



FLOTAS & EMPRESAS

# Motor 16 EXTRA

## LA REALIDAD DE LAS FLOTAS TRAS EL COVID LOS PRESIDENTES OPINAN



**AGUSTÍN GARCÍA**  
PRESIDENTE ASOCIACIÓN  
ESPAÑOLA DE RENTING  
DE VEHÍCULOS



**PEDRO MALLA**  
DIRECTOR GENERAL  
ALD AUTOMOTIVE



**ROCÍO  
CARRASCOSA**  
CEO ALPHABET ESPAÑA



**LUC SORIAU**  
DIRECTOR GENERAL  
DE ARVAL



**ALBERTO SÁEZ**  
CEO LEASEPLAN



**JORGE ALARCÓN**  
CEO NORTHGATE  
RENTING FLEXIBLE



### COMPROMISO HYUNDAI: OBJETIVO, APORTAR TRANQUILIDAD A LOS CLIENTES

- ▶ **Arval 'The journey goes on', nuevos servicios para nuevos tiempos**
- ▶ **Smart Renting, FCA propone alquileres con opción a compra**
- ▶ **Baiback, la externalización de servicios inteligente**
- ▶ **ALD, vuelta segura a la normalidad**



Reestrena  
coche  
una y otra  
vez con

**RE  
DRIVE**

Smart Renting

Renueva tu coche siempre que quieras con **ReDrive;**  
el smart renting de vehículos de ocasión con ventajas  
nunca vistas para ti que **lo quieres todo:**

-  Quieres la mayor oferta de modelos de ocasión:  
**100% revisados.**
-  Quieres tenerlo ya:  
Con **disponibilidad inmediata.**
-  Quieres **ahorrar:**  
Primeras marcas a precios inmejorables.
-  Quieres tener **flexibilidad:**  
Elige tu plazo y **cámbialo sin gastos** cuando quieras.
-  Quieres **comprarlo:**  
A partir de los **seis meses**, renueva el renting, devuélvelo o  
cómpralo **con descuento de hasta el 50% de las cuotas pagadas\***.  
\* Máximo 3 cuotas.

Pásate ya a **ReDrive** y disfruta del  
revolucionario servicio de **ALD Carmarket.**

Infórmate ya en  
[shop.aldcarmarket.com/es-es](http://shop.aldcarmarket.com/es-es)

 **ALD**  
Automotive

## Motor 16

Edita:  
GRUPO COMUNICACIÓN  
**SEXTA MARCHA S.L.L.**

EDITOR-FUNDADOR:  
Ángel Carhenilla - [acarhenilla@motor16.com](mailto:acarhenilla@motor16.com)

DIRECTOR:  
Javier Montoya - [jmontoya@motor16.com](mailto:jmontoya@motor16.com)

Subdirectores:  
Andrés Mas - [amas@motor16.com](mailto:amas@motor16.com)  
Pedro Martín - [pmartin@motor16.com](mailto:pmartin@motor16.com)  
Diseño:  
Juan González Aso - [jgonzalezaso@motor16.com](mailto:jgonzalezaso@motor16.com)

Redacción:  
Gregorio Arroyo - [garroyo@motor16.com](mailto:garroyo@motor16.com)  
Álvaro Gª Martins - [agarcia@motor16.com](mailto:agarcia@motor16.com)  
Julián Garnacho - [jgarnacho@motor16.com](mailto:jgarnacho@motor16.com)  
Bryan Jiménez - [bjimenez@motor16.com](mailto:bjimenez@motor16.com)  
Montse Turiel - [mturiel@motor16.com](mailto:mturiel@motor16.com)

Colaboradores:  
Santiago Casero, Alberto Mallo, Ramón Roca  
Maseda y Javier Rubio.

Consejo editorial:  
María Jesús Beneit, Alfonso J. Nieto

Publicidad:  
Gustavo Segovia  
[gsegovia@motor16.com](mailto:gsegovia@motor16.com)  
Teléfono: 91 685 79 69-699697597

Administración:  
Laura Fernández - [lfernandez@motor16.com](mailto:lfernandez@motor16.com)  
Redacción, Administración y  
Servicios Comerciales, Publicitarios y  
Suscripciones:  
C/Trueno, 66. Polígono Industrial San José de  
Valderas.  
28918 Leganés. Madrid  
Teléfono: 91 685 79 90. Fax: 91 685 79 92  
Correo electrónico: [motor16@motor16.com](mailto:motor16@motor16.com)

Distribución:  
Grupo Distribución Editorial Revistas S.L.  
Difusión controlada por OJD

Motor 16 es miembro de  
la Asociación de Revistas  
de Información y asociada  
a la FIPP. Depósito Legal:  
M30.247/1983

© Motor 16. Madrid. Todos  
los derechos reservados.  
Esta publicación no puede  
ser reproducida ni en todo  
ni en parte sin permiso  
previo por escrito de la  
empresa editora.

 Boyacá



 **ARI**  
ASOCIACIÓN  
REVISTAS

Lo que el covid dejó en las flotas.  
**La nueva realidad trae nuevos servicios  
y modos de actuación.** **4**

Los cinco grandes del renting opinan  
sobre la actual situación del mercado.  
**La hora de las soluciones** **9**

Firma invitada Agustín García, presidente  
Asociación Española de Renting de  
Vehículos.  
**El renting, eslabón de valor.** **20**

El COVID provoca una caída superior al 95  
por ciento de la actividad.  
**Alquiler de vehículos, un sector  
gravemente afectado.** **22**

Firma invitada Juan Luis Barahona,  
presidente Federación Nacional de  
Vehículos de Alquiler.  
**El Rent a Car es Turismo, Automóvil  
y Transporte (TAT).** **24**

FCA Smart Renting.  
**Alquilar para acabar comprando.** **28**

Arval: "The journey goes on", el viaje debe  
continuar.  
**"Es fundamental adaptarse a la realidad  
de la nueva normalidad".** **30**

Compromiso Hyundai.  
**"Estamos al lado de nuestros  
clientes para aportarles tranquilidad".** **34**

Análisis, gestión de flotas y remarketing.  
Baiback,  
**La externalización inteligente.** **39**

You Rent Online.  
**El renting fácil de Renault.** **44**

Para acelerar la vuelta a la normalidad.  
**ALD Automotive apuesta por  
entornos de trabajo seguros.** **46**

Seat Mó.  
**Apuesta en firme por la micromovilidad.** **48**



LO QUE EL COVID DEJÓ EN LAS FLOTAS

# La nueva realidad trae nuevos servicios y modos de actuación

Las flotas de vehículos de empresa son muy sensibles a las variaciones que se producen constantemente en la sociedad. Los cambios sociales, las nuevas tendencias en materia de consumo, los problemas de las empresas, las crisis económicas y, como recientemente estamos todavía comprobando, pandemias y todo tipo de virus las afectan de lleno.

Las flotas de vehículos de empresa sienten y padecen. Son como un ser vivo, latente, al que cualquier cambio o a poco que la economía del país tosa o carraspee, provoca un efecto inmediato sobre las flotas de cientos de miles de empresas. ¿La razón? Es muy simple: después del gasto en personal y del esfuerzo inversor en las infraestructuras de producción de una empresa, el gasto que estas hacen en la flota de vehículos es el tercero en importancia en el presupuesto de las empresas. Y, hoy por hoy, la mayoría del mercado se basa en operaciones con pymes, autónomos y particulares, lo cierto es que el gran volumen de la flota

de vehículos en alquiler en nuestro país sigue estando en las grandes empresas y las administraciones públicas, entre las que es habitual encontrar compañías con más de 5.000 e incluso de 10.000 coches integrados en su flota. Cifras que provocan que cualquier gasto o recorte, por pequeño que este sea, tenga un especial interés de cara al resultado final de la inversión realizada en movilidad dentro de la empresa. De ahí que si la economía de un país estornuda, los gestores de flota se pongan todos malos de repente.

Bromas aparte, un ejemplo lo tenemos con la reciente crisis del Covid. El reciente

cierre a causa del estado de alarma de todo el ecosistema automotriz compuesto por las factorías de automóviles y sus respectivas cadenas de suministro de componentes ha provocado el mayor parón de nuestra historia en la construcción de vehículos (agravado incluso por el futuro cierre a finales del presente año de la factoría Nissan en Barcelona) y por consiguiente, en las entregas previstas y pactadas de vehículos nuevos a muchas flotas de empresa.

Esta fue una noticia con resultado dispar, pues si para muchas el retrasar la incorporación de nuevas unidades a su flota

## SERVICIOS A DOMICILIO: ENTRAMOS EN UNA NUEVA ERA AUGE DE LOS SERVICIOS PUERTA A PUERTA

Las flotas de las grandes rutas de distribución y, fundamentalmente, las de la última milla y reparto puerta a puerta son las que más han funcionado durante el confinamiento. Y esa incesante actividad que se ha producido se ha convertido en el semillero de futuro de un crisol de nuevos servicios que ahora se preparan para dar sus primeros pasos. El reparto a domicilio y las entregas puerta a puerta van a dar un importante paso adelante en los próximos tiempos. Al menos eso es lo que piensan los principales dirigentes de los operadores de renting y de muchas empresas de servicios de distribución. Los españoles nos hemos acostumbrado a teletrabajar y a telecomprar. Eso significa que la distribución puerta a puerta está cogiendo cada vez más aire. Mercadona, El Corte Inglés, Zara y muchas otras empresas tienen claro que para competir con gigantes como Amazon o Alibabá deben dar un paso adelante y mejorar sus servicios

de reparto adecuándolos a lo que los consumidores esperan de ellos. Y su mejor oportunidad está tras el confinamiento, pues durante este se han producido muchos errores en las entregas de los repartos a domicilio. Compras que no llegan, paquetes perdidos, productos agotados, pagos a cuenta por objetos que aún no se han recibido,.... Los clientes están descontentos, y eso abre las puertas a nuevas empresas que ofrecen servicios mejores. En las grandes ciudades empresas como Glovo, UberEats y otras habían crecido exponencialmente gracias al reparto de comida a domicilio. Hoy, son muchas otras las que piensan que el futuro pasa por llevarlo todo a la puerta del cliente. También la movilidad. Las flotas han instaurado la entrega y recogida del vehículo allí donde el usuario final lo precise. Se acabó el ver a los clientes en los talleres. La flota recogerá el coche en el domicilio o el trabajo del conductor y se lo devolverá



donde este lo indique. Se acabó tener que ir al concesionario a por el coche. El conductor entregará su coche para que lo laven, para que se lo cambien los neumáticos... y luego se lo llevarán a casa o a la puerta del restaurante o donde el lo indique. Un servicio más, como el de la limpieza y saneamiento del vehículo, que las flotas ya han asumido que deben realizar si o sí como parte del

servicio que prestan al cliente. Mayor confort y satisfacción y una mejor experiencia. El cliente sale ganando, y también las operadoras, pues no solo pueden así justificar leves subidas del gasto, sino que además están generando empleo a la vez que regulando y ajustando aún más sus flujos de trabajo, lo que sin duda les generará interesantes sinergias y positivos ahorros tanto de tiempo como de dinero.

es un hándicap, para otras será una bendición caída del cielo pues el retraso le habrá permitido renegociar o incluso cancelar su pedido, facilitándole así una importante salida a un problema emergente: el mantenimiento de la flota tras la era Covid.

Muchos pedidos de unidades para las flotas, muchos de esos vehículos ya ensamblados, esperan pacientemente a ser recogidos en las campas de los fabricantes. Tal cual está la situación, algunos, unos pocos, saldrán pronto a cumplir su cometido, mientras que otros muchos tendrán que aprender a protegerse del sol y de las inclemencias del tiempo porque lo cierto es que su pedido se canceló y su futuro está por completo en el aire más que en una flota.

Para las flotas el confinamiento no sólo ha supuesto problemas, también ha proporcionado algunas alegrías. El teletrabajo ha fomentado el uso de aplicaciones móviles y de recurrir a la cita previa como fórmula para garantizarse el ser atendidos. Esto va a facilitar la operativa de los servicios asociados al automóvil y facilitará enormemente la automatización de muchos procesos lo que sin duda va a generar interesantes sinergias, ahorros y ganancias

### LA NUEVA NORMALIDAD VA A TRAER CONSIGO, SEGÚN LOS EXPERTOS, UNA ACELERACIÓN EN LA TRANSICIÓN HACIA LA ELECTRIFICACIÓN DE NUESTRO PARQUE EN DETRIMENTO DE LOS VEHÍCULOS DE COMBUSTIÓN.

de tiempo a corto plazo. Igualmente, el cierre de actividad de las flotas va a suponer una importante reducción en el gasto de las mismas. Se espera una dramática caída de los costos operativos, que sin duda ayudará a muchas empresas a sobrellevar mejor la caída de ingresos durante esta fase de nuestras vidas. Los costos de combustible, neumáticos, mantenimiento, aparcamientos, peajes, dietas de desplazamiento, etc pasarán a ser una fuente de ahorros inesperada por muchos, especialmente en aquellas flotas que no resultaron ser esenciales durante el confinamiento. Y en el caso de las esenciales, la activación de la flota tampoco supone problema alguno, pues eso ha permitido generar actividad económica y, por tanto, riqueza para la empresa

gracias al trabajo esencial de su flota. Es el caso de las flotas de atención médica, logística o transporte, servicios, distribución y demás que se mantuvieron activas durante la pandemia.

Además, los vehículos que estuvieron en activo se encontraron a su favor con un importante derrumbe de los precios del combustible, lo que sin duda ha permitido a las flotas generar un importante ahorro extra que no esperaban de ninguna de las maneras.

La pandemia también ha provocado dos interesantes movimientos en dos importantes tendencias que venían desarrollándose en los últimos tiempos con cierto éxito en el ámbito de la movilidad.

Hablamos de la electrificación del parque y del uso de los nuevos sistemas de movilidad, entre los cuales el Carsharing era el más significativo. En ambos casos, el resultado se puede considerar positivo, aunque de manera dispar.

En el primero, la desescalada hacia una nueva normalidad va a traer consigo, según indican los expertos, una aceleración en la transición hacia la electrificación de nuestro parque en detrimento del uso de los vehículos de combustión. Pero no con-



## LA NUEVA REALIDAD DE LAS FLOTAS

### CINCO RAZONES POR LAS CUALES SU PUESTO PELIGRA GESTORES DE FLOTA: RENOVARSE O MORIR

Para muchos gestores de flota la crisis del Covid habrá supuesto una prueba de fuego en sus trabajos. Muchos la habrán superado, pero también muchos se habrán quemado irremediablemente. Su actuación durante el confinamiento habrá sido vital para muchos departamentos de la empresa y responsables de otros departamentos estarán dispuestos tanto a reconocer una buena labor como, sobre todo, a poner de relieve el caos de sus propias operaciones si no han recibido un apoyo o un servicio de calidad por parte de la flota.

Si la movilidad de algún departamento se ha visto comprometida durante el estado de alarma y este no ha podido cumplir con las expectativas, enhorabuena gestor, acabas de ganarte un enemigo. Uno de esos de los que a la menor oportunidad sisearán al jefe y le recordarán las pérdidas acumuladas por el mal funcionamiento de la flota o el nulo servicio recibido durante la crisis.

Pero además de los resentidos, los gestores también deben preocuparse como cualquier otro trabajador por cuenta ajena de los problemas que su puesto de trabajo haya podido generar, en especial los que se deban a su actitud. Aquí ofrecemos cinco posibles actitudes que un gestor de flotas no debería mantener si quiere permanecer muchos años en su puesto.

**RESISTENCIA AL CAMBIO.-** En los últimos años el rol del administrador de la flota ha cambiado drásticamente. La contratación externa se ha convertido ya es norma en las empresas y los grupos de adquisición han ido adquiriendo un papel cada vez más importante en el abastecimiento de la flota, relegando incluso a un segundo plano a muchos gestores. La flota cambia constantemente y los gerentes de flota que sobreviven son aquellos que

se adaptan al cambio en lugar de luchar contra él. El beso corporativo de la muerte es resistirse al cambio y ser percibido por la alta dirección de la empresa como un obstruccionista en lugar de como el solucionador de problemas que realmente debes ser. Procura no convertirte en un problema. Muchos gestores pecan igualmente de "sabios" o de "grandes expertos" por los sólidos conocimientos que tienen de la industria del automóvil. Esto, en ocasiones les lleva a cerrarse en sus opiniones y no abrirse a explorar nuevas ideas y, por tanto, a ser percibido como un "mente cerrada". Las ideas no son exclusivas. Al contrario, cualquiera puede tener una mejor que la tuya y, por tanto, no solo hay que estar abiertos a aceptarlas, también a experimentarlas. Tan importante como estar abierto al cambio, lo es también tener una mente abierta.

**COMPLACENCIA Y RESISTENCIA A LA EXPANSIÓN DE HABILIDADES Y AL APRENDIZAJE.-** Otro de los graves errores de un gerente de flota es pensar que ya lo sabe todo sobre la misma y que su manera de gestionar es insuperable. Es una percepción errónea de la realidad que se suele dar a mitad de carrera, justo cuando el gerente piensa que domina los fundamentos de gestión de la flota. Es entonces cuando igualmente piensan en que carecen del tiempo suficiente para meterse en nuevos cursos de aprendizaje o que ya no tienen por qué acudir a determinados encuentros de formación. Para qué hacerlo si ya domina el trabajo y no tiene problemas. Pues simplemente para mejorar y no quedarse anticuado y obsoleto, que es lo peor que puede pasarle a un gestor pues precisamente la complacencia y las resistencias al cambio provocan en los altos ejecutivos de la empresa el sentimiento de que es hora de

realizar un cambio.

**NO REACCIONAR AL DESCONTENTO DE LOS USUARIOS.-** Gestionar una flota es sencillamente agotador. Cuantos más vehículos más veces se repite el mismo problema y no siempre la solución es la misma. La principal queja de un gestor de flota es no contar con los medios suficientes para ello, lo que le obliga a dedicar demasiado tiempo personal a solucionar problemas y de esa manera, desatiende las necesarias relaciones que ha de mantener con otros departamentos de la empresa para solucionar sus problemas de movilidad. Y esa es una de sus misiones, si no la principal por la que será juzgado. Lo primero que tiene que recordar un gestor de flota es que su departamento está al servicio de los demás y, por tanto, ha de ofrecerles un servicio de la mayor calidad posible. Si el gestor se centra únicamente en las labores cotidianas de la flota estará cometiendo un error imperdonable. Primero porque dejará muchos campos de actuación sin tocar. Segundo, porque estará haciéndose pequeño dentro de la empresa en lugar de crecer con ella. Tercero, porque estará abriendo la puerta para salir de la compañía. Vincular los objetivos estratégicos de la empresa con los objetivos de la flota es su principal misión. Hoy, lo verdaderamente importante es garantizar la movilidad de personas, servicios y productos de la empresa. Que los vehículos de la flota van a estar en perfecto estado ya se da por supuesto. Es un más a más que hay que cumplir sí o sí. Y, por cierto, la mejor manera de satisfacer a los usuarios es proporcionarles la mejor experiencia cliente que se les pueda dar.

**NO TE AUTOPROMOCIONES, OFRECE RESULTADOS.-** La flota solo interesa cuando

se necesita. Por eso, la mejor manera de promocionar tu trabajo y tu valía dentro de la empresa es ofrecer los mejores resultados posibles en todas tus acciones y cometidos, no ir pavoneándote por ahí. Haz que el boca a boca sea tu mejor herramienta. Que los usuarios hablen de cómo les solucionaste el problema, de lo bien que funcionan los servicios de movilidad que ofreces, de las crisis que ayudaste a resolver con ellos... La mejor herramienta contra tus detractores siempre será la eficacia y la eficiencia de tu trabajo. Sé propositivo. Ofrece solución, no problemas.

**NUEVAS TECNOLOGÍAS, NO TODO VALE NI SE UTILIZA.-** El desarrollo de nuevas tecnologías en torno a los servicios de la flota también ayuda a propiciar la caída de los gestores de flota en las empresas. Invertir en tecnologías que luego no vas a utilizar ni te van a proporcionar resultados visibles o mayor rentabilidad no es buena idea. Cualquier inversión debes razonarla desde el punto de vista económico. La flota y la movilidad de la empresa, sus trabajadores, servicios y productos son de los principales capítulos de gasto en el presupuesto de la empresa. Cualquier gasto adicional debe siempre buscar ahorros y mejoras de los servicios que presta, de lo contrario estarás abriéndote la puerta de salida. Cualquier inversión en tecnología ha de ser para ser utilizada y producir ahorros evidentes y mejoras en el servicio que presta tu departamento al resto de la empresa. No te puedes resistir a la introducción de nuevas herramientas, pero sí puedes justificar tus razones en función de presupuestos y calidad del servicio. Todo lo que hagas es para mejorar ambas y, sobre todo, para que el resto de departamentos funcionen mejor. La tecnología por la tecnología es un sinsentido, por eso busca siempre la que de verdad aporte un diferencial en tu labor diaria.

### OJO QUE EMPIEZA: RENTING DE USADOS ALDA EL PRIMER PASO CON REDRIVE

Desde hace tiempo se viene hablando del mercado de ocasión como una nueva oportunidad de negocio para el sector del renting. Ahora, con la crisis del Covid, parece que en el mercado se dan las condiciones idóneas para poner en marcha esta idea. Y es que para muchos no parece una locura contratar un alquiler de larga duración con vehículos en muy buen estado de uso y con apenas 36/48 meses de antigüedad y kilometrajes inferiores a 50.000 km. Es más, si esos coches proceden de las flotas de las grandes operadoras de renting, el cliente va a tener la certeza de que se trata de unidades que han sido especialmente cuidadas durante el contrato, y cuyo estado tanto de chapa como mecánico es realmente bueno. Las operadoras de renting someten a los vehículos de sus flotas a un estricto control en su mantenimiento, procuran realizar las reparaciones necesarias en los momentos oportunos –muchas de ellas en talleres oficiales de la propia marca del vehículo– y su estado antes de salir nuevamente a la venta en alquiler habrá sido sometido a un exhaustivo chequeo y comprobación. La idea no es nueva, pero

parece que finalmente es ALD Automotive la operadora que ha decidido dar el paso adelante y ofrecer este tipo de operaciones de renting para las mejores unidades VO de su flota antes de darles salida en los canales de remarketing. Según comenta Pedro Malla, director general de ALD Automotive, «creemos que incentivar la adquisición de vehículos de renting de ocasión puede ser una efectiva palanca de liquidez para las familias y puede además contribuir a modernizar el parque automovilístico, pues los VO procedentes del renting son mucho menos contaminantes al tratarse de vehículos de sólo 3 o cuatro años, frente a los 11 años de antigüedad que tienen de media los modelos a la venta en el mercado de usados de España». ReDrive es el nombre de la nueva división de ALD que se va a ocupar de recomercializar en renting los vehículos usados de la flota de ALD Automotive cuyo contrato de renting ya ha finalizado. Todos los vehículos de ALD ReDrive proceden de contratos ya finalizados, y todos ellos cuentan con un completo historial de su actividad durante el mismo en el que queda constancia de las diferentes intervenciones de taller que han sufrido y de las

operaciones de mantenimiento y reparación que les han sido efectuadas. Además, y como si se tratara de una operación con un coche a estrenar, el renting de ReDrive se ofrece igualmente con todos los servicios incluidos: seguro, mantenimiento, cambios de neumáticos, asistencia en carretera, etc. Otra de las importantes ventajas del renting de ALD ReDrive consiste en la corta duración de los contratos, que se han de renovar cada seis meses. Esto, proporciona al cliente del VO de ReDrive un elevado valor añadido ya que cada seis meses le permite cambiar de coche sin recibir ninguna penalización por ello. Y, además, también se le ofrece la posibilidad de adquirirlo en propiedad, lo que sin duda va a significar un importante nuevo canal de salida para los vehículos de ocasión

procedentes de operaciones de renting de ALD. ReDrive permite al usuario de su renting cambiar de vehículo cada seis meses. Concluido ese periodo, el conductor decide si continúa con el contrato de renting otros seis meses más, si devuelve el coche sin penalización por cancelación o si accede a comprarlo. Si opta por esta última decisión, el 50 por ciento de las cuotas abonadas en la operación de renting le será reembolsado, circunstancia que añade aún más valor en esta operación para el comprador. Sin duda una fórmula original, accesible (las cuotas a pagar son sensiblemente más reducidas que las cuotas que se aplican en los contratos con los coches nuevos recién matriculados, y apetecible para quienes quieran comprar un coche en el mercado de ocasión.



fundirse, aceleración no significa que durante los próximos años asistamos a la completa desaparición del diesel o la gasolina en nuestras calles. Al contrario, la pandemia lo que ha venido a poner de relieve es la confusión y la incertidumbre existente en el consumidor en lo relativo a este tema.

