que los criterios de sostenibilidad están determinando el devenir de la industria automovilística en sus diferentes frentes, y el marketing no podía ser ajeno a ello. Para Rubén Olmeda es toda una realidad que también debe ser rentable y que contempla múltiples aspectos de medioambiente, buen gobierno y sociales que afectan directamente a las operadoras de renting. Pero el directivo pone el foco sobre un punto concreto que no va tanto por la huella de carbono como por la transparencia en la gestión: «La letra pequeña, la transparencia a la hora de dar un precio, el consumo real del vehículo,



La inteligencia artificial está ya implementadísima en el mundo del marketing, hasta el punto de que algunas campañas son ya realizadas por medio de esta potente herramienta. Su valor es inestimable a la hora de recoger datos y extraer conclusiones de ellos, pero ello no implica que haya que perder el factor humano y la personalización, advierten los expertos.

etc. Antes podría funcionar no dar toda esa información, pero la sociedad de hoy está demandando una información real, y eso es parte de la sostenibilidad», indica.

Sáez de Ibarra reconoce que al marketing se le ha demonizado tradicionalmente porque a ojos del cliente parece que intenta venderle algo que no quiere. Google le ha dado la vuelta a la tortilla y en opinión es positivo empezar a hacer publicidad por esta vía *«porque es la gente la que te busca a ti, tú no persigues a nadie, solo te ofreces como una opción más»*. En línea con lo apuntado por su colega, cree que éste es un marketing *«muy honesto»*. Y no le queda otra porque la gente compara muchísimo —es otra de las ventajas del marketing en internet—, así que hoy en día *«no tiene sentido tratar de colar algo raro, precios ocultos, etc, te van a demonizar enseguida en redes y con las reseñas de Google, que es algo que todo el mundo mira antes de*

comprar cualquier cosa. Las reseñas negativas hunden negocios», sentencia.

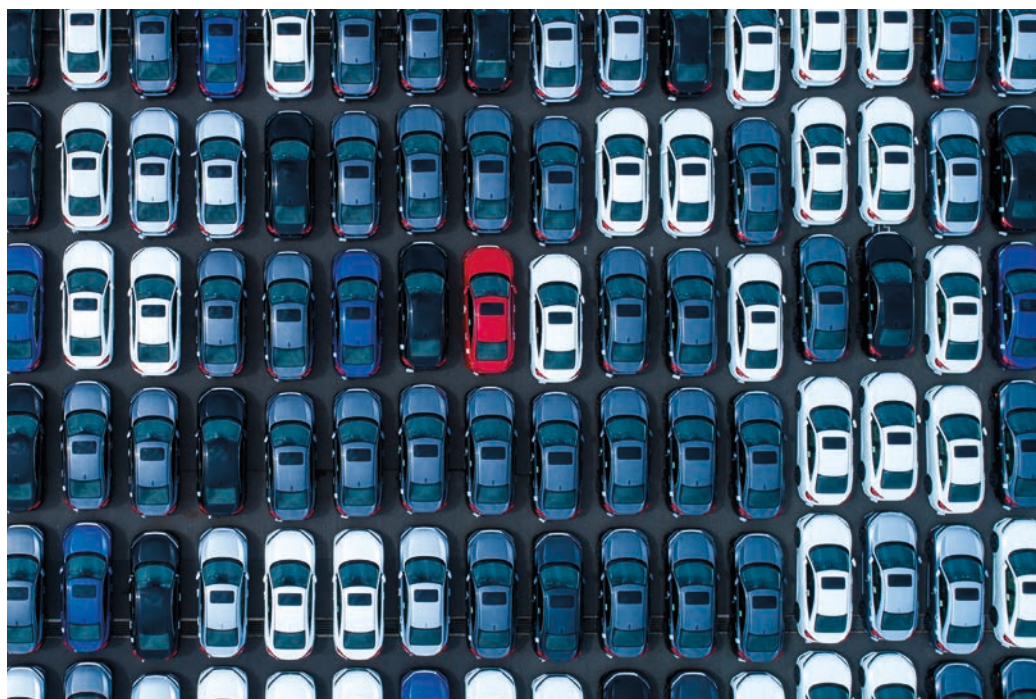
Y ahora que se habla tanto de las aplicaciones de la inteligencia artificial en el universo de la automoción, el especialista de Adsplore subraya que fue precisamente el marketing uno de los primeros sectores en darle a esta nueva y potente herramienta un uso intensivo *«y en muchos sentidos»*. Sergio Sáez de Ibarra afirma que la IA está *«implementadísima, para cosas buenas y no tan buenas y con mejores y peores resultados, llegando incluso hasta campañas que funcionan directamente con inteligencia artificial»*. Entre sus aportaciones destaca los *copy*s para los anuncios, las creatividades, con miles de herramientas para hacer imágenes muy buenas y totalmente adaptadas al espacio publicitario, e incluso en posicionamiento orgánico, añade, se están creando muchos contenidos con IA. Pero la otra cara de la moneda es la pérdida del

factor humano y de esa personalización que los usuarios perciben enseguida y Google también persigue, advierte.

Más que en el marketing, la IA ha impactado en mayor medida en las acciones que luego repercuten en el propio marketing. Es el punto de vista de Rubén Olmeda, aludiendo a que todas estas herramientas tienen ya un enfoque *«digestivo»*, es decir, que recogen todos los datos y los sacan con una conclusión. Aplicado al renting de automóviles, el dirigente de Let's Marketing pone de ejemplo las predicciones mejoradas con las que pueden contar para las estimaciones de demanda o el análisis de uso del vehículo, basadas en tal volumen de datos que hacían imposible su análisis en tiempos pasados. También la gestión transparente del siniestro, propiciando una mejora de la experiencia de usuario más que impulsar la captación de usuarios o el lanzamiento de campañas.

PRESENTE EN EL CATÁLOGO DE LAS GRANDES OPERADORAS

EL RENTING DE SEGUNDA MANO GANA ADEPTOS, ESPECIALMENTE EN LAS FLOTAS CORPORATIVAS



No hay datos de cuántos coches hay actualmente en la modalidad de renting de seminuevos o de ocasión, según señalan en la Asociación Española de Renting de Vehículos (AER), pero se trata de una opción cada vez más ofertada en el sector. Las cinco grandes operadoras la incluyen ya en su portfolio y están surgiendo otras empresas que presentan distintas versiones de este nuevo renting. Su mayor ventaja es la flexibilidad, por encima del precio, y la posibilidad para las flotas, especialmente las grandes, de poder cambiar de coches para cumplir con su huella de carbono.

ENRIQUE SAN JUAN

E

El renting con vehículos de segunda mano o seminuevos, como lo denominan en el sector, es un fenómeno extendido aunque relativamente incipiente. En la Asociación Española de Renting de Vehículos (AER), presidida por José-Martin Castro Acebes, indican que no hay cifras concretas del volumen de vehículos bajo esta modalidad de renting, pero que «es un modelo cada vez más desarrollado por las compañías y muchas veces se convierte en la puerta de entrada al producto». Las firmas más grandes del sector lo ofrecen, como Ayvens con Redrive, Arval con Re-lease, Wabi, de Santander Consumer, pero también Alphabet con Renting de ocasión, señalan en la asociación. Desde Northgate, recuerdan que su especialización en renting flexible supone, de hecho, un renting de seminuevos, pues el cliente, que puede cambiar de vehículos o pedirlos por periodos muy cortos, accede a un coche nuevo o uno usado, pero siempre en perfecto estado, puntualizan desde la empresa. En realidad, son pioneros de esta modalidad de renting que ahora se extiende como la pólvora por el conjunto de sector.

En la AER aclaran que el funcionamiento del renting de seminuevos es como cualquier renting: «Es un producto flexible que generalmente se contrata por periodos de tiempo más cortos. Las compañías especifican los kilómetros y los servicios como lo hacen con un renting habitual y, además, ayuda a renovar el parque a aquellas economías que no pueden acceder a un vehículo nuevo».

Aunque no sólo están las big-five del sector en España: ALD y LeasePlan, ahora unificadas bajo la marca Ayvens; Arval y Alphabet y, en cierta forma, Northgate. Al calor de una tendencia que ha venido para quedarse han surgido otras muchas ofertas de seminuevos de operadores más pequeños. Es el caso de Renting Finders; Wabi, perteneciente a Santander Consumer España,

Rubén Galindo

responsable de Producto en Arval:

“Arval Re-lease permite acceder a los mejores vehículos de ocasión (conocemos su historial, tenemos toda la trazabilidad y los revisamos completamente antes de hacer un nuevo renting), por una cuota aproximadamente un 20% más baja que la de vehículos nuevos y una duración del contrato menor que la del renting tradicional (de 12 o 24 meses)”

Linker Drive (renting de traspaso, que permite que un cliente acceda al contrato de otro hasta agotar el tiempo contratado por el primero) o la oferta del Grupo Astara (antiguo Bergé), que mediante un sistema de suscripción en la web,

Astara Move, permite contratos desde un mes hasta año y medio.

Arval Re-lease

Rubén Galindo, responsable de Producto en Arval España, apunta que el renting de vehículos usados es una «solución interesante, tanto para empresas como para particulares, que se lanzó hace un par de años en Arval y ha crecido de forma exponencial». Así, el directivo destaca que con menor poder adquisitivo los consumidores (particulares y empresas) ven el renting de vehículos seminuevos como una buena opción para acceder a modelos muy bien conservados a un mejor precio.

«Arval Re-lease (creada en 2022) permite acceder a los mejores vehículos de ocasión (conocemos su historial, tenemos toda la trazabilidad y los revisamos completamente antes de hacer un nuevo renting), por una cuota aproximadamente un 20% más baja que la de vehículos nuevos y una duración del contrato menor que la del renting tradicional (de 12 o 24 meses). El renting de vehículos usados es un gran ejemplo de cómo Arval se reinventa para adaptarse al contexto y a las necesidades cambiantes de nuestros clientes. Un coche nuevo tarda seis meses en llegar».

«Con Arval Re-lease tienes un coche usado de buena calidad, reacondicionado, con disponibilidad inmediata, todos los servicios incluidos y



Redrive de ALD Automotive, un producto que nació hace más de cuatro años, se mantiene, ahora con otro nombre, en la oferta de la nueva Ayvens.

a un mejor precio. Coches que, además, ayudan a renovar el parque ya que tienen pocos años». Galindo recuerda que Arval es uno de los actores más relevantes en el mercado de vehículos de ocasión de España, con más de 41.000 coches de segunda mano comercializados en 2023 a empresas de compraventa, concesionarios y particulares.

Redrive Ayvens

ALD ha sido la pionera en España, pues creó en 2020 la división Redrive, marca con la que sigue funcionando tras la fusión con otro gigante del sector: LeasePlan. Ambas marcas operan desde junio de este año bajo la denominación de Ayvens, lo que supone la consolidación de una compra realizada en mayo del pasado año. No obstante, LeasePlan también contaba con una unidad dedicada al renting de segunda mano, LeasePlan Go, que todavía funciona en la página web de la marca.

No obstante, fuentes de la empresa aclaran que el renting de seminuevos se comercializa bajo la marca Ayvens y su página está totalmente operativa, en la que se puede contratar un coche totalmente online. Se trata de vehículos seminuevos revisados, con historial de mantenimiento e informe pericial, procedentes de sus contratos de renting ya finalizados que se pueden contratar por 12 meses. Como atractivo, ofrecen la posibilidad de prueba sin compromiso durante los primeros 15 días o 1.000 kilómetros recorridos, cuando se puede devolver. Además, según añaden las fuentes, «la flexibilidad se refuerza con la posibilidad de poder cancelar a los seis meses el contrato sin penalización, comprar el coche con un descuento de tres mensualidades o continuar el contrato hasta agotar los seis meses».

Ayvens

ALD-LeasePlan:

“La flexibilidad se refuerza con la posibilidad de poder cancelar a los seis meses el contrato sin penalización, comprar el coche con un descuento de tres mensualidades o agotar los seis meses de contrato”

José-Martín Castro Acebes presidente AER:

“El renting de segunda mano es un modelo cada vez más desarrollado por las compañías y muchas veces se convierte en la puerta de entrada al producto”

Alphabet, igualmente, ofrece esta posibilidad, incluso con la opción de entrega a domicilio del vehículo y todos los servicios de un renting tradicional.

Northgate

Por su parte, Eduardo González de la Rocha, director comercial y de Marketing de Northgate, incide en que son especialistas en renting flexible, una tipología de renting en la que el servicio se puede contratar desde un mes, sin adquirir compromiso de permanencia y por lo tanto sin penalizaciones. En este sentido, el servicio puede prestarse indistintamente con vehículos nuevos o usados, dependiendo de la composición de la flota disponible en cada momento, proporcionando unidades a empresas y profesionales que en muchos casos suponen verdaderas herramientas de trabajo. Por eso, «es fundamental poder mantener una flota joven, revisada y en perfecto estado de uso, ya que aproximadamente el 25% de nuestra gama de vehículos destinados a renting flexible se renueva cada año», manifiesta.



Aun así, el directivo aclara que «no es correcto asemejar el renting de usados con el renting flexible ya que no implica que el servicio se vaya a prestar con el objetivo de dar una segunda vida a un vehículo ya usado». Es importante señalar también que el renting flexible requiere de un modelo de negocio muy operativo, con una flota de vehículos variada y disponible que permita garantizar la disponibilidad de estos. Y ello pasa tanto por la revisión y reacondicionamiento de un vehículo devuelto por un usuario antes de ser entregado a un nuevo cliente, como por la correcta planificación e incorporación de modelos nuevos a la flota acorde a la demanda de los clientes.

Flexibilidad

Aunque hay varias ventajas en el renting con coches usados, la principal es la flexibilidad que aporta. Lo que se traduce en contratos muy inferiores al renting tradicional, generalmente hasta





12 meses, incluso hasta 18; frente a un mínimo de 36 meses, generalmente 48, en la modalidad tradicional. Se acerca, pues, a un renting flexible, pero a diferencia de este último, en el que el cliente puede acceder a un vehículo nuevo o uno seminuevo, en el de segunda mano se utilizan unidades ya matriculadas al menos con dos años de antigüedad.

Aunque, al igual que en el renting flexible, el acortamiento de los plazos hay que pagarlo, lo que significa que al tener contratos más cortos se encarecen las cuotas —que ofrecen los mismos servicios que uno tradicional—. No obstante, al tratarse de unidades usadas con un valor residual más bajo, se reduce el precio, compensando en parte el sobre coste de la flexibilidad.

Precio

Renting Finders, que ofrece renting tradicional y de segunda mano, muestra en su página web un Seat Ibiza TSI de 70 kw (95 CV) Reference + Full Link a estrenar con una cuota mensual de 290 euros si se contrata por 36 meses, 284 euros por 48 meses o 276 euros por 60 meses. En el mismo modelo, aunque sin el Full Link, la cuota por 12 meses es de 304 euros mensuales para una unidad matriculada en 2020 con 52.000 kilómetros. Porque en el caso del renting usado, el precio se establece para cada coche en función de sus kilómetros y antigüedad.