El confinamiento y la crisis económica que ha provocado han logrado lo que nadie antes consiguió. Que el gobierno se diera cuenta de la importancia que tiene el sector del automóvil en nuestra economía y que primar el vehículo eléctrico no supone tener que atacar a los modernos motores diesel y gasolina como si fueran el diablo. Los nuevos planes de ayuda así lo contemplan y van a permitir que la transición a la electrificación del parque no sólo sea más rápida, sino también más adecuada a la realidad de nuestra industria, es de-

### EL CONFINAMIENTO Y LA CRISIS ECONÓMICA QUE HA PROVOCADO HAN LOGRADO LO QUE NADIE ANTES CONSIGUIÓ. QUE EL GOBIERNO SE DIERA CUENTA DE LA IMPORTANCIA QUE TIENE EL SECTOR DEL AUTOMÓVIL EN NUESTRA ECONOMÍA

cir, a no perjudicarla más de lo que ya lo está. El gobierno por fin se ha dado cuenta que eliminar un diesel o un gasolina antiguo de más de doce/quince años del parque y reemplazarlo por un vehículo nuevo o usado Euro6 también es ecología y aporta sostenibilidad al sistema. Y que eso no daña a quienes ya quieren apostar por los

vehículos eléctricos porque pueden disfrutar de las condiciones adecuadas para su uso, no afecta al proceso de transformación de nuestra movilidad. Es sin duda una de las buenas noticias que deja la pandemia en nuestra economía tras de sí.

En cuanto al Carsharing, el confinamiento ha parado por completo su progresión en las grandes ciudades. El frenazo ha sido muy brusco y está por ver si la economía de las compañías existentes podrá soportar el golpe. De hecho, proyectos como el que Seat quería desarrollar con Respiro ha pasado de momento al fondo del cajón y no hay visos de que vuelva a ser reactivado al menos hasta que se den las condiciones ideales para ello. El resto de operadores, especialmente los que ya estaban en activo tuvieron que acudir en muchos casos a implantar ERTes en sus empresas para prescindir de la gran mayo-



LA NUEVA REALIDAD DE LAS FLOTAS

▶▶▶ CÓMO EVITAR CONTAGIOS Y MEJORAR LA PROTECCIÓN EN TU FLOTA  
HIGIENE Y LIMPIEZA, EL NUEVO SERVICIO QUE NOS DEJÓ EL COVID

Uno de los cambios más importantes que las flotas van a tener que asumir en su vuelta a la normalidad tras el estado de alarma está sin duda en todas las labores de higiene y salubridad que van a tener que realizar cada vez que cambien de conductor o realicen algún nuevo servicio o desplazamiento.

Y es que, al igual que las empresas pueden obligar a sus trabajadores a incrementar la distancias de seguridad entre los puestos de trabajo, y a someterse a controles de temperatura, chequeos de salud, test de diagnóstico y monitorización de movimientos para anticiparse así a posibles casos de coronavirus en la empresa y minorizar con ello las posibilidades de contagio entre su fuerza laboral, esto mismo lo pueden hacer en todas sus instalaciones. Y sin duda, los puestos de conducción de sus coches de flota son instalaciones de la empresa. En el caso de los vehículos de la flota, lo cierto es que las labores de higienización son algo más que chequeos diarios de salud, pues según los protocolos que la mayoría de fabricantes, operadores de flota y servicios de automoción están implementando, los vehículos han de ser higienizados y limpiados justo después de realizar cualquier servicio o desplazamiento y durante los mismos se han de mantener estrictos protocolos de prestación de los mismo y de mantenimiento

de medidas higiénicas como portar mascarillas, guantes o mantener la distancia entre conductor y pasajeros etc. Estos últimos también tendrán que someterse a la política de la empresa titular del vehículo si quieren viajar en él. A todos los pasajeros se les preguntará si tienen o sienten algún síntoma y si han estado en contacto con algún contagiado. Mediante aplicaciones telemáticas, las empresas podrán controlar a sus trabajadores dentro de la empresa e incluso darles márgenes de tiempo para acceder una vez dentro de las instalaciones de la misma a sus puestos de trabajo, a fin de evitar colapsos en los ascensores, las escaleras, etc. El uso de las mascarillas, guantes y los controles de temperatura (en puntos fijos y sin contacto serán una constante en la nueva normalidad laboral durante los próximos meses, especialmente en las grandes empresas con un elevado número de trabajadores. Y también lo será en las flotas de empresa. Protocolos como estos están siendo adoptados por ejemplo en todas las empresas de alquiler de coches con o sin conductor, donde para aportar una mayor tranquilidad a los pasajeros y usuarios de los servicios se está aplicando un sello de calidad a los coches en los que se reconoce llevar a cabo las operaciones indicadas en los protocolos cada vez que se realice una actividad en el vehículo. A través de las tarjetas



de identificación laboral, los trabajadores tendrán controlados sus desplazamientos no sólo por los distintos pisos y estancias del centro de trabajo también en su unidad de la flota, donde igualmente quedará constancia de sus posibles encuentros y contactos con los pasajeros y demás personas con las que interactúen, lo que permitirá un mayor control de posibles afectados en caso de nuevos positivos. Queda por ver en qué medida la teórica privacidad de los trabajadores dentro de la empresa se va a ver, por tanto, seriamente comprometida, pues se da el caso de que hay muchas empresas que con la imposición del estado de alarma han descubierto que muchas de sus labores pueden realizarse desde casa mediante sistemas telemáticos e internet. Pensando en su seguridad, buena parte de la fuerza

laboral de las empresas se mostrarán de acuerdo con ellas, pero también habrá muchos que consideren que las mismas atentan contra sus derechos civiles como son la libertad de movimientos y el no considerarse constantemente monitorizados y controlados en los mismos por parte de la empresa y de sus nuevos sistemas. Por eso, las empresas deberán mantener una extremadamente cuidadosa vigilancia sobre los datos obtenidos de estos nuevos sistemas de control y definir escrupulosamente para qué y en qué casos pueden ser utilizados los mismos si quieren proteger tanto la privacidad como la salud de sus trabajadores. Aprovechar estos datos para otros usos espúreos como puede ser ejercer un aún mayor control sobre la productividad de los trabajadores puede ser contraproducente.

crecimiento del número de usuarios de sus servicios, dado el crecimiento de desplazamientos en medios de transporte individuales que se espera se produzca en los próximos meses.

Son muchas las cosas que la pandemia ha cambiado en las flotas de empresa y en estas páginas vamos a reflexionar sobre algunas de ellas. No son todas las que son ni están todas las que podría haber, pero sí que son temas relacionados con las flotas de vehículos de empresa que, al menos a nosotros, nos parece que van a tener una fuerte importancia en los próximos tiempos

ría de sus plantillas, en especial de quienes mantenían y limpiaban a diario los coches y se encargaban de su operativa de reparo por las calles de la ciudad.

Para algunas de estas empresas, el freno va a suponer la pérdida de determinadas ventajas operativas frente a sus rivales. Los que llevaban más tiempo en el mercado perderán esa ventaja temporal, pues la reactivación la harán todos al mismo tiempo, con lo cual todos tienen mucho que ganar, pero también que perder en ese aspecto.

Lo que sí que tienen todos claro es que hay dos aspectos que deben cuidar espe-

LOS CINCO GRANDES DEL RENTING OPINAN SOBRE LA ACTUAL SITUACIÓN DEL MERCADO



PEDRO MALLA  
DIRECTOR GENERAL  
ALD AUTOMOTIVE



ROCIO  
CARRASCOSA  
CEO ALPHABET  
ESPAÑA



LUC SORIAU  
DIRECTOR GENERAL  
DE ARVAL



ALBERTO SÁEZ  
CEO LEASEPLAN



JORGE ALARCÓN  
CEO NORTHGATE  
RENTING FLEXIBLE

# La hora de las soluciones

La economía por los suelos, los mercados parados, los usuarios encerrados,... y ahora toca recuperar una normalidad que difícilmente será como la que anteriormente disfrutábamos. Nos hemos puesto en contacto con los presidentes de las cinco principales operadoras de renting en España para que nos cuenten como ven ellos esta situación y las posibles soluciones a la misma.

ALD Automotive, Alphabet, Arval, LeasePlan y Northgate. Nombradas por orden alfabético, estas cinco operadoras de renting son por el volumen de sus flotas de vehículos en alquiler, las cinco grandes operadoras de renting en el mercado español. Entre ellas solas controlan más de las tres cuartas partes de la flota operativa en renting existente en nuestro país, lo que significa una inversión anual conjunta de varios miles de millones de euros en la compra de vehículos y operaciones de servicios en torno al automóvil a sus partners para ponerlos a disposición de las flotas de vehículos de empresa.

Si las matriculaciones de renting en España significan ya el 21 por ciento del mercado total del automóvil, las que estos cinco grandes efectúan cada año tienen un peso de casi el 17 por ciento del total, una cifra lo suficientemente importante como para que sus opiniones, que en definitiva son las de las empresas que ellos dirigen, tengan un cierto predicamento al hablar del sector del automóvil. Al menos a nosotros nos parece que debería ser así.

Sobre todo si tenemos en cuenta que ges-

tionadas a través de las aplicaciones que sus empresas ponen a disposición de sus clientes, a diario se tramitan todo tipo de situaciones y de experiencias de los usuarios de los vehículos de alquiler, una fuente de conocimiento que sin duda les ayuda a disponer de una más amplia e inmejorable capacidad de visionar cuál es la situación real del mercado, de los diferentes tipos de empresas que acuden a él y de los problemas a los que actualmente se enfrentan tanto ellas –sus clientes directos– como sus conductores, los usuarios de los vehículos alquilados. Una panorámica contrastada por millones de datos verificados a la que muy pocos tienen acceso.

Datos con los cuales los equipos dirigidos por ellos construyen soluciones prácticas a los problemas y necesidades de movilidad de miles de empresas y de sus trabajadores en España. Cumpliendo una doble función, la de arquitectos de una constante oferta de nueva movilidad y la de albañiles levantando el día a día de la misma en una constante búsqueda por tratar de ofrecer en el mercado las soluciones más adecuadas, automatizadas y adaptadas posible a la personalidad

de todas las empresas-cliente con las que trabajan satisfaciendo además los gustos y necesidades de cientos de miles de conductores dispersos por todos los territorios del país e incluso fuera de él.

Necesidades a cubrir que han forzado como nunca la maquinaria de sus empresas con motivo de esta crisis, puesto que mientras muchos permanecíamos confinados ellos han tenido que afrontar la continuidad de sus servicios en momentos críticos y con limitaciones a sus operativas nunca vistas. Sus empresas han tenido que seguir dando servicio a muchas de las flotas que han suministrado alimentos y todo tipo de servicios puerta a puerta durante la pandemia. Flotas que han trasladado enfermos, alimentos, sanitarios, compras y que han tenido que dar lo mejor de sí mismas durante un largo encierro de meses.

Para conocer de primera mano las opiniones de los principales dirigentes de las cinco grandes del sector del renting les hemos remitido un cuestionario en el que les interpeábamos sobre distintos problemas relacionados con la reacción y la actividad de sus empresas ante la pandemia; sobre cómo han afrontado la problemática que ello suponía para sus trabajadores, clientes y suministradores de servicios; sobre las diferencias que aprecian frente a la anterior crisis económica; sobre las posibles vías que ellos ven para reactivar el mercado y muchos otros temas. Cada uno ha contestado libremente a las preguntas que ellos mismos han considerado pertinentes, y lo que publicamos en estas páginas son sus respuestas.



HABLAMOS CON...

**PEDRO MALLA**

DIRECTOR GENERAL ALD AUTOMOTIVE

«La crisis ha acelerado la transformación de la movilidad»



1.- ¿Cómo fue la adaptación de vuestra empresa a la situación planteada por la pandemia? ¿Qué supuso en materia de teletrabajo, mantenimiento de plantillas?

—Aunque, como a todos, nos pilló por sorpresa y de un día para otro nos vimos obligados a trasladar la oficina a casa, la experiencia ha sido muy positiva. Todos los que formamos la familia ALD Automotive hemos puesto de nuestra parte en esta situación y, a pesar de que cuesta cambiar rutinas de un día para otro, a medida que pasaban las semanas hemos visto cómo hemos podido trabajar con normalidad. Por supuesto, el personal esencial que ha tenido que estar al pie del cañón durante la época más dura del confinamiento ha trabajado con absoluta profesionalidad y cumpliendo todos los protocolos de seguridad pertinentes, tanto ellos mismos, como en los protocolos de limpieza y entrega de los vehículos. Una vez que empezó la desescalada, fuimos pioneros en realizar tests serológicos a todos nuestros empleados y en adaptar la empresa a las medidas de la nueva situación, por lo que poco a poco estamos volviendo a retomar los hábitos del día a día en la empresa.

2.- ¿Qué problemas planteó la pandemia en vuestra relación con los proveedores de vuestros servicios? ¿Qué tipo de soluciones tuvisteis que habilitar para conseguir que estos pudieran seguir adelante con normalidad?

—Desde el principio ALD Automotive ha puesto de su parte para facilitar soluciones a sus proveedores y dar una respuesta

responsable y solidaria a todas las empresas con las que trabaja, de manera que todos juntos hemos podido garantizar la seguridad y asegurar la movilidad de todo aquel que lo haya necesitado en esta situación excepcional. Además, implementamos una serie de medidas económicas para facilitar a nuestros proveedores el cumplimiento del servicio con garantías de seguridad. Para ello, la compañía adelantó a sus proveedores un total de 3,3 millones de euros, una cantidad repartida entre 830 proveedores distintos con el objetivo de evitar cualquier tensión de liquidez que pudiera interferir o impedir el desarrollo de sus actividades. Este importe fue destinado principalmente a pymes, entre las que se encuentran talleres, concesionarios de vehículos, transportistas y empresas de limpieza, entre otros sectores. Además, cambiamos todas sus condiciones de pago con el fin de agilizar los trámites y de efectuar el pago de forma inmediata de todas las facturas que estuvieran pendientes, así como de todas aquellas facturas que generaba la actividad de mantenimiento de flota y de la propia gestión del negocio de renting.

3.- ¿Y la relación con los clientes? ¿Cómo se ha visto afectada por la pandemia?

—En estos últimos meses hemos estado especialmente atentos a las necesidades de nuestros clientes. Hemos puesto los cinco sentidos para analizar caso por caso, tratando de ayudarles y resolviendo todo lo que estaba en nuestra mano. Por

eso, hemos estudiado con ellos nuevas fórmulas, nuevas posibilidades, ampliando plazos y contratos, permitiendo a los clientes disminuir su cuota mensual y proporcionándoles un colchón adicional que les quitara presión, por ejemplo, en los vencimientos de este año.

4.- ¿Qué diferencias existen entre esta crisis y la que vivimos años atrás? ¿Será más difícil salir de la actual que lo fue de la anterior?

—Es evidente que los desencadenantes de ambas crisis son diferentes, por lo que también lo serán las consecuencias. Aunque tardaremos en ver aún los estragos sociales derivados de la emergencia sanitaria, empezamos a atisbar el cariz que puede tomar esta crisis. Creo que, aunque las pymes y los autónomos han sido los más afectados por este ‘parón’, en esta ocasión hay capacidad económica para hacer frente a la financiación necesaria, para inyectar liquidez al mercado, y entre todos vamos a ir reactivando la economía poco a poco.

5.- Al igual que sucedió en la anterior crisis, ¿también va a haber en esta un antes y un después para el producto renting?

—Por supuesto. Todas las crisis conllevan cambios importantes. Como es evidente, también van a afectar a los hábitos de movilidad de las personas y de las empresas. Es cierto que la gente va a pasar más tiempo en casa por el teletrabajo, con lo cual imaginamos que existirá menos movimiento, sin embargo, como el transporte público puede suponer un riesgo por el miedo al contagio, se utilizará cada vez más el transporte privado. Si a ello le sumamos los beneficios que tiene el renting por sus servicios y su comodidad, el renting se posiciona como una posible solución a las necesidades de movilidad en esta nueva era, ya que permite a los usuarios disponer de un vehículo o de una flota adaptada a las necesidades del momento, sin tener que realizar un importante desembolso inicial y con la posibilidad de cambiar de vehículo en un plazo corto de tiempo.

6.- La anterior crisis dejó como enseñanza la gran utilidad que una mayor flexibilidad y adaptación de los contratos a las necesidades concretas de cada cliente aportaba mayores beneficios tanto para ellos como para vuestras empresas. ¿Cuál va a ser la gran enseñanza que deje esta crisis a vuestra empresa?

—Ahora todo es más incierto, si cabe. Las personas van a apostar cada vez más por productos flexibles, por suscripciones y por pocos compromisos de futuro, pero que les proporcione una satisfacción plena de sus necesidades de transporte, y que a la vez contribuya al cuidado medioambiental, al compromiso con la seguridad vial y a la

eficiencia en la conducción. Y precisamente todas esas van a ser las fórmulas que estamos aplicando las empresas de renting para adaptarnos a la nueva demanda.

7.- Hasta qué punto se pueden ver afectados por esta crisis los valores residuales de las operaciones en vigor durante la misma.

—Es evidente que los valores residuales han bajado en este periodo, pero creo que quizá se vayan a recuperar un poco a corto plazo. Es decir, en el momento en el que la oferta se estabilice, habrá una pequeña recuperación... aunque dependerá también de lo que ocurra en otros países de Europa.

8.- Con la vista puesta en la recuperación de la economía en general y del sector del automóvil en particular, ¿qué puede aportar el renting?

—El renting se posiciona como una posible solución a las necesidades de movilidad en esta nueva era. Lo hace además con una doble vertiente: por un lado, las facilidades a la hora de adquirir un vehículo, pues no hay que hacer un desembolso importante; y por otro lado, el renting dispone de una flota de vehículos renovada, a la vanguardia tecnológica y ecológica, con lo que ello supone de cara a la seguridad y al cuidado medioambiental, donde la flexibilidad va a ser la tónica general.

9.- ¿Es el momento idóneo para que el Gobierno apueste por extender las ventajas impositivas del producto renting a los particulares?

—Nunca es tarde para apoyos impositivos. Creo que el renting tiene que formar parte de las políticas de incentivos directos para que los particulares adquieran vehículos y reducir así la antigüedad del parque automovilístico español. El renting puede aportar muchas cosas porque es un gran inversor activo

y porque generamos un vehículo usado mucho menos contaminante. Si España tiene una edad de antigüedad de coches de once años, nosotros generamos unidades de tres y cuatro años. Y esto ayuda a renovar el parque más antiguo. Pero sobre todo el renting lo que aporta es el ‘todo incluido’, seguro, mantenimiento, neumáticos, etc., es decir, un producto de alto valor añadido para el cliente.

10.- El Gobierno prepara un plan específico para reactivar y relanzar el sector del automóvil. ¿Cómo debería estar el sector del renting incluido en ese plan

y qué acciones serían las más efectivas de cara a este sector?

—Sería interesante que desde el Gobierno incentivaran también la adquisición de vehículos de renting de ocasión, como una efectiva palanca de liquidez para las familias y también cambiar por vehículos mucho menos contaminantes al tratarse de vehículos de solo 3 o 4 años. Por supuesto, si quieren incentivar el coche eléctrico, también es una muy buena opción, es muy interesante, pero solo con esto nos quedaríamos cortos.

11.- ¿Cómo se han visto afectadas las flotas? ¿Qué sectores son los más perjudicados y cuáles se han visto beneficiados?

—Como comentaba antes, en esta crisis pymes y autónomos han sido los más castigados. Sin embargo, el confinamiento de la población ha provocado un incremento importante de las compras online para evitar posibles contagios, por lo que los sectores de logística y mensajería se han visto obligados a reforzar su flota para hacer frente a una demanda creciente. En este sentido, las furgonetas de reparto, o determinados vehículos especiales para este fin, están siendo más necesarias que nunca.

12.- ¿Hasta qué punto se han visto y se van a ver afectados vuestros compromisos de compra de unidades con los fabricantes? ¿Puede esta situación producir variaciones en los precios de las operaciones de renting una vez superada la pandemia?

—Nuestras expectativas de compra han bajado, sobre todo por la ampliación de los plazos de nuestros contratos y también por la contracción de la demanda. Y respecto a los precios quizá sí se tengan que subir un poco.

13.- ¿Cómo se van a ver afectados los resultados de tu empresa a finales de 2020? ¿Se podrán cumplir los objetivos?

—Lógicamente no podemos cumplir los objetivos que teníamos previstos para el 2020, pero creemos que nuestro modelo de negocio es muy resistente por la sólida cartera de clientes y partners que tenemos.

14.- En cuanto a la venta de los usados, otra de las grandes patas de vuestro negocio, ¿hasta qué punto va a afectar esta crisis al mercado del VO? ¿Será más grande el perjuicio por la crisis o los posibles beneficios de una desescalada con los usados en el punto de mira de los consumidores?

—Como he apuntado

en cuestiones anteriores, esta situación creemos que a medio plazo va a reforzar el mercado de VO. Se trata de una de las fórmulas más interesantes y flexibles en el nuevo escenario: en el caso de ALD hemos diseñado un producto de renting de vehículos usados seleccionados, ReDrive, en el que a los seis meses de alquiler el usuario tiene la posibilidad de comprar el vehículo, continuar con el contrato o devolver el coche. Es decir, el conductor utiliza el coche durante medio año, lo prueba, y luego puede acceder a comprarlo, pero con el reembolso, además, del 50% de las cuotas de renting.

15.- ¿La nueva movilidad se frena o se acelera con la crisis del Covid? ¿Seremos más proeléctricos tras la desescalada?

—Con la crisis, la nueva movilidad, la movilidad sostenible que buscábamos, no solo se ha consolidado, sino que se ha acelerado. Estoy seguro de que la nueva movilidad es eléctrica, pero en el corto plazo, la solución a la crisis pasa por incentivar la renovación del parque automovilístico, y para ello, el mercado de VO es idóneo. De lo que no me cabe ninguna duda es de que seremos, sobre todo, electrónicos: los sistemas telemáticos, el big data, los vehículos conectados y las plataformas digitales serán el abc de la movilidad, pues van a facilitar las gestiones y van a agilizar los trámites necesarios y derivados del uso del automóvil.

16.- Los clientes seguirán con las dudas e incertidumbre que estaban provocando una desaceleración en el mercado o, por el contrario, la crisis del Covid va a facilitar una recuperación del interés por el automóvil y la movilidad individual?

—La necesidad de desplazarse vuelve a reactivarse y empieza a percibirse las nuevas preferencias de los ciudadanos, las nuevas necesidades, las nuevas tendencias en movilidad. Está claro que el miedo al contagio va a beneficiar la movilidad individual, de hecho, un estudio elaborado por el RACE anticipa que el 20% de los conductores que utilizaba el transporte público para ir a trabajar antes de la pandemia optará ahora por la movilidad privada. En cuanto al automóvil, en la nueva movilidad seguirá siendo esencial, pero se consolidarán nuevos usos, nuevos hábitos de transporte. Las bicicletas, las motos o lo patinetes empiezan a posicionarse, sobre todo en las grandes ciudades, como una forma de entender la nueva movilidad, porque permiten un ahorro importante de costes y de tiempo y se adaptan de forma aún más personal a cada tipo de usuario y a sus necesidades concretas de transporte, contribuyendo al cuidado medioambiental, al compromiso con la seguridad vial y a la eficiencia en la conducción.



HABLAMOS CON...  
**ROCÍO CARRASCOSA**

CEO ALPHABET ESPAÑA

«Son imprescindibles nuevas soluciones flexibles de movilidad que den respuesta a las nuevas necesidades de los usuarios»

y ahora estamos trabajando en la implementación de planes que les ayuden a volver a retomar su actividad con una movilidad responsable, fácil de contratar y sobre todo flexible y que se adapte a las distintas circunstancias de incertidumbre producidas por el momento que estamos viviendo.

2.- ¿Qué problemas planteó la pandemia en vuestra relación con los proveedores de vuestros servicios? ¿Qué tipo de soluciones tuvisteis que habilitar para conseguir que estos pudieran seguir adelante con normalidad?

—Con el fin de velar al máximo por los intereses de nuestros clientes, en Alphabet hemos mantenido desde un principio un estrecho seguimiento con todos nuestros proveedores de primer nivel homologados, con el objetivo de confirmar que estaban abordando las medidas necesarias para adaptarse a los nuevos estándares de servicio, conocer su situación y la continuidad de la prestación de sus servicios.

Para Alphabet nuestros clientes son lo primero, por eso y hoy más especialmente, es fundamental que la relación empresa/proveedor y toda la cadena de valor que hay detrás de ella, funcione con el fin de garantizar el mejor servicio al cliente. Dar respuesta a todas sus necesidades, sin que sus desplazamientos ni su tiempo se vean ni se hayan visto afectados en ningún momento, dentro de las posibilidades que el estado de alarma nos ha permitido, se ha convertido en nuestra máxima prioridad y una parte fundamental para ello, ha sido hacer un correcto seguimiento y acompañamiento a nuestros proveedores.

Establecer una comunicación bidireccional, más constante y detallada, ha sido algo fundamental y que seguimos manteniendo en este periodo de desescalada, ya que es responsabilidad de todas las empresas seguir colaborando para tratar de ayudar también en la recuperación a la normalidad durante todas sus fases.

3.- ¿Y la relación con los clientes? ¿Cómo se ha visto afectada por la pandemia?

—Como ya hemos comentado antes, en Alphabet nos posicionamos al lado de nuestros clientes desde que comenzó la crisis, ofreciendo las mejores alternativas para ayudarles a mantener su situación o para que su movilidad no se viera interrumpida, muy especialmente en el caso de aquellos clientes

que han estado atendiendo servicios esenciales. De esta forma, hemos trabajado sobre el terreno, analizando la situación del momento de cada uno de ellos, tratando de identificar todas las oportunidades posibles y acompañándoles de manera personalizada en función de sus necesidades, con el fin de intentar minimizar el impacto que esta circunstancia excepcional ha provocado en sus negocios.

Actualmente, estamos trabajando en un plan de 'vuelta a la normalidad', tanto nuestra como de nuestros clientes, para ofrecerles una movilidad fácil y flexible y aliviar, en la medida de lo posible, las consecuencias económicas que hayan podido sufrir como consecuencia de esta crisis.

4.- Al igual que sucedió en la anterior crisis, ¿también va a haber en esta un antes y un después para el producto renting?

—Si antes de la crisis, la fórmula del renting se iba posicionando como una alternativa determinante sobre la propiedad, ahora, ante un escenario de alta incertidumbre como el que nos encontramos, las expectativas son que pueda seguir ganando peso.

Las ventajas que actualmente tiene el renting, hacen que sea una fórmula muy atractiva para todas las empresas, independientemente de su tamaño y también para los profesionales autónomos. No solo por tener una cuota fija, sino también por todos los servicios adicionales que incluye (sustitución de neumáticos, cobertura de seguro, mantenimiento y reparaciones, gestión de multas...).

Además, adicionalmente, el renting ha sabido ofrecer conceptos alineados con las nuevas tendencias de la movilidad: más flexibilidad, personalización, sostenibilidad (rejuveneciendo el parque automovilístico español) e innovación.

Las opciones que se añaden a la fórmula del renting tradicional, como lo es el caso del renting flexible, permiten a los pequeños negocios gestionar su movilidad sin necesidad de inmovilizar recursos y sin comprometerse por un largo periodo de tiempo, lo que supone para ellos un balón de oxígeno, más si cabe en una situación como la actual.

5.- La anterior crisis dejó como enseñanza la gran utilidad que una mayor flexibilidad y adaptación de los contratos a las necesidades concretas de cada cliente aportaba mayores beneficios tanto para ellos como para vuestras empresas. ¿Cuál va a ser la gran

ES RESPONSABILIDAD DE TODAS LAS EMPRESAS SEGUIR COLABORANDO PARA TRATAR DE AYUDAR TAMBIÉN EN LA RECUPERACIÓN A LA NORMALIDAD DURANTE TODAS SUS FASES

enseñanza que deje esta crisis a vuestra empresa?

—Esta crisis está cambiando nuestros valores, nuestras prioridades, la forma de relacionarnos, la manera de consumir y cómo nos estamos moviendo y moveremos en el futuro. Aunque no podemos garantizar que se todo se mantenga tal y como hoy lo vivimos, es posible que algunos hábitos cambien sustancialmente. Ante esta nueva realidad y su incertidumbre asociada, se hacen imprescindibles

soluciones flexibles de movilidad que den respuesta a las nuevas necesidades de los usuarios.

Así lo hemos defendido e implementado en nuestro negocio desde hace algún tiempo, ya que consideramos que, hoy más que nunca, nuestra estrategia de movilidad se tiene que centrar en ofrecer a nuestros clientes soluciones para cubrir unos desplazamientos cada vez más sostenibles, flexibles y eficientes. Responder a estos aspectos es una de las claves de nuestro negocio y de la movilidad del futuro. Por tanto, la enseñanza de la anterior crisis, en la actual se potencia aún más. La flexibilidad y la adaptación a las necesidades concretas de cada cliente serán definitivamente claves en nuestro negocio.

A nivel de empresa, también hemos comprobado que, una buena comunicación interna y externa, clara y transparente, nos permite extender caminos, mejorar nuestra reputación como compañía y acercarnos más entre nosotros.

Además, se ha hecho evidente que una crisis bien gestionada te abre oportunidades y te ayuda a estrechar la relación con tus clientes. El cliente reconoce el esfuerzo que haces por ayudarle y por estar cerca de sus necesidades en los momentos que más

lo necesita, lo que crea vínculos mucho más sólidos y auténticos entre ambas partes.

Aunque, si algo hemos constatado en estos días, es que contar con un equipo tan profesional e involucrado como el nuestro y una red de colaboradores y proveedores comprometida con el negocio, es fundamental si quieres afrontar un reto como al que nos hemos encontrado con ciertas garantías de éxito.

6.- ¿Hasta qué punto se pueden ver afectados por esta crisis los valores residuales de las operaciones en vigor durante la misma?

—Sin duda, el valor residual es una de las variables con mayor peso a la hora de fijar una cuota, por lo que cualquier impacto en éste, tiene un efecto directo en la mensualidad que se les puede ofrecer a futuros clientes.

Tenemos que analizar el impacto en los próximos meses, dado que hasta la fecha las ventas de vehículos de ocasión no han sido lo suficientemente representativas.

Aunque no todo son efectos negativos en valores residuales. El descenso de matriculaciones y la ralentización de la economía, harán que la oferta de vehículos usados dentro de cuatro años sea menor de lo habitual a considerar también en los valores residuales.

Por eso, nuestras estimaciones pronostican algún impacto menor a corto plazo que se irá reduciendo de forma gradual hasta mediados de 2021. A partir de ese punto, es posible que la recuperación sea más lenta y que siga existiendo una ligera diferencia con los valores de mercado que hemos estado observando justo antes de la pandemia. Pero, ante una situación sin precedentes, la incertidumbre hace que cualquier estimación pueda variar rápidamente.

7.- ¿Los clientes seguirán con las dudas e incertidumbre que estaban provocando una desaceleración en el mercado o, por el contrario, la crisis del covid va a facilitar una recuperación del interés por el automóvil y la movilidad individual?

—Como comentaba antes, la necesidad del distanciamiento social y el miedo al contagio ya está apuntando a buscar alternativas para evitar las concentraciones. Uno de ellos es el creciente interés por desplazarse en coche privado, que ya es un hecho que se vive en algunos países donde ya se encuentran en la fase de 'nueva normalidad'. Es el caso de China, en el que dos de cada tres entrevistados decían que prefieren su coche personal al transporte público, el doble que antes del brote de coronavirus, según un reciente estudio del instituto de investigaciones de mercado Ipsos.

En el caso de España, estamos empezando a despertar del parón que se ha producido en nuestro país, debemos ser cautos y analizar bien cómo evoluciona la situación y estar muy atentos a lo que los usuarios demandan para sus desplazamientos.

NUESTRA RÁPIDA REACCIÓN NOS HA PERMITIDO MANTENER EL EMPLEO Y ESTAR MUY CERCA DE PROVEEDORES Y CLIENTES



HABLAMOS CON...

**LUC SORIAU**

DIRECTOR GENERAL DE ARVAL

«El renting no ha entrado en las ayudas del Gobierno al automóvil y deberían tenernos en cuenta, nuestro peso en el sector es enorme»

1.- ¿Cómo fue la adaptación de ARVAL a la situación planteada por la pandemia? ¿Qué supuso en materia de teletrabajo, mantenimiento de plantillas?

—Me siento orgulloso de cómo hemos respondido ante esta complicada situación. En un tiempo récord nos reorganizamos y nos pusimos a trabajar para proteger a nuestros clientes, proveedores y empleados. Toda nuestra plantilla se mantuvo activa y teletrabajando desde sus casas de forma digital, porque la principal prioridad para Arval era conservar todos los puestos de trabajo. Gracias al soporte de la infraestructura digital de BNP Paribas hemos podido mantener una comunicación fluida entre los equipos y con nuestros colaboradores externos y clientes. Y hemos aprendido muchas lecciones de esta situación, y muchas de las soluciones

que hemos adoptado se mantendrán cuando todo esto haya pasado.

2.- ¿Qué problemas planteó la pandemia en vuestra relación con los proveedores de vuestros servicios? ¿Qué tipo de soluciones tuvisteis que habilitar para conseguir que estos pudieran seguir adelante con normalidad?

—Consideramos a nuestros

proveedores y colaboradores como parte de Arval. Son una parte fundamental de nuestro negocio y desde el minuto uno hemos estado cerca de ellos para poder prestarles la ayuda necesaria. Elaboramos un plan específico de acción para ayudarles en su negocio, que es parte del nuestro. Y determinamos que la mejor forma de hacerlo era aportándoles liquidez, atendiendo inmediatamente todos los pagos.

3.- ¿Y la relación con los clientes? ¿Cómo se ha visto

afectada por la pandemia?

—Más allá de no habernos podido reunir presencialmente con ellos, una limitación lógica por el confinamiento, la relación ha sido más estrecha que nunca. Siempre estamos al lado de nuestros clientes y todos los problemas que han tenido durante la pandemia nos han hecho estar aún más cerca de ellos. Nuestro compromiso con los clientes es darles el mejor servicio y soluciones que se adapten a cada una de sus necesidades particulares. Y en este contexto ese 'mantra' de Arval ha tenido más sentido que nunca. Hemos estudiado cada caso, porque cada cliente tiene una circunstancia distinta, y hemos trabajado para ofrecer soluciones excepcionales que les pudieran ayudar al máximo en sus particulares casuísticas.

4.- ¿Qué diferencias existen entre esta crisis y la que vivimos años atrás? ¿Será más difícil salir de la actual que lo fue de la anterior?

—Esta crisis no es igual que la que vivimos hace unos años, porque no se ha generado por factores estructurales de la economía, sino por un virus. Todavía no tenemos una imagen de sus efectos completos, pero esperamos que sean menos dañinos para la sociedad a nivel económico que los de la anterior crisis. Creemos que, si hay financiación y medidas de apoyo al consumo, los efectos de esta crisis serán menores y su gráfica será en forma de V. Pero hay que apoyar mucho a los autónomos y a las pymes, que son los que más están sufriendo.

5.- Al igual que sucedió en la anterior crisis, ¿también va a haber en esta un antes y un después para el producto renting?

—Creemos que aún es pronto para responder a esa pregunta. Pero el renting venía de una fuerte tendencia de crecimiento antes de la crisis y se está posicionando como la mejor solución de movilidad no solo para la desescalada, sino también a medio y largo plazo. Las ventajas del renting se fortalecen porque elimina incertidumbres: para disfrutar de movilidad segura y personas no tienes que hacer un pago inicial, tampoco hay sorpresas y tiene todos los servicios incluidos. Tanto las empresas, como los autónomos y los particulares necesitan una movilidad flexible, eficaz y sostenible, y el renting es la mejor fórmula para conseguirlo.

6.- La anterior crisis dejó como enseñanza la gran utilidad que una mayor flexibilidad y adaptación de los contratos a las necesidades concretas de cada cliente aportaba mayores

beneficios, tanto para ellos como para vuestras empresas. ¿Cuál va a ser la gran enseñanza que deje esta crisis a vuestra empresa?

—Nos ha hecho crecer y fortalecernos como empresa y sobre todo como equipo. Todos en Arval hemos trabajado juntos, evaluando las situaciones, aportando ideas y presentando soluciones que se están llevando a cabo con muy buenos resultados. Ahora somos un equipo más fuerte y unido.

7.- ¿Hasta qué punto se pueden ver afectados por esta crisis los valores residuales de las operaciones en vigor durante la misma?

—Estamos navegando en un escenario desconocido por la rapidez con la que se ha generado esta crisis y por su naturaleza, externa a los elementos estructurales de la economía. Desconocemos cuál será su duración y cómo afectará a todo el conjunto de las operaciones. En crisis anteriores, de mayor duración y con otros factores en la ecuación, sí se produjo una caída del valor residual de los vehículos; en esta no podemos asegurar que eso suceda.

8.- Con la vista puesta en la recuperación de la economía en general y del sector del automóvil en particular, ¿qué puede aportar el renting?

—El renting es uno de los grandes motores del mercado del automóvil y su crecimiento tendrá mucho arrastre en este sector, que a su vez es clave en la economía de España. El peso en el total de las matriculaciones del renting continúa subiendo y en mayo se situó en el 21,45%. Nosotros lo vemos como algo lógico, porque incide en la movilidad como servicio, que es la solución más de movilidad más práctica para la mayoría de los particulares y de las empresas.

9.- ¿Es el momento idóneo para que el Gobierno apueste por extender las ventajas impositivas del producto renting a los particulares?

—El renting no ha entrado dentro del paquete de ayudas del Gobierno al sector del automóvil y creemos que se debería haber tomado en cuenta, ya que tiene un enorme peso en el conjunto del mercado del automóvil en España.

10.- ¿Cómo se van a ver afectados los

resultados de tu empresa a finales de 2020? ¿Se podrán cumplir los objetivos?

—Nuestros objetivos para 2020 obviamente se han visto afectados y tenemos que plantearnos un nuevo escenario que en estos momentos estamos evaluando para ver cuál podría ser el resultado a final de año.

11.- En cuanto a la venta de los usados, otra de las grandes patas de vuestro negocio, ¿hasta qué punto va a afectar esta crisis al mercado del VO? ¿Será más grande el perjuicio por la crisis o los posibles beneficios de una desescalada con los usados en el punto de mira de los consumidores?

—Según muchas previsiones, el

HEMOS APRENDIDO MUCHAS LECCIONES DE ESTA SITUACIÓN, Y MUCHAS DE LAS SOLUCIONES QUE HEMOS ADOPTADO SE MANTENDRÁN CUANDO TODO ESTO HAYA PASADO

mercado del coche usado se recuperará antes de esta crisis, porque ofrece alternativas más económicas. Y la buena marcha del renting en los últimos años ha generado un gran parque de vehículos seminuevos y en perfecto estado. Dentro de nuestra oferta integral "The Journey Goes On", diseñada para ayudar a nuestros clientes en el periodo posterior al bloqueo, ofrecemos más de 2.000 Vehículos de Ocasión para renting o para compra directa. Para reforzar este mercado,

acabamos de lanzar nuestra nueva web [www.autoselect.arval.es](http://www.autoselect.arval.es) que sin duda ayudará a encontrar el VO de manera sencilla y con unos procesos muy fáciles para el cliente de este mercado.

12.- ¿La nueva movilidad se frena o se acelera con la crisis del Covid? ¿Seremos más proeléctricos tras la desescalada?

—La movilidad ya estaba viviendo un cambio de paradigma antes del Covid-19 y creemos que esta crisis va a acelerar muchos de esos cambios, sobre todo, el camino hacia la movilidad sostenible. La gente ha podido comprobar

LA MOVILIDAD NO SERÁ IGUAL TRAS LA PANDEMIA. EL COCHE ES EL MEDIO MÁS SEGURO. UN 20% DE LAS PERSONAS ABANDONARÁ EL TRANSPORTE PÚBLICO PARA IR AL TRABAJO EN COCHE PRIVADO

cómo mejoraba la calidad del aire de sus ciudades durante el confinamiento, hay más ayudas a los coches más respetuosos con el medio y las restricciones a los automóviles con motor de combustión van a seguir creciendo. Además, la movilidad sostenible ya forma parte de los programas de RSC de muchas empresas. Y todos los fabricantes han apostado por la electrificación como único camino posible para cumplir con los Acuerdos de París sobre el calentamiento global y para llegar a una descarbonización total

del automóvil en dos o tres décadas. La movilidad sostenible y electrificada es un proceso irreversible y en Arval estamos encantados de ello, porque es uno de nuestros principales valores. Y cuando hablamos de movilidad sostenible no nos estamos refiriendo solo al automóvil. En breve vamos a ofrecer el renting de bicis eléctricas en España, porque nuestra ambición es acompañar a nuestros clientes a lo largo de sus viajes, sea cual sea la solución de movilidad que necesiten.

13.- ¿Los clientes seguirán con las dudas e incertidumbre que estaban provocando una desaceleración en el mercado o, por el contrario, la crisis del covid va a facilitar una recuperación del interés por el automóvil y la movilidad individual?

—Creemos que la movilidad no va a ser la misma tras la pandemia. El coche es el medio de transporte más seguro desde el punto de vista sanitario. El Gobierno recomienda favorecer el desplazamiento al trabajo por medios que no supongan

agruparse con más personas y el Ministerio de Sanidad también ha recomendado el vehículo de uso privado. Según un estudio que manejamos, el 20% de las personas abandonarán transporte público para ir al trabajo en coche privado. También se va a incrementar el uso de la bici eléctrica, que puede pasar de menos del 1% de la movilidad in itinere, al 5%. En un ambiente de desconfianza y miedo al acercamiento social, el vehículo de uso privado se va a fortalecer.

ESTE VIRUS NOS HA HECHO CRECER Y FORTALECERNOS COMO EMPRESA Y SOBRE TODO COMO EQUIPO. AHORA SOMOS MÁS FUERTES Y ESTAMOS MÁS UNIDOS



HABLAMOS CON...  
**ALBERTO SÁEZ**  
CEO LEASEPLAN

## «Contemplamos importantes oportunidades de crecimiento en el mercado de la automoción como servicio»

1. - ¿Cómo se adaptó su empresa a la situación planteada por la pandemia? ¿Qué significó en términos de teletrabajo y mantenimiento de personal?

—Afortunadamente, desde el principio de la crisis, ya estábamos preparados para el teletrabajo y responder a las necesidades de nuestros clientes. LeasePlan implementó un completo Plan de Respuesta Covid-19, en el que están implicados cerca de 200 trabajadores. Es un plan, como digo, que incluye una política global de teletrabajo para todos nuestros empleados. En general, está funcionando muy bien, y estamos a disposición de nuestros clientes y socios, ya sea por teléfono o en línea.

En cuanto al personal de la empresa, no hay planes para cerrar

ninguna oficina o reducir el número de personal.

2. - ¿Qué problemas planteó la pandemia en su relación con sus proveedores de servicios? ¿Qué tipo de soluciones tuvo que poner en marcha para garantizar que pudieran seguir funcionando con normalidad?

—LeasePlan cuenta con una red de proveedores preferentes con más de 15 años de experiencia, leales y digitalizados, que nos ha permitido resolver esta situación con un impacto limitado, tanto en el servicio como en los beneficios para nuestros clientes y conductores.

3. - ¿Qué pasa con la relación con los clientes? ¿Cómo se ha visto afectada por la pandemia?

—A través del teletrabajo hemos asegurado tanto la continuidad de la empresa como la prestación de servicios a nuestros clientes y conductores.

Para aquellos clientes con dificultades de pago debido al impacto del estado de alarma, se han habilitado soluciones que les permiten recuperarse en un tiempo razonable y así asegurar la

continuidad de su negocio y de la relación con los clientes.

Al igual que en 2009-10, estamos ofreciendo a los clientes la posibilidad de prorrogar los contratos por 12 meses para ganar tiempo y aclarar la incertidumbre de la situación.

4. - ¿Cuáles son las diferencias entre esta crisis y la que vivimos hace años? ¿Será más difícil salir de la actual que de la anterior?

—En esta ocasión, la pandemia nos ha servido para concienciarnos más sobre la necesidad de trabajar una movilidad sostenible y solidaria, donde todos podemos aportar valor a la sociedad. En estos meses atrás, hemos puesto al servicio de ayuntamientos y organizaciones parte de nuestra flota para contribuir con nuestro pequeño grano de arena a las necesidades que fueron surgiendo con motivo de la Covid-19.

LeasePlan ha gestionado anteriormente crisis económicas, la última en 2008, y ha demostrado la resistencia de su modelo. Hoy en día estamos mejor preparados

y, gracias a la fortaleza de nuestro modelo operacional y CarNext, podemos hacer frente a esta crisis mirando al futuro con optimismo.

5. - Como en la crisis anterior, ¿habrá también un antes y un después para el renting?

—El renting es siempre una gran opción, especialmente en tiempos de incertidumbre económica temporal. El miedo a la infección por coronavirus lleva a un mayor uso de los vehículos y el alquiler no requiere un desembolso económico de riesgo: no es necesario ser propietario de un coche si se puede alquilar. Si a esto

LA PANDEMIA NOS HA SERVIDO PARA CONCIENCIARNOS MÁS SOBRE LA NECESIDAD DE TRABAJAR UNA MOVILIDAD SOSTENIBLE Y SOLIDARIA, DONDE TODOS PODEMOS APORTAR VALOR A LA SOCIEDAD

las necesidades específicas de cada cliente trajo mayores beneficios tanto para ellos como para sus empresas. ¿Cuál será la gran lección que esta crisis dejará a su empresa?

—Cuidar y preservar a nuestros clientes y empleados es nuestra mejor lección. Debemos seguir

APORTAR NUEVAS VENTAJAS FISCALES AL RENTING FACILITARÍA LA VENTA DE COCHES Y AMPLIARÍA LOS CANALES DE VENTA, ADEMÁS DE RENOVAR EL PARQUE CON VEHÍCULOS MENOS CONTAMINANTES

le sumamos la ventaja de que la flota de alquiler se renueva regularmente y cuenta con los últimos avances tecnológicos y de sostenibilidad, podemos estar seguros de que estamos hablando de un producto que sigue siendo de gran actualidad. Por esta razón, vemos importantes oportunidades de crecimiento en el mercado de la automoción como servicio.

6. - La crisis anterior dejó como lección la gran utilidad de que una mayor flexibilidad y adaptación de los contratos a

las necesidades específicas de cada cliente trajo mayores beneficios tanto para ellos como para sus empresas. ¿Cuál será la gran lección que esta crisis dejará a su empresa?

—Cuidar y preservar a nuestros clientes y empleados es nuestra mejor lección. Debemos seguir avanzando para tener una empresa flexible, tecnológicamente muy bien preparada, digitalizada en sus principales procesos y con una gama de productos que puedan aportar soluciones de movilidad.

7. - Con vistas a la recuperación general y del sector automovilístico en particular, ¿qué puede aportar el leasing?

—Como dije antes, el renting es una solución de movilidad que mitiga los riesgos y se adapta a las necesidades de cada

empresa. Está perfectamente en sintonía con el cambio cultural de hoy en día, en el que la propiedad de un vehículo es superflua. Ofrece al cliente la oportunidad de estar a la vanguardia de los avances tecnológicos y un mayor compromiso con el medio ambiente.

8. - Es el momento adecuado para que el Gobierno extienda las ventajas fiscales del producto de alquiler a los particulares? El gobierno también está preparando un plan específico para reactivar y relanzar el sector de la automoción. ¿Cómo debería incluirse el sector del alquiler en este plan y qué acciones serían más eficaces para este sector?

sector?

—El alquiler es cada vez más importante en las matrículas anuales. Acogemos con agrado cualquier medida del gobierno para reactivar la industria del automóvil en España a través del sector del renting. Este tipo de ventajas fiscales facilitarían la venta de coches y ampliarían los canales de venta, además de poner a disposición del público vehículos menos

contaminantes.

9. - ¿Cómo se verán afectados los resultados de su empresa a finales de 2020? ¿Se cumplirán los objetivos?

—Aún es demasiado pronto para sacar conclusiones al respecto. Me gustaría hacer hincapié en la fortaleza de nuestro modelo de negocio, que ponen de manifiesto que las tendencias que vemos de los meses de mayo y junio nos hacen ser más optimistas respecto a nuestros objetivos. Esta circunstancia solo refuerza nuestra estrategia a largo plazo, que incluye proporcionar un nuevo modelo de alquiler en el futuro; nuestro negocio de vehículos flexibles o LCV, que sigue creciendo debido a los cambios en la compra en línea; y el crecimiento de nuestro negocio de coches usados en línea en CarNext.com.

LAS TENDENCIAS DEL MERCADO QUE VEMOS EN LOS MESES DE MAYO Y JUNIO NOS HACEN SER MÁS OPTIMISTAS RESPECTO A NUESTROS OBJETIVOS



HABLAMOS CON...  
**JORGE ALARCÓN**

CEO NORTHGATE RENTING FLEXIBLE

«El renting es clave en la recuperación de la industria del automóvil... Es necesario que se extiendan las ventajas fiscales a los particulares»

1.- ¿Cómo fue la adaptación de vuestra empresa a la situación planteada por la pandemia? ¿Qué supuso en materia de teletrabajo, mantenimiento de plantillas?

—La rapidez con la que sucedieron todos los hechos nos obligó a ser ágiles en nuestra respuesta desde tres ejes fundamentales. Primero, primando la salud de nuestro equipo y clientes, apostando por estrictas medidas de seguridad sanitaria y de desinfección en nuestras instalaciones y vehículos, priorizando el teletrabajo para el personal de oficina y lanzando una nueva área web de clientes con la que disminuir las gestiones presenciales y un nuevo sistema de cita previa online con el que controlar los aforos. Segundo, garantizando la operatividad de nuestras delegaciones y talleres para poder seguir dando servicio a aquellas empresas que han brindado servicios esenciales. Y tercero, apoyando a la sociedad con los activos que han estado en nuestra mano, y en este sentido hemos puesto a disposición de Bomberos Unidos Sin Fronteras y del plan Cruz Roja RESPONDE 76 vehículos industriales de carga y frigoríficos en toda España, para el traslado de personas, bienes esenciales y medicamentos.

2.- ¿Qué problemas planteó la pandemia

en vuestra relación con los proveedores de vuestros servicios? ¿Qué tipo de soluciones tuvisteis que habilitar para conseguir que estos pudieran seguir adelante con normalidad?

—No hemos tenido problemas reseñables con nuestros proveedores. La práctica totalidad del tejido empresarial se ha visto afectada por la crisis sanitaria y en las relaciones ha primado la colaboración y la confianza para salir todos adelante.

3.- ¿Y la relación con los clientes? ¿Cómo se ha visto afectada por la pandemia?

—Ofrecemos un servicio de renting flexible en el que el cliente gestiona su flota de vehículos en función de sus necesidades y sin coste. Esto ha permitido que nuestra relación con los clientes se refuerce ya que quien ha necesitado devolver un vehículo lo ha hecho, evitando así un gasto fijo, y quien ha necesitado reforzar su flota por ser servicio esencial también lo ha podido hacer.

4.- ¿Qué diferencias existen

entre esta crisis y la que vivimos años atrás? ¿Será más difícil salir de la actual que lo fue de la anterior?