Otras ventajas

La última tecnología es otra de las ventajas del renting de ocasión. Por un lado, para aquellos que hacen un contrato tradicional, pues el operador puede reducir la penalización por rescindir el contrato antes de tiempo, especialmente si se sustituye por otro coches, generalmente más

eficiente medioambientalmente. Y por otro, para los clientes del renting de segunda mano, que pueden acceder a coches con dos años de antigüedad con un compromiso de un año o año y medio, a un precio comparativamente menor.

Eso contribuye a que muchas empresas puedan reducir su huella de CO2 cambiando los coches más a menudo. Posiblemente por unidades híbridas enchufables, cuyas compras por parte del

Renting Finders

“Si se está pensando en adquirir un coche usado, pero se tienen dudas por la incertidumbre legal y posibles vicios ocultos del coche, mejor acudir al renting de segunda mano”



sector del renting han superado ya a las unidades diésel.

Igualmente, como señalan desde la AER, el renting de segunda mano, con precios más asequibles y contratos más cortos, es un buen camino de entrada para empresas y particulares al renting. Entre otras cosas, porque tienen los mismos servicios que si se contrata con un renting tradicional.

En este sentido, desde Renting Finders aconsejan también que, si se está pensando adquirir un coche de segunda mano pero se tienen dudas por la incertidumbre legal y posibles vicios ocultos del coche, se acuda al renting de segunda mano. Recuerdan que a diferencia de la compra supone un alquiler a tiempo determinado, entre varios meses (incluso un mes) y varios años con una cuota fija. Además, inciden en que en el caso de los coches de segunda mano en modalidad de renting, el coche ha tenido un único conductor, con kilometraje limitado y con un mantenimiento al máximo nivel.

Northgate apuesta ahora, y lo ha hecho siempre, por una fórmula de renting flexible, por lo que si se contrata un coche por un corto espacio de tiempo en lugar de los cerca de 48 meses habituales, puede suceder que el cliente no sea quien estrene ese vehículo.

MÁS DE 3,7 MILLONES DE OPERACIONES AL AÑO AVALAN SU ÉXITO

CARSHARING ¿LA MOVILIDAD URBANA DEL FUTURO?

Si hay un servicio que pone de relieve la nueva movilidad ese es, sin duda, el carsharing, el uso de vehículos compartidos, conectados y eléctricos que permite desplazarse libremente por las ciudades y sus entornos durante minutos, horas e incluso días.

GUILLERMO LÓPEZ

Nacido a comienzos de siglo, el servicio de carsharing viene desarrollándose durante estos últimos 20 años y va adquiriendo cada día mayor relevancia en los desplazamientos que se realizan en aquellas ciudades donde está implantado.

Free2move-ShareNow, Getaround, Goto-Astara, Guppy, Voltio, Wible y Zity son las principales compañías de este sector, cuyos primeros y originarios representantes en nuestro mercado (Car2Go, Emov...) han acabado integrados en alguna de las grandes empresas actuales que componen actualmente el mercado. Así, la gran mayoría de ellas han unido desde 2020 sus fuerzas para defender sus intereses en la Asociación de Vehículos Compartidos de España, entidad que nació para fomentar el conocimiento y el uso de este tipo de vehículos y servicios en nuestro país y ofrecer una voz conjunta en pro de los intereses de esta todavía nueva y en desarrollo modalidad de transporte.

Entre las nueve grandes compañías del sector cuentan con un total de 1.707.953 usuarios registrados, de los cuales 463.082 están activos de manera recurrente utilizando los algo más de 3.902 vehículos que actualmente suman las flotas de todas ellas. Unidades con las que se realizaron durante el pasado año 2023 un total de 3.751.616 desplazamientos.

Al hablar de carsharing nos referimos básica-

mente a dos tipos de servicios. De un lado, los conocidos bajo la denominación *free floating*, en los que los coches se alquilan por minutos y no cuentan con una base fija, sino que se localizan y contratan dispersos por las calles de las ciudades en las que están presentes a través de aplicaciones telemáticas de fácil y cómodo uso para los usuarios. En este grupo es donde se encuentran empresas como Free2move-ShareNow, Astara Move, Zity, Wible, Voltio o Guppy.

El otro gran grupo de los vehículos de uso compartido o carsharing está conformado por las compañías que operan bajo el sistema denominado *station based* o de estacionamiento fijo, el cual permite alquilar igualmente por horas vehículos que permanecen siempre en una misma base fija o plazas de aparcamiento determinadas específicamente para ellos. Allí las recogerán los usuarios que accedan a ellos y allí mismo deberán dejar el coche aparcado cuando el periodo de alquiler termine. Eusko-Carsharing, Astara Move, Getaround y Guppy

El carsharing es una de las fórmulas de movilidad que apuesta de una manera más decidida por la utilización de vehículos eléctricos y electrificados





son algunas de las operadoras de este tipo de servicios en el mercado.

La comodidad de encontrar el coche en la calle

De los 3.902 vehículos habilitados para el sector del carsharing en España a finales del 2023, el 82,6% de los mismos operaba bajo la modalidad de *free floating*, mientras que tan

EL COCHE, DONDE MÁS INTERESE AL USUARIO

Hay compañías de carsharing que guardan sus coches en bases y otras cuyos vehículos se pueden recoger estacionados en la calle.

sólo un 17,4% lo hacía utilizando la de *station based*. Una flota que ha experimentado un crecimiento del 68,2% en los últimos cuatro años, pasando de las 2.030 unidades con las que contaba el carsharing en el año 2020 a las 3.902 unidades contabilizadas el pasado 31 de diciembre de 2023.

De todos estos vehículos, el 65% son modelos eléctricos puros y el 21% eléctricos enchufables. Tan sólo un 14% de las unidades disponibles en carsharing en nuestro país recurren a motores de combustión interna para impulsarse. Esto se debe a que desde el inicio de la actividad del carsharing en España, el sector ha apostado fuerte por impulsar un modelo de movilidad descarbonizada y de cero emisiones como elemento diferencial que permitiera atraer a un mayor número de usuarios. Si por algo ha sido reconocido el carsharing en España es, sin duda, por su apuesta decidida por los vehículos eléctricos. Sólo en estos últimos cuatro años, el crecimiento porcentual global de la flota eléctrica del carsharing fue del 38,6%, pasando de un total de 1.828 unidades eléctricas en 2020 a disponer de 2.535 unidades con esta tecnología a finales del año 2023.

Curiosamente, todas las unidades que operan servicios de carsharing bajo la modalidad de *free floating* son de tecnología eléctrica pura





o híbrida enchufable, mientras que las que lo hacen bajo el sistema de estación fija cuentan mayoritariamente con modelos de combustión para sus servicios, si bien en estos últimos años se comienza a apostar por vehículos PHEV. Por lo general, ello se debe al mayor número de kilómetros que realizan los clientes en esta modalidad de servicio en cada operación de alquiler de su vehículo, dado que suelen realizar recorridos mayoritariamente interurbanos y de mayor duración temporal.

Coches nuevos, más limpios y seguros

Pero el carsharing no solo ha apostado por la electrificación, también lo ha hecho por la seguridad. Si por algo destacan las unidades dedicadas a este servicio es por contar en su mayoría con un amplio despliegue de tecnologías ADAS en su equipamiento. Así, más del 97% de la flota dispone de alerta de uso del cinturón en todas sus plazas, el 78,3% incorpora sensores de marcha atrás, el 70% sistemas de aviso de colisión frontal y detector de señales y el 50% sistemas de frenado de emergencia. Asimismo, un 66% incluye sistemas de aviso de abandono o mantenimiento de carril. Y estos son sólo algunos asistentes del amplio listado presente en la dotación de coches destinados a este servicio.

A finales del pasado año, el carsharing

Los vehículos utilizados por el carsharing no sólo son más ecológicos, también muy seguros. El 97% de ellos incluye alerta de uso de cinturón, el 70% dispone de detector de señales y la mitad sistemas de frenado de emergencia

estaba presente en tan sólo 20 ciudades españolas, todas ellas con más de 50.000 habitantes, en las que las compañías presentes han proporcionado una cobertura directa de movilidad sostenible para más de nueve millones de habitantes. En todo caso, la cobertura del servicio es pese a ello nacional, pues el hecho de tener sus bases instaladas en sólo 20 ciudades no impide que, en función del modelo operativo del servicio, los coches se puedan utilizar para trasladarse por todo el país en función del servicio contratado.

Durante la pandemia, en 2020, los servicios de carsharing registraron 3.065.538 viajes contratados, superando por primera vez la cota de los tres millones. Desde entonces, en apenas cuatro años, el servicio se ha consolidado aún más y a finales de 2023 se alcanzaban ya los 3.751.616 viajes, cifra que supone un incremento del 22,4% en cuatro años y de un 10% con respecto a los 3.401.110 viajes que se efectuaron en 2022.

De los más de 3,75 millones de viajes reali-

zados durante el año pasado, 3,69 millones se hicieron bajo la modalidad de carsharing *free floating*, con un tiempo medio de uso del vehículo en cada uno de ellos de 50,59 minutos. En la modalidad de *station based*, los usuarios de este tipo de carsharing realizaron un total de 60.414 viajes. Como decimos, este tipo de servicio permite alquileres de mayor duración, tal y como refleja la media de tiempo de uso de cada servicio, que supera claramente las 20 horas de duración por operación.

Las diferencias también son notorias en cuanto a las distancias recorridas, puesto que en la modalidad de *free floating* las distancias medias de los viajes apenas alcanzan los 11,19 km de recorrido, mientras que en las operaciones de carsharing *station based* la distancia media alcanzada por operación fue de 152,23 km.

En total, los vehículos de carsharing recorrieron en 2023 casi 39 millones de kilómetros, cifra que supera en un 20% a la registrada en 2020 y que representa un

incremento del 12,5% con respecto a los 35 millones de kilómetros completados en 2022.

Coches con mayor tiempo en movimiento

En todo este tiempo, lo que ha quedado demostrado es que los servicios de carsharing facilitan un mayor uso de los vehículos a diario. Es decir, las unidades permanecen menos tiempo paradas en la calle ocupando espacio público de aparcamiento. Así, mientras que, por ejemplo, un vehículo privado se utiliza apenas 0,92 veces al día por sus propietarios y casi no se mueve del sitio que ocupa aparcado en la calle, los vehículos de uso compartido del carsharing se utilizan más del triple, alcanzando un total de 3,12 usos diarios.

Eso por término medio, pues según los datos facilitados por la Asociación de Vehículos Compartidos de España se han llegado a producir más de 18 operaciones por vehículo al día en determinadas zonas y fechas



COCHES QUE OFRECEN MAYOR USO

Si un vehículo particular ofrece 0,92 usos al día, uno compartido a través de la fórmula del carsharing supera los tres usos diarios.

del año en las que la demanda del servicio fue muy alta.

Por lo general, el tiempo medio de uso del vehículo de carsharing al día viene a ser del 18,70%, ratio muy superior al del vehículo privado, cuyas unidades apenas registran una media de tiempo de uso diario del 8,3%. Los vehículos en propiedad pasan una media del

90% de su tiempo estacionados en espacio público, complicando así, especialmente en las zonas más céntricas de las ciudades, que los vehículos en circulación puedan encontrar espacios donde estacionar. La mayor rotación de las unidades de carsharing favorece claramente tanto la circulación como el estacionamiento.

¿QUIÉNES USAN EL CARSHARING?

Más de 500.000 ciudadanos en toda España utilizan de manera regular los servicios de carsharing. De todos ellos, el 45% tiene entre 25 y 40 años de edad y un 33% entre 41 y 55 años. Es decir, el 78% de los usuarios de este tipo de servicios son personas que por su actividad diaria precisan por lo general de mayores necesidades de movilidad a su disposición para desplazarse.

No son los únicos, pues de los usuarios de carsharing un 11,67% tiene entre 18 y 24 años de edad, un 8,42% entre 55 y 65 años y un 1,90% supera los 65 años. Es decir, el carsharing permite garantizar la movilidad a todas aquellas personas que no disponen de vehículos privados en los que desplazarse por las ciudades, o bien que en el momento de necesitar hacerlo no tenían un vehículo propio a su disposición.

Por lo general, el usuario de carsharing acostumbra a desplazarse siempre en coche, y es que tan sólo un 25% de los usuarios de estos servicios no disponen de coche en propiedad y por ello el carsharing representa una solución a sus necesidades de movilidad. El 75% restante de los usuarios de estos servicios sí cuentan con vehículo propio. De hecho, el 37,7% de los mismos tiene uno, el 29% tiene dos y el 9,7% restante tiene tres o más vehículos en propiedad en su domicilio. Pero por cuestiones prácticas prefieren utilizar este servicio. Precisamente, el 30% de los usuarios del carsharing utiliza los distintos tipos de servicios a



su alcance con relativa frecuencia. El 19,34% lo usa de manera habitual cada vez que lo necesita, el 18,26% hace uso de los servicios de manera esporádica y un 10,21% recurre a ellos con mucha frecuencia. Un 10,2% usa el carsharing varias veces por semana, casi el 20% lo utiliza entre cuatro y ocho veces al mes, el 34,5% de forma ocasional (de una a cuatro veces por mes), el 18,2% esporádicamente una vez al mes y para el 17,8% el servicio es un recurso más de movilidad que puede usar en determinadas ocasiones a lo largo del año. Uno de cada tres desplazamientos en carsharing está directamente relacionado con la

actividad directa del usuario. Así, para el 33% de los usuarios el servicio de coche compartido es un recurso a su alcance que utiliza bien para su movilidad laboral, bien por razones de estudio o por otro tipo de necesidades de desplazamiento, mientras que en un 41,53% de los casos el carsharing es un servicio de movilidad que los usuarios utilizan para realizar sus desplazamientos relacionados con el ocio y el entretenimiento. Para el 25,4% restante de usuarios, el carsharing es un recurso a su alcance que utiliza en sus trayectos de vuelta a casa o por motivos que pueden asociarse tanto a su ocio como a su actividad laboral.

VALOR RESIDUAL

EL VALOR DE REFERENCIA PARA EL GESTOR DE FLOTAS



Confeccionar una flota para que sea eficaz y rentable no es una labor sencilla. Pero los gestores de flotas cuentan con un elemento fundamental con el que poder guiarse en esta complicada misión: el valor residual. Junto con la consultora alemana B&F Forecasts, mostramos cuáles son los modelos con mejor impacto en este mercado, proyectándonos cuatro años al futuro.





Esta revista, de nuevo de la mano de la consultora alemana B&F Forecasts, ha confeccionado un informe en el que se analiza de manera pormenorizada el mercado automovilístico nacional para decretar cuáles son los mejores modelos en términos de valor residual, segmento a segmento. Son muchas y muy diversas las variables a tener en cuenta por parte de los responsables de diseñar una flota eficiente, eficaz y, sobre todo, rentable, pero no cabe duda del peso de este concepto: la capacidad de cada vehículo para mantener su valor a lo largo de cuatro años—el período más habitual en los contratos de renting tradicionales—y garantizar así el precio más elevado posible una vez que termina su vida en el canal de renting y es puesto de nuevo en el mercado.