—La anterior crisis financiera atacó nuestros cimientos económicos, mientras que esta crisis ha sido sanitaria pero derivará también en un ciclo económico bajo. El Covid-19 ha cuestionado nuestra forma de vivir, de relacionarnos y de hacer negocios y ha demostrado lo necesaria que es la colaboración. Esta lección, muy presente durante la hibernación económica, debemos mantenerla para salir de la crisis.

5.- Al igual que sucedió en la anterior crisis, ¿también va a haber en ésta un antes y un después para el producto renting?

—Como con la anterior crisis, el renting va a dar un paso más en su consolidación y nuestra flexibilidad, que llevamos ofreciendo desde hace más de 30 años, va a ser una clara ventaja competitiva ante la incertidumbre. Nuestros clientes, grandes empresas pero también pymes y profesionales, no saben cuándo recuperarán sus niveles de actividad o si un posible repunte del virus les obligará de nuevo a paralizar su negocio. Por eso, nuestro modelo de contrato sin permanencia les permite devolver o cambiar su vehículo sin coste y sin penalización, convirtiendo su flota en un coste variable en función de sus necesidades.

6.- La anterior crisis dejó como enseñanza la gran utilidad que una mayor flexibilidad y adaptación de los contratos a las necesidades concretas de cada cliente aportaba mayores beneficios tanto para ellos como para vuestras empresas. ¿Cuál va a ser la gran enseñanza que deje esta crisis a vuestra empresa?

—Nuestro modelo de renting flexible ya estaba consolidado antes de la crisis sanitaria y vamos a seguir apostando por el contrato sin permanencia no solo

porque la flexibilidad es ahora uno de los atributos más demandados y valorados, sino porque creemos que es el futuro, también en la movilidad profesional.

7.- ¿Hasta qué punto se pueden ver afectados por esta crisis los valores residuales de las operaciones en vigor durante la misma?

—Es pronto para aventurar una respuesta porque también hay que ver la evolución de la demanda del vehículo de ocasión. Lo que sí creemos es que, por la naturaleza de nuestra principal línea

de negocio, el producto flexible, el valor residual no se verá afectado en la misma medida que algunos de nuestros competidores más centrados en el renting tradicional. Esperamos una recuperación sostenible progresiva que reduzca el impacto en la pérdida de valor residual de los vehículos.

8.- Con la vista puesta en la recuperación de la economía en general y del sector del automóvil en particular, ¿qué puede aportar el renting?

—El renting es un sector clave en la recuperación de la industria del automóvil. Se está potenciando el uso del transporte privado frente al público, pero no todo el mundo está en disposición de adquirir un vehículo con los gastos fijos derivados de esta compra. Por ello, muchos van a recurrir al renting para moverse y, cuanto más demanda haya, mayor será la compra de vehículos de los proveedores de renting.

9.- ¿Es el momento idóneo para que el Gobierno apueste por extender las ventajas impositivas del producto renting a los particulares?

—Actualmente, las ventajas fiscales del renting para particulares son inexistentes mientras que para empresas y autónomos pueden desgravarlo en el IRPF e Impuesto de Sociedades y se pueden deducir el IVA soportado. Si queremos que se fomente el uso del transporte privado para reducir el riesgo de contagio, es necesario que se extiendan las ventajas fiscales a particulares.

10.- El Gobierno prepara un plan específico para reactivar y relanzar el sector del automóvil. ¿Cómo debería estar el sector del renting incluido en ese plan y qué acciones serían las más efectivas de cara a este sector?

—El renting juega un papel cada vez más importante dentro del sector del automóvil. Más de un 20% de las matriculaciones se canalizan a través de compañías de renting. Y estoy convencido de que este porcentaje se incrementará a futuro, como ya hemos visto en el mes de mayo.

Por ello, es clave que el sector del renting esté incluido en el plan de ayudas y, en nuestro caso, estamos alineados y respaldaremos

TODO EL TEJIDO EMPRESARIAL SE HA VISTO AFECTADO POR LA CRISIS SANITARIA Y EN LAS RELACIONES HA PRIMADO LA COLABORACIÓN Y LA CONFIANZA PARA SALIR TODOS JUNTOS ADELANTE

actividad profesional. Pero está claro que esta crisis sanitaria ha afectado de una forma u otra prácticamente a todos.

Tenemos clientes de todos los sectores económicos y excepto los que son servicios esenciales, el resto se han visto afectados.

12.- ¿Hasta qué punto se han visto y se van a ver afectados vuestros compromisos de compra de unidades con los fabricantes? ¿Puede esta situación producir variaciones en los precios de las operaciones de renting una vez superada la pandemia?

—Estamos replanteando nuestra estrategia de compra de vehículos ya que la crisis nos ha obligado a reducir la inversión que teníamos prevista. Pero las cifras finales dependerán del ritmo de crecimiento y de la demanda que tengamos en los próximos meses.

Respecto a las variaciones en los precios de las operaciones de renting, no podemos prever qué pasará en los próximos meses, debido a la

LA FLEXIBILIDAD ES AHORA UNO DE LOS ATRIBUTOS MÁS DEMANDADOS Y VALORADOS, Y CREEMOS QUE ES EL FUTURO TAMBIÉN EN LA MOVILIDAD PROFESIONAL

las iniciativas que solicite el sector a través de nuestra asociación patronal, la Asociación Española de Renting.

11.- ¿Cómo se han visto afectadas las flotas? ¿Qué sectores son los más perjudicados y cuáles se han visto beneficiados?

—Nuestra flota de 55.000 vehículos profesionales en toda España sigue intacta y estamos notando, tras la reducción inicial de actividad, un repunte de la demanda en nuestro renting flexible, lo que indica que poco a poco está habiendo una reactivación de la

actividad profesional. Pero está claro que esta crisis sanitaria ha afectado de una forma u otra prácticamente a todos.

Tenemos clientes de todos los sectores económicos y excepto los que son servicios esenciales, el resto se han visto afectados.

12.- ¿Hasta qué punto se han visto y se van a ver afectados vuestros compromisos de compra de unidades con los fabricantes? ¿Puede esta situación producir variaciones en los precios de las operaciones de renting una vez superada la pandemia?

—Estamos replanteando nuestra estrategia de compra de vehículos ya que la crisis nos ha obligado a reducir la inversión que teníamos prevista. Pero las cifras finales dependerán del ritmo de crecimiento y de la demanda que tengamos en los próximos meses.

Respecto a las variaciones en los precios de las operaciones de renting, no podemos prever qué pasará en los próximos meses, debido a la

incertidumbre del mercado.

13.- ¿Cómo se van a ver afectados los resultados de tu empresa a finales de 2020? ¿Se podrán cumplir los objetivos?

—Nuestro año contable finalizó el 30 de abril y es muy pronto todavía para saber cuál va a ser la evolución durante este ejercicio. Nos enfrentamos a una incertidumbre sin precedentes y en Northgate hemos pasado de trabajar con proyecciones

trimestrales a mensuales y, en algunos casos, semanales. En todo caso, como comentaba anteriormente, hemos comenzado a recuperar las cifras de negocio gracias a la adaptabilidad de nuestro producto flexible a las necesidades de todo tipo de empresa en estos momentos de incertidumbre, por lo que somos optimistas de cara a los próximos meses.

14.- En cuanto a la venta de los usados, otra de las grandes patas de vuestro negocio, ¿hasta qué punto va a afectar esta crisis al mercado del VO? ¿Será más grande el perjuicio por la crisis o los posibles beneficios de una desescalada con los usados en el punto de mira de los consumidores?

—En nuestro caso, esta parte del negocio cayó un 80% en marzo y abril, ligado al propio cierre de actividad a particulares. Pero aquí también vamos notando una recuperación, si bien paulatina. En todo caso, creemos que

la incertidumbre va a impulsar también la compra de vehículos de ocasión sobre todo en el mercado de particulares que buscan alternativas de movilidad al transporte público.

15.- ¿La nueva movilidad se frena o se acelera con la crisis del Covid? ¿Seremos más proelétricos tras la desescalada?

—La nueva normalidad primará el uso del transporte privado frente al público y esto tiene una consecuencia directa sobre nuestro

planeta. La revolución hacia vehículos de energías alternativas ya había comenzado antes de la crisis sanitaria y ahora se debe potenciarla aún más. En Northgate trabajamos con la mirada puesta en la movilidad profesional del futuro: más sostenible, más responsable y más eficiente.

16.- ¿Los clientes seguirán con las dudas e incertidumbre que estaban provocando una desaceleración en el mercado o, por el contrario, la crisis del covid va a facilitar una recuperación del interés por el automóvil y la movilidad individual?

—Estamos entrando en la nueva normalidad, pero continúa el temor del contagio o de nuevos repuntes, lo que incrementará el uso del transporte privado. Por otra parte, el mayor uso del teletrabajo y la crisis económica afectarán, al menos temporalmente, el volumen de movilidad. Todos estos factores son los que provocan que la incertidumbre sea tan alta, aunque creemos que a la larga se va a recuperar el interés por el automóvil y que saldrán reforzados formatos como el de renting.


**Agustín García**
**Presidente Asociación Española de Renting de Vehículos**

# El renting, eslabón de valor

Parece que ya no hay duda, los diferentes Gobiernos de Europa han apostado por el sector de automoción como mecanismo esencial para hacer frente a la crisis provocada por esta pandemia que azota el mundo, conscientes del efecto arrastre que tiene sobre otros sectores de la economía.

ción de vehículos diésel y gasolina, la ampliación del Plan MOVES II, hasta los 100 millones de euros, o el impulso a la renovación de las flotas públicas. Nadie puede negar la voluntad de apostar por un sector que aporta el 10% del PIB de este país y que está llamado a actuar como motor de una maltrata economía que sufre las secuelas del parón por la COVID-19. Y, por supuesto, en este escenario, el renting jugará el papel que le corresponde como pieza importante del ecosistema de la movilidad, y como hemos visto en el articulado del Plan MOVES, que ya se ha puesto en marcha, las Administraciones cuentan con esta fórmula para impulsar la demanda. No puede ser de otra forma, porque el renting ya supone más del 20% de las matriculaciones y, si nos ceñimos a los vehículos eléctricos, en los últimos datos de matriculaciones del mes de mayo, veíamos que el renting matricula más del 27% de los mismos y el peso de los vehículos propulsados por energías alternativas asciende al 16,32% en el total de matriculaciones de renting. En una palabra, en esta gran cadena de valor que es el sector de automoción, el renting es un importante eslabón, al que no diré que hay que mimar, pero sí, al menos, no se le debe descuidar.

Lógicamente permitir que los clientes de renting se beneficien de todas las potenciales ventajas que pueda tener alguien que decide comprar directamente o a través de otros sistemas de financiación es de rigor, porque el renting no solo contribuye a dar confianza al consumidor, sino a tener un parque joven y bien mantenido. Este, que pa-

rece un viejo mantra del sector, es una realidad, porque mientras el renting matricula tres vehículos, de media, el comprador tradicional, adquiere uno.

Durante estos últimos meses, el sector del renting ha estado preocupado y ocupado por dar una respuesta contundente para afrontar, tanto a la urgencia sanitaria, como a las necesidades de sus clientes y proveedores, poniendo a disposición de la sociedad sus capacidades. En este periodo, se han acentuado, entre otras cosas, la agilidad, determinación y flexibilidad de este sector para adaptarse a las nuevas circunstancias y reaccionar eficazmente. Durante el estado de alarma, las compañías de renting no han dejado de ofrecer sus servicios, instaurando, en un alto porcentaje, el teletrabajo, priorizando a aquellas actividades consideradas

EUROPA HA APOSTADO POR EL SECTOR DE AUTOMOCIÓN COMO MECANISMO ESENCIAL PARA HACER FRENTE A LA CRISIS PROVOCADA POR ESTA PANDEMIA QUE AZOTA EL MUNDO, CONSCIENTE DEL EFECTO ARRASTRE QUE TIENE SOBRE OTROS SECTORES DE LA ECONOMÍA.

AGILIDAD, FLEXIBILIDAD, DIGITALIZACIÓN, SOSTENIBILIDAD... EL RENTING HA ENTENDIDO QUE ESTAMOS EN MOMENTOS DE CAMBIOS QUE EXIGEN ACELERAR LA PRODUCCIÓN DE NUEVAS IDEAS PARA OFRECER PRODUCTOS MÁS ATRACTIVOS.

esenciales (emergencias sanitarias, distribución alimentaria, logística...). Como decía recientemente el presidente de Mercadona, Juan Roig, «no sólo no teníamos que parar, sino que teníamos que acelerar». Efectivamente, el sector del renting no sólo ha entendido la necesidad de dar respuesta a la urgencia sanitaria, sino también a la económica, poniendo en marcha acciones solidarias, pero también entendiendo que este momento de cambios, sembrado por la incertidumbre, exigía precisamente acelerar la producción de nuevas ideas para ofrecer productos más atractivos, que garantizan cada vez más seguridad a las empresas y a las familias, al tiempo que solucionan sus necesidades de movilidad. Estos últimos meses han sido determinantes para que algunas de las tendencias que ya se esbozaban en la movilidad terminaran de consolidarse y, para tener, a pesar de todo, alguna de las certezas que marcarán la movilidad a medio y largo plazo. Así, podemos destacar:

• **AGILIDAD:** Las urgencias necesitan rapidez. Hay que acortar los procesos para ser más eficaces en las respuestas y esta crisis ha evidenciado que la movilidad tiene que atenerse a este principio básico.

• **FLEXIBILIDAD:** Se impone la elasticidad frente a planteamientos tradicionales más rígidos. La flexibilidad ha sido una condición sine qua non para atajar las diferentes situaciones que esta crisis ha ocasionado. Cuando el cliente no tiene todas las certezas necesita que se le garantice una capa-

cidad de adaptación que le dé la seguridad oportuna. Hemos visto cómo se ampliaban los contratos, se lanzaban productos más flexibles o con moratorias en los pagos.

• **DIGITALIZACIÓN:** Es otra de las palabras clave que nos está permitiendo seguir avanzando y no es para menos. En su acepción más amplia, desde el primer momento en el que se ha impuesto el teletrabajo, hasta la absoluta necesidad de establecer la omnicanalidad para ganar, gestionar o fidelizar clientes, la digitalización está en todos los procesos y ya no es posible entender una movilidad que no sea un proceso digital.

• **SOSTENIBILIDAD:** Entendiéndola tanto en términos ecológicos como económicos. Existe una férrea voluntad de seguir por la senda del crecimiento verde y en materia de movilidad se tiene que mantener el objetivo de descarbonizar la economía, sin embargo, parece que se ha entendido que este camino hay que recorrerlo desde la neutralidad tecnológica. Nadie duda de que hay que alcanzar los objetivos, pero tampoco de que hay que hacerlo de una manera gradual.

A pesar de que la situación actual no da lugar a muchas alegrías, ya hemos visto cómo las matriculaciones de renting en mayo caían un 64,94%, hay que dejar un espacio para la esperanza y valorar todo el potencial del sector para seguir creciendo, cuando todo vuelva a su cauce. Antes de iniciarse esta trágica crisis, el renting estaba viviendo un momento excepcional en España. 2019 se cerró con récord, tanto en parque de vehículos como en matriculaciones. Evidentemente, hemos tenido que revisar a la baja todas las predicciones que habíamos anunciado para este año. Así, esperamos que las matriculaciones cierren el año registrando un acumulado menor que el del año pasado, y el parque de vehículos mantenga un tímido crecimiento.

Es evidente que hacer previsiones en estos momentos es un ejercicio arriesgado y de poco valor, porque aún quedan muchas incógnitas sin resolver en el aire. ¿Habrán nuevos rebotes?, ¿recuperará el consumidor la confianza?, ¿para cuándo tendremos una vacuna que nos permita relajar las actuales normas de distanciamiento? Mientras éstas y otras preguntas estén sin resolver será muy difícil acertar con las previsiones y dar datos concretos, pero sí podemos afirmar que, desde la

segunda quincena de mayo, estamos notando una mayor demanda de cotizaciones de renting y una entrada importante de nuevos clientes. Además, tenemos la confianza de que el renting será un motor de crecimiento del sector de automoción. Ya hemos visto antes algunas tendencias que marcarán la movilidad del futuro y del renting, pero, además, hay que apuntar que entre las diferentes lecciones que nos ha dejado esta crisis está la de la necesidad de que tanto empresas como familias tengan suficiente liquidez para responder ante situaciones imprevistas como la sobrevenida. Esto supone que fórmulas como el renting, que permite disfrutar de un vehículo en cómodas cuotas, cobrarán más importancia que nunca. Esto se produce en un momento en el que este servicio ya es ampliamente conocido por la sociedad española que, además, ha experimentado un cambio en los hábitos de consumo y cada vez prima más el pago por uso frente a la propiedad.

EN ESTE ESCENARIO, EL RENTING JUGARÁ EL PAPEL QUE LE CORRESPONDE COMO PIEZA IMPORTANTE DEL ECOSISTEMA DE LA MOVILIDAD, PARA IMPULSAR LA DEMANDA (...). EN ESTA GRAN CADENA DE VALOR QUE ES EL SECTOR DE AUTOMOCIÓN, EL RENTING ES UN IMPORTANTE ESLABÓN.

Con estas credenciales, el renting es un activo que, nadie duda, ocupa un importante lugar por derecho propio en la cadena de valor de la automoción y así seguirá siendo en un futuro. Algunos dicen que esta crisis tendrá tres fases, la primera, ya la hemos superado y era el tiempo de intentar no contagiarse y en el caso de las empresas, sobrevivir; la segunda será el tiempo hasta que aparezca una vacuna, y la tercera, que denominan «renovación», que, en el caso de la movilidad será el momento de saber si se ha aprovechado el momento para desterrar viejos modelos de movilidad y lanzarse a la consolidación de una movilidad más racional, en la que se tomen las decisiones más eficientes.



EL COVID PROVOCA UNA CAÍDA SUPERIOR AL 95 % DE LA ACTIVIDAD

# Alquiler de vehículos, un sector gravemente afectado

Un antes y un después. La COVID-19 ha trastocado los planes y los objetivos de muchas empresas en el presente ejercicio, pero en pocas se ha cebado de tal manera como lo ha hecho en el sector del alquiler de vehículos, al que ha golpeado tan duramente que muchas de las compañías de rent a car no podrán levantar el cierre o tendrán muchos problemas para hacerlo.

La mayor crisis del turismo en la historia de España es también la mayor crisis del sector del alquiler de vehículos en nuestro país. La COVID-19 está azotando sin remedio a las empresas de alquiler de coches, a los rent a car, y les está situando en posiciones tan especialmente críticas que el sentimiento de todas ellas es unánime a la hora de exigir una mayor sensibilidad a las diferentes administraciones con el fin de lograr superar este grave trance.

Con previsiones de pérdidas superio-

res al 98 por ciento del negocio en zonas eminentemente turísticas, el sector del rent a car ha perdido buena parte de la actividad prevista para 2020. La campaña de Semana Santa se ha perdido por completo, al igual que muchos de los grandes puentes, eventos de primavera (Fallas, San Isidro, Feria de Abril, El Rocio, etc) y numerosos grandes congresos y ferias han sido cancelados igualmente. Todos ellos hitos importantes en el calendario que se han perdido y no se van a recuperar en

el presente ejercicio y que van a dejar las cuentas de resultados de todas las alquiladoras, muy especialmente en el caso de aquellas que coticen en bolsa, en situaciones especialmente críticas.

Situaciones que ya han provocado la quiebra de Hertz en EE.UU. y están situando al borde del desastre a su gran rival, Avis y a muchas otras. Sobre todo a aquellas que acababan de firmar la renovación de sus flotas tal y como es habitual justo al finalizar el invierno y se encuen-

## RENT A CAR EN FRANCO CRECIMIENTO EL CARAVANING DEBE APROVECHAR SU GRAN OPORTUNIDAD

El Covid ha caído como una losa sobre el sector del rent a car pero, como suele decirse, el disgusto va por barrios. No todos en el sector del alquiler están disgustados con la situación, puesto que el sector del Caravaning considera que la actual situación puede suponer el definitivo relanzamiento tanto de las ventas como del alquiler de autocaravanas en el mercado español. No es un fenómeno nuevo. En los últimos cinco años las matriculaciones de autocaravanas han crecido en un 300 por ciento y actualmente hay unas 60.000 circulando por nuestras carreteras. Sin embargo, pese a tan elevado crecimiento, el parque de autocaravanas de nuestro país es muy reducido frente al que se registra en otros mercados europeos. En Francia hay unas 450.000 autocaravanas circulando y en Alemania se supera el medio millón de unidades. Ciertamente es que en España las condiciones para que este tipo de actividad turística floreciese no se daban. Nuestro país ha apostado tradicionalmente por el modelo de turismo estático frente al denominado

turismo itinerante. Circular con una autocaravana resultaba difícil sobre todo por la escasez de sitios donde poder estacionar o hacer noche con el vehículo, a los que en muchas localidades se les relegaba a emplazamientos sin los servicios adecuados para ellos y carentes en muchas ocasiones de las necesarias condiciones de seguridad. Y los pocos existentes eran escasos y resultaban caros. Hay que tener en cuenta que las autocaravanas pueden estacionar en los mismos lugares que los turistas y pernoctar en las áreas debidamente equipadas para ellos que los municipios destinan a tal fin, pero frente a las 6.000 áreas existentes para autocaravaning, en España apenas contamos con unas 1.000 áreas preparadas con apenas unas 15 plazas por área previstas para este tipo de vehículos. Y en la red de campings de España hay unas 80.000 parcelas para ellas, cifras realmente bajas para recibir al elevado volumen de autocaravanas que se reciben durante el verano procedentes de Europa amén de las españolas.

Alquilar una autocaravana (con una capacidad media para cinco personas) en temporada alta viene a costar unos 150 a 120 euros por día, cifra que en temporada baja se reduce a unos 80 euros diarios. Cantidades a las que hay que añadir combustible (consumos similares al de vehículos de gran cilindrada), gastos de estacionamiento (hasta 8 a 10 euros diarios) y los alquileres de las plazas que se quieran ocupar en los camping y zonas reservadas para ellas, donde disponer de los enganches de agua, luz y desagües además del uso de las instalaciones disponibles (piscinas, áreas infantiles, etc) vienen a suponer unos 45 euros diarios. Los empresarios del sector del alquiler del caravaning esperan que esta temporada veraniega la cifra de alquileres de autocaravanas se dispare frente a la de anteriores ejercicios. La caída del turismo por el Covid ha provocado que los clientes busquen en cierto modo 'protegerse' de las grandes multitudes y busquen incrementar la distancia social con otros turistas, circunstancia que, a priori, sin duda favorece la propuesta de turismo que

ofrece el caravaning. De hecho, el creciente interés que ha despertado el caravaning durante esta pandemia ha llevado al presidente de ASEICAR, Asociación Española de la Industria y Comercio del Caravaning, José Manuel Jurado, ha manifestado recientemente que, a pesar de la situación de emergencia sanitaria que se ha creado, piensa que «la temporada se va a salvar» puesto que ante la incertidumbre que los turistas tienen respecto de si van a encontrar los hoteles abiertos y si van a disponer de servicios en los lugares de destino, las autocaravanas se han convertido en la opción elegida por muchos para planificar sus vacaciones este verano. Hay que pensar que puede suceder que en algún momento la movilidad de muchos españoles quede reducida a su propia comunidad autónoma, situación que sin duda favorece a los desplazamientos en autocaravana frente a las habituales opciones turísticas del hotel o el apartamento. La autocaravana se ha convertido en el nuevo hotel para esta temporada turística.



tran ahora con numerosos coches tanto pendientes de devolver a las marcas sin haberles podido sacar el rendimiento deseado y ahora tienen que hacer frente a la recogida de una importante cantidad de vehículos de las campas de los fabricantes a los que tampoco saben si podrán sacar el rendimiento esperado, sobre todo teniendo en cuenta –al cierre de este re-

portaje– la campaña de verano sigue en el aire dado que las fronteras de muchos países, entre ellos España, están aún empezando a abrirse y las limitaciones en los desplazamientos de los turistas van a ser muchas y con protocolos ciertamente complicados, lo que sin duda va a provocar la cancelación de innumerables reservas y complicar mucho la consecución

de los objetivos previstos para la campaña de verano. «Estamos muy fastidiados. El sector ha parado prácticamente por completo, aunque a partir de julio, con la llegada de los turistas esperamos poder salvar buena parte de la temporada». «La llegada de turistas extranjeros es fundamental, porque con el turismo nacional no se cubren ni de lejos los objetivos».



RENT A CAR EN GRAVE CRISIS POR COVID

LA QUIEBRA DE HERTZ

Durante los últimos años, Hertz ha venido practicando una actividad empresarial muy agresiva para alcanzar sus objetivos de convertirse en el líder mundial del sector del alquiler de vehículos. Para ello, uno de los principales puntales de su política como empresa se basaba en disponer de una amplia flota de vehículos siempre a disposición de sus clientes, lo que le llevó a realizar un importante número de compras de unidades. Esta situación tensionó sobremedida las finanzas del grupo reduciendo los márgenes operativos en pos de lograr los objetivos. Sólo en 2018-2019, la deuda total del grupo se elevó en un 16 por ciento, un 40 por ciento si contamos desde 2016, lo que en la práctica suponía superar el EBITDA por cuatro. Situación especialmente agravada con la caída de los flujos de caja, que se redujeron

en un 23 por ciento durante el mismo periodo. Por esta situación, al llegar una crisis como la del Covid 19, la empresa carecía de margen de maniobra para hacer frente a la inédita situación vivida. Tan brutal caída del negocio y ante la falta de liquidez del grupo provocó que los impagos, especialmente los correspondientes a los grandes clientes, se disparasen. La empresa trató de alcanzar pactos con sus acreedores, e inicialmente pareció haberlo conseguido a primeros de mayo, una solución temporal que finalmente no ha cuajado dada la elevada deuda contraída y que ahora pesa como una losa. La deuda total del grupo se sitúa muy cerca de los 19.000 millones de dólares y el pasado mes de abril, tras un fulminante cambio de CEO para tratar de ganar tiempo en las negociaciones, se



decidió el despido del 30 por ciento de los trabajadores de la plantilla de la empresa en Norteamérica que aglutina a unos 10.000 trabajadores. Esto sucedía en la central de la compañía en Estados Unidos, pero la situación de las filiales no es mejor, pues su financiación para cumplir con el arriesgado programa de adquisición de vehículos también las sitúa al borde de la caída. Algunas de ellas ya venían de superar situaciones críticas tras la cancelación

de los bonos de adquisición de vehículos en 2018 que realizó la filial holandesa. De esta manera se incumplieron acuerdos y obligaciones tanto con los grandes fabricantes como con los principales acreedores, situación que finalmente ha forzado la caída de uno de los gigantes del sector, aunque todavía hay filiales, como es el caso de la española, que sobreviven a duras penas, aunque con un futuro ciertamente complicado.

«En todo caso, menos mal que quitarán la cuarentena en julio, porque de lo contrario no vendría nadie». Estas son sólo algunas de las frases que hemos extraído de las declaraciones de los principales dirigentes del sector del rent a car a los medios de comunicación. Frases que vienen a confirmar el difícil momento que se está viviendo en los cuarteles generales de muchas alquiladoras.

Juan Luis Barahona, presidente de Feneval –federación que aúna los intereses del 95 por ciento de las empresas de rent a car que operan en España– lo ha manifestado claramente en declaraciones a distintos medios de comunicación: «Estamos viviendo una situación sin precedentes. Y, en estos momentos, la incertidumbre en cuanto a la recuperación sigue siendo enorme, al igual que ocurre en otros muchos sectores económicos».

«Nuestra realidad –ha afirmado Barahona– es que sólo el alquiler de vehículos industriales se ha mantenido para el transporte de mercancías durante casi toda la cuarentena desde el 19 de marzo. Y el alquiler de particulares se prohibió hasta el 23 de marzo, cuando conseguimos que se declarara al alquiler de vehículos como una actividad esencialmente importante. Sin embargo, las operaciones se han visto reducidas únicamente a las actividades señaladas como tales en el decreto de alarma». Lo cierto es que muchas

compañías ya están cuantificando pérdidas de aproximadamente el 90 por ciento del negocio, especialmente aquellas que operan en zonas turísticas».

Dada la situación, desde la propia FENEVAL se solicitó en su momento a las CC.AA. la implantación de avales complementarios al ICO hasta completar el cien por cien de los mismos. Sin estos contravales el crédito para las pymes está anulado y puede llegar a suponer el cierre de más del 30 por ciento de las oficinas de alquiler locales.

El sector del alquiler aporta 4.672 millones de euros al PIB (0,4 por ciento del total) y genera más de 25.500 empleos directos solamente en el caso de las cinco grandes compañías del sector (AVIS, Enterprise, Europcar, Hertz y Sixt). Conseguir que el sector del rent a car retorne a los niveles previos a esta crisis va a depender en gran medida de la capacidad que tengan tanto el Gobierno español como las comunidades autónomas de proyectar una imagen de España como destino seguro para el turismo internacional.

Para ello es preciso no sólo abrir las fronteras del país (cosa que parece sucederá a partir de este próximo 1 de julio), sino que también hace falta generar mucha seguridad y disipar miedos e incertidumbres en los turistas para recuperar el prestigio y la confianza en la marca España, y eso no sucederá como pronto y siempre y cuando



Juan Luis Barahona, presidente de Feneval.

no se produzcan rebrotes que nos hagan volver a perder terreno, hasta bien entrado 2021. Hasta entonces, dos importantes sectores como son turismo y automóvil, a los que está íntimamente imbricado el sector del alquiler de vehículos, tienen mucho trabajo que hacer por delante. Trabajo en el que la primera gran clave consiste en poder garantizar la total limpieza y desinfección de los vehículos, a la que seguirán de inmediato el estar en condiciones de ofrecer servicios cómodos y seguros para los clientes.

NO TODO SON MALAS NOTICIAS EN EL SECTOR FREE2MOVE PRESENTA SU SERVICIO DE RENT A CAR EN ESPAÑA

La plataforma de movilidad del grupo PSA, Free2Move acaba de lanzar al mercado Free2Move Rent, su nuevo servicio de rent a car, el cual estará disponible a través de una única plataforma online en los concesionarios de las marcas del grupo automovilístico francés: Peugeot, Citroën, DS y Opel, así como también en los principales aeropuertos nacionales e internacionales. Alquileres flexibles de 1 a 30 días de una amplia gama de productos ya están disponibles en las 150 agencias con las que inicialmente cuenta la plataforma en toda España para atender a todo tipo de clientes, tanto profesionales como particulares. Los servicios de Free2Move Rent incluyen hasta tres conductores gratis, seguro a todo riesgo, asistencia en carretera para los vehículos en alquiler, que además son desinfectados

en cada nueva reserva bajo los estándares de un exigente protocolo de limpieza implantado por la compañía en toda su operativa. Vehículos disponibles en menos de 24 horas, con contratos todo incluido (seguro, asistencia, mantenimiento,...); la oferta de Free2Move también se dirige especialmente a los clientes profesionales, permitiendo garantizar la movilidad de los empleados y simplificando la gestión de las flotas con precios especialmente adaptados a

las condiciones de las mismas y facturación centralizada. Además, los clientes podrán gestionar su alquiler en todo momento a través de su Smartphone gracias al nuevo servicio 24/7 que la plataforma lanzará próximamente en nuestro país y que proporcionará una experiencia completamente digital a sus clientes. España es, tras Italia y Francia, el tercer país donde Free2Move Rent ya está disponible y las previsiones de la marca de movilidad del Grupo PSA es

estar presente en hasta 9 mercados europeos antes de finales del presente año. Por el momento, cuenta con una flota de más de 30.000 vehículos disponibles y una red europea de 3.000 agencias y delegaciones. Este nuevo servicio de Rent a Car se suma a los de Carsharing (Ermov), a los de alquiler a largo plazo, accesos a puntos de recarga, aparcamiento y gestión de flota conectada que la plataforma de movilidad del Grupo automovilístico francés ya venía ofreciendo en España.



Y es que después de esta crisis nada va a ser igual, al menos durante un tiempo, a la anterior etapa. Entre otras ideas se comienza a hablar en el sector de la posibilidad de ofrecer servicios de entrega y recogida a domicilio de los vehículos para garantizar más seguridad y comodidad. Junto con el canal digital es la opción idónea para que los clientes reciban un servicio completo.

En Canarias seis de cada diez empresarios del sector del rent a car tienen serias dudas sobre su continuidad en el negocio como consecuencia del parón provocado por la COVID-19. Sólo en Canarias, más de 70.000 vehículos permanecieron parados por la pandemia. El 90 por ciento de las flotas están estacionadas en sus campas y así van a permanecer hasta que la afluencia de turistas no se recupere. La preocupación del sector es máxima y ya están solicitando al Gobierno ayudas y planes específicos para reactivar la actividad.

Muchos empresarios del rent a car temen seriamente por su continuidad y ya están reclamando medidas como la ampliación de los ERTE más allá del estado de alarma, además de que la cancelación de los mismos se produzca de forma paulatina, es decir no recuperar a todos los trabajadores de inmediato sino poco a poco y a medida que el negocio vaya recuperándose. De igual manera, los em-

presarios también están solicitando que se permita a las empresas eludir la obligación de completar la renovación de sus flotas a los siete años y extenderla hasta los 9, para de esta manera aliviar la carga financiera que soportan muchas empresas.

Y en este proceso de solicitudes de ayuda, una de las que adquiere mayor fuerza es precisamente una de las tradicionales demandas que viene solicitando el sector de rent a car al Gobierno: la reducción de los porcentajes de IVA desde los tipos generales que se aplican en el sector del automóvil a los que se vienen aplicando a las actividades relacionadas con el turismo (prácticamente la mitad), lo que supondría una importante ayuda para la recuperación del sector en estos momentos.

De igual modo, y pensando en una ayuda también para el sector del automóvil, las empresas del rent a car también solicitan que se les apliquen igualmente las ayudas e incentivos a la compra de vehículos nuevos, acción que facilitaría la renovación de las flotas y supondría un importante impulso para la industria española del automóvil, los concesionarios y los importadores.

En todo caso, será a partir de este mes de julio cuando se pueda comprobar la auténtica situación del sector, cuando comience la apertura de las fronteras (adelantada al 23 de junio recientemente por

el Gobierno, salvo en el caso de Portugal) y la actividad turística comience a reactivarse. Del resultado que se obtenga durante esta accidentada temporada veraniega, dependerá muy mucho la forma en la que el sector del rent a car pueda ir recuperando el terreno perdido.

De momento, en las últimas semanas y coincidiendo con los cambios que se han venido produciendo acorde a las distintas fases en la desescalada de las CC.AA, en España y con el aún más reciente anuncio del Gobierno relativo a la reactivación del turismo nacional e internacional en nuestro país, alquiladoras como Europcar, Goldcar, Ubequo y otras están registrando una recuperación positiva de su actividad a medida que van abriendo las oficinas de su red en España.

En concreto, Europcar y Goldcar han comunicado aumentos del 190 por ciento de su actividad desde el pasado 11 de mayo en su volumen de reservas en toda España, así como un incremento de la demanda procedente del extranjero, principalmente de países europeos. Reservas que de media son además de mayor duración que las de años anteriores y especialmente en las grandes ciudades receptoras del tráfico aéreo internacional, dado que muchos turistas no se fían de encontrar plaza en aviones para sus traslados interiores, dado que este aún está muy restringido.



Los datos están ahí: Más del 85% de nuestra actividad es Turismo, somos Turismo; el 85-90% de nuestra actividad es transporte de pasajeros, y el 10-15% es transporte de mercancías. Por tanto, somos Movilidad y somos Transporte. De ahí la necesidad de contar con un IVA reducido y no seguir tributando al 21%.

Juan Luis Barahona  
Presidente Federación Nacional de Vehículos de Alquiler

## El Rent a Car es Turismo, Automóvil y Transporte (TAT)

La pandemia ha puesto de manifiesto la sensibilidad de nuestro sector. Tanto, es así, que el 92% del sector está formado por pymes de menos de 10 trabajadores, a quienes este parón ha afectado duramente. De hecho, muchas han tenido que cerrar temporalmente, y otras han perdido más del 90% de su facturación, sobre todo en las zonas de costa.

Aún existe mucha incertidumbre en cuanto a los datos de este año, ahora que se inicia la 'nueva normalidad' ya con las puertas de nuestro país abiertas al turismo extranjero, es imposible

HACE UNOS DÍAS SE PUBLICÓ LA GUÍA DEL RAC, Y DECIDIMOS QUE, UNA VEZ FIJADO EL PROTOCOLO POR PARTE DE TURISMO Y SANIDAD, HABÍA QUE AUDITAR SU CUMPLIMIENTO. POR ELLO LLEGAMOS A UN ACUERDO CON TÜV-SÜD, PARA QUE FUESE NUESTRA EMPRESA AUDITORA Y LANZAMOS EL SELLO "ESPACIO PROTEGIDO COVID-19".

ofrecer una previsión a pocos meses. Si nos remontamos a datos anteriores, según la DGT en 2019 había 218.000 vehículos matriculados como alquiler sin conductor rodando en España y el sector facturó en 2019 unos 1.800 millones de euros. El RAC compró en 2019, 269.000 vehículos nuevos, representando el 20% del mercado de VN.

De hecho, la pandemia ha afectado muy duramente a los dos sectores entre los que nos movemos (al Turismo y al Automóvil), el Turismo representa el 12% PIB y la Automoción el 10%. Nosotros nos encontramos a caballo de ambos sectores.

Aunque el ministro D. José Luis Ábalos nos declaró servicio esencial el 24 de Marzo y pudimos operar en los supuestos considerados en el estado de Alarma, hemos perdido mucho negocio. Según la encuesta realizada entre nuestros asociados:

- El 30% de las empresas de Rent a Car han decidido permanecer cerradas durante el estado de alarma.
- Más del 65% de las empresas han dejado de incorporar unidades a su flota para temporada alta y verano
- La reducción de la facturación media esperada es de más del 75% de pérdida, llegando a más del 90% de pérdida en empresas de Rent a Car en zonas turísticas.
- El 45% de las empresas se están planteando vender activos (coches) para generar liquidez

Si bien es cierto, desde ese 14 de marzo hemos tenido un gran nivel de interlocución con la administración,

Ministerio de Transportes Movilidad y Agenda Urbana, Ministerio de Industria Comercio y Turismo, Ministerio de Medio Ambiente y Cambio Climático.

De hecho, tengo que agradecer a la Secretaria de Estado de Turismo D<sup>a</sup> Isabel Oliver, que en una reunión que mantuvimos nos pidiera las medidas que estábamos aplicando, con el objetivo de formar parte de las Guías para la Reducción del Contagio del COVID-19, guías que han sido publicadas por el MINCOTUR y Supervisadas por Sanidad.

Hace unos días se publicó la Guía del RAC, y decidimos que, una vez fijado el protocolo por parte de Turismo y Sanidad, había que auditar su cumplimiento. Por ello llegamos a un acuerdo con TÜV-SÜD, para que fuese nuestra empresa auditora y lanzamos el sello "ESPACIO PROTEGIDO COVID-19".

Para su obtención las empresas de RAC, deberán tener un responsable de Covid-19, deberán formarse en los protocolos y después deberán superar una auditoría de dichos protocolos. Con ello, demostramos ser un sector que no sólo se preocupa, sino que actúa, siguiendo las guías para evitar el contagio del Covid-19 y auditándose para garantizar su cumplimiento.

Sabemos que todos nuestros asociados están haciendo un esfuerzo sobrehumano para salir de esta situación, participando en todas las acciones que se están llevando a cabo desde FENEVAL: formación a través de Webinars con expertos de distinta índole, conferencias online... y ofreciendo información de primera mano en diferentes encuestas.

Y ahora, esperamos que se sumen a esta nueva propuesta del sello FENEVAL, que tiene que ver con la SEGURIDAD DEL CLIENTE.

Sabemos que a partir de ahora todo

SIN DUDA, ESTÉ SERÁ UN AÑO DIFÍCIL PARA EL SECTOR DEL RENT A CAR, COMO PARA TANTOS OTROS, SIN TENER AL TURISMO COMO ALIADO AL NIVEL DE OTROS AÑOS. SON MUCHAS LAS EMPRESAS Y LOS EMPLEOS EN JUEGO.

AÚN EXISTE MUCHA INCERTIDUMBRE EN CUANTO A LOS DATOS DE ESTE AÑO. AHORA QUE SE INICIA LA "NUEVA NORMALIDAD" YA CON LAS PUERTAS DE NUESTRO PAÍS ABIERTAS AL TURISMO EXTRANJERO, ES IMPOSIBLE OFRECER UNA PREVISIÓN A POCOS MESES.

va a cambiar, pero lo que no cambia, es la propuesta de valor de FENEVAL, que fue, es y seguirá siendo ayudar al sector.

¿La solución? El trabajo en equipo. De esta situación se sale juntos, como un sector unido, trabajando como aliados en estos momentos difíciles. Es ahora cuando se demuestra la verdadera solidaridad del sector. Solo la suma de estos comportamientos nos llevará al éxito.

Sin duda, esté será un año difícil para el sector del Rent a Car, como para tantos otros, sin tener al turismo como aliado al nivel de otros años. Son muchas las empresas y los empleos en juego pues el sector de las alquiladoras de vehículos genera 40.000 puestos de trabajo directos e indirectos.

Sin embargo, es momento ahora de adoptar nuevos modelos de negocio y de reinventarnos para seguir ofreciendo el mejor servicio a nuestros clientes, con quienes tenemos un firme compromiso.

Este desafío al que nos está retando el COVID-19 ya ha cambiado muchos ámbitos de nuestra vida y el alquiler de vehículos, tal y como lo conocemos, nunca volverá a ser el mismo: cambios de comportamiento en los consumidores, distancia social, digitalización acelerada, y, en definitiva, una nueva movilidad...

La solución, repito, es un sector unido trabajando en equipo. De esta situación se sale trabajando entre todos dentro del ecosistema de Rent a Car. Solo la suma de estos comportamientos son los que nos van a llevar al éxito.

Además, ahora en FENEVAL somos más con la incorporación de 3 nuevas asociaciones durante la pasada cuarentena que se unen al ecosistema del Rent a Car, representando ya a más del 95% del sector. Sigamos sumando.



FCA SMART RENTING

# Alquilar para acabar comprando

A través de Leasys, su empresa de servicios integrados y movilidad, el Grupo Fiat Chrysler (FCA) ha presentado Smart Renting, su nueva oferta de productos de alquileres de larga duración especialmente diseñada para pequeñas y medianas empresas, autónomos y particulares, facilita la compra del vehículo al final del contrato como principal novedad.

Smart Renting es la nueva apuesta del Grupo FCA para abrir brecha en el sector del renting y, más concretamente entre las operaciones de alquiler a pymes, autónomos y particulares. A partir de una operación convencional de renting, la aportación de Leasys consiste en abrir la puerta claramente a que el cliente pueda mantener el coche en propiedad al finalizar la operación, algo que si inicialmente también era una posibilidad abierta en las operaciones tradicionales de renting, en esta ocasión se concreta más desde el inicio del contrato dado que el cliente conoce al principio del mismo el precio final al que podrá adquirir el vehículo una vez transcurridos los plazos si así finalmente lo desea.

Leasys es la empresa de servicios integrados y ha

movilidad del grupo FCA, lo que significa que la gran mayoría de sus clientes optan por operaciones relativas a modelos de las gamas de Abarth, Alfa Romeo, Fiat, Fiat Professional, y Jeep en nuestro mercado. De entrada reciente en el mercado espa-

ñol, desde el inicio de su actividad Leasys se ha convertido en un claro animador del mismo incorporando atractivas modalidades a los servicios de renting, como por ejemplo el renting de pago por uso del vehículo que lanzó hace unos meses, al que ahora se suma este nuevo Smart Renting.

Pensada especialmente para ese gran colectivo de clientes que conforman las pequeñas y medianas empresas, los autónomos y, los más recientemente incorporados, particulares, la fórmula de contratación que propone Leasys con Smart Renting viene avalada por el notable éxito alcanzado por la misma en el mercado italiano (se comercializa bajo el nombre de Noleggio Chiaro), donde ya se han formalizado más de 10.000 contratos desde su lanzamiento hace unos meses, y ha



## FCA: UNA OFERTA ELÉCTRICA CADA VEZ MÁS AMPLIA FIAT 500 Y PANDA HYBRID, URBANOS EFICIENTES

De pequeño tamaño pero preparados con todo lo necesario para superar los retos diarios de la gran ciudad. Fiat sigue electrificando su gama con la introducción de las nuevas variantes con tecnología eléctrica Mild Hybrid del 500 y del Panda. Compactos, ligeros y ahora aún más eficientes, los 500 y Panda Hybrid son la mejor de las soluciones para quienes buscan coches eficientes para el día a día con los que superar las limitaciones de movilidad que se empiezan a imponer en los entornos urbanos. Ambos modelos cumplen holgadamente con la normativa Euro6d Final, lo que les permite acceder a importantes ventajas fiscales y obtener mayor libertad de acceso a áreas restringidas de circulación en zonas urbanas donde además disfrutarán de tasas de estacionamiento más baratas. Ofertados bajo una misma serie especial denominada "Launch Edition", los 500 y Panda Hybrid incorporan la nueva motorización Mild Hybrid gasolina que combina el motor 1 litro tricilíndrico de

52 kW (70 CV) de potencia de la familia Firefly con un motor eléctrico BSG de 12 V y 3,6 kW (5 CV) de potencia adicional y una batería de litio de 0,13 kWh. Todo ello acoplado a una transmisión manual de seis marchas. Combinación gracias a la cual reducen sus emisiones de CO<sub>2</sub> (88 y 89 g/km respectivamente) hasta situarse por debajo del umbral de 95 g/km que actualmente ya exige la normativa europea. El sistema BSG, montado directamente en el motor de los 500 y Panda Hybrid, se activa mediante el funcionamiento de la correa que acciona los órganos auxiliares. Su entrada en acción permite recuperar energía durante las fases de frenado y desaceleración, energía que almacena en una batería de litio de 11 Ah de capacidad. Esa energía es nuevamente utilizada (con un potencia máxima de 3.600 W) para arrancar el motor de combustión interna en modo Stop&Start y para proporcionar asistencia al mismo durante las fases de aceleración. La tecnología Mild Hybrid de Fiat permite que el motor de

combustión interna se apague cuando se circula por debajo de los 30 km/h al seleccionar la posición de punto muerto (N) en el selector del cambio. En el cuadro de instrumentos del coche se muestran junto al resto de la información sobre el funcionamiento del sistema híbrido los momentos oportunos cuando hacerlo. La energía de la batería de litio alimenta igualmente todos los servicios cuando se circula en modo navegación (coasting), facilitando así un mayor control del vehículo. Frente a otras versiones de las gamas 500 y Panda ya conocidas, estas variantes Hybrid reducen respectivamente sus consumos y emisiones de CO<sub>2</sub> en un 20% y un 30 % de media sin por ello renunciar a prestaciones y aportando un mayor confort gracias a la introducción del sistema BSG antes mencionado que garantiza un funcionamiento más suave, silencioso y sin las típicas vibraciones de los motores gasolina tanto en su fase de arranque como de parada. Ambas versiones son



fácilmente reconocibles gracias al emblema Hybrid dispuesto en la traseña del vehículo y al logo en forma de H compuesto por dos gotas de agua situado sobre el montante central. En el interior, los asientos de la serie Launch Edition estrenan en el sector del automóvil el Hilo Seaqual, un elemento parcialmente fabricado con un material especial producido a partir de plásticos reciclados procedentes tanto del mar como de la tierra. Junto con estas nuevas variantes híbridas, el Grupo FCA continuará introduciendo nuevas versiones electrificadas en su gama. Las próximas en llegar serán el nuevo Fiat 500 e que próximamente iniciará su comercialización y las variantes 4xe híbridas enchufables de los Jeep Renegade y Compass,

sido reconocido como "Producto del Año" en la categoría de servicios de automóviles por un jurado especializado, al confirmarse como uno de los productos financieros más populares en el mercado

Smart renting es una oferta de renting flexible que se puede adaptar a las necesidades de los clientes que lo suscriben en materia de duración del contrato, kilometraje, cuantía de la cuota de entrada y resto de servicios integrados en la fórmula de financiación propuesta, entre los cuales están presentes el pago de impuestos, la gestión de multas, asistencia en carretera, mantenimiento ordinario del vehículo y reparaciones, cobertura contra incendios y robos, servicio de reparación de daños, etc.

Servicios de los que puedes disfrutar y que aseguran el placer de conducir tu vehículo sin tener por ello que realizar grandes gastos, sino simplemente abonando una pequeña cuota mensual en la que todos los costes relativos a los mismos han sido integrados. Todo ello con la máxima sencillez y transparencia.

Entre las ofertas disponibles de Smart Renting para modelos de FCA podemos encontrar un Jeep Compass 1.6 Mjet 88 kW Limited 4x2 por 329 € al mes (IVA no incluido) para contratos de 36 meses de duración y 45.000 km de uso, fijando un valor de venta a futuro para el modelo una vez finalizado el contrato de 17.788,74 € (IVA no incluido).

Leasys gestiona actualmente una flota de más de 300.000

vehículos y cuenta con más de 70.000 clientes a los que ha convencido con su oferta de soluciones de alquiler a largo, corto y medio plazo, así como con sus productos de carsharing a través de su plataforma de movilidad U-Go.





ARVAL: "THE JOURNEY GOES ON", EL VIAJE DEBE CONTINUAR

# «Es fundamental adaptarse a la realidad de la nueva normalidad»

Miedo, incertidumbre, el futuro inmediato y a corto plazo genera muchas incógnitas y se atisba difícil para muchos debido a la crisis generada por la COVID-19. ARVAL piensa que es una nueva oportunidad para generar nuevos negocios, adaptar los existentes y, sobre todo, transmitir confianza a sus clientes acompañándolos hasta donde sea posible y ofreciéndoles una respuesta personalizada y completamente adaptada a sus necesidades de movilidad y servicios.

Adaptar la oferta y anticiparse a las nuevas necesidades de movilidad que tanto empresas como particulares van a demandar en este nuevo periodo tras la pandemia. ARVAL tiene claro el camino a seguir en la era post COVID y por ello ha preparado una nueva oferta integral para acompañar a sus clientes en sus experiencias de movilidad, ayudándoles a formar su actividad y sus negocios de la forma más segura y sostenible y aportándoles soluciones de movilidad rentables que les permitan volver cuanto antes a la normalidad.