Realizar un análisis con tanta profundidad no es sencillo y poder ofrecer la máxima precisión es una labor sumamente complicada. Son muchas las variables que se tienen en consideración a la hora de cuantificar con la mayor precisión posible la pérdida de valor de cada uno de los modelos. Variables que abarcan un espectro muy amplio, desde cuestiones que atañen a las previsiones macroeconómicas hasta las particularidades que presentan cada uno de los mercados. Todas ellas pueden hacer fluctuar el valor de los coches desde el mismo momento en el que se realiza su adquisición

hasta pasado ese período de tiempo de cuatro años que tomamos de referencia para un contrato de renting estándar. Pero estos datos macro y

microeconómicos no son los únicos que tienen un impacto en el valor futuro del vehículo.

Para conseguir una mayor precisión se tienen en cuenta otros no tan concretos y sencillos de establecer, como las tendencias que se imponen en los mercados automovilísticos, el tiempo que lleva cada modelo a la venta o si está próxima su renovación, e incluso el tipo de motorización que ofrece. En relación a este último punto, entran en juego aspectos como su naturaleza—si son mecánicas de combustión pura o electrificadas en alguna de sus variantes—o el combustible, ya sea diésel o gasolina. Por supuesto, el tipo de carrocería también puede ser determinante a la hora de calcular si un vehículo pierde más o menos valor cuatro años después de su adquisición. Se tiene en cuenta hasta el mínimo detalle, como si se acerca el momento de una renovación, si las previsiones de ventas del modelo son más altas o más bajas que otras generaciones... Incluso la imagen que se tiene en los mercados de la marca, o las unidades que se tienen previsto comercializar y fabricar.

El tiempo que lleva el modelo en el mercado es otro de los condicionantes que hay que tratar de evaluar. No acabará ofreciendo el mismo valor a cuatro años vista un vehículo recién estrenado que otro que se está comercializando desde hace unos años. Y queremos ahondar en la opción mecánica, cada vez con más peso en el momento de establecer el valor residual y más que seguirá ganando con las normativas y restricciones que se van implantando y las que van a llegar en los próximos años, que condicionarán la utilización futura de ciertas tecnologías de propulsión.



SEGMENTO MINI
12.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



Toyota
Aygo X 1.0 VVT-I

PRECIO
18.200 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
9.162 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

49,66 %



Hyundai
i10 1.0

PRECIO
17.190 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
9.528 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

44,57 %



Kia
Picanto 1.0 DPI

PRECIO
17.015 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
9.787 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

42,48 %

SEGMENTO MINI
12.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



Toyota
Aygo X 1.0 VVT-I

PRECIO
18.200 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
49,66 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
9.162 €



Mitsubishi
Space Star MPI

PRECIO
16.250 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
42,48 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
9.347 €



Fiat
Panda Hybrid 1.0

PRECIO
16.400 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
42,46 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
9.437 €

SEGMENTO URBANO
12.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



MINI
Mini Cooper C

PRECIO

30.350 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

13.651 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

55,02 %



Citroën
C3 YOU

PRECIO

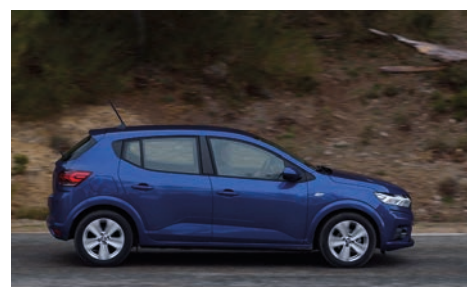
14.990 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

6.856 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

54,26 %



Dacia
Sandero Stepway TCE

PRECIO

14.720 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

7.055 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

52,07 %

SEGMENTO URBANO
12.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



Dacia
Sandero TCE

PRECIO

13.190 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

51,92 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

6.342 €



Citroën
C3 YOU

PRECIO

14.990 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

54,26 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

6.856 €



Renault
Clio TCE

PRECIO

17.390 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

51,68 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

8.403 €

SEGMENTO COMPACTO
15.000 KM/AÑO

**CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO**



**Dacia
Jogger ECO-G**

PRECIO
18.640 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
8.498 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS
54,41 %



**Mercedes-Benz
A 180**

PRECIO
38.788 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
19.475 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS
49,79 %



**BMW
120**

PRECIO
40.500 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
20.404 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS
49,62 %

SEGMENTO COMPACTO
15.000 KM/AÑO

**CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO**



**Dacia
Jogger ECO-G**

PRECIO
18.640 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
54,41 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
8.498 €



**Hyundai
i30 1.5 DPI**

PRECIO
22.670 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
43,64 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
12.777 €



**Citroën
C4 YOU**

PRECIO
24.990 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
43,63 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
14.087 €

SEGMENTO MEDIO
18.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



Tesla
Model 3 RWD

PRECIO

42.470 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

20.127 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

52,61 %



Mercedes-Benz
C 180

PRECIO

50.992 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

25.649 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

49,70 %



Audi
A5 TFSI Business

PRECIO

51.050 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

26.342 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

48,40 %

SEGMENTO MEDIO
18.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



Tesla
Model 3 RWD

PRECIO

42.470 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

52,61 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

20.127 €



Mazda
Mazda 6 2.0 Skyactiv-G

PRECIO

37.173 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

42,54 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

21.360 €



Subaru
Outback 2.5L Trek AWD

PRECIO

42.900 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

42,82 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

24.530 €

SEGMENTO EJECUTIVO
20.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



Mercedes-Benz
AMG GT 53 4Matic+

PRECIO

159.478 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

72.562 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

54,50 %



Mercedes-Benz
E 300 DE

PRECIO

69.157 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

34.261 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

50,46 %



Porsche
Taycan

PRECIO

105.682 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

55.599 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

47,39 %

SEGMENTO EJECUTIVO
20.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



Mercedes-Benz
E 220 D

PRECIO

64.511 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

49,28 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

32.720 €



BMW
520i

PRECIO

60.350 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

45,57 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

32.849 €



Lexus
ES 2.5 300H

PRECIO

58.000 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

40,49 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

34.516 €

SEGMENTO LUJO
20.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



Porsche
Panamera

PRECIO	VALOR RESIDUAL EN 4 AÑOS
128.737 €	46,86 %
PÉRDIDA DE VALOR DESPUÉS DE 4 AÑOS	
68.411 €	



Mercedes-Benz
S 350 D

PRECIO	VALOR RESIDUAL EN 4 AÑOS
114.843 €	45,11 %
PÉRDIDA DE VALOR DESPUÉS DE 4 AÑOS	
63.037 €	



BMW
840i Gran Coupé

PRECIO	VALOR RESIDUAL EN 4 AÑOS
113.000 €	44,25 %
PÉRDIDA DE VALOR DESPUÉS DE 4 AÑOS	
62.998 €	

SEGMENTO LUJO
20.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



BMW
840i Gran Coupé

PRECIO	PÉRDIDA DE VALOR DESPUÉS DE 4 AÑOS
113.000 €	62.998 €
VALOR RESIDUAL EN 4 AÑOS	
44,25 %	



Mercedes-Benz
S 350 D

PRECIO	PÉRDIDA DE VALOR DESPUÉS DE 4 AÑOS
114.843 €	63.037 €
VALOR RESIDUAL EN 4 AÑOS	
45,11 %	



Porsche
Panamera

PRECIO	PÉRDIDA DE VALOR DESPUÉS DE 4 AÑOS
128.737 €	68.411 €
VALOR RESIDUAL EN 4 AÑOS	
46,86 %	

SEGMENTO COUPÉ
15.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



Alpine
A110

PRECIO
65.300 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
28.934 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS
55,69 %



Mercedes-Benz
CLE 200

PRECIO
60.853 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
29.112 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS
52,16 %



Subaru
BRZ Sport

PRECIO
39.500 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
19.398 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS
50,89 %

SEGMENTO COUPÉ
15.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



Subaru
BRZ Sport

PRECIO
39.500 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
50,89 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
19.398 €



BMW
218i M Sport

PRECIO
48.750 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
47,49 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
25.599 €



BMW
420i

PRECIO
55.200 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
48,66 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
28.340 €

SEGMENTO CABRIO
15.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



BMW
Z4 sDrive20i

PRECIO

58.700 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

28.575 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

51,32 %



BMW
420i Cabrio

PRECIO

62.700 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

30.955 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

50,63 %



Mercedes-Benz
CLE 220 D

PRECIO

69.275 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

35.600 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

48,61 %

SEGMENTO CABRIO
15.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



BMW
Z4 sDrive20i

PRECIO

58.700 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

51,32 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

28.575 €



BMW
420i Cabrio

PRECIO

62.700 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

50,63 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

30.955 €



Mercedes-Benz
CLE 220 D

PRECIO

69.275 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

48,61 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

35.600 €

SEGMENTO DEPORTIVO
15.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



Porsche
911 Carrera

PRECIO

149.302 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

71.441 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

52,15 %



Mercedes-Benz
AMG GT 55 4Matic+

PRECIO

194.600 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

96.950 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

50,18 %



Mercedes-Benz
AMG CLE 53 4Matic+

PRECIO

97.900 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

49.978 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

48,95 %

SEGMENTO DEPORTIVO
15.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



Ford Mustang
GT 5.0 V8 Fastback

PRECIO

61.150 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

45,04 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

33.608 €



BMW
M240i xDrive

PRECIO

75.500 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

41,52 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

44.152 €



Mercedes-Benz
AMG CLE 53 4Matic+

PRECIO

97.900 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

48,95 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

49.978 €

SEGMENTO SUV MINI
12.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



Dacia
Duster TCE ECO-G

PRECIO

19.290 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

7.903 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

59,03 %



Citroën
C3 Aircross YOU

PRECIO

18.990 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

8.496 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

55,26 %



Alfa Romeo
Junior Ibrida

PRECIO

29.000 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

13.053 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

54,99 %

SEGMENTO SUV MINI
12.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



Dacia
Duster TCE ECO-G

PRECIO

19.290 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

59,03 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

7.903 €



Citroën
C3 Aircross YOU

PRECIO

18.990 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

55,26 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

8.496 €



Renault
Captur TCE

PRECIO

21.690 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

51,79 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

10.457 €

SEGMENTO SUV COMPACTO
18.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



Mercedes-Benz
GLC 220 d 4Matic

PRECIO
63.799 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
26.655 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

58,22 %



Tesla
Model Y RWD

PRECIO
45.470 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
20.198 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

55,58 %



Skoda
Kodiaq 1.5 TSI

PRECIO
42.960 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS
19.177 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

55,36 %

SEGMENTO SUV COMPACTO
18.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



Suzuki
Vitara 1.4 T

PRECIO
26.945 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
46,78 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
14.340 €



Renault
Arkana TCE

PRECIO
29.660 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
48,80 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
15.186 €



SsangYong
Korando G15T

PRECIO
26.600 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS
42,30 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS
15.348 €

SEGMENTO SUV GRANDE
20.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



Mercedes-Benz
GLE 300 D

PRECIO

90.730 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

45.574 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

49,77 %



Mercedes-Benz
G 450 D

PRECIO

148.675 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

76.969 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

48,23 %



Range Rover Sport
16 PHEV

PRECIO

104.450 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

54.398 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

47,92 %

SEGMENTO SUV GRANDE
20.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



SsangYong Rexton D22
DTR 4X4

PRECIO

45.400 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

37,10 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

28.557 €



Kia Sorento 1.6 T-GDI
HEV Drive 4X2

PRECIO

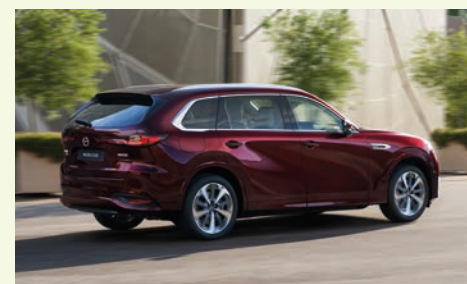
51.635 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

38,65 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

31.678 €



Mazda
CX-80 3.3 D

PRECIO

60.648 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

47,41 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

31.895 €

SEGMENTO MONOVOLUMEN
18.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN % DE
VALOR MANTENIDO



Mercedes-Benz
B 180

PRECIO

42.167 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

21.767 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

48,38 %



BMW 218d
Active Tourer

PRECIO

42.200 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

22.472 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

46,75 %



Volkswagen
Touran 1.5 TSI

PRECIO

43.120 €

PÉRDIDA DE
VALOR DESPUÉS
DE 4 AÑOS

25.764 €

VALOR
RESIDUAL
EN
4 AÑOS

40,25 %

SEGMENTO MONOVOLUMEN
18.000 KM/AÑO

CAMPEONES EN € DE
VALOR ECONÓMICO



BMW 218i
Active Tourer

PRECIO

39.950 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

45,58 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

21.741 €



Mercedes-Benz
B 180

PRECIO

42.167 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

48,38 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

21.767 €



Volkswagen Touran
1.5 TSI

PRECIO

43.120 €

VALOR
RESIDUAL
EN 4 AÑOS

40,25 %

PÉRDIDA
DE VALOR
DESPUÉS
DE 4 AÑOS

25.764 €

Herramientas de trabajo de primera categoría

Aquellos que necesitan vehículos capaces de enfrentarse a cualquier superficie con agilidad y capacidad de cargar toda clase de material lo tienen cada vez más complicado, pero los cuatro modelos que en la actualidad se encuentran en el mercado muestran sobrada capacitación para cumplir con las expectativas.

El coste de propiedad, al detalle



Marca y modelo (coste en €)	Coste de				TCO	
	Depreciación	Mantenim.	Neumáticos	Combustible	TCO	100 km
Ford Ranger D. Cabina 2.0 EcoBlue 170 XLT	24.429,24 €	3.600,34 €	1.041,88 €	12.069,54 €	41.141,00 €	45,71 €
Isuzu DMax N60 F Crew 1.9 164	25.445,96 €	2.657,58 €	1.022,44 €	11.939,76 €	41.065,74 €	45,63 €
Toyota Hilux C. Doble 2.8 D-4D 204 VXL	25.870,59 €	3.531,56 €	1.021,96 €	11.550,42 €	41.974,53 €	46,64 €
Volkswagen Amarok 2.0 TDI 205 Style	30.031,18 €	3.698,07 €	1.095,22 €	11.550,42 €	46.374,89 €	51,53 €
Promedio	26.444,24 €	3.371,89 €	1.045,38 €	11.777,54 €	42.639,04 €	

* 36 meses/90.000 km

Aunque los grandes protagonistas de esta categoría se han empeñado durante los últimos años en mostrar el lado más lúdico de los pick up, con acabados que nada envidian a los de un SUV en calidad y equipamiento o disponiendo de motores cada vez más potentes, no cabe duda de que en muchos sectores son una herramienta más de trabajo. Primero, por su capacidad de carga, y segundo, porque cada vez hay menos opciones en el mercado con cualidades de todoterreno puro.

El de los pick up es un segmento que se mueve por modas, o por cumplir con la normativa de emisiones. Hay momentos en los que la competencia es cada vez más numerosa o, como sucede ahora, que cuesta contar hasta cuatro modelos que presenten características similares.

Entre los que se pueden elegir en la actualidad el Isuzu DMax depara un menor coste de uso. Las cuotas de renting del japonés son algo más ajustadas y, especialmente, es considerablemente más económico que sus rivales en Coste de Mantenimiento.