Como se dice en el teatro, "el show debe continuar". En el caso de las operadoras de renting, la frase se debe transformar en "el viaje debe continuar". Este

es el mensaje que ARVAL busca trasladar a todos sus clientes, tanto empresas como particulares: The journey goes on, "el viaje continúa y no podemos pararnos. Hay que volver a la actividad cuanto antes y hay que hacerlo por el bien de todos y cuanto antes lo hagamos, antes volveremos a retomar la normalidad en nuestras vidas. Una normalidad que, pese a todo, no será igual en muchos aspectos, sino que vendrá con importantes cambios asociados a los que desde ya tenemos que acostumbrarnos".

Una de las importantes ventajas de ser una empresa multinacional es la de poder observar cómo reaccionan los distintos mercados ante situaciones semejantes. Una posición que permite conocer rápida-

mente qué tipo de estrategias funcionan y cuáles no, pues pese a las características particulares de cada mercado siempre hay síntomas y peculiaridades comunes a todos ellos que se pueden resolver si no de igual manera, sí que muy parecida.

En esta crisis del COVID, ARVAL viene observando síntomas como la aceleración de la implantación de nuevas tendencias de movilidad en los diferentes mercados; la mayor relevancia que está adquiriendo la limpieza, desinfección y protección en los vehículos para su uso por los conductores y pasajeros; la necesidad de nuevas soluciones de movilidad alternativas a las ya existentes; o la mayor relevancia que están adquiriendo los servicios puerta a puerta en todas las operativas que afec-

## SOLUCIONES ARVAL PARA LAS NUEVAS EXPECTATIVAS POST COVID EL VIAJE CONTINUA – THE JOURNEY GOES ON

### PARA PARTICULARES

- ▶ Desde 6,99 € (sin IVA) al día ARVAL ofrece un vehículo nuevo con todos los servicios incluidos.
- ▶ Entrega inmediata.
- ▶ Servicios a domicilio al cien por cien.
- ▶ Más de 2.000 vehículos de ocasión disponibles para operaciones de renting o de compra directa.

### PARA EMPRESAS

- ▶ Disponibilidad y entrega inmediata de vehículos.
- ▶ Innovador servicio de Renting para e-bikes (bicicletas eléctricas).
- ▶ Operaciones adaptadas para cumplir con el distanciamiento social y la seguridad del conductor.
- ▶ Optimización de costes a través de extensiones de contrato: máxima flexibilidad.



tan a la experiencia del cliente. Alain van Groenendael, presidente y CEO de ARVAL tiene clara la política que la operadora de renting debe mantener en estos momentos. «Ahora más que nunca –dijo– nuestra misión es ayudar a las empresas a sus conductores y a los clientes particulares para afrontar este viaje en el que todos estamos comprometidos. Todos nos solicitan más flexibilidad, además de mayor seguridad. Y nosotros queremos estar ahí para ellos y con ellos; de eso se trata».

En los últimos tiempos y según datos de la operadora de renting del Grupo BNP Paribas, cada vez es mayor el número tanto de particulares como de pequeñas empresas y autónomos que optan por contratar operaciones de renting con sus servicios al completo para disponer de vehículos. La posibilidad de disponer del vehículo sin tener que efectuar pagos iniciales de entrada o afrontar el abono en efectivo de grandes cantidades de dinero les resulta realmente atractiva como fórmula para financiar su movilidad. Y para los analistas del mercado de ARVAL, esta tendencia que venía produciéndose antes de la pandemia cobra aún mayor sentido en el nuevo periodo de incertidumbre que se abre ahora tras la desescalada. Al igual que muchos consultores del sector, los técnicos de ARVAL piensan que serán muchos los nuevos clientes que recurrirán al renting como solución segura y asequible para afrontar sus gastos de movilidad en los próximos tiempos.

Esta es una de las razones por las cuales la operadora de renting francesa lanza su campaña ARVAL The journey goes on, aunque la fundamental para ellos es «acompañar a sus clientes ayudándoles a afrontar los nuevos desafíos a los que se enfrentan en esta nueva etapa».

Para ARVAL, en estos momentos es de vital importancia «ayudar a sus clientes», en especial a los que «experimentaban



herramientas para progresar en la desescalada y fortalecer la generación de negocio tras la pandemia. Pero hay más.

La nueva situación a la que todos nos enfrentamos no sólo obliga a fortalecer vínculos con los clientes, también ha de ser el impulsor de nuevas ideas y productos que les permitan hacer frente a las nuevas realidades que se han de afrontar. Tanto las empresas como los particulares nos vamos a tener que adaptar a nuevos retos tras la pandemia. La vida no va a ser igual y, como decíamos antes, la movilidad tampoco va a ser la misma. La mayor distancia social que se va a generar entre las personas o las obligadas medidas sanitarias que nos han de proteger a todos avivan el interés de los ciudadanos por nuevas fórmulas de movilidad más personales e independientes y, en muchas ocasiones, alternativas a las hasta ahora existentes. Esto va a generar nuevas oportunidades de negocio. ARVAL es consciente de ello y ya se está anticipando para ofrecer nuevos servicios.

difficultades, ofreciéndoles, entre otras iniciativas, la revisión de sus contratos, especialmente con la ampliación de los mismos». La flexibilidad nos sacó de la anterior crisis y una aún mayor flexibilidad va a ser también una de las principales he-



## ARVAL THE JOURNEY GOES ON

### HABLAMOS CON... MANUEL OREJAS, DIRECTOR DE MARKETING Y BUSINESS DEVELOPMENT DE ARVAL «LA MOVILIDAD NO VA A SER LA MISMA, TOCA ADAPTARSE A LOS NUEVOS TIEMPOS»

La nueva normalidad que vamos a experimentar tras el desescalamiento del estado de alarma y la vuelta a las calles, a nuestros trabajos y a nuestra vida habitual va a traer significativos cambios de paradigma en nuestras relaciones sociales y en la forma de tratarnos los unos a los otros. Cambios que se van a percibir y a afectar de manera importante a las fórmulas de movilidad que utilizamos y a los medios de transporte a los que recurrimos para desplazarnos. De hecho y sin que nos hayamos dado prácticamente cuenta, ya lo ha estado haciendo durante la pandemia para quienes han tenido que seguir haciéndolo estos últimos meses. De todo esto hemos hablado con Manuel Orejas, director de Marketing y de Business Development de ARVAL, quien además nos desvela más cosas acerca del nuevo claim de la operadora, "The Journey goes on" y de los objetivos que el mismo aglutina.

#### ¿Cómo ves la situación tras la pandemia? ¿Se perciben cambios importantes en el horizonte?

Hay mucho miedo e incertidumbre. Aún no sabemos cómo de grave será realmente la crisis económica ni si habrá nuevos rebrotes de la enfermedad... y eso genera en la gente importantes sentimientos de desconfianza, miedo al contacto social e incertidumbre respecto al futuro. Y todo esto se refleja directamente en la capacidad de compra. Lo que sí tenemos claro es que la movilidad no va a ser la misma tras la pandemia. El transporte público, que suponía un 43% de los desplazamientos al trabajo, va a experimentar un notable descenso en cuanto a ocupación se refiere. Según distintos estudios, a causa de la pandemia un 20% de las personas que habitualmente utilizaban el transporte público lo abandonarán para recurrir

nuevamente a medios de transporte privado.

#### ¿Y esto qué puede provocar?

De entrada la aparición de nuevos servicios. Por ejemplo, el uso de las bicicletas eléctricas, que actualmente apenas representaba un 1% de la movilidad in itinere se va a incrementar. Nuestros cálculos indican que a corto plazo llegará a suponer un 5% de los desplazamientos in itinere y será un cambio que irá a más y que llega para quedarse, porque se trata de un medio de transporte barato, sostenible e individual, y además saludable, porque facilita el hacer ejercicio. Y el cambio no se queda ahí, puesto que la mayor proliferación de bicicletas en las calles pondrán aún más de relieve que quizás estamos es el momento adecuado para redistribuir los espacios urbanos y realizar un nuevo planteamiento de nuestra movilidad, especialmente en los grandes núcleos urbanos.

#### ¿Y que más cambios habéis detectado?

Otra variación también muy importante ya se ha producido durante estos últimos meses. Se trata de la generalización del teletrabajo. Hasta ahora se ha implantado por cuestiones de urgencia. En apenas días o semanas las empresas han pasado de apenas un 4% de su actividad mediante teletrabajo a superar más del 50 por ciento. Las empresas se han dado cuenta de que muchas de sus actividades no requieren de la presencia constante de los trabajadores en sus oficinas y muchos trabajadores también han aprendido que pueden conciliar mucho mejor trabajo y familia en sus domicilios por eso, ahora no tiene sentido volver a la situación anterior. Es un nuevo paradigma laboral y habrá que regularlo convenientemente, pero es una nueva tendencia que ha también ha llegado para quedarse. Y este cambio provoca además

otros muchos cambios que también afectan a la movilidad y a los servicios. Así, por ejemplo, se ha masificado el uso de los servicios de entrega puerta a puerta. Tras la pandemia, los consumidores pensamos más en que nos traigan las cosas a casa en lugar de tener que ir a por ello. Y esto afectará no solo a la movilidad, sino que también generará nuevas oportunidades de negocio y nuevos servicios.

#### ¿En qué se va a ver afectada la movilidad?

Por ejemplo, durante el confinamiento mucha gente se ha dado cuenta de lo que supone el actual modelo de movilidad para la calidad del aire de sus ciudades, y también lo han hecho las empresas. Algunas de ellas ya tenían fuertes programas medioambientales de RSC y ahora los van a implementar, y creemos que ahora muchas otras se sumarán y van a apostar fuerte por la transición a la movilidad eléctrica. Y lo van a hacer apoyándose en el renting de vehículos eléctricos, tanto coches como bicicletas.

#### ¿Bicicletas?

Sí, bicicletas. Nosotros ya estamos trabajando en ello y orientamos al respecto a nuestros clientes. Se trata de una opción barata y muy asequible, especialmente para aquellas grandes empresas que tienen a muchos de sus empleados trabajando o viviendo cerca de sus oficinas e instalaciones.

Desde ARVAL les vamos a ofrecer soluciones más seguras, sostenibles y con todos los servicios necesarios incluidos (seguro, mantenimiento, reparaciones, ...). Soluciones flexibles y seguras desde el punto de vista sanitario, que es lo que pide el momento actual. Y también será una gran aportación para contener el gasto de las flotas –que sin duda va a ser otra de las grandes demandas tras el confinamiento–, especialmente en las distancias de desplazamiento más cortas. Las empresas necesitan coches de forma inmediata, pero también precisan de soluciones flexibles, y económicas. Y esta solución además también es saludable y muy sostenible; ideal para cubrir cortos trayectos.

#### Pero The journey goes on; el viaje debe continuar ¿no es así?

Efectivamente. Por eso ofrecemos vehículos aptos para servicios de entrega inmediata puerta a puerta, renting de bicicletas y vehículos de carsharing o carpooling para las empresas, adaptados especialmente a las nuevas políticas de rotación de personal y vuelta al trabajo por turnos que muchas de ellas ya están implantando en sus plantillas y que permanecerán vigentes mucho tiempo. Esto también supone un importante cambio en nuestra actividad, porque ahora muchos de los vehículos de



la flota podrán ser utilizados cada semana por personas muy distintas y esa mayor rotación de conductores obliga a higienizar los procesos mucho más. Hay que tener en cuenta que, sobre todo mientras dure el miedo a la pandemia, muchas empresas no van a querer que sus empleados utilicen el transporte público por miedo a los contagios. Y ese miedo provocará en muchos casos un mayor uso de los vehículos de la flota lo que obligará a una mayor rotación de los mismos que provocará la mayor y constante higienización en cada intercambio. Esto supone un diferencial de precio en torno a los 50-55 euros mensuales respecto a un renting normal, y es un servicio más añadido que incluimos en la cuota.

#### ¿Se trata de medidas y servicios temporales o...?

Van dirigidas a todos los colectivos. Son medidas que afectarán más a unos que a otros, pero que una vez implementadas se van a quedar para siempre. Por ejemplo, las operaciones puerta a puerta y la higienización perdurarán en casi todos los casos. El carsharing de rotación, en cambio, tendrá una limitada influencia, porque básicamente está orientado a la gran empresa lo que significa que apenas afectará al 10 por ciento del mercado. En cuanto a las bicicletas eléctricas, de momento son una gran incógnita, pero sin duda es el momento adecuado para

lanzarla. Es una solución muy buena, saludable y útil para traslados cortos.

#### ¿En qué va a consistir el renting de bicicletas?

De momento está planteado únicamente para las empresas. Vamos a ofrecer eBikes en renting con todos los servicios; desde la entrega a domicilio de las mismas al mantenimiento. Será un contrato anual, pero también con plazos de 2-3 años, que es el modelo de negocio en el que nos sentimos más cómodos. Estamos eligiendo el modelo de bicicleta más adecuado. Será de un fabricante reconocido y de prestigio (la imagen también es importante para las empresas), de una marca generalista y símbolo de calidad; no buscamos una bicicleta eléctrica especializada o deportiva.

#### ¿Por qué bicicletas eléctricas y no motos precisamente?

Las motos vendrán después. Hay que lanzar las cosas poco a poco y cuando ya tienes todos los deberes al respecto hechos. En ARVAL vamos a lanzar un programa piloto de motos eléctricas para aprender cosas respecto al servicio que estas precisas. Esta solución también llegará a los clientes. Más adelante también habrá motos, pero de momento nos hemos decantado por las bicicletas eléctricas porque es un fenómeno común que se está produciendo en muchas ciudades de toda Europa, aporta un patrón saludable y su uso en las grandes ciudades actualmente tiene más tirón que el de las motos eléctricas. Sin duda las motos eléctricas también tendrán su sitio en el renting, pero de momento estamos centrados en las bicicletas. Estamos analizando todas las variables, sobre todo los valores residuales y la manera de ver como poder trasladar a nuestros clientes las posibles ayudas que las CC.AA. autónomas, ayuntamientos y los planes del Gobierno otorgan a estos vehículos.

### ¿UNA CRISIS ECONÓMICA COMO LA ANTERIOR?

La pandemia nos ha dejado tocados y bien tocados cuando aún muchas empresas siguen recordando los graves resultados de la anterior crisis económica y las enormes dificultades que supuso afrontar el proceso de recuperación de nuestra economía. Esto acentúa los miedos y los recelos de muchos empresarios de cara a un futuro a corto y medio plazo, pero desde ARVAL se muestran optimistas, aunque con las debidas cautelas y prevenciones. «Esta crisis no es igual que la que vivimos hace unos años –afirma Manuel Orejas, director de Marketing y Business Development de ARVAL–, aunque en esta todavía no estamos viendo sus efectos por completo. En la crisis anterior colapsó el mercado de segunda mano y la financiación, y eso supuso un efecto dominó que arrasó con todo. Pero en esta debería seguir habiendo financiación, apoyo al consumo y, al menos por el momento, el coche de segunda mano sigue teniendo ventas. Desde mi punto de vista, si el dinero fluye, los efectos de esta crisis serán menores». «Es evidente, –continúa Manuel Orejas– que habrá colectivos que resulten muy dañados, pero igualmente los habrá que dispongan de capacidad económica para remontar más rápidamente, y por eso saldremos adelante poco a poco. Desde nuestro punto de vista, es crisis tendrá forma de V. En cuanto haya movimiento económico, financiación y el BCE aporte liquidez al sistema monetario, la economía se puede recuperar incluso a un ritmo superior al que pensamos». «Pero eso no quita que haya miedo y recelo, porque tenemos aún muy cerca la anterior crisis, que fue muy dura porque cayeron grandes instituciones. Esta ha afectado más a la pequeña Pyme, a particulares y autónomos, y por eso para reactivar este tejido tiene que haber una economía circular y que se consolide a gran escala el movimiento del dinero», concluye.



MÁS ADELANTE TAMBIÉN HABRÁ MOTOS, PERO DE MOMENTO NOS HEMOS DECANTADO POR LAS BICICLETAS ELÉCTRICAS PORQUE ES UN FENÓMENO COMÚN EN MUCHAS CIUDADES DE TODA EUROPA,

Así, además de potenciar el renting de vehículos eléctricos para avanzar en la transformación tecnológica de la movilidad, el primero de ellos va a ser el nuevo servicio de renting de bicicletas eléctricas como nuevo sistema de movilidad alternativa. Inicialmente, este servicio únicamente estará disponible para empresas, aunque no se descarta su próxima implantación para particulares y autónomos a medida que el mismo se vaya desarrollando. Esta nueva oferta de renting, actualmente en desarrollo se va a lanzar próximamente en los 8 principales mercados en los que la operadora está presente (España entre ellos) y su oferta se adaptará a las condiciones y limitaciones que existen en cada uno de ellos respecto del uso de estos vehículos en las vías públicas.



COMPROMISO HYUNDAI

# «Estamos al lado de nuestros clientes para aportarles tranquilidad»

Estar al lado de los clientes cuando estos más lo necesitan es mucho más que una simple frase y si en algún momento es necesario demostrar que es realmente así, sin duda es en el actual cuando realmente se ha puesto de manifiesto. En los servicios a Empresas y Flotas de Hyundai España tienen claro que la actual crisis forzada por el COVID 19 es sin duda una gran oportunidad de demostrar su vocación de servicio

Escuchar a los clientes ofreciendo las soluciones adecuadas que respondan a sus verdaderas necesidades y aportando los conocimientos y herramientas más avanzados poniendo además a su servicio a un equipo de personas capaces de entender al cliente y de brindarle todo el tiempo necesario para estudiar y analizar las ventajas económicas y financieras que las propuestas de movilidad de Hyundai pueden ofrecer al negocio de tu empresa y a tu flota.

«Queremos estar al lado de nuestros clientes cuando más nos necesitan». Es una de las frases en las que el Director General de Hyundai España, Leopoldo Satrústegui, pone siempre más énfasis, independientemente de que hable de clientes particulares o de flotas. Y esas palabras tienen un claro reflejo en los compromisos que la marca coreana adquiere para con sus clientes, que no son sino una amplia serie de medidas en materia de financiación y devolución con las que Hyundai busca aportar confianza y seguridad a sus clientes ante la compra de sus productos así como facilitar al



## HYUNDAI IONIQ ELÉCTRIC SOLUCIÓN LIMPIA PARA LA FLOTA

Si eres de los que piensas en cómo puedes disponer de una imagen única en tu flota de vehículos sin por ello renunciar a incorporar las últimas y más avanzadas tecnologías de impulsión, estas de suerte, porque pocos vehículos pueden presumir como el Hyundai Ioniq de poder ofrecer bajo una misma carrocería las tres tecnologías electrificadas (híbrido, híbrido enchufable y eléctrico) que actualmente se introducen en el mercado. Tras el lanzamiento de las variantes híbrida e híbrida conectable de las que ya hablamos en números anteriores, ahora le ha llegado su momento a la versión full electric del modelo más tecnológico de la gama del fabricante coreano. El nuevo Ioniq Eléctrico ofrece con una única carga una autonomía de hasta 311 km (WLTP) en un uso combinado ciudad carretera y de hasta 412 km en recorridos urbanos. Una capacidad de desplazamiento que puede recuperar rápidamente en apenas una hora (54 minutos), tiempo que tarda en recargarse al 80 por ciento de su capacidad la batería de polímeros de litio en la que se almacena la energía eléctrica que impulsa al Ioniq. Respecto de sus hermanos de gama, el Ioniq eléctrico

es rápidamente reconocible gracias a la parrilla frontal cerrada que preside su atractivo y deportivo frontal hacia la que fluyen desde los laterales las grandes ópticas LED que se incorporan en su diseño exterior y que es la misma tecnología que se emplea en las luces diurnas y en las ópticas traseras. El paragolpes también ofrece un nuevo diseño. Esta variante Electric del Ioniq acaba de estrenar dispuesta bajo sus asientos traseros la nueva batería de 38,3 kWh, con una capacidad ahora de 7,2 kW (6,6 en la anterior) que le permite incrementar la capacidad de almacenamiento de energía en hasta un 36 por ciento más y con ello elevar consecuentemente la potencia de su motor eléctrico en 16 CV hasta alcanzar los 136 CV de potencia. Con una entrega de par instantánea de 295 Nm, el Ioniq disfruta de una envidiable capacidad de

aceleración que le permite alcanzar los 100 km/h desde parado en apenas 9,9 segundos. El equipamiento del nuevo Hyundai Ioniq Electric también se incorpora el sistema de conexión BlueLink a través del cual la marca ofrece un contacto permanente con una amplia gama de servicios pensados para ofrecer una experiencia de uso más cómoda al conductor y los pasajeros del Ioniq. Sistema de reconocimiento de voz, conexión durante 5 años a los servicios Live de Hyundai, acceso a información en tiempo real sobre estaciones de recarga, tarifas, tráfico, puntos de interés, aparcamientos públicos y privados, concesionarios Hyundai, alertas de radar, el conductor está permanentemente informado de sus emplazamientos, servicios y disponibilidades.

Para una

mayor tranquilidad de sus usuarios, los Hyundai Ioniq cuentan con los servicios incluidos en el exclusivo Pack Full Electric, Full Care, con el cual se simplifica el salto a la movilidad eléctrica. Entre estos servicios se encuentra la instalación gratuita de un punto de recarga para el coche en el domicilio particular, el préstamo gratuito de un vehículo dotado de mayor autonomía durante un número determinado de días al año; sistema de asistencia a la conducción mediante llamada de emergencia automática en caso de accidente o cuando se desplieguen los airbags, 8 años de garantía para las baterías del coche, aplicación con conectividad blueLink (permite controlar el posicionamiento del vehículo, la carga de la batería el acceso a los servicios LIVE y muchas otras funciones del coche desde el Smartphone del usuario), 8 años de asistencia gratuita en carretera, etc.



máximo posible el acceso a su amplia gama de vehículos y de servicios complementarios a los mismos.

«Lo más importante es transmitir tranquilidad a nuestros clientes, y nosotros lo hacemos a través de nuestro compromiso como marca», afirma Satrústegui ante el contexto socioeconómico que actualmente nos toca a todos vivir. Compromisos como el de extender el plazo de devolución de un vehículo cuya compra no ha satisfecho al cliente desde los 15 días habituales o 1.000 km recorridos hasta alcanzar el plazo de un mes o 2.000 km (lo que antes se cumplía), sin necesidad de dar explicaciones por ello. Y ese compromiso de devolución, para quienes efectúen su compra a través de Hyundai Finance o Hyundai renting, la financiera de la marca, se extiende ahora hasta los 12 meses de duración (siem-

pre que el cliente cumpla previamente una serie de requisitos en la financiación contratada).

Igualmente, en caso de pérdida del empleo, el cliente también podrá devolver el vehículo adquirido durante los primeros doce meses tras la compra, compromiso que aporta una mayor tranquilidad a quienes ahora precisen comprar un coche y temen por su futuro laboral a corto plazo. Igualmente, estos clientes dispondrán gratuitamente de un seguro de crédito que financie a través de Hyundai Finance 12 mensualidades (a contar desde el momento de la pérdida del empleo durante el primer año de vida del crédito).

Y para hacer frente al Covid, Hyundai está ofreciendo sus financiaciones con las cuotas claramente desequilibradas a fin de poder ofrecer unas cuotas iniciales muy bajas que permitan a los clientes ha-

cer frente durante los primeros meses de la financiación tanto a los pagos de sus coches nuevos como a los duros momentos que se avecinan hasta que se consolide la recuperación de nuestra economía. Este sistema también tendrá su reflejo en las operaciones de renting flexible para particulares y autónomos, que contarán con un periodo de carencia inicial de tres meses.

Por otra parte, la mayor actividad digital de la red de concesionarios y de la marca en España durante estos tres últimos meses se ha traducido en una serie de mejoras en las prestaciones de algunos de sus servicios a los clientes.

Así, a las acciones de higienización y limpieza que esta crisis del Covid ha traído consigo en las distintas operativas, se añaden los nuevos servicios de recogida y entrega de los vehículos en el domici-



HYUNDAI FLOTAS Y EMPRESAS

HABLAMOS CON... DAMIÁN TOKMAYIER, FLEET MANAGER HYUNDAI ESPAÑA «EN NUESTRA GAMA LAS EMPRESAS ENCUENTRAN TODOS LOS PRODUCTOS QUE PUEDEN NECESITAR»

Tras el fuerte impulso que las ventas a flotas están teniendo en Hyundai España durante estos meses, hablamos con su responsable de ventas a flotas, Damián Tokmayier para que nos cuente su visión sobre la situación del mercado y el porqué de la buena marcha de la marca en el canal de empresas.

—¿Qué ha supuesto el Covid en el mercado de empresas y cómo se está comportando Hyundai durante estos meses?

—El Covid ha supuesto un parón y un congelamiento de todo tipo de negociaciones con las empresas de flotas, que, al menos por el momento, están volviendo de nuevo a la actividad con una extrema cautela. Por suerte para nosotros, teníamos bastantes acciones con flotas ya cerradas y hechas antes del Covid, lo que significa que hay ventas comprometidas para estos próximos meses, pero la recuperación de momento en el mercado de flotas está siendo muy tranquila y con enorme cautela. Nadie quiere dar pasos en falso en un momento de tanta incertidumbre.

Y por otro lado, en el mercado de particulares estamos viendo con alegría que se está produciendo una recuperación del mercado bastante buena. Acabo de ver las cifras actualizadas y todo apunta a un mercado restablecido que se mueve en cifras similares a las de junio del año pasado en este mismo canal, lo cual no deja de ser sorprendente.