El Ford Ranger penaliza

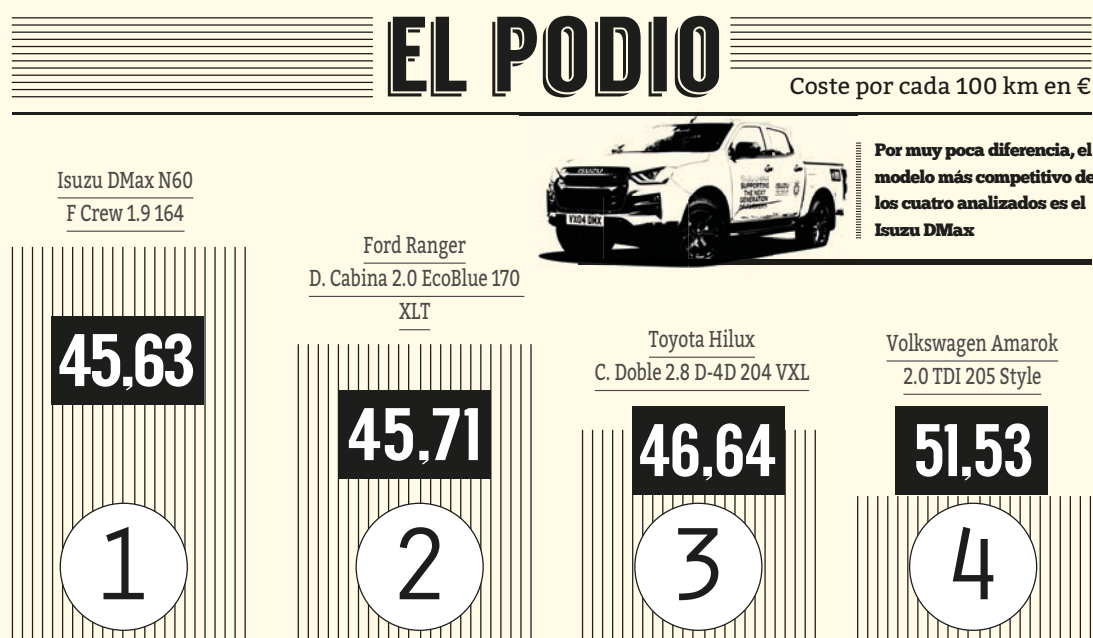
sobre todo en el consumo de combustible e incluso en el mantenimiento, tal y como muestran los datos de Fleet Data.

Otro de los viejos rockeros que se mantiene en el mercado, con una nueva generación recién presentada, es el Toyota Hilux. No es el más económico, pero

sí resulta muy equilibrado, sin despuntar en ningún aspecto pero tampoco sin penalizar en exceso. El último de este cuarteto es otro modelo de sobra conocido, el Volkswagen Amarok. Esta nueva generación, fruto de la colaboración entre la marca alemana y Ford, destaca por

ofrecer un motor muy potente y un nivel de equipamiento más completo, lo que se traduce en un precio más elevado y una mayor depreciación, con mayores costes también en los apartados de Mantenimiento y Neumáticos, y más comedido, como el Hilux, en consumo de combustible.

Salvo en pocas cuestiones, la igualdad es patente entre los pocos pick up que se pueden encontrar en el mercado en este momento



DESVIACIÓN UNITARIA DE CADA COSTE

Costes totales en 36 meses/90.000 kilómetros

Marca y modelo	Depreciación	Coste Manten.	Neumáticos	Combustible	TCO total
Ford Ranger D. Cabina 2.0 EcoBlue 170 XLT	24.429,24 €	3.600,34 €	1.041,88 €	12.069,54 €	41.141,00 €
Isuzu DMax N60 F Crew 1.9 164	25.445,96 €	2.657,58 €	1.022,44 €	11.939,76 €	41.065,74 €
Toyota Hilux C. Doble 2.8 D-4D 204 VXL	25.870,59 €	3.531,56 €	1.021,96 €	11.550,42 €	41.974,53 €
Volkswagen Amarok 2.0 TDI 205 Style	30.031,18 €	3.698,07 €	1.095,22 €	11.550,42 €	46.374,89 €
Promedio	26.444,24 €	3.371,89 €	1.045,38 €	11.777,54 €	42.639,04 €

Ford Ranger D. Cabina 2.0 EcoBlue 170 XLT	-2.015	228	-3	292	Desviación sobre el valor medio (€)
Isuzu DMax N60 F Crew 1.9 164	-998	-714	-23	162	
Toyota Hilux C. Doble 2.8 D-4D 204 VXL	-574	160	-23	-227	
Volkswagen Amarok 2.0 TDI 205 Style	3.587	326	50	-227	
Promedio	26.444,24 €	3.371,89 €	1.045,38 €	11.777,54 €	Valor medio (€)

PORCENTAJE Y PESO DE LA CUOTA MENSUAL

Desglose de cuota promedio. Datos en euros

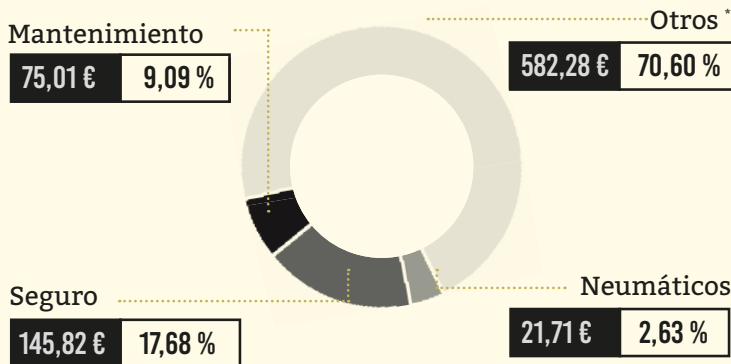
Ford Ranger D. Cabina 2.0 EcoBlue 170 XLT



Cuota mensual
de renting
(36 meses/
90.000 km)*

824,81 €
**

■ Coste en € □ % sobre cuota



* Incluye: Alquiler, servicios, impuesto de circulación, gestión de sanciones, seguro, mantenimiento y reparaciones, asistencia en carretera y 12 neumáticos.

** Primer año: 820,12 euros. Segundo año: 832,16 euros. Tercer año: 821,33 euros. Cuarto año: 825,64 euros.

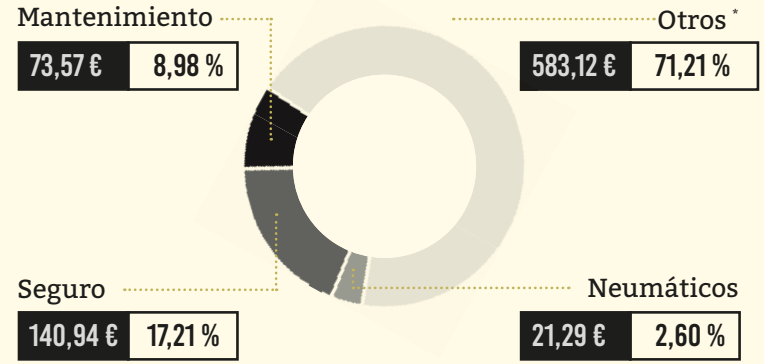
Isuzu DMax N60 F Crew 1.9 164



Cuota mensual
de renting
(36 meses/
90.000 km)*

818,93 €
**

■ Coste en € □ % sobre cuota



* Incluye: Alquiler, servicios, impuesto de circulación, gestión de sanciones, seguro, mantenimiento y reparaciones, asistencia en carretera y 12 neumáticos.

** Primer año: 810,12 euros. Segundo año: 831,23 euros. Tercer año: 820,93 euros. Cuarto año: 814,15 euros.

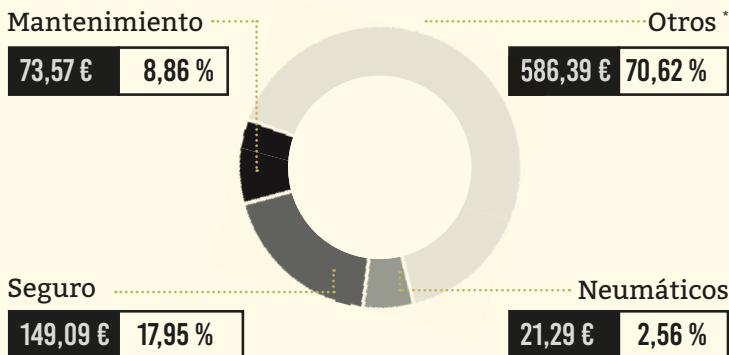
Toyota Hilux C. Doble 2.8 D-4D 204 VXL



Cuota mensual
de renting
(36 meses/
90.000 km)*

830,34 €
**

■ Coste en € □ % sobre cuota



* Incluye: Alquiler, servicios, impuesto de circulación, gestión de sanciones, seguro, mantenimiento y reparaciones, asistencia en carretera y 12 neumáticos.

** Primer año: 829,56 euros. Segundo año: 835,21 euros. Tercer año: 836,12 euros. Cuarto año: 820,47 euros.

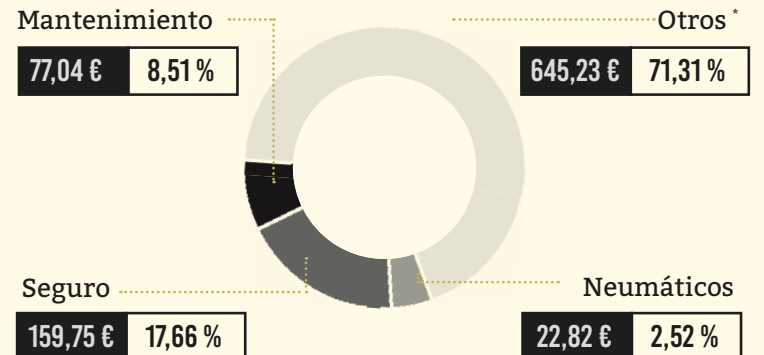
Volkswagen Amarok 2.0 TDI 205 Style



Cuota mensual
de renting
(36 meses/
90.000 km)*

904,84 €
**

■ Coste en € □ % sobre cuota



* Incluye: Alquiler, servicios, impuesto de circulación, gestión de sanciones, seguro, mantenimiento y reparaciones, asistencia en carretera y 12 neumáticos.

** Primer año: 905,57 euros. Segundo año: 903,00 euros. Tercer año: 908,44 euros. Cuarto año: 902,34 euros.

Las compras de vehículos caen un 2,58% en los dos meses estivales

Las matriculaciones en el canal de renting sufren su primer frenazo

Las excelentes cifras de llegada de nuevos vehículos a las empresas de renting se tiñeron de rojo por primera vez en lo que va de año en el mes de agosto. Computando de manera conjunta los dos meses de verano, las matriculaciones de este canal experimentaron un retroceso del 2,5%.



Después de estar viendo crecimientos de doble dígito en todos los meses de 2024 a excepción de marzo (debido al efecto estacional de la Semana Santa), el mercado del renting ha vivido este verano su primer traspies del año.

Durante el mes de julio, el número de matriculaciones prácticamente copió la cifra del mismo mes del pasado ejercicio. De este modo, se contabilizaron 25.498 nuevas adquisiciones cuando en julio de 2023 se alcanzaron las 25.245. Un repunte

de apenas un 1%, pero en positivo en todo caso...

El frenazo en las compras se haría esperar hasta agosto, cuando caían de 15.326 a 14.025 nuevos vehículos respecto al año anterior, deparando por primera vez en el año una cifra negativa, cuantificada en un 8,49% en las estadísticas facilitadas por la consultora MSI.

Si contabilizamos los dos meses de manera conjunta nos encontramos con que el descenso de matriculaciones en el periodo estival de 2024 ha

sido de un 2,58%, retrocediendo de 40.571 unidades en 2023 a 39.523 en 2024.

Separando las entregas de turismos y comerciales se observa que la tendencia al alza que están experimentando los segundos desde que arrancó el ejercicio ha bajado de intensidad, pero aun así se ha mantenido en números negros. Entre julio y agosto han sido un total de 8.469 comerciales los que se han matriculado en renting, mientras que en el mismo periodo del año pasado

MATRICULACIONES RENTING TURISMOS
AGOSTO 2024. POR MARCAS

Marca	Ago. 24	% Cuota Ago. 24	Ago. 23	% Cuota Ago. 23	Variación
Volkswagen	1.089	10,05	1.282	10,41	-15,05%
Mercedes	1.082	9,99	996	8,09	8,63%
BMW	890	8,21	920	7,47	-3,26%
Audi	880	8,12	923	7,49	-4,66%
Toyota	796	7,35	835	6,78	-4,67%
Renault	762	7,03	612	4,97	24,51%
SEAT	632	5,83	574	4,66	10,10%
Peugeot	589	5,44	431	3,50	36,66%
Kia	538	4,97	559	4,54	-3,76%
Skoda	518	4,78	560	4,55	-7,50%
Citroën	462	4,26	728	5,91	-36,54%
Hyundai	378	3,49	352	2,86	7,39%
Nissan	343	3,17	615	4,99	-44,23%
Ford	270	2,49	556	4,51	-51,44%
Opel	269	2,48	631	5,12	-57,37%
Cupra	221	2,04	222	1,80	-0,45%
Volvo	190	1,75	280	2,27	-32,14%
Jeep	131	1,21	75	0,61	74,67%
Lexus	126	1,16	146	1,19	-13,70%
Dacia	107	0,99	225	1,83	-52,44%
MINI	99	0,91	96	0,78	3,13%
Mazda	87	0,80	102	0,83	-14,71%
DS	82	0,76	167	1,36	-50,90%
MG	46	0,42	11	0,09	318,18%
Tesla	41	0,38	70	0,57	-41,43%
Lynk & Co	40	0,37	7	0,06	471,43%
Land Rover	27	0,25	91	0,74	-70,33%
Fiat	22	0,20	107	0,87	-79,44%
Mitsubishi	21	0,19	6	0,05	250,00%
Porsche	19	0,18	16	0,13	18,75%
Alfa Romeo	17	0,16	25	0,20	-32,00%
Omoda	12	0,11	0	0,00	-
BYD	11	0,10	0	0,00	-
Honda	10	0,09	4	0,03	150,00%
Smart	5	0,05	10	0,08	-50,00%
Polestar	5	0,05	6	0,05	-16,67%
Subaru	4	0,04	6	0,05	-33,33%
Jaguar	4	0,04	11	0,09	-63,64%
Jaecoo	3	0,03	0	0,00	-
Maserati	2	0,02	9	0,07	-77,78%
SsangYong	1	0,01	2	0,02	-50,00%
Abarth	1	0,01	0	0,00	-
TOTAL	10.834	100,00	12.317	100,00	-12,04%

MATRICULACIONES RENTING TOTAL
AGOSTO 2024. POR TIPO DE PROPULSIÓN

Propulsión	Ago. 24	Ago. 23	Variación
Diésel	5.548	6.297	-11,89%
Gasolina	2.958	2.886	2,49%
Gasolina Mild Hybrid	1.747	1.608	8,64%
Gasolina/Eléctrico	1.422	1.684	-15,56%
Diésel Mild Hybrid	975	965	1,04%
Gasolina/Eléctrico Enchufable	729	1.079	-32,44%
Eléctrico	446	649	-31,28%
Diésel/Eléctrico Enchufable	123	47	161,70%
Gas Licuado con PetrÓleo (GLP)	76	110	-30,91%
Gasolina/Alcohol	1	0	-
Gas Natural Comprimido (GNC)	0	1	-100,00%
TOTAL	14.025	15.326	-8,49%

MATRICULACIONES RENTING TURISMOS
ACUMULADO ENERO-AGOSTO 2024. POR MARCAS

Marca	Acum 24	% Cuota Ago. 24	Acum 23	% Cuota Ago. 23	Variación
Volkswagen	17.221	9,38	19.163	11,49	-10,13%
Toyota	14.195	7,73	11.177	6,70	27,00%
SEAT	13.870	7,56	12.297	7,37	12,79%
Peugeot	13.400	7,30	11.474	6,88	16,79%
BMW	12.999	7,08	10.293	6,17	26,29%
Mercedes	12.413	6,76	10.896	6,53	13,92%
Citroën	12.082	6,58	5.691	3,41	112,30%
Renault	11.579	6,31	11.280	6,76	2,65%
Audi	9.083	4,95	10.142	6,08	-10,44%
Opel	7.661	4,17	4.733	2,84	61,86%
Skoda	7.640	4,16	8.088	4,85	-5,54%
Nissan	7.401	4,03	4.741	2,84	56,11%
Kia	7.205	3,93	8.397	5,03	-14,20%
Cupra	6.173	3,36	5.339	3,20	15,62%
Volvo	4.081	2,22	3.583	2,15	13,90%
Hyundai	4.012	2,19	3.803	2,28	5,50%
Dacia	2.830	1,54	2.307	1,38	22,67%
Ford	2.517	1,37	8.473	5,08	-70,29%
DS	1.899	1,03	1.499	0,90	26,68%
Fiat	1.879	1,02	4.723	2,83	-60,22%
Jeep	1.832	1,00	1.255	0,75	45,98%
SsangYong	1.800	0,98	52	0,03	3361,54%
Mitsubishi	1.392	0,76	151	0,09	821,85%
MINI	1.250	0,68	1.540	0,92	-18,83%
Lexus	1.197	0,65	1.411	0,85	-15,17%
Alfa Romeo	1.122	0,61	471	0,28	138,22%
MG	901	0,49	187	0,11	381,82%
Mazda	840	0,46	877	0,53	-4,22%
Tesla	688	0,37	618	0,37	11,33%
Land Rover	560	0,31	629	0,38	-10,97%
Lynk & Co	364	0,20	63	0,04	477,78%
Porsche	274	0,15	289	0,17	-5,19%
Suzuki	248	0,14	241	0,14	2,90%
Smart	175	0,10	52	0,03	236,54%
Polestar	149	0,08	179	0,11	-16,76%
BYD	135	0,07	1	0,00	13.400%
Omoda	116	0,06	0	0,00	-
Honda	94	0,05	25	0,01	276,00%
Jaguar	73	0,04	92	0,06	-20,65%
Subaru	69	0,04	328	0,20	-78,96%
Maserati	65	0,04	81	0,05	-19,75%
KGM	19	0,01	0	0,00	-
TOTAL	183.544	100,00	166.790	100,00	10,04%

MATRICULACIONES RENTING TOTAL
ENERO-AGOSTO 2024. POR TIPO DE PROPULSIÓN

Propulsión	Acum 24	Acum 23	Variación
Diésel	72.803	68.250	6,67%
Gasolina	69.685	61.070	14,11%
Gasolina Mild Hybrid	27.058	21.379	26,56%
Gasolina/Eléctrico	20.949	16.931	23,73%
Gasolina/Eléctrico Enchufable	11.789	12.465	-5,42%
Diésel Mild Hybrid	10.742	9.884	8,68%
Eléctrico	7.455	6.966	7,02%
Gas Licuado con PetrÓleo (GLP)	1.557	1.415	10,04%
Diésel/Eléctrico Enchufable	1.262	518	143,63%
Gas Natural Comprimido (GNC)	42	87	-51,72%
Gasolina/Alcohol	11	0	-
TOTAL	223.353	198.968	12,26%

Datos: MSI Iberia

esta cifra no superó los 7.324 vehículos de nueva factura. En cambio, entre los turismos el descenso es más considerable.

Entre los pasados meses de julio y agosto se alcanzaron las 31.054 unidades matriculadas, cuando entre los dos meses de verano del año pasado se llegaba hasta las 33.247, es decir, que se han adquirido un 6,6% menos de turismos este año.

Pero a pesar del ligero frenazo experimentado durante el periodo veraniego, el acumulado de este 2024 sigue mostrando una tendencia al alza y a ritmo doble dígito en comparación con el pasado ejercicio; y apuntando, a pesar del traspie estival, a un año que batirá todas las cifras de matriculaciones en el histórico del renting.

Al cierre del mes de agosto, el total de vehículos nuevos llegados a este mercado asciende a 223.353, cuando el año pasado, un año que ya se calificaba por muchos como más que bueno, se rozaban las 200.000 unidades, en concreto 198.968.

Fragmentando este registro, se aprecia cómo los comerciales mantienen un ritmo de crecimiento más alegre que los turismos. Los primeros acu-

mulan en este 2024 un incremento del 23,71%, pasando de 32.178 a 39.809 vehículos nuevos matriculados.

Entre los turismos las cifras también son muy buenas, pero arrojan unos porcentajes más comedidos que los comerciales. Este segmento acumula en ocho meses 183.544 compras, cuando durante el pasado ejercicio se computaron 166.790.

MÁS COMPRAS Y MÁS INVERSIÓN

En un mercado que acumula un crecimiento que supera el 12%, la inversión realizada por los principales actores del sector del renting llega al 14,20%, superando los 5.000 millones de euros.

De estos datos relativos a la compra y la inversión se puede extraer como conclusión que el precio medio de un vehículo adquirido por las operadoras de renting de nuestro país asciende a 22.789 euros, cuando hace un año el precio medio de un vehículo destinado a este canal era de 22.400,5 euros. La diferencia en un plazo de doce meses asciende a 388,5 euros, lo que supone un encarecimiento de un 1,7% del precio final, un porcentaje que, poco a poco, no ha parado de crecer en los últimos meses.



Los vehículos 100% eléctricos han visto cómo han perdido cuota de mercado en los primeros ocho meses del año en relación a 2023. Los de combustión tradicional pierden protagonismo en favor de los híbridos autorrecargables y enchufables

MATRICULACIONES RENTING COMERCIALES
AGOSTO 2024. POR MARCAS

Marca	Ago. 2024	% Cuota Ago. 24	Ago. 2023	% Cuota Ago. 23	Variación
Renault	649	20,34	681	22,63	-4,70%
Citroën	512	16,05	430	14,29	19,07%
Peugeot	496	15,54	433	14,39	14,55%
Ford	373	11,69	354	11,76	5,37%
Volkswagen	290	9,09	157	5,22	84,71%
Fiat	277	8,68	281	9,34	-1,42%
Opel	241	7,55	210	6,98	14,76%
Toyota	177	5,55	213	7,08	-16,90%
Mercedes	73	2,29	158	5,25	-53,80%
Nissan	32	1,00	33	1,10	-3,03%
Renault Trucks	20	0,63	2	0,07	900,00%
Iveco	16	0,50	10	0,33	60,00%
Ssangyong/KGM	13	0,41	33	1,10	-60,61%
Maxus	12	0,38	5	0,17	140,00%
Isuzu	6	0,19	3	0,10	100,00%
Mitsubishi-Fuso	3	0,09	0	0,00	-
MAN	1	0,03	5	0,17	-80,00%
Piaggio	0	0,00	0	0,00	-
DFSK	0	0,00	0	0,00	-
Aiways	0	0,00	0	0,00	-
MW Motors	0	0,00	1	0,03	-100,00%
TOTAL	3.191	100,00	3.009	100,00	6,05%

MATRICULACIONES RENTING COMERCIALES
ACUMULADO ENERO-AGOSTO 2024. POR MARCAS

Marca	Acum. Ago. 24	% Cuota Ago. 24	Acum. Ago. 23	% Cuota Ago. 23	Variación
Renault	12.466	31,31	8.365	26,00	49,03%
Citroën	5.974	15,01	4.671	14,52	27,90%
Peugeot	4.973	12,49	4.286	13,32	16,03%
Ford	3.200	8,04	3.763	11,69	-14,96%
Volkswagen	3.141	7,89	2.043	6,35	53,74%
Toyota	3.005	7,55	1.529	4,75	96,53%
Fiat	2.243	5,63	2.515	7,82	-10,82%
Opel	2.121	5,33	2.013	6,26	5,37%
Mercedes	1.501	3,77	1.462	4,54	2,67%
Nissan	536	1,35	897	2,79	-40,25%
Iveco	200	0,50	109	0,34	83,49%
Maxus	137	0,34	67	0,21	104,48%
Ssangyong	130	0,33	271	0,84	-52,03%
Renault Trucks	43	0,11	12	0,04	258,33%
MAN	40	0,10	43	0,13	-6,98%
Isuzu	40	0,10	16	0,05	150,00%
Mitsubishi-Fuso	31	0,08	13	0,04	138,46%
Suzuki	16	0,04	83	0,26	-80,72%
DFSK	5	0,01	1	0,00	400,00%
Nextem	2	0,01	2	0,01	0,00%
EVO	2	0,01	0	0,00	-
TOTAL	39.809	100,00	32.178	100,00	23,71%

MATRICULACIONES TURISMOS
AGOSTO 2024. POR MODELOS

Modelo	Ago. 24	Ago. 23	Variación
Renault Clio	328	277	18,41%
Mercedes GLA	302	73	313,70%
VW Tiguan	289	169	71,01%
BMW X1	241	246	-2,03%
Toyota Corolla	241	233	3,43%
Peugeot 2008	235	147	59,86%
Renault Austral	232	46	404,35%
Kia Sportage	217	155	40,00%
Seat Arona	211	166	27,11%
Seat Ibiza	210	102	105,88%
Nissan Qashqai	208	549	-62,11%
Citroën C4	198	119	66,39%
BMW X2	197	52	278,85%
Mercedes GLC	195	269	-27,51%
Opel Corsa	191	604	-68,38%
Skoda Karoq	190	163	16,56%
Audi Q3 S.back	190	218	-12,84%
Cupra Formentor	182	147	23,81%
Mercedes Clase A	178	319	-44,20%
VW T-Roc	178	338	-47,34%
VW Polo	175	141	24,11%
Hyundai Tucson	161	208	-22,60%
Peugeot 208	156	123	26,83%
Seat León	152	216	-29,63%
Toyota C-HR	151	199	-24,12%
Ford Puma	141	249	-43,37%
Toyota Yaris	139	87	59,77%
Audi Q5 S.back	132	96	37,50%
Toyota RAV 4	127	148	-14,19%
VW T-Cross	118	98	20,41%
TOTAL	10.834	12.317	-12,04%

MATRICULACIONES COMERCIALES
AGOSTO 2024. MODELOS

Modelo	Ago. 24	Ago. 23	Variación
Citroën Berlingo	374	210	78,10%
Renault Express	292	263	11,03%
Renault Kangoo	208	185	12,43%
Peugeot Partner	189	104	81,73%
Peugeot Rifter	179	237	-24,47%
VW Caddy	161	62	159,68%
Opel Combo	158	151	4,64%
Fiat Doblo Cargo	151	198	-23,74%
Renault Trafic	123	91	35,16%
Ford Transit	120	49	144,90%
Ford Ranger	120	37	224,32%
Opel Vivaro	74	23	221,74%
Peugeot Boxer	70	26	169,23%
Toyota Pr. City	59	32	84,38%
Citroën Jumpy	58	141	-58,87%
Peugeot Expert	57	61	-6,56%
Toyota Pr. City V.	57	26	119,23%
Ford Transit C.	49	109	-55,05%
Fiat Scudo	48	19	152,63%
VW Crafter	47	16	193,75%
TOTAL	3.191	3.009	6,05%

MATRICULACIONES TURISMOS
ACUMULADO ENE-AGO 24. MODELOS

Modelo	Ago. 24	Ago. 23	Variación
Seat Arona	4.909	5.511	-10,92%
Nissan Qashqai	4.898	3.772	29,85%
Peugeot 2008	4.846	3.791	27,83%
Citroën C3	4.826	1.749	175,93%
Opel Corsa	4.323	3.306	30,76%
VW T-Roc	4.151	4.623	-10,21%
Renault Clio	4.089	4.333	-5,63%
Seat Ibiza	4.052	2.936	38,01%
Cupra Formentor	3.781	3.402	11,14%
BMW X1	3.453	1.891	82,60%
Toyota Corolla	3.276	2.340	40,00%
Citroën C4	3.160	1.714	84,36%
VW T-Cross	3.146	2.554	23,18%
SEAT Leon	3.111	954	226,10%
VW Tiguan	3.022	2.782	8,63%
Toyota Yaris	3.000	1.963	52,83%
Mercedes GLA	2.934	1.423	106,18%
Toyota C-HR	2.741	3.116	-12,03%
Peugeot 3008	2.707	2.912	-7,04%
Citroën C3 Aircr.	2.685	1.334	101,27%
Peugeot 208	2.671	2.339	14,19%
Toyota Yaris Cr.	2.312	1.827	26,55%
Mercedes Clase A	2.303	2.794	-17,57%
VW Polo	2.258	2.260	-0,09%
BMW Serie 1	2.231	1.461	52,70%
Kia Sportage	2.200	2.324	-5,34%
Renault Captur	2.156	2.759	-21,86%
VW Golf	2.129	1.908	11,58%
Renault Austral	2.077	473	339,11%
Cupra León	2.068	1.737	19,06%
TOTAL	183.544	166.790	10,04%

MATRICULACIONES COMERCIALES
ACUMULADO ENE-AGO 24. MODELOS

Modelo	Ago. 24	Ago. 23	Variación
Renault Express	6.457	4.334	48,98%
Citroën Berlingo	3.876	3.298	17,53%
Renault Kangoo	3.021	1.704	77,29%
Peugeot Partner	2.047	1.504	36,10%
Renault Trafic	1.819	1.322	37,59%
Peugeot Rifter	1.780	1.872	-4,91%
Opel Combo	1.441	1.408	2,34%
VW Caddy	1.293	966	33,85%
Ford Transit	1.287	751	71,37%
Renault Master	1.169	1.004	16,43%
Citroën Jumpy	932	731	27,50%
Fiat Ducato	843	709	18,90%
Citroën Jumper	837	552	51,63%
Toyota Pr. City	787	348	126,15%
VW Transporter	731	297	146,13%
Ford Ranger	700	440	59,09%
Toyota Pr. City V.	694	218	218,35%
Mercedes Vito	676	392	72,45%
Toyota Hilux	657	440	49,32%
Peugeot Boxer	613	424	44,58%
TOTAL	39.809	32.178	23,71%

LEVE DESCENSO DE LOS ELÉCTRICOS

Añadiendo los meses de julio y agosto al acumulado del año nos encontramos con que, en lo que a opciones de propulsión se refiere, apenas se han producido cambios de un año a otro. Tal es así que el peso de los vehículos nuevos de combustión tradicional ha descendido tan sólo un 1,20%. Y es que si en 2023 su penetración a estas alturas era del 65% sobre el total de las nuevas adquisiciones, en 2024 apenas se ha visto reducida al 63,80%. Y todo a consecuencia de la menor aceptación de los diésel, porque los modelos alimentados de gasolina han experimentado incluso un leve repunte.