—¿No será el temido efecto verano? —Podría ser un efecto verano y que los momentos difíciles llegaran después del verano, podría ser que sucediera así. Por el contrario, en el canal de flotas y empresas, pienso que bien podría producirse justo al revés y que no empezáramos a ver una recuperación y una tendencia positiva del mercado hasta justo el último trimestre del año.

En estos momentos solo hay una muy tímida respuesta por parte de las empresas. El sector se está recuperando, está volviendo a trabajar, a retomar a la actividad, pero la verdadera necesidad de

movilidad no empezará hasta después de entrado el verano y alcanzará una tendencia positiva para el tercer trimestre.

—¿Cómo han reaccionado las empresas de renting en sus productos ante la crisis del Covid?

—Nosotros estamos ofreciendo nuestro renting ofreciendo todas las reparaciones en los concesionarios oficiales de la red Hyundai España, al igual que todos los mantenimientos en nuestros talleres oficiales, asistencias 24 horas, ITV's, seguros de protección para los vehículos y sus ocupantes, sustitución de neumáticos gestión de multas,... o sea, todo este tipo de productos que ofrece el renting es donde más se están volcando las empresas y las grandes empresas porque es donde están viendo principalmente que hay un mayor mercado donde poder intervenir para la flota.

LAS EMPRESAS SE LO ESTÁN TOMANDO CON MÁS CAUTELA. HASTA FINALES DE AÑO NO CRECERÁ EL MERCADO Y TARDARÁ UNOS 18 MESES EN RECUPERAR EL NIVEL DE 2019

—¿Os están pidiendo las empresas una mayor flexibilidad en sus contratos?

—No especialmente. Sí que es cierto que son las empresas de renting las que están directamente ofreciendo extensiones de contrato o renegociaciones del mismo para ampliar periodos de duración, pero no hay peticiones específicas de las empresas en este sentido, al menos en nuestro caso.

De todas formas, el canal de renting es el que está creciendo en mayor medida dentro del canal de empresas y lo está haciendo muchísimo dentro del canal de los particulares y autónomos. Y esta es una tendencia que especialmente se está produciendo cuando son vehículos eléctricos o híbridos los que figuran en los contratos.

—¿De verdad se está produciendo

un claro mayor interés en el mercado por este tipo de vehículos?

—Así es. Sí, hay un mayor interés por estos modelos y, por suerte, en Hyundai podemos ofrecer la amplia gama de productos que tenemos de estas nuevas tecnologías. En nuestra gama tenemos todas las tecnologías ya implantadas y en especial todas aquellas que pueda precisar una empresa o un particular están ya implementadas sobre algunos de nuestros principales modelos en el mercado.

En nuestra gama de productos tenemos todos los modelos que pueda necesitar alguna empresa o particular. Tenemos diésel híbrido, gasolina híbrido, el Ioniq en híbrido enchufable y eléctrico, el Kona en gasolina y diésel, en híbrido y en eléctrico con dos tipos de batería; y estamos viendo un incremento importante en lo que es la solicitud de vehículos híbridos enchufables y eléctricos.

Esta tendencia ya se veía que se iba a producir desde el año pasado. Se sabía que iba a ver un requerimiento cada vez mayor por parte de las empresas de disponer cada vez de un número creciente de vehículos ecológicos en sus flotas. La diferencia es que antes una empresa lo

que hacía era comprar vehículos que fueran todos iguales para todos los usuarios de la flota independientemente del servicio que tuvieran que cubrir, y ahora en cambio lo que se está viendo es que se está produciendo mucha diferenciación en función del tipo de utilización va a hacer cada conductor con ese vehículo. Si el usuario precisa el coche para desplazarse a su trabajo a diario tal y como sucede reiteradamente en ciudades como Madrid o Barcelona, pues se está priorizando que sea una unidad híbrida enchufable o directamente un vehículo eléctrico, para cargarlo en su casa y con las bondades que ofrece de poder entrar al centro de la ciudad o aparcarlo gratis en la calle. Y además eso permite hacer una diferenciación respecto de otro

tipo de personal de la plantilla que precisa el coche para desplazarse o moverse por ahí haciendo muchos más kilómetros a diario, como es el caso de los comerciales. En estos casos, nos demandan mucho más el Tucson híbrido con su electrificación suave combinada con el motor diésel, que les permite viajar más cómodamente y además disfrutar de determinadas ventajas por tratarse de un vehículo con etiqueta ECO.

—¿Qué supone en el mercado de empresas para un vehículo poder ofrecer una misma imagen exterior con posibles tres tecnologías disponibles a elegir bajo su capó?

—Es el caso del Ioniq y nos ha afectado muy positivamente. Nuestros grandes ventas en flotas son el Ioniq, por supuesto el híbrido por precio, seguido por el enchufable y el eléctrico y luego el otro gran protagonista que tenemos en flotas es el Tucson híbrido diésel con tecnología de 48 V. Y ahora, con la incorporación del Kona híbrido a la gama, este vehículo también está acercando muchísimo su nivel de ventas a empresas a los de los anteriores modelos.

Pero contestando a tu pregunta, el Ioniq es un modelo que nos está dando inmensas satisfacciones dentro de lo que es el producto para flotas. Y que pueda contar con tres tecnologías disponibles entre las que elegir bajo una misma carrocería es un plus más por cuestión de imagen que muchos rent a car y gestores de flota agradecen sobremanera. El Ioniq nos está dando muchísimas satisfacciones.

—¿Qué ventajas adicionales ofrece a las empresas decantarse para sus flotas por vehículos de vuestra marca?

—Además de una relación calidad precio equipamiento sin igual en el mercado, lo cierto es que nuestra gama nos permite ofrecer actualmente todos los tipos de tecnologías que están disponibles hoy por hoy en el mercado. Tenemos híbridos ligeros, asociados a motorizaciones gasolina o diésel, como en el caso del Tucson; tenemos híbridos en combinación



◀ Damián Tokmayier, a la izquierda, en el ALD Ecomotion Tour que ganó con el Hyundai Kona en 2019 en la categoría de vehículos eléctricos.

con motores gasolina, como es el caso del Kona o del Ioniq; tenemos híbrido enchufable, eléctricos, Ioniq y Kona eléctrico con sus dos tipos de batería; y tenemos también el vehículo de hidrógeno, el Nexor. Con lo cual, tenemos una rama de posibilidades para los clientes específicamente de flotas muy amplia, por lo que siempre habrá una posibilidad de que nuestro producto pueda encajar en los requerimientos de las empresas para sus flotas. Y eso sin hablar de otros segmentos del mercado, como el de los A y B u otros mas grandes, donde hay vehículos tan atractivos como los i10, i20 o incluso la familia del i30 en los segmentos inferiores o el Santa Fe y otros modelos en los superiores. Pero sobre todo, lo que más éxito está teniendo dentro de la gran oferta que Hyundai tiene en el mercado de empresas durante estos últimos años son los Ioniq y el Tucson.

—¿Incluir a los vehículos gasolina y diésel Euro6 en las ayudas del Gobierno piensas que puede llegar a suponer un freno para la transición tecnológica en el mercado español?

—No creo que vaya a ser así. Las empresas ya están concienciadas de que esa transformación está en marcha y la apuesta por lo ECO no se va a detener. Al contrario, puede incluso llegar a acelerarse en función de cómo evolucionen las cosas. Las empresas ya están visualizando la presencia de vehículos más ecológicos dentro de su área de movilidad y están trabajando para ello y tomando las decisiones adecuadas para integrarlos. Es más, pienso que situaciones como la actual lo que van a hacer es lograr que muchas empresas que aún no lo tenían decidido piensen ya en adoptar este tipo de tecnologías. Posiblemente no haya un cambio tan significativo ni se vaya a pasar

directamente de un diésel a un eléctrico, pero sí pueden producirse pasos intermedios; pasar a un híbrido o a un híbrido enchufable para más adelante dar el salto a un modelo 100 por cien eléctrico. Pero sí, yo soy de los que piensan que este tipo de planes de ayuda gubernamentales nos van a ayudar a poner aún más vehículos ecológicos en la calle.

—¿Qué características destacarías en los servicios que Hyundai ofrece a las flotas de empresa?

—Bueno, nosotros tenemos lo que llamamos concesionarios Fleet Business Center especializados en las ventas a empresas con el trato específico que esto requiere y personal especializado y formado específicamente para atender y dar el servicio que las empresas requieren para sus flotas. Y este tipo de atención personalizada para las empresas es algo que en Hyundai lo llevamos ya muchos años trabajando a través de esos Fleet Business Center que te comento y son ellos los que están directamente implicados en las gestiones con el grueso de las pequeñas y medianas empresas que son las que mayor volumen de negocio generan actualmente y las que más crecen en los últimos tiempos específicamente en renting.

—¿La situación actual no está complicando y distorsionando en exceso el mercado al poner a la venta demasiadas unidades de modelos nuevos, Km0, seminuevos y del mercado del VO todos ellos a precios especialmente llamativos y atractivos por igual?

—Las ayudas del Gobierno van a ser para unidades matriculadas a partir del pasado mes de marzo, lo que limita los problemas de cara a los vehículos nuevos y con las paradas de producción no hay grandes cantidades de vehículos nuevos esperando a ser vendidos en las

campas, así que por ahí no vendrán los problemas. No creo que las ayudas vayan a afectar tanto como se presupone. La presión vendrá de los concesionarios, quienes sí que propondrán interesantes promociones para sacarse de encima y cuanto antes sus propios excesos de stock en vehículos Km0, seminuevos y de ocasión. Pero también para ellos hay ayudas para agilizar su salida y evitar que estos mercados sigan parados.

En todo caso, a quienes beneficiará la vuelta a la normalidad del mercado con estas ayudas presentes, será a los consumidores, que van a poder acceder a los mismos vehículos que antes de la crisis, aunque en mejores condiciones, tanto en lo referente a los precios como a las financiaciones, que ahora son mucho más flexibles.

—¿Piensas que como en la anterior crisis una mayor flexibilidad en los contratos será beneficiosa para salir de este parón de la economía?

—Nosotros hemos sacado productos, destinados a autónomos y particulares principalmente, que apuntan precisamente en esa dirección, en dotar de mayor flexibilidad a nuestra oferta de servicios. Nos hemos dotado de un seguro de desempleo de hasta doce meses que permite devolver el vehículo, cuotas más bajas durante el primer año en los nuevos contratos, el aplazamiento del pago de las primeras cuotas hasta pasado el verano, la financiación de las reparaciones que se realicen en nuestros talleres hasta a dos años y sin intereses, ..., estas y muchas otras

son distintos tipos de ayudas que en Hyundai hemos puesto en marcha con motivo de esta crisis para acompañar a nuestros clientes, y generar confianza especialmente en aquellos que pudieran tener algún tipo de recelo o de dudas sobre cuál va a ser su situación económica a corto y medio plazo, en los próximos meses.

Son medidas muy específicas, de las cuales muchas de ellas están pensadas directamente para aplicar a particulares o autónomos, aunque algunas también pueden beneficiar a pymes de pequeño tamaño. Es solo una muestra del compromiso que podemos tener con nuestros clientes de menor tamaño. En Hyundai queremos estar cerca de nuestros clientes y acompañarles y darles confianza, que creemos es lo más importante en estos momentos.

—Al igual que durante la pasada crisis contemplamos el nacimiento o el despegue de nuevos productos como el renting flexible, ¿puede la presente generar nuevos productos o ya está todo inventado?

—Puede ser, hay campo para experimentar nuevas ideas, como el renting para vehículos Km0 o seminuevos, o usados con pocos kilómetros. Creo que todo lo que es el renting, tanto a particulares como a empresas va a seguir una evolución positiva. Por eso nosotros tenemos nuestro propio renting a través del cual ofrecemos todos los servicios de que disponemos en nuestra red de concesionarios oficiales. Y ese es un punto que gusta mucho sobre todo a los autónomos y a las pymes, porque les genera mayor confianza, y ni hablar ya en el caso de los particulares.

—¿Como puede esta crisis afectar a los valores residuales, un elemento al que las operaciones de renting son especialmente sensibles?

—Todos los vehículos asociados a nuevas tecnologías su valor residual va a ir mejorando. No creo que haya un retroceso. Donde sí que puede pasar eso, y ya lo habíamos visto antes de todo esto era en los vehículos con motores de combustión, especialmente en los diésel. En ellos sí que se estaba produciendo un retroceso en los residuales, y específicamente en el renting.

EL RENTING A PARTICULARES HA VUELTO CON MUCHA FUERZA. YA ESTAMOS A LOS MISMOS NIVELES QUE EN 2019



HYUNDAI FLOTAS Y EMPRESAS

HYUNDAI TUCSON IMAGEN Y TECNOLOGÍA MILD HYBRID

La gama del Tucson dispone ya de sus nuevas variantes híbridas 48 V tras la introducción del sistema Mild Hybrid en combinación con los motores 2.0 CRDI y 1.6 CRDI. El modelo más vendido de Hyundai en Europa se apunta a la electrificación con la introducción en su gama de las nuevas variantes 48 V. Todos los nuevos modelos del SUV compacto de la gama del fabricante coreano dotados con las mecánicas 1.6 CRDI y 2.0 CRDI han sido homologados poder beneficiarse de la etiqueta ECO de la DGT gracias a la incorporación del sistema Mild Hybrid de hibridación eléctrica. Ruter, dinámico y muy apto para desenvolverse cómodamente por los entornos urbanos, el Tucson se muestra ahora más respetuoso con el medio ambiente gracias a sus nuevas versiones híbridas de 48 V. Pensado para quienes no quieren barreras en sus recorridos urbanos pero igualmente quieren disfrutar de

la conducción y no renunciar a las escapadas del fin de semana, los nuevos Hyundai Tucson de hibridación ligera de 48 V están disponibles en combinación con los propulsores 1.6 litros CRDI en sus variantes de 116 CV y 136 CV y con la mecánica 2.0 CRDI de 185CV, esta última en su variante de tracción a las cuatro ruedas en combinación con el cambio automático de 8 velocidades. La incorporación del sistema Mild Hybrid 48V asiste a la mecánica de combustión del Tucson aportando en los momentos de aceleración unos 12kW (16 CV) de potencia adicional, gracias a los cuales el Tucson dispone de mayor fuerza y capacidad de aceleración y recuperación en los momentos en los que estas se precisan sin necesidad de recurrir a incrementar por ello sus consumos de combustible ni su nivel de emisiones. Gracias al apoyo suplementario del motor eléctrico, se consiguen ahorros ciertamente significativos. La tecnología Mild Hybrid reduce

consumos y emisiones hasta en un 7% sin penalizar el precio final del coche, porque es una innovación sencilla de implementar en la mecánica del vehículo. El sistema Mild Hybrid del Tucson está compuesto por una batería de iones de litio de 48 Voltios, un motor/generador eléctrico, un convertidor de corriente y un inversor. Su funcionamiento también facilita el arranque del motor de combustión de manera más rápida y suave. Y en las fases de frenada también permite recuperar energía en lugar de disiparla en forma de calor como sucede en los coches convencionales, dado que la transforma en energía eléctrica y la almacena en la batería de 48 Voltios que utiliza el sistema para posteriormente reutilizarla nuevamente cuando lo precisa. Gracias a la hibridación ligera, los Tucson 48V pueden disponer de la etiqueta Eco de la DGT, que permite en episodios de alta contaminación acceder

a muchas zonas reservadas de circulación limitada/restringida en entornos urbanos y aparcar con tarifas reducidas en zonas reservadas a residentes y vehículos de bajas emisiones, así como la posibilidad de beneficiarse de descuentos en los impuestos de matriculación y de tracción mecánica, y de tarifas reducidas en el aparcamiento o en determinados peajes. Exteriormente, los nuevos Tucson cuentan con diseño renovado y actualizado que le dota de una imagen ciertamente espectacular en el que se introducen nuevas señas de identidad, como por ejemplo en el llamativo nuevo frontal, que le aportan una imagen general más dinámica y deportiva. En su interior, el salto en calidad percibida es notable gracias a la adopción de nuevos materiales que transmiten mayor calidad y calidez, un estilo más limpio y de las nuevas pantallas digitales para los sistemas de información y entretenimiento a bordo. Seguro como pocos, el nuevo Tucson cuenta en su equipamiento con los últimos sistemas de seguridad avanzada disponibles en el mercado entre los que se encuentran el control de crucero adaptativo, la frenada de emergencia con detección de peatones, el control de trayectoria de carril, el sistema de control del ángulo muerto o las cámaras de visualización perimetral, entre otros.



lio indicado por el cliente cuando estos tengan que pasar por el taller para realizar alguna labor de mantenimiento o de reparación, o el mayor uso que se les está dando a los servicios de cita previa en concesionarios y oficinas. Igualmente, Hyundai está llegando a nuevos acuerdos con distintos proveedores de servicios para mejorar la propuesta de valor que hace de estos servicios hacia sus clientes. Es el caso del alcanzado recientemente con Mapfre mediante el cual la aseguradora se incorpora al exclusivo programa Seguro Hyundai, con coberturas específicas para los clientes de Hyundai tanto en el seguro de sus automóviles como en las coberturas referentes a sus operaciones financieras con la marca

proporcionando ventajas adicionales como por ejemplo un 50 por ciento de descuento en el importe de la franquicia para aquellos clientes que habiendo contratado en su operación de financiación un seguro a todo riesgo con franquicia para su coche en caso de siniestro y siempre que la reparación se efectúe en un concesionario oficial del fabricante coreano. En Hyundai puedes acceder a operaciones de renting desde 60 euros mensuales durante el primer año en operaciones con el i30 o desde 280 euros mensuales con una cadencia inicial en los pagos de tres meses en operaciones con el nuevo Kona gracias a los nuevos parámetros de flexibilidad que la marca ha introducido en sus operaciones de renting, especial-

mente aplicables en el caso de los particulares y los autónomos. La marca coreana ha reforzado su oferta en este tipo de operaciones de alquiler buscando dotarla de una aún mayor flexibilidad en sus diferentes prestaciones y servicios. Y el resultado sin duda ha dado sus efectos positivos, pues durante la pandemia Hyundai ha situado el alquiler de vehículos con servicios incluidos en el centro de su actividad, lo que le ha permitido crecer durante la misma y elevar su cuota de mercado. Ha pasado del 10 por ciento de operaciones de renting en sus volúmenes de ventas al 20 por ciento que ha alcanzado durante el primer trimestre del presente ejercicio. Sin duda una razón más para confiar.

BAIBACK. ANÁLISIS, GESTIÓN DE FLOTAS Y REMARKETING



Ricardo Martín es el director general de Baiback.



ANÁLISIS, GESTIÓN DE FLOTAS Y REMARKETING

Baiback, “la externalización inteligente”

Automatizar procesos para conseguir una gestión más rápida y eficiente en todos los procesos y operativas de la flota con el firme objetivo de reducir esfuerzos, tiempo y, consecuentemente, dinero. Baiback ofrece una amplia externalización de servicios que son vitales para obtener el máximo rendimiento y aprovechamiento de tu flota de empresa.

Baiback nace con una clara convicción: en el sector de las flotas de vehículos de empresa es posible hacer las cosas de otra manera, mucho más sencilla y eficiente. Para Baiback, los procesos y operativas a las que se tiene que someter una flota de vehículos, en especial todas aquellas relacionadas con la gestión de las flotas y su remarketing, pueden transformarse, simplificarse y automatizarse hasta el punto de ganar en agilidad, control, capacidad de respuesta y sobre todo en eficiencia y rentabilidad. Baiback reúne en su plantel a profesionales del sector de automoción, altamente cualificados en sus respectivas materias, quienes desde el inicio de la actividad de la com-

pañía han analizado y estudiado a fondo los diferentes procesos, la información que estos generan y los datos contrastados que se obtienen de todo ello, a partir de los cuales elaboran nuevas soluciones y aplicaciones que permiten que la actividad de los gestores de la flota y los departamentos involucrados en la misma sea una labor más sencilla, automatizada y eficiente. La metodología de trabajo es sencilla. Baiback trabaja en un ciclo de mejora continua sobre la base de la medición y el análisis de datos, la digitalización de procesos y los planes de mejora para reducir plazos y optimizar los costes. Baiback acompaña a sus clientes en los

momentos del ciclo de la flota que ellos quieren. Desde la definición de la propia ‘Car Policy’ de la compañía, la puesta en marcha de la flota, el momento de la compra, el mantenimiento de los vehículos, sus reparaciones, hasta la completa gestión del remarketing del vehículo y de todas las operaciones relacionadas con estas actividades. Aplicaciones y soluciones digitales de gran profundidad que aportan un completo espectro de datos a partir de los cuales se generan un elevado número de automatismos que permiten facilitar el control y la gestión de la flota, simplificar los procesos, reducir plazos y agilizar las labores de la flota. Baiback es una empresa joven cuya visión del



## PERSONAS Y COCHES SOLUCIONES Y HERRAMIENTAS BAIBACK

Baiback ofrece servicios y operaciones a las flotas de vehículos de empresas de renting, rent a car, carsharing, concesionarios, fabricantes de automóviles y empresas en general mediante el soluciones innovadoras creadas a partir de la amplia experiencia y conocimientos del sector de los miembros de su equipo. Actualmente ofrecen tres tipos de servicio:

### BAIBACK QUANTYK

Un completo software con todos los datos y capacidad de análisis dinámico para facilitar el exhaustivo control de la flota y optimizar su coste. Esta herramienta facilita la completa gestión de la flota de vehículos, controlando los contratos, proveedores, facturas, costes y consumos de combustible, emisiones CO<sub>2</sub>, ajustes, cuotas y

contratos, fechas clave, tesorería relacionados con la flota en general y con cada uno de los vehículos adscritos a ella en particular.

### BAIBACK CONECT FLOTA

Programa y aplicación móvil para una completa gestión operativa de la flota. Genera ORs para revisiones de estado, verificación de daños, reubicación de flota, mantenimiento, recargas... La avanzada tecnología con la que

está desarrollada esta aplicación permite además una muy fácil integración con los dispositivos de telemática y sharing instalados en las unidades de la flota.

### BAIBACK CONECT REMARKETING

La solución que propone Baiback proporciona una gestión integral, tanto administrativa como técnica, de toda la operativa del remarketing de la flota. La herramienta está

completamente automatizada e integra todos los KPIs de gestión en una plataforma única en el mercado.

A través de Baiback Conect Remarketing, el gestor de la flota puede gestionar los contratos relativos a la recompra de los vehículos, su tenencia, depreciación, el ajuste de los kilómetros por exceso o por defecto, las labores de mantenimiento, valorar los daños así como los faltantes técnicos y administrativos.



futuro les garantiza una sólida presencia en el mercado gracias a los notables ahorros de tiempo y dinero que su actividad proporciona a las flotas de vehículos en operativas tan sensibles como son las de la actividad de remarketing.

### HABLAMOS CON ► Ricardo Martín, Director General de Baiback

#### —¿Qué es Baiback?

—Baiback es básicamente un proyecto común de Dealer Best, especialistas en consultoría, formación y nuevos proyectos en áreas tan sensibles como la digitalización de concesionarios; y de Línea Directa Asistencia, empresa del Grupo Línea Directa que presta servicios de asistencia, talleres, reacondicionamiento de coches, gestión de flotas, mantenimiento de las mismas, etc. El proyecto surge en 2017 integrando todo el 'know how' de ambas empresas.

Llevamos apenas tres años en el mercado y en ese tiempo hemos pasado de ser un proveedor de servicios a proveer de soluciones a las empresas para la gestión de sus flotas. Nuestro negocio tiene tres patas muy claras: la gestión y administración de flotas; soluciones y herramientas digitales para el control y la gestión operativa de una flota (mantenimiento, reacondicionamiento, control de la flota y de los servicios que se precisan recogida, traslado, y entrega de los coches, etc.). Y la tercera pata, es la del remarketing. Nuestra aplicación automatiza toda la gestión de las recompras y permite controlar con preci-

sión todo el proceso de recompra desde que el rent a car devuelve el coche a la campaña del fabricante. Hay todo un proceso técnico que es de peritación, de verificación de daños y de acuerdo técnico entre los rent a car y el fabricante, y otra parte que es meramente administrativa, es decir, todas las facturas, impuestos, etc. Entonces, cuando el coche está perfecto tanto en la parte técnica y administrativa para recomprarlo.

#### —¿Cómo ha evolucionado en estos tres años que lleva en el mercado.?

—Nacimos con la idea de especializarnos en las operativas de remarketing, al menos ese era el objetivo inicial de ahí el nombre Baiback españolización del término inglés 'Buyback' con el que se conoce esta actividad. Vimos que había un importante hueco en el mercado donde poder redefinir costes introduciendo tecnología al proceso de remarketing; procesos más o menos complejos, pero

**SOMOS UN EQUIPO FORMADO POR VARIOS GRUPOS DE ESPECIALISTAS EN CADA FASE DEL PROCESO. Y ESTO IMPLICA QUE A NUESTRAS HERRAMIENTAS LES DAMOS UNA PROFUNDIDAD Y UNAS FUNCIONALIDADES QUE OTRAS NO OFRECEN**

que una vez definidos, y simplificados pueden automatizarse y son válidos en cualquier remarketing de flota. Con esa idea empezamos, y a los pocos meses de iniciar nuestra actividad surgió la oportunidad de ser los 'tender' de Wible. Dada nuestra experiencia profesional en la gestión de flotas (Línea Directa asistencia trabaja con uno de los grandes mayors a escala nacional gestionando el día a día de casi 25.000 coches, peritando sus daños, reacondicionándolos verificando sus mecánicas, etc) y gracias a la buena relación con los directores de Wible por mi paso por Kia, convinimos con ellos cómo querían efectuar la operativa de la flota en Madrid y arrancamos con Baiback Conect Flotas.