Los vehículos electrificados, por su parte, siguen escalando posiciones, casi 1,4 puntos frente a 2023, siendo los modelos que equipan sistemas de hibridación ligera o autorrecargables los que han incrementado su peso en mayor medida, frente a la contracción de los híbridos enchufables.

Pero lo que continúa llamando la atención es el frenazo persistente de los eléctricos puros, que han pasado de acaparar el 3,5% de las ventas hasta agosto del año pasado para llevarse sólo un 3,34% de las nuevas matriculaciones de renting de este año.

RENAULT SE MANTIENE COMO LÍDER

Evolucionando al alza tanto en el segmento de turismos como, principalmente, en el de comerciales, Renault reafirma su liderazgo al frente de las matriculaciones en el canal de renting. En total, la marca del rombo contabiliza 24.045 nuevas adquisiciones, cuando el año pasado a estas alturas aún no había logrado las 20.000. La segunda posición es para Volkswagen, que es la única marca del top 10 que muestra peores números que en 2023. A final de agosto de 2023 la alemana dominaba este ranking con más de 21.000 vehículos, pero en 2024 ha retrocedido casi un 4% hasta los 20.362.

En cambio, en el segmento de turismos Volkswagen domina con autoridad el mercado de renting, muy por delante de Toyota, segunda, y Seat, tercera. Pero si ponemos la atención en los comerciales, es Renault la que se impone de una manera autoritaria, doblando a su compatriota Citroën, su más cercano competidor.

VOLVO EX90

OTRO PASO MÁS EN LA ELECTRIFICACIÓN DE SU OFERTA

Si hay una marca que apuesta de una manera determinante por el vehículo eléctrico esa es Volvo. La sueca acaba de presentar su último fichaje, el EX90, el alter ego de cero emisiones del XC90 (que también ha sido renovado). Se lanza con tres versiones mecánicas que se sitúan en torno a los 600 km de autonomía.

Se fabrica en la planta norteamericana de Charleston (Carolina del Norte) y sus principales mercados van a ser el americano y el chino, pero el EX90 de Volvo será un modelo muy importante en el mercado europeo, ampliando la lista de variantes "E", la letra que la sueca ha reservado en su nomenclatura para identificar a sus creaciones eléctricas. El EX90 se suma así a los ya conocidos EX30, EX40 y EV40, llevando la electrificación a las gamas de modelos más grandes. Para empezar, el todocamino más grande del catálogo, y no tardarán en llegar ni el ES90 ni el EX60.

El nuevo SUV de cero emisiones de la compañía nórdica cuenta con una gama mecánica formada por tres alternativas. Por un lado, presenta la opción Single Motor de 279 CV y tracción delantera, con una autonomía homologada

de 580 km. Le sigue la versión Twin Motor de 408 CV, con tracción integral y un alcance de 614 km. Por último, el Twin Motor Performance de 517 CV, con tracción integral y con un rango de acción de 614 km.

Las dimensiones del nuevo todocamino son de 5.037 mm de largo, 1.964 mm de ancho y 1.747 mm de alto, mientras que las llantas pueden alcanzar las 22 pulgadas. Posee un diseño frontal que recuerda al del XC90. Sin embargo, destaca la desaparición de su parrilla, que se sustituye por un elemento cerrado, al tiempo que mantiene la tradicional forma de martillo de Thor en sus faros delanteros, aunque ahora son más finos y se extienden aún más hacia la zona central.

Una vez instalados en su habitáculo, vamos a descubrir dos pantallas: una en disposición central de 14,5 pulga-





**PARECIDO AL XC90...
PERO NO IGUAL**

El Volvo EX90 se convierte en la opción 100% eléctrica del XC90, pero ofrece nueve centímetros más de longitud, con unos tiradores y lunas a la misma altura que la carrocería.



das dedicada al infoentretenimiento y otra frente al conductor, de ocho, que hace las veces de cuadro de instrumentación. El sistema de audio del EX90 viene acompañado de un equipo de 25 altavoces Bowers & Wilkins con Dolby Atmos, algunos de ellos integrados en los reposacabezas para una experiencia acústica 3D.

Como curiosidad, destacar que está inspirado en la típica sala de estar escandinava. Esto se puede apreciar en los detalles en madera de su diseño y en sus opciones de tapicería de mezcla de lana o Nordico de alta calidad, un material formado a partir de elementos reciclados. Respecto a los asientos, como el XC90 ofrece espacio más que suficiente para cinco pasajeros y dispone de dos prácticas banquetas bajo el piso del maletero para llegar hasta las siete plazas.

Por otro lado, el nuevo EX90 es el primer modelo de la marca en emplear un radar LiDar y un sistema de software con los que la empresa busca ser referente en materia

de seguridad vial y dar los primeros pasos hacia la conducción autónoma, pues alcanza el nivel 3, aunque solo se podrá emplear en los mercados donde este esté autorizado. Además, dispone de una amplia gama de sensores y radares con los que monitorizar y controlar cuanto sucede a su alrededor, lo que permitirá a los ocupantes experimentar el sistema de cambio de carril automático junto al control de crucero adaptativo sin necesidad de intervención humana. Para el desarrollo de tanta tecnología, sistemas y

En España, la horquilla de precios del EX90 abarca desde los 83.000 euros de la variante de 279 CV hasta los 107.000 de la de 507 CV con acabado Ultra

procesos, la enseña escandinava se ha apoyado en partners como Google o Nvidia.

Pero no solo quiere controlar qué sucede en el exterior, también el interior. Así, se han dispuesto un conjunto de cámaras y sensores que estudiarán los comportamientos de los pasajeros e irán más allá del habitual detector de fatiga del conductor, que ya es obligatorio entre los sistemas de seguridad. Será capaz de entender si está sufriendo algún tipo de indisposición al volante o si está ebrio. Incluso puede detenerse por sí mismo a un lado de la carretera si detecta que se ha perdido el control del automóvil. Y es que, aunque se llega al nivel 3 de conducción autónoma, el piloto deberá permanecer en el interior con la mirada fija en la carretera y no podrá distraerse.

Respecto a su precio, la versión Single partirá desde los 83.127 euros, mientras que la Twin comienza en los 91.124 euros y la Twin Performance en los 96.303. Está disponible con tres acabados: Core, Plus y Ultra.



PURA ESENCIA VOLVO

El diseño del interior está basado en la típica sala de estar escandinava, con capacidad para siete pasajeros.

UN SUV ELÉCTRICO DEL SEGMENTO C, CON DETALLES DEL SUPERIOR Y PRECIO DEL INFERIOR

El tercer modelo de la familia EV de Kia ya es una realidad. Inicia su comercialización en mayo y, como prometió la marca, su precio se encuentra entre los 20.000 y los 25.000 euros. Y es que el EV3 se puede disfrutar desde 22.995 euros con una agresiva estrategia de descuentos.



Los cables de carga no serán un incordio en el maletero del EV3. En su frontal suma un cómodo hueco de 25 litros, perfecto para esa labor.



Este modelo incorpora ingeniosas y prácticas soluciones, como esta tabla situada entre los dos asientos de la fila delantera.

N

o es que el mercado de eléctricos en España esté viviendo, ni mucho menos, su mejor momento en nuestro país, en el que hasta ahora su protagonismo ha sido residual. Cae en el canal empresas por encima del 4%, también en el del alquiler, aproximadamente un 42%, aunque en el privado, con una cuota del 53%, crece más de un 17% frente al año pasado. En total, hasta agosto se han vendido 29.700 vehículos de cero emisiones, acaparando un 4,6% del mercado y experimentando un crecimiento de solo un 1,7%.

En ese ranking, Kia ocuparía el séptimo puesto con 1.350 vehículos que alcanzan a copar el 4,5% del total de las ventas. Y para escalar en

esta lista, y ayudar a potenciar este tipo de modelos en nuestro país, la marca coreana va a

lanzar un nuevo modelo de su familia EV. Después del EV6 en 2021 y del EV9 el pasado año, llega la hora de la verdad, pues Kia introduce un modelo con el que de verdad conseguir un buen volumen de ventas, el EV3. «Con este modelo pretendemos vender entre 300 y 400 coches al mes», ha asegurado Eduardo Dívar, director general de Kia en España, mostrando la ambición con la que en el mes de diciembre aterrizará este modelo.

El EV3, que de verdad parece una versión reducida del EV9, se postula como el modelo de acceso de la gama 100% eléctrica de la compañía. Presenta un diseño atrevido de formas muy modernas y cuadradas. Una estética robusta y cuadrada que remata con unos pasos de rueda en color negro y una franja del mismo color en el pilar trasero que da una curiosa impresión de techo flotante. En la carrocería se ha tenido muy en cuenta la aerodinámica, logrando un CX de tan solo 0,26.

Este nuevo Kia EV3 se alza sobre la plataforma E-GMP que ha desarrollado la marca de Corea para sus modelos eléctricos. En este caso, hablamos de un coche con una longitud de 4,3 metros, una anchura de 1,85 y 1,56 de alto. Pese a sus compactas dimensiones, se desmarca con una buena distancia entre ejes de 2,68 metros, algo que es posible con unos voladizos muy cortos y llevando los ejes casi

UN DISEÑO QUE EVOCA AL EV9

A pesar de sus 4,3 metros, el aspecto del Kia EV3 es el de un coche muy robusto y musculoso, en la línea del gran todocamino coreano.





hasta el extremo de la carrocería.

Por dentro, el EV3 es muy espacioso y muestra una calidad de acabado realmente buena. Las formas cuadradas de la carrocería permiten que se pueda aprovechar muy bien el espacio disponible. Delante, la ausencia de una consola central —el selector de la caja de cambios está en la columna de la dirección— propicia que haya mucho espacio libre, que se aprovecha para que haya unos prácticos huecos para guardar pequeños objetos y también una zona de carga para el teléfono móvil. Otro detalle práctico es la mesita extensible que hay en el apoyabrazos central.

En las plazas traseras también se dispone de mucho sitio para que puedan acomodarse con holgura dos pasajeros adultos. Y si hablamos de la capacidad del maletero, con 460 litros presume de ser superior a la de muchos de sus rivales, completada con un cofre bajo el capó de 25 litros.

En su habitáculo destaca por encima de todo el módulo de casi 30 cm en el salpicadero que integra tres pantallas, una para la instrumentación de 12,5 pulgadas, otra de 5 pulgadas para el sistema de climatización y la otra, también de 12,5 pulgadas, como soporte del sistema multimedia. Además, puede disponer de un head-up display de 12,3 pulgadas que proyecta la información más relevante en el parabrisas.

En la primera fase comercial va a estar disponible con dos opciones mecánicas, ambas con una potencia de 204 CV (150 kW) y un par motor máximo de 283 Nm, con la tracción a las ruedas delanteras. La principal diferencia se encuentra en la capacidad de la batería de NMC (níquel-manganeso-cobalto): la opción de acceso

EL EV3 ES EL MODELO CON EL QUE KIA ESPERA QUE LA VENTA DE SUS ELÉCTRICOS CREZCA DE FORMA EXPONENCIAL



cuenta con una batería de 58,3 kWh y la segunda (Long Range) con una de 81,4 kWh. Con la más pequeña el rango de uso es de 436 km, mientras que en la más capaz aumenta hasta 605 km. Este último dato permite al Kia EV3 ser el mejor entre los coches de su segmento.

Más adelante, la gama se verá enriquecida con una variante de tracción a las cuatro ruedas con un electromotor en cada eje y otra opción con unas prestaciones más elevadas denominada GT. En ambos casos con la batería de mayor capacidad.

Y si el EV3 llega con una estética agresiva, el mismo adjetivo se puede emplear para su lanzamiento comercial. Y es que Kia anuncia que se puede disfrutar de este modelo a partir de los 22.995 euros de la versión Estandar vestida con el acabado Air de acceso a la gama.

Un SUV eléctrico del segmento C, con equipamiento y acabados del segmento superior y precios del inferior. El de este EV3 Air Estandar se alcanza después de aplicar el descuento de la marca de 3.330 euros, otro de 605 euros a modo de fidelización, 3.000 euros más en caso de financiación y los 7.000 euros a los que se pueden acceder mediante el Plan Moves. Es decir, que después de prácticamente 14.000 euros de descuento total, encontramos que su precio de partida, sin descuento alguno, es de 36.930 euros.

Mayores posibilidades de uso

EL A3 SE PONE EL TRAJE DE EXPLORADOR

La gama compacta de Audi se amplía con las variantes Allstreet, que bajo un aspecto crossover otorgan a su conductor unas mayores posibilidades de uso. En esta ocasión probamos la eficaz variante 35 TDI de 150 CV

TEXTO: MANUEL MADRID / FOTOGRAFÍA: PACO ALCOBENDAS

Coincidiendo con la última puesta al día del exitoso A3, Audi sorprendió con la ampliación de la gama con nuevas versiones denominadas Allstreet, con detalles en la carrocería Sportback de cinco puertas que le dan un toque crossover y más campero. Las diferencias más importantes con el resto de las variantes de la gama las vamos a encontrar

en la parrilla frontal, que sigue siendo la denominada Singleframe octogonal, ahora sin marco, de color negro y con forma de panal, así como en las protecciones de plástico en los pasos de rueda y en la parte inferior de la carrocería que evitan posibles arañazos. También presentan un diseño distinto los parachoques, con detalles en color metalizado, y su techo queda coronado por barras longitudinales.

Y más allá de lo puramente estético hay que destacar sus tres centímetros adicionales de altura, que se consiguen recurriendo a unas suspensiones un poco más elevadas (15 mm) y a unas ruedas con un diámetro mayor, recurriendo a unas llantas de 18 pulgadas de serie.

Con este traje de explorador, el A3 Allstreet está dispuesto a descubrir nuevos territorios y salir de la rutina, pero



hay que advertir que si bien su mayor altura libre al suelo permite dejar atrás el asfalto de manera ocasional, no está pensado para transitar por terrenos abruptos y con poca adherencia. Ello lo impiden su tracción simple a las ruedas delanteras y unos neumáticos muy poco adaptados para enfrentarse a situaciones con una cierta complicación.

Aprovechando la actualización de la gama A3, la firma de los cuatro aros también ha querido darle un toque más moderno y tecnológico. Se puede apreciar en los faros, que de serie ya son de tipo matriciales (Led Matrix) y brindan cuatro posibilidades de personalización de la firma lumínica, así como en los nuevos grupos ópticos traseros con tecnología LED y con los intermitentes dinámicos.

Cambios en el interior

A simple vista no parece que las novedades que presenta en el interior sean de mucho calado, pero sí que hay cambios, y muchos. Lo primero que se aprecia nada más introducirse en el habitáculo de este A3 Allstreet es que su mayor altura al suelo permite un acceso y salida del vehículo más cómodo, así como una mejor vista de la carretera desde el puesto de conducción.



Una serie de detalles repartidos por diferentes partes de la carrocería y una mayor altura libre al suelo le otorgan al Audi A3 Allstreet un toque diferenciador y sobre todo un divertido aspecto de crossover.

Sin descuidar detalle alguno, Audi lo ha impregnado de una sensacional calidad de acabado e introducido novedades como los tiradores de las puertas y las salidas de aire de la climatización, de nueva factura. Al igual que el selector de la caja de cambios automática, ubicado en la consola central y más pequeño en tamaño, similar al empleado en sus modelos más recientes. La lista de novedades abarca al volante multifuncional, de tres

radios y forrado en cuero.

Lo que no cambia con respecto a su predecesor es el notable espacio reservado para los pasajeros, sobre todo en los asientos traseros, en los que hoy se pueden acomodar con holgura dos pasajeros adultos. Lo mismo ocurre con su maletero, que sigue ofreciendo un volumen de carga de 380 litros, pudiendo llegar hasta 1.200 si se abaten los respaldos de las plazas posteriores.

Conserva también la instrumentación, conformada de nuevo por la pantalla de 10,25 pulgadas, denominada Virtual Cockpit, que en opción se puede sustituir por una de mayor tamaño y asociada al Head-up Display. Donde sí hay novedades, y muy importantes, es en el sistema multimedia, con una pantalla táctil en el centro del salpicadero, en una posición un poco baja, de 10,1 pulgadas, que además de contar con un sistema operativo más actual integra una tienda online desde la que se pueden descargar aplicaciones de terceros, como también desbloquear diferentes funciones bajo demanda y por un tiempo determinado. El sistema multimedia del Audi A3 permite ahora interactuar con teléfonos móviles con sistema Android Auto o Apple CarPlay de manera inalámbrica y cuenta con una estación de carga inalámbrica para el teléfono móvil y una serie de puertos USB-C repartidos por diferentes partes del habitáculo.

Efícaz motor diésel

Las opciones mecánicas del A3 Allstreet se limitan a dos propulsores, el 35 TFSI de gasolina con sistema de microhibridación ligera de 48 V (etiqueta Eco) y el diésel 35 TDI, ambos con una potencia de 150 CV y asociados

La gama Audi A3 se ha visto ampliada con la llegada de las nuevas versiones Allstreet, que con una mayor altura libre al suelo amplifican su versatilidad de uso



LLAMATIVOS TOQUES DE ESTILO DEPORTIVO

El A3 Allstreet se ofrece únicamente con el nivel de acabado S line, que aporta detalles deportivos tanto en la carrocería como en el interior. Un buen ejemplo son los asientos delanteros con un diseño muy llamativo y una sensacional sujeción lateral. Para la tapicería, la marca alemana recurre a materiales reciclados.



HABITÁCULO CUIDADO Y CON MUCHAS NOVEDADES

El espacio interior del Audi A3 se ha visto renovado con la introducción de muchos cambios. En el apartado técnico, el más destacado es la llegada de un nuevo sistema multimedia con muchas más posibilidades de uso.



a una caja de cambios automática de tipo S tronic. En esta ocasión probamos el TDI, que si bien al contar con la etiqueta medioambiental C tiene más limitaciones de uso en ciudad, se trata de un más que probado motor que siempre ha destacado por brindar unas prestaciones muy buenas, conformándose en todo tipo de uso con unos consumos muy ajustados de combustible.

Estamos ante un propulsor que manifiesta un fuerte empuje desde bajas revoluciones y transmite en todo momento un tacto muy agradable, acompañado, como hemos apuntado, de un consumo de gasoil contenido, algo que resulta especialmente interesante para esa flota comercial que tenga que recorrer muchos kilómetros al año en carretera.



Lo mejor del Audi A3 Allstreet es que brinda unas posibilidades de uso mucho mayores: permite escapar de la ciudad y de la rutina diaria para vivir aventuras en nuevos territorios.

A lo largo de nuestra prueba, usando el coche en todo tipo de situaciones, el gasto medio obtenido fue de 5,6 l/100 km, un dato realmente bueno. Con este motor, el Audi A3 Allstreet se desmarca como un gran viajero. En trayectos por autopistas o autovías, manteniendo una velocidad de cruce dentro de los límites legales, ese consumo resulta aún más bajo, superando por poco los 5 l/100 km. De esta forma, podemos afrontar largos desplazamientos con la tranquilidad que nos aporta una autonomía superior a los 800 kilómetros.

Siempre muy divertido

El apellidado Allstreet lleva aparejados unos nuevos reglajes de las suspensiones, que además de ser un poco más altas incorporan conjuntos muelle/

TÉCNICA

Audi A3 Allstreet 35 TDI

Motor de cuatro cilindros diésel. Potencia: 150 CV. Consumo combinado WLTP: 5,1 l/km. Velocidad máxima: 218 km/h. Longitud: 4.353 mm. Anchura: 1.816 mm. Altura: 1.457 mm. Capacidad del maletero: 380/1.200 litros.

Precio: 45.160 euros



El maletero ofrece una más que satisfactoria capacidad de carga, que puede variar de 380 hasta 1.200 litros. En el A3 Allstreet la apertura del portón es eléctrica.

amortiguador diferentes a los empleados en el A3 Sportback. Con estos cambios, el A3 más campero sigue mostrando un magnífico comportamiento y un tacto de conducción que no difiere del brindado por el resto de variantes de la gama. Resulta muy agradable de conducir en todos los terrenos, aportando como principal diferencia unos reglajes un poco más firmes de las suspensiones, lo que se deja notar sobre los firmes en mal estado, pero sin llegar a incomodar en ningún momento.

A cambio se ha conseguido que mitigue al máximo los balanceos de la carrocería que se pudieran ocasionar por su centro de gravedad más elevado y los cabeceos en frenadas fuertes, transmitiendo una gran seguridad y confianza a la conducción.

Para los usuarios, las posibilidades de elección en las versiones A3 Allstreet son muy sencillas, pues como ya hemos dicho se limitan a dos motorizaciones y un solo grado de equipamiento, el S line, que incluye una dotación de serie muy completa, tanto de confort como de sistemas de seguridad y de ayuda a la conducción. En el caso de la opción probada, el Audi A3 Allstreet 35 TDI, su precio es de 45.160 euros.

La mayor altura de las suspensiones no penalizan para nada la conducción de este turismo compacto, que resulta muy divertida en todo tipo de uso

Llamativo cero emisiones que cautiva por su diseño

VANGUARDISTA SUV ELÉCTRICO

El EX30 es el modelo de acceso a la gama de modelos de Volvo, un SUV eléctrico que cautiva con un diseño muy llamativo y por su vanguardista tecnología. La opción Extended Range, con una autonomía homologada de 476 km, brinda unas mayores posibilidades de uso.

TEXTO: MANUEL MADRID / FOTOGRAFÍA: PACO ALCOBENDAS



Volvo está apostando de forma decidida por los coches cero emisiones y un pilar esencial en esta estrategia comercial va a ser el EX30, el modelo más compacto de su catálogo, con un carácter muy urbano y con la tarifa más accesible, pues se puede adquirir

desde 39.050 euros. En el caso de la versión probada, EX30 Single Motor Extended Range, con un electromotor en el eje trasero y con la batería de mayor capacidad de la gama, está disponible desde 44.314 euros. No obstante, sus precios pueden verse notablemente rebajados si podemos optar a la ayuda del Plan Moves y

a los descuentos promocionales que ofrece la marca, posicionándose entonces muy bien frente a sus muchos rivales.

Además de la tecnología que atesora, otro de sus valores esenciales es su diseño, realmente atractivo, sobre todo si como en la unidad de nuestra prueba la carrocería tiene un



Se le mire por donde se le mire, el Volvo EX30 está salpicado de detalles muy curiosos y originales que marcan la diferencia con sus muchos rivales. Pese a su diseño tan innovador, mantiene las señas de identidad de la marca sueca, demostrando que es un auténtico Volvo.

llamativo color amarillo combinado con el techo en negro. Una serie de valores que van a contribuir a que nuevos clientes, sobre todo jóvenes, se acerquen a la marca.

Imagen exclusiva

Con una longitud de 4,23 metros, el EX30 es el modelo más pequeño de la firma sueca. Por lo tanto, se adentra con él en un nuevo territorio, el de los B-SUV, uno de los segmentos más competidos del mercado y cada vez más poblado con opciones cero emisiones, como los Cupra Born, Hyundai Kona, Jeep Avenger, Opel Mokka o Peugeot e-2008, por poner solo unos pocos ejemplos y sin contar a los diferentes modelos de este tamaño de las marcas chinas asentadas en el mercado europeo.

Estéticamente, el EX30 se diferencia de sus rivales por mostrar una imagen muy personal y atractiva. Podemos asegurar que no pasa inadvertido a su paso, pero a la vez sin perder su identidad de marca. A simple vista

se le reconoce como un auténtico Volvo, con un frontal, muy limpio, en el que destacan de manera notable los faros con la iluminación diurna que el fabricante denomina "martillo de Thor". También llama la atención la ausencia de una rejilla; en su lugar, toda la parte delantera está pintada del mismo color que la carrocería, sobresaliendo significativamente el logo de la marca.

Continuando con las formas limpias de la carrocería, la zaga luce igualmente unos detalles únicos. Como los originales grupos ópticos, unos en los extremos de la luneta y otros, más abajo, unidos por dos líneas luminosas horizontales, que conforman una original firma lumínica en forma de rectángulo.

Que sea el modelo más asequible de Volvo no significa que haya que renunciar a la elevada calidad de la casa nórdica. En su interior también queda claro que se trata de un Volvo de verdad. En línea con la carrocería, el diseño también es original, minimalista y sobre todo muy luminoso. Da la sensación de ser muy espacioso, algo a lo que contribuye la ausencia de la típica consola central; en su lugar dispone de un portavasos extensible y escondido en el apoyabrazos central y diferentes huecos para guardar objetos pequeños. Además, la ubicación del selector del cambio en la columna de la dirección ayuda a despejar el hueco existente entre los dos asientos delanteros.

Otros detalles curiosos como el volante de formas cuadradas y las salidas de la ventilación con un diseño muy original terminan de marcar la diferencia con sus muchos rivales. En términos prácticos, dispone de dos amplios y confortables asientos delanteros y con unas plazas traseras un poco justas para pasajeros de cierta talla. Por lo que respecta al maletero, anuncia una capacidad de 318 litros.

Volvo ha estructurado la gama EX30 en tres niveles de acabado: Core, Plus y Ultra, variando en cada uno de ellos el nivel de equipamiento. El acabado Plus de nuestra unidad cuenta, entre otras cosas, con un sistema de climatización con bomba de calor y apertura eléctrica del portón trasero.

En su habitáculo reclama el protagonismo un gran pantalla táctil, en el centro del salpicadero, de 12,3 pulgadas. Aglutina tantas funciones que todo en este coche gira en torno a ella. Y es que carece por completo, si exceptuamos el

El hábitat favorito del EX30 es la ciudad, entorno en el que muestra una gran agilidad y en el que se le saca el mayor partido a su propulsión cero emisiones



ESTE ELÉCTRICO NO PASA INADVERTIDO

Este llamativo SUV eléctrico acapara todas las miradas a su paso. No es para menos, pues su diseño minimalista y vanguardista lo diferencian de la competencia y luce detalles muy originales como la firma luminosa de la zaga en forma de rectángulo, lo que lo identifica de un solo vistazo.



INTERIOR MINIMALISTA Y LUMINOSO

En el interior todo gira en torno a la pantalla central vertical, que aglutina la gran mayoría de las funciones del coche. Soluciones como el selector del cambio en la columna de la dirección contribuyen a que su habitáculo sea muy espacioso.



accionamiento de los elevalunas desde el apoyabrazos central, de mandos físicos. Desde la pantalla se regulan los espejos retrovisores exteriores, el volumen del audio, la climatización, la apertura de la guantera e incluso las luces de emergencia, lo que obliga a conocer muy bien su funcionamiento. También integra el cuadro de instrumentos, si bien hay que matizar que la información mostrada, con unos guarismos muy pequeños, no se ve muy bien. A su favor hay que decir que la última versión de su sistema operativo, Android Automotive, es rápido, fácil de usar y puede interactuar con dispositivos Android o Apple CarPlay sin cables.

Altamente agradable

De las diferentes opciones de propulsión que conforman la gama EX30 probamos la dotada con un electromotor en el eje posterior de



En el Volvo EX30 se ha cuidado todo mucho para que el diseño no impida que sea un coche práctico, algo que se hace patente en la capacidad del maletero: 318 litros.

272 CV y la batería de NMC (litio-níquel-cobalto) denominada Extensión Range, que con una capacidad de 69 kWh (64 kWh útiles) brinda un rango de uso de 476 km. La potencia es elevada y le otorga unas prestaciones realmente buenas, como así lo pone de manifiesto su aceleración de 0 a 100 km/h de 5,3 segundos. Su velocidad máxima está limitada a 180 km/h.

En la práctica esto se traduce en una respuesta muy contundente si se aprieta con decisión el pedal del acelerador. También su rápida respuesta desde bajas velocidades le da a la conducción un carácter muy dinámico, divertido y al mismo tiempo agradable.

La ciudad es su hábitat favorito y el entorno en el que mayor partido se le puede sacar, mostrándose muy ágil entre el tráfico urbano. Extrañamente, no dispone de ningún modo de conducción pero sí

cuenta con dos niveles de frenada regenerativa. En la más potente se puede configurar el modo "one pedal" y al soltar el pedal del acelerador retiene tanto que puede detener al coche por completo, por lo que podremos conducir prescindiendo del pedal del freno. Por carretera también va sobrado de potencia. Coge velocidad con rapidez en todo tipo de situaciones y sus recuperaciones son muy buenas.

En un cero emisiones como este son muy importantes los consumos energéticos, que a la postre van a definir la planificación de los viajes de largo recorrido. En ciudad hemos comprobado que su gasto medio de electricidad está en torno a 18 kWh/100 km, por lo que aquí su autonomía ronda los 350 km. En carretera, manteniendo una velocidad de cruce similar a los límites máximos permitidos, el consumo se sitúa en unos 21,5 kWh/100 km, por lo que hablaríamos de un rango de uso de unos 300 km.



Para la realización del EX30 Volvo recurre a materiales reciclados con una elevada calidad. También ha cuidado mucho todos sus detalles, dejando claro que se trata de un Volvo de verdad.

No menos importante son las posibilidades de recarga de la batería. En su caso, se puede cargar en conexiones de corriente continua a una potencia de hasta 153 kW, necesitando para pasar del 20% al 80% de su capacidad

unos 25 minutos. En postes de recarga de corriente alterna permite una potencia máxima de 22 kW. De serie equipa un cable y un cargador trifásico de 11 kW, con el que se puede recargar la batería en algo menos de cinco horas.

La notable potencia del electromotor confiere a este SUV eléctrico una elevada agilidad en todo tipo de carreteras

La conducción del Volvo EX30 es muy fácil y agradable, y pese a su elevado peso, se acerca a los 1.900 kilos, que es mucho para un coche del segmento B-SUV, se mueve con mucha soltura. Los reglajes de las suspensiones, tirando a firmes, brindan un buen compromiso entre estabilidad y confort y pese a su carga de kilos contiene bien los balanceos de la carrocería. Tan solo dejan sentir su firmeza cuando el pavimento está bacheado o al pasar por juntas de dilatación.

También muestra una calidad de rodadura muy elevada en todo tipo de carreteras. En su agrado de conducción tiene algo que decir el logrado tacto de la dirección, así como el del pedal del freno, que es muy modulable. Como colofón, no podemos olvidarnos del amplio arsenal de sistemas de ayuda a la conducción que equipa de serie, que también resultan decisivos para que el manejo de este compacto cero emisiones sea fácil, seguro y relajado.



SUV URBANO PRÁCTICO Y CONFORTABLE

El "peque" de Volvo brinda un espacio confortable para que cuatro pasajeros puedan acomodarse con holgura. En las plazas traseras, el suelo totalmente plano permite su máximo aprovechamiento.



TÉCNICA

Volvo EX30 Extended Range

Motor eléctrico en el eje trasero. Potencia: 272 CV. Consumo combinado: 17,0 kWh/100 km (WLTP). Velocidad máxima: 180 km/h. Longitud: 4.233 mm. Anchura: 1.837 mm. Altura: 1.555 mm. Capacidad del maletero: 318/904 litros.

Precio: Desde 44.314 euros



Ford ha desterrado las versiones diésel y ha apostado por mejorar la oferta electrificada de su Kuga, incorporando un sistema más potente y con una batería de mayor capacidad en su opción híbrida enchufable



Con etiqueta 0 emisiones

UN PASO AL FRENTE

Ford actualiza la imagen, equipamiento y mecánicas de su Kuga, del que ha eliminado las opciones diésel para otorgar más protagonismo a sus opciones electrificadas, como la enchufable, que ahora dispone de mayor potencia y rango de uso eléctrico.

TEXTO: ALBERTO JOSÉ CÁNOVAS / FOTOGRAFÍA: PACO ALCOBENDAS

Aunque Ford ha anunciado el aplazamiento de la comercialización de dos modelos 100% eléctricos durante el próximo año a la espera de que estos vehículos puedan gozar de una mayor aceptación en el mercado (no sólo el español, sino a nivel global), puede presumir de contar con uno de los SUV etiqueta 0 de mayor éxito de ventas en Europa, el Kuga PHEV.

La actualización que acaba de recibir no se centra sólo en su aspecto, pues también se ha dado una vuelta a su equipamiento, así como a su oferta mecánica, donde llama al atención la ausencia de opciones diésel y el protagonismo que se le otorga a sus opciones electrificadas.

A simple vista hay que conocer bien al modelo para apreciar los cambios. No se modifican sus cotas de una manera significativa, de hecho, su longitud de 4.645 mm es idéntica a la de la versión a la que sustituye. Y es que este Kuga es la puesta al día de mitad de ciclo del modelo que se lanzó en 2020. Entre las novedades que vamos a encontrar en su carrocería destacan la incorporación de unos nuevos faros y una parrilla de nuevo cuño. En la zaga, lo más relevante es la supresión del tirador de apertura del maletero, así como la adop-

ción de unos nuevos pilotos. También se ha actualizado la oferta de llantas y se han añadido nuevos colores al catálogo como, por ejemplo, el verde que viste esta unidad.

En su interior son más evidentes las novedades, por encima de todas la nueva pantalla multimedia. Es uno de los elementos que más destaca por varios motivos. El primero, y más llamativo, por su tamaño. Ha crecido de manera notable, ya que la anterior generación disponía de una de ocho pulgadas y la que corona la consola central del nuevo Kuga llega hasta las 13,2. El crecimiento de esta pantalla conlleva la desaparición de algunos mandos físicos, como los de la climatización. Siempre se agradece que los sistemas básicos del coche se puedan manejar de una manera sencilla, y si bien es cierto que se han trasladado a la pantalla, el conductor siempre los va a tener a su disposición en la parte inferior de la misma.

La potenciación de la tecnología llega también al cuadro de mandos, conformado ahora por una unidad digital de 12,3 pulgadas que está disponible en cualquiera de las versiones y acabados del catálogo.

Aquellos que están más pendientes de las últimas actualizaciones en materia de sistemas operativos se darán cuenta rápido de que el que emplea este Kuga es



El cuadro de instrumentos digital del Ford Kuga, con una pantalla de 12,3 pulgadas, forma parte de la dotación de serie en cualquiera de sus acabados y motorizaciones.



El Kuga necesitaba con urgencia una renovación de su habitáculo y Ford ha dado con la tecla, apostando por una pantalla para el infoentretenimiento mucho más grande y de manejo más sencillo que la de su predecesor. Los mandos de la climatización físicos han desaparecido, pero quedan a mano en la pantalla.

más rápido e intuitivo. Se trata del SYNC4, el más moderno de los que ha desarrollado Ford y que también encontramos en la gama Mustang Mach-E. Además de ser más veloz y cómodo de manejo, este sistema ofrece actualizaciones OTA (*over the air*), por lo que el coche siempre va a estar a la última, tanto en novedades que incorpora Ford como en su sistema de navegación, ofreciendo siempre unos mapas actualizados.

El mantener las cotas exteriores redundante en que el espacio interior es prácticamente igual

que el de su predecesor. Como en la anterior generación, este modelo tiene una batalla algo mayor de lo que sería lo habitual en el segmento C, ayudando a que el espacio para los ocupantes de la segunda fila se pueda considerar más que generoso. Pero si hay algo más destacable en esta línea trasera es la posibilidad de desplazar sus asientos de manera longitudinal, pudiendo ganar espacio donde más se necesite, en el habitáculo para los pasajeros o en el maletero si se requiere algo más de esos 536 litros de capacidad que anuncia.

Opción de etiqueta 0

La oferta mecánica de este nuevo Kuga es muy sencilla. Existe una variante de gasolina con etiqueta C, una híbrida auto-recargable a la que Ford denomina FHEV con distintivo ECO y una híbrida enchufable PHEV. En todas ellas el combustible fósil empleado es la gasolina, con lo que el diésel se ha visto desterrado del catálogo de un plumazo. Y para esta ocasión nos ponemos al volante de la opción enchufable que se hace acreedora de la etiqueta 0 emisiones de la DGT.

El Kuga PHEV presenta un conjunto motriz compuesto por un motor de gasolina de 2.5 litros y cuatro cilindros que alcanza una potencia de 152 CV. A este propulsor se añade uno eléctrico de 114 kW (unos 155 CV) que se nutre de una batería de 14,4 kWh de capacidad.

El motor de combustión es exactamente el mismo que ofrecía la variante PHEV de la anterior generación, por lo que el cambio lo vamos a encontrar en su lado eléctrico. Éste ofrece 23 CV más, motivo por el cual la potencia acumulada pasa de 225



Las cuatro puertas del Kuga incluyen un dispositivo para evitar golpes con los vehículos de alrededor. El maletero, por su parte, ofrece una notable capacidad de carga, mientras que el conductor puede elegir en qué momento emplear el motor de combustión y guardar la carga de la batería para cuando sea más necesaria.



GENEROSO ESPACIO PARA LOS CINCO OCUPANTES

El Kuga presume de una habitabilidad más que generosa. Además, la segunda fila, que ofrece una configuración 1/3-2/3, puede desplazarse hacia adelante o atrás en función de dónde necesitemos más espacio.

a 243 CV. También se consigue mejorar la capacidad de circular en modo eléctrico. La autonomía homologada es de 68 kilómetros, pero si sólo se rueda por terreno urbano es posible incrementar dicha cifra hasta los 80 kilómetros.

De nueva factura es también la caja de cambios, con la que se logra mejorar no sólo en prestaciones, también en potencia.

En lo que no ha cambiado el Kuga es en su tacto de conducción. Se trata de uno de los SUV compactos que más se parece en su forma de conducción a un turismo. Debe ser lo que siempre busca Ford, pues le sucedía algo muy parecido a los C-Max y S-Max.

En cuanto a su suspensión, en la balanza entre firmeza y suavidad se decanta más por la

primera, pero en ningún momento compromete la comodidad.

Además, para esta prueba nos subimos a la variante Active, que no es sólo el nombre de un acabado. Como en otros modelos de su catálogo, Ford reserva esta denominación para las variantes más camperas, por lo que ésta cuenta con una carrocería más alta, 15 mm en concreto, que en el resto de acabados.

Conducción personalizada

El Kuga PHEV Active ofrece nada menos que cinco modos de conducción para adaptarse a las circunstancias de cada momento, los cuatro conocidos "de siempre" de Ford, es decir, Normal, Eco, Sport y Resbaladizo, a los que se suma, en esta variante Active, uno más denominado Pista concebido, como indica su

nombre, para rodar por pistas fuera del asfalto.

A estos cinco modos de conducción hay que añadir otras tres posibilidades en función de la modalidad mecánica en la que queramos rodar. El conductor puede elegir de manera manual entre dos opciones, EV Ahorro y EV Más Tarde. La primera da prioridad a la motricidad eléctrica y la segunda, al revés, reserva la carga de la batería para ser utilizada cuando se prefiera. Por defecto, si el conductor no cambia la opción, el vehículo selecciona EV Auto, que se encarga de emplear uno u otro motor en función del estilo de conducción realizado.

De manera automática, el vehículo es capaz también de seleccionar un modo extra, el denominado Modo Zona EV. Con

él, es capaz de detectar a través del sistema de navegación si se está entrando en una ZBE y, si la batería dispone de carga suficiente, seleccionará el motor eléctrico de manera automática.

TÉCNICA

Ford Kuga Active 2.5 PHEV

Híbrido enchufable. **Cilindrada motor de gasolina:** 2.488 c.c. **Potencia total combinada:** 243 CV. **Consumo total combinado (WLTP):** 0,9 l/100 km. **Autonomía eléctrica:** 69 km. **Velocidad máxima:** 200 km/h. **Longitud:** 4.645 mm. **Anchura:** 1.882 mm. **Altura:** 1.681 mm. **Capacidad del maletero:** 395-536-1.517 litros.



El acabado Active no sólo se centra en detalles de equipamiento, también ofrece una carrocería con mayor altura al suelo y, entre los modos de conducción, se añade uno que mejora las cualidades del Kuga cuando rueda por pistas.



RENAULT SYMBIOZ

EL SUV PERFECTO PARA TODO TIPO DE CLIENTE

Ya ha llegado a nuestro mercado el nuevo Renault Symbioz, un SUV compacto de 4,41 metros de longitud que amplía el catálogo de la firma del rombo situándose entre el Captur y el Austral. Un coche que se fabrica en la planta de Valladolid y que resulta idóneo tanto para un uso familiar como para una utilización profesional.

La oferta SUV de Renault se amplía con el Symbioz, modelo que comparte la plataforma CMF-B y otros elementos mecánicos con el Captur, aunque estirando su longitud hasta los 4,41 metros.

Sus dimensiones y un espacio interior bien aprovechado permiten disfrutar de un habitáculo amplio y confortable, con unos asientos traseros que se pueden deslizar de forma longitudinal 16 cm. Con ellos en su posición más retrasada la capacidad del maletero alcanza los 434 litros, cifra que aumenta hasta los 548 litros en su posición más avanzada.

Destaca también en su interior su calidad de acabado y sus detalles muy cuidados, apreciándose elementos comunes con otros modelos de la marca y prácticas soluciones a bordo. Este nuevo SUV compacto se ofrece con tres niveles de acabado: Tech, con un precio de 32.026 euros; Esprit Alpine, con detalles deportivos desde 33.466 euros;

y un tercer nivel denominado Iconic, con un acabado más exclusivo y cuya tarifa asciende a 34.906 euros.

Cada nivel de acabado muestra sus propios detalles y diferencias, pero algo que es común a todos es la pantalla del sistema multimedia, en posición vertical, tipo tablet y de 10,4 pulgadas, con el sistema Open-R Link con Google que brinda la posibilidad de utilizar muchas aplicaciones del gigante americano, como Google Maps o Google Assistant, entre otras.

En la primera fase comercial el Symbioz se va a ofrecer con el sistema de hibridación autorrecargable (HEV) E-Tech Full Hybrid de 145 CV, utilizado ya en diferentes modelos de la Alianza Renault-Nissan-Mitsubishi como los Renault Clio, Captur y Arkana, los Dacia Jogger y Duster, en el Nissan Juke y en el Mitsubishi ASX. Se trata, por lo tanto, de un sistema muy probado y que destaca por mostrar una sobresaliente eficiencia energética.

Combina el funcionamiento de un motor de gasolina atmosférico de 1.6 litros de 94 CV con dos electromotores con potencias de 49 CV (36 kW) y 20 CV (15 kW) y una caja de cambios automática. La parte electrificada se completa con una batería de iones de litio con una capacidad de 1,2 kWh.

El sistema de hibridación autorrecargable brinda unas prestaciones muy buenas para el tipo de uso que se va a hacer del coche. Acelera de 0 a 100 km/h en 10,9 segundos y su velocidad máxima está limitada a 170 km/h. Pero lo más destacable es su sensacional eficiencia energética, pues la marca anuncia un consumo medio homologado de 4,7 l/100 km y unas emisiones de CO₂ de 105 g/km.

Su hábitat favorito son los entornos urbanos, en los que si se saben aprovechar las virtudes de la hibridación se puede realizar un porcentaje muy elevado de esos recorridos en modo eléctrico, sin gastar una gota de gasolina.



Toda la información de los sectores del
renting, las flotas, el RAC y el VO
actualizada diariamente

autoreport

Noticias, novedades de producto, datos de
mercado, entrevistas... todo esto y mucho más en tu
nuevo espacio web de referencia



Para el Grupo Automoción Press, editor de las publicaciones La Tribuna de Automoción, Renting Automoción, EcoAuto y AutoAventura 4x4, es una enorme satisfacción presentarnos nuestra nueva apuesta digital.

Fruto del esfuerzo de nuestro equipo de profesionales, le damos la bienvenida a autoreport.es, un espacio web que nos permitirá abordar desde el rigor que nos caracteriza la actualidad diaria de sectores pujantes de la automoción como son las flotas, el renting y el vehículo de ocasión.

¡Arrancamos!

Suscríbete
a nuestra
Newsletter

¿Quieres recibir gratis
en tu correo toda la
actualidad del sector?
Solamente debes de
escanear el código QR,
rellenar el formulario
y listo...



NUEVO FORMENTOR



LO QUE TÚ SIENTES
SE LLAMA OBSESIÓN

Ahora existe una manera de unir tus dos pasiones: el Nuevo CUPRA Formentor. Déjate llevar por la obsesión en un nuevo diseño robusto y radical, con la tecnología más visionaria e intuitiva, y una estética que deslumbra. Porque viajar con la mejor compañía en el mundo de los negocios es fundamental para alcanzar el éxito.

CUPRA
FOR BUSINESS

Consumo medio combinado gama CUPRA Formentor de 1,2 a 9,0 l/100 km. Emisiones ponderadas de CO₂ de 26 a 203 g/km (Valores WLTP). Imagen acabado CUPRA Formentor VZ con opcionales.

 **37TH
AMERICA'S CUP
BARCELONA**