#### —¿Qué ventajas aportan vuestros productos y herramientas frente a las que ya existían en el mercado? ¿Por qué decantarse por vuestra oferta?

—La ventaja real está en que en cada fase y cada área en la que estamos presentes disponemos de profesionales de máxima calidad contrastada en las labores implícitas para esa área de gestión en concreto. Somos un equipo formado por varios grupos de especialistas en cada fase del proceso. Y esto implica que a nuestras herramientas les damos una profundidad y unas funcionalidades que otras aplicaciones y soluciones disponibles en el mercado no proporcionan ni cubren actualmente. Así, en Baiback Quantik, la parte de administración de flotas, el equipo ha ido muy al detalle de aspectos que actualmente no se ofrecen en otras herramientas. Y en gestión operativa de la flota sí que hay alguna

aplicación similar, aunque no ofrecen exactamente lo mismo. Y ahora estamos hablando con flotas que requieren de una aplicación y un servicio que les permita llevar todo el control en tiempo real y que además los operarios puedan con su Smartphone abrir el coche, reportar lo que están haciendo, lanzar una tarea o recibirla en el momento,...

Pero es en las labores de remarketing donde yo creo que ahora mismo tenemos más hueco y mercado por ganar. Los operadores de remarketing ofrecen el servicio y que trabajos con su herramienta. Lo que nosotros hemos hecho es directamente salirnos de esa línea de trabajo. ¿Podemos hacer el servicio? Sí. Pero realmente lo que ofrecemos para fabricantes, rent a cars, concesionarios o empresas con flota es una herramienta de gestión independiente de quien te haga las peritaciones o realice el checking del vehículo, la verificación de la documentación o de quien haga el servicio de revisión de los coches. Ese es nuestro valor diferencial y aquellos con los que estamos hablando nos lo están valorando en gran medida, porque les proporcionamos una herramienta propia con la cual no tienen por qué atarse a un proveedor de servicios de remarketing de por vida. Gracias a nuestra herramienta pueden encargar los servicios de peritación del vehículo a quien sea; o la revisión de documentaciones a otro agente independiente; pero, al final, toda la información del vehículo está disponible en todo momento en la herramienta.

—¿Entonces, facilitáis una labor de supervisión del trabajo de los diferentes operadores?

—Más que supervisión, lo que facilitamos es el software y la herramienta al cliente para que disponga de su propia aplicación a través de la cual recoger toda la información de sus operadores, dándoles ese grado de independencia respecto del cliente. Este proceso es justo el contrario del que viene sucediendo normalmente. Contratas con un operador y él te da su herramienta, con lo cual ya estás atado a él para toda la operativa. Y nosotros lo que le permitimos con la nuestra es abrir el abanico de posibilidades para que eso no ocurra.

Esto nos permite enriquecer mucho más la herramienta. Al final, cuando eres tú el operador, hay muchas cosas que realizas

de manera interna y no quedan reflejadas en la herramienta. Lo que nosotros hemos hecho es dotarla de un grado de automatismo muy elevado, de tal manera que todo el proceso lleva un 'work flow' en el que según vas recibiendo los 'inputs' del operador o del teletrabajo de campo por llamarlo de alguna manera, la herramienta ya está haciendo los cálculos y verificando y alineando si el proceso va conforme al estándar que programado o si en algún momento alguno se está saliendo de ese estándar, evidenciándolo al instante.



**CON NUESTRAS HERRAMIENTAS FÁCILMENTE SE PUEDE AHORRAR ENTRE UN 10 A UN 15 POR CIENTO DEL COSTO OPERATIVO DE LA FLOTA.**

#### —¿O sea, un control aún más exhaustivo e inmediato de los flujos de trabajo?

—Efectivamente. Y esto permite que todo el flujo de información en el remarketing que normalmente se genera y permanece en la herramienta del operador, aunque con muchísimos correos electrónicos y comunicaciones por fuera del flujo, en nuestro caso lo tengas tú en tu herramienta. Todos los datos concretos de determinados procesos. En nuestro caso, además evita que en cuanto alguno se salga de lo normal, se genere toda una cadena de correos electrónicos y avisos que detienen la operativa normal de toda la flota. Al contrario, lo que permite es que la operativa continúe en automático. Y, en tiempo real, lo que se salga de los estándares te lo detalla. Y como ambas partes de la negociación tienen acceso a la plataforma, conocen en tiempo real la problemática por-

menorizada de cada unidad y pueden llegar a un acuerdo de inmediato sobre ella con el añadido de que su respuesta se automatiza como estándar para esos mismos casos, evitando así todas esas cadenas de mensajes entre las flotas sus gestores y los operadores de los servicios que lo único que hacen es ralentizar el remarketing de la flota y perder un tiempo precioso y que cuesta mucho dinero.

#### —¿Hasta qué punto se pueden conseguir ahorros de tiempo y dinero con vuestra aplicación?

—Estábamos hablando de periodos de remarketing, incluso con incidencias, del entorno de los 11 a 12 días, cuando normalmente estos procesos se disparan hasta los 17-20 días e incluso más, tal y como se efectúan actualmente. En cuanto a la gestión de la flota, ahora mismo una única persona puede gestionar fácilmente una flota de 5.000 coches, llevándolo todo al día, sin retrasos en la verificación o aprobación de facturas, de seguros, de renovaciones o de los informes internos que suelen reque-

rir al uso una gestión de flota.

Y en la parte de gestión operativa lo que sí que nos está permitiendo (tal y como comprobamos día a día en la flota de Wible) es optimizar los procesos de tal manera que hemos podido rebajar en un 15 por ciento la plantilla necesaria en esa flota para dar el servicio con todas las garantías. Esto se ha logrado a base de optimizar procesos y sacar productividad a la plantilla habitual. Al final, haces las cosas más rápido, optimizas mejor los tiempos de trabajo, evitando pérdidas de tiempo en procesos manuales y eso permite hacer cosas diferentes a lo habitual en la operativa de esa flota, permitiendo organizar los turnos de trabajo, las tareas y cómo se estructura el día a día de manera más eficiente.

#### —¿Y en costes, cuánto puede suponer la reducción?

—Fácilmente entre un 10 a un 15 por ciento del costo operativo de la flota. Un ejemplo. Cuando empezamos, a nuestro jefe de base la planificación del trabajo diario y de la organización y lanzamiento de los turnos le requería en torno a dos horas, dos horas y media de trabajo diarias para lanzarlo, mientras que ahora, con la última actualización de la herramienta en esa actividad apenas tiene que emplear 10 minutos. Y al igual que ese,



ya hay muchas cosas y procesos automatizados. La propia herramienta te dice en tiempo real la información que precisas de la situación de los coches, globalmente y de cada uno de ellos.

Por ejemplo, ahora mismo –y ese es uno de los trabajos que hacemos– la herramienta nos permite decirle en tiempo real al operario que el coche está en tal sitio y que precisamos tenerlo en tal otro, indicándole en automático la ruta a seguir tanto para ir a recogerlo como para desplazarlo a su destino. Esto supone una enorme optimización de los tiempos.

**–¿Tan importante era la oportunidad en el mercado como para renunciar a puestos relevantes en vuestras anteriores empresas para desarrollar Baiback?**

–Cuando empezamos, hablábamos sólo del remarketing, pero veíamos mucha más profundidad y campo de actuación para Baiback. Nuestra idea era cubrir todo el ciclo con el mismo sistema. La oportunidad aún perdura, dado que todos los procesos de remarketing siguen siendo muy manuales y las herramientas que hay ofrecen información pero carecen de automatismos, lo que no provoca mejora alguna en los procesos existentes. Esto sigue produciendo una cadena de correos electrónicos muy amplia y, a veces, difíciles de seguir, que obligan a perder mucho tiempo de control y verificación en la gestión. Por eso pienso que nosotros hemos dado realmente con la tecla.

Iniciar un proceso de automatización significa arremangarse, analizar hasta el último detalle de las tareas del remarketing y buscar cómo lograr que esa tarea se realice en automático. Y por eso creo que sí, que aún hay un hueco importante que cubrir.

El reto lo tenemos este año. Si hasta ahora hablábamos de servicios; desde hace unos meses lo hacemos de aplicaciones y somos optimistas porque a quienes ven nuestra aplicación les está gustando mucho. Eso nos hace pensar que tendremos un 2021 bastante bueno. Pensamos que 2020 va a ser un año de contratación y un 2021 será un año de puesta en marcha de varios proyectos bastante interesantes.

**–¿Actualmente cuáles son los clientes tipo más habituales de vuestra aplicación?**

–Ahora mismo hay tres patas. En Baiback Quantyk, que es administración de flotas, son claramente empresas. Está dirigido al mercado B2B. A empresas que tienen una flota de 70-80 coches y que ven interesante tener una herramienta para su gestión porque tal cantidad ya les genera mucho trabajo administrativo y es donde nosotros entramos a automatizar todos los procesos por completo. Son empresas tipo laboratorios; empresas con fuerza comercial amplia, de instalación de telefonía, de telecomunicaciones, que o bien tienen flotas muy grandes o que generan mucho trabajo de ‘backoffice’.

**CUANDO EMPEZAMOS, HABLÁBAMOS SÓLO DEL REMARKETING, PERO VEÍAMOS MUCHA MÁS PROFUNDIDAD Y CAMPO DE ACTUACIÓN PARA BAIBACK. NUESTRA IDEA ERA CUBRIR TODO EL CICLO CON EL MISMO SISTEMA.**

En la parte de gestión operativa de flotas va dirigido a todo aquel que dispone de una flota más situada en el ámbito profesional. La herramienta, Baiback Conect, se conecta muy fácilmente con dispositivos de carsharing, ya sea de coches o motos, incluso ya ha habido empresas de patinetes compartidos que se ha interesado por ella para gestionar todo lo relacionado con el día a día de las recargas y reubicaciones de los vehículos de la flota. Es una herramienta para las flotas profesionales, y aquí se incluyen los rent a car y todos aquellos que en el día a día alquilan coches y estos tienen un uso que requiere ser revisado o una verificación de daños o un reacondicionamiento para su próximo servicio.

Y, finalmente, en la parte de remarketing, sobre todo pensamos tanto en los fabricantes como en los rent a car.

**–¿Qué costes tienen vuestros servicios en las diferentes aplicaciones?**

–Varía muchísimo. No es posible dar una línea clara o una estimación aproximada, porque vamos a proyectos muy llave en mano, adaptados específicamente a las necesidades que cada cliente precisa cubrir y por eso el costo depende de cada proyecto. Hay muchos niveles de complejidad tanto en el producto como en el servicio. Pero lo que sí que está claro es el objetivo a conseguir, que no es otro que el coste que pueda suponer el disponer de una herramienta que comercializamos como ‘software as a service’ te produzca o te genere ahorros superiores al coste de la misma y que lógicamente te compensen claramente su uso, porque de lo contrario no tendría ningún sentido.

Los ahorros sobre el coste total de la flota se sitúan en torno al 10-15 por ciento. Y esto llevado al mundo del remarketing ocurre por igual. Si consigues rebajar en torno a 5 o 6 días (prácticamente una semana) el proceso de recompra del vehículo esto significa que el rent a car va a cobrar esa recompra antes, con lo que ello supone en cuanto a tesorería, gestión de pagos, etcétera; y cómo repercute todo esto en la mejora de la eficiencia de las plantillas ya que probablemente se precise entonces de un menor número de trabajadores en el área de remarketing para hacer lo mismo, o que se consiga procesar un mayor número de coches con el mismo equipo, con un menor retraso en los pagos y mayor

control sobre todo el proceso. Al final se van generando muchos pequeños ahorros en los diferentes ámbitos de los procesos cuya suma resulta un gran ahorro global para la flota.

**–¿Podría decirse que os habéis convertido en los pioneros de la automatización de los procesos en la operativa del remarketing o está este sector lo suficientemente digitalizado como para que haya otros operadores como vosotros?**

–En la parte de gestión de flotas existen ya un montón de soluciones, pero en la parte del remarketing yo creo que hemos tomado la delantera. Somos humildes en este sentido, pero sí creemos que estamos a la cabeza en cuanto a aplicaciones de remarketing se refiere, sobre todo porque lo que hay ahora en el mercado siempre va ligado a un proveedor del servicio y en nuestro caso no es así. Y también porque tenemos una profundidad de automatización de tareas que hoy por hoy no existe en el mercado.

**–¿Y no chocáis con la actividad de las grandes empresas de renting y sus herramientas?**

–Más que chocar, pensamos que nuestros servicios y herramientas son complementarios. En la parte de administración de flotas claramente lo son. Si hablamos de Baiback Quantyk, el hueco que hay en el mercado se descubrió hace ya algunos años cuando las grandes flotas se dieron cuenta de que a pesar de que la compañía de renting asuma muchos servicios luego hay una parte de toma de decisiones interna como es la facturación de una flota de cara al cliente final, la gestión de los conductores, de las autorizaciones de uso de los vehículos, la propia gestión de multas, hay muchas cosas... el control del combustible, que la compañía de renting no lo tiene contratado. Y ahí es donde nosotros aparecemos con una herramienta que simplifica mucho más la labor del gestor de flota y que es complementaria a los servicios que ofrecen las compañías de renting. En la parte operativa, estas empresas tienen estos procesos internalizados y muy automatizados.

**–¿A través de vuestras aplicaciones obtendréis un elevado número de datos sobre las flotas, estáis ya trabajando bajo la sistemática del big data con ellos?**

–Sí. Trabajamos muchísimo bajo esa perspectiva, con procesos de línea ‘start-up’ y aún más en materia de mediciones de cada proceso en particular, y sobre los datos que obtenemos buscamos en todo momento alternativas para mejorar los procesos y nuestros automatismos. Esto es un proceso en continuo obligado para tener permanentemente actualizadas las herramientas y siempre en vanguardia con respecto a lo que los clientes nos solicitan.

**–¿Cómo está evolucionando el remarketing en España? ¿Se notan avances?**

–No muchos. Hablando en general, seguimos anclados en el pasado. Todo el proceso

de ‘buyback’ entre un fabricante y un rent a car suele generar cierta tensión por los diferentes puntos de vista que hay en las negociaciones y porque hablamos de grandes flotas donde pequeñas variaciones en una valoración de daños al multiplicarse por 25.000 coches, generan automáticamente unos elevados importes acumulados. Esto hace del proceso de remarketing un continuo toma y daca entre las partes.

**–¿Y vosotros aspiráis a estar justo en medio, como operadores independientes verificando a ambos?**

–Es una situación complicada, al menos en el medio plazo. Si tomamos una plataforma como Baiback Conect, donde tenemos todos los datos y a partir de ahí validamos o no validamos lo que tenemos, ese momento de negociación final por así llamarlo, siempre va a existir. Sí es cierto es que en los procesos donde hemos intervenido como proveedor de servicios hemos buscado aproximarnos a ambas partes de manera muy neutral. Antes de empezar cualquier proceso nos sentamos con la otra parte y con su equipo de peritos y buscamos establecer puntos de acuerdo y las líneas generales que van a regir todo el proceso de ‘buyback’. Y como conocemos los puntos donde puede haber discrepancias, pues tratamos de anticiparnos y de poner en común la forma de tratarlas. Esto permite que el proceso sea más amigable entre ambas partes. Discrepancias, siempre va a haber, lo importante es cómo vamos a tratarlas.

**–¿Y se ha dado el caso de que estuvierais contratados por ambas partes?**

–Esa es una situación que aún no hemos conseguido. No se ha dado. Sería idílico, que ambas partes confiaran en nuestros criterios, que el dictamen de nuestros peritos fuera aceptado por ambas. Sería idílico, pero lamentablemente hoy por hoy no estamos ahí todavía.

**–¿Os convertiríais entonces en algo así como una agencia de verificación y normalización que diera el sello de calidad a los vehículos para su remarketing?**

–Sería lo ideal, pero es imposible, porque al final el operador de renting o el rent a car o el responsable de marketing de la marca –y esto pasa, eh– cuando recibe el acta firmada ese mismo día en la campa por nuestro perito y por el gabinete pericial contratado por ellos, todavía se ‘reserva’ el derecho a aceptar o no las cantidades acordadas, en un intento posterior de seguir rebajando sus pagos o de mejorar sus ingresos, según sea el caso, porque hay una presión de costes que siempre les fuerza a tratar de conseguir una renegociación o algún ajuste final que les beneficie. Y

porque cualquier cantidad, por pequeña que esta sea, cuando la multiplicas por un elevado número de unidades en la flota, al final suman un dinero.

Llegar a lo que propones supondría alcanzar un punto de profesionalización ideal y realmente admirable. No hemos conseguido nadie que eso sea así. El año pasado en un proceso de peritación con un rent a car estuvimos peritando durante un día y medio y el gabinete pericial del rent a car nos dijo: «a partir de ahora os voy a aceptar lo que me enviéis. Me gusta como trabajáis». Es un poco como esa figura que sugieres y, aunque había



**LO QUE HA HECHO LA PANDEMIA ES ACELERAR UN CAMBIO QUE TODOS YA VISLUMBRÁBAMOS Y, EN APENAS TRES MESES NOS HEMOS ADELANTADO A DONDE PODRÍAMOS ESTAR DENTRO DE DOS-TRES AÑOS. TODO LO RELATIVO A LA VENTA ONLINE DE COCHES SE HA ACELERADO.**

una supervisión, prácticamente cerramos el proceso de remarketing superrápido. Fue todo muy rodado, pero no es lo habitual.

**–¿Cómo ha afectado la pandemia al remarketing?**

–En gestión operativa de flotas nos ha obligado a llevar al 80 por ciento de la plantilla a un ERTE, porque las flotas de alquiladores están paradas. Donde sí hemos ampliado la cifra de negocio es en la parte operativa de venta digital. No porque nosotros hagamos

venta digital, sino porque hemos empezado a trabajar con concesionarios en la preparación de coches para la venta digital, un sistema que está creciendo. Como tenemos experiencia en movimiento y preparación de coches, nos están solicitando ayuda y estamos prestando ese servicio.

**–La nueva realidad está popularizando los servicios puerta a puerta. ¿Esto supone una nueva vía de negocio para Baiback?**

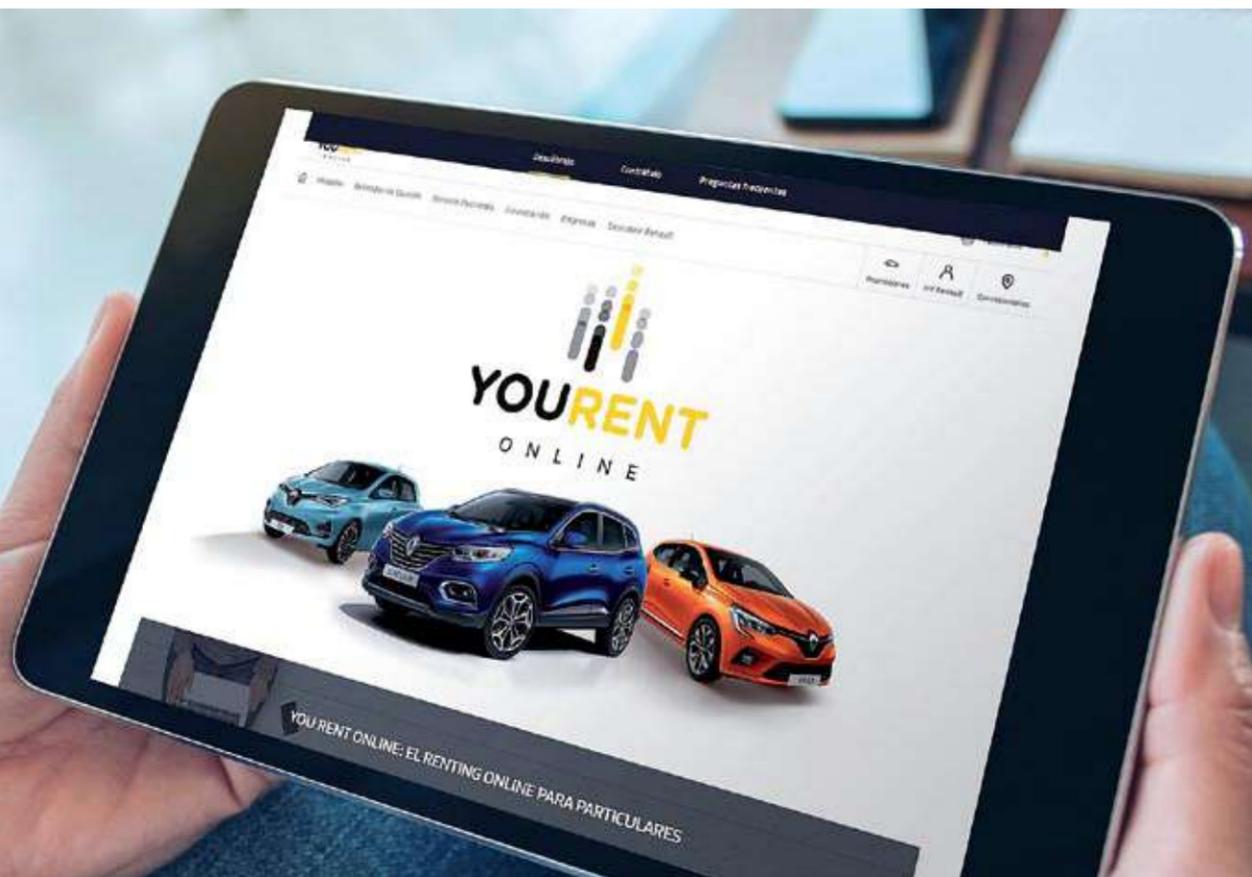
–Sí. Lo que ha hecho la pandemia es acelerar un cambio que todos ya vislumbrábamos y, en apenas tres meses nos hemos adelantado a donde pensábamos que podríamos estar dentro de dos-tres años. Todo lo relativo a la venta on-line de coches se ha acelerado, las entregas a domicilio también, y ahora todo el mundo está teletrabajando. Hace cuatro o cinco meses esto no pasaba y ahora han llegado y lo han hecho para quedarse.

**–¿Y cómo se van a ver afectados los valores residuales?**

–Buena pregunta. Va a ser un año complicado para el cálculo de valores residuales. Se habla de una caída del mercado de en torno al 40-45 por ciento respecto al año pasado, y esto significa que nos encontramos como en 2008-2009-2010, con un exceso de stock de vehículo nuevo, que automáticamente se convierte en un exceso de stock de vehículos kilómetro cero y eso se transforma en un exceso evidente de los VO.

Son crisis diferentes, a pesar de que el efecto final pueda ser parecido, pero creo que los índices en este caso no se van a ver tan afectados como en la crisis financiera de 2008-2009-2010. Eso sí, es un momento para flexibilizar todos los servicios y las compañías de renting están haciendo cosas muy interesantes en materia de alquiler flexible. Esto les va a permitir, con independencia de ese impacto en los valores residuales, que la caída no se note tanto. Pero en el día a día de fabricantes, concesionarios y programas de VO,... creo el impacto real aún está por verse.

Un fabricante me decía en estos días que les están devolviendo coches que habían entregado a primeros de año con devoluciones previstas para después del verano. Y que algunos rent a car están devolviendo coches incluso antes de que venzan los plazos pactados y con apenas 2.000 o 3.000 kms. Coches que ahora tienen que sacar al mercado de seminuevos y que van a competir directamente con coches nuevos, cuyas campañas son, si cabe, un poco más agresivas que de costumbre. El mercado español siempre ha sido muy agresivo. Y además hay un importante número de km 0, y de fuertes stocks de coches a los que habrá que dar salida poco a poco.



YOU RENT ONLINE

# El renting fácil de Renault

Cinco sencillos pasos son los que necesita cumplimentar cualquier cliente que quiera disponer mediante una operación de renting de uno de los modelos de la gama Renault. Desde casa y a través de internet, los clientes podrán disponer de su coche nuevo en apenas diez días recogiéndolo en el concesionario más cercano o en su propio domicilio. Mayor comodidad, imposible.

Cien por cien gestionado online por el propio cliente desde su dispositivo digital más cercano, Renault ofrece un nuevo servicio de renting contractable por completo a través de internet con el apoyo de su financiera de marca, RCI Bank and Services, y de la que es su operadora de servicios de Renting desde hace más de dos décadas, Overlease.

Sencillez, comodidad, rapidez y total seguridad. El nuevo servicio de renting online de Renault permite a sus clientes «elegir cómodamente desde su domicilio» el modelo que más se ajuste a sus necesidades o a las de su empresa. Para ello, el cliente debe acceder a la web you-rent-online Renault.es desde cualquier

dispositivo digital, móvil o fijo, donde encontrará toda la información necesaria para realizar la contratación de su nuevo coche.

A través de 'You Rent Online', Renault ofrece, por el momento, contratos

RENAULT OFRECE, POR EL MOMENTO, CONTRATOS DE OPERACIONES DE RENTING PARA TRES MODELOS DE SU GAMA: CLIO, KADJAR Y EL ELÉCTRICO ZOE

de operaciones de renting para tres modelos de su gama, el polivalente Clio, el SUV compacto Kadjar y su vehículo full electric Zoe. Los tres pueden contratarse en operaciones de 36 o de 48 meses con hasta tres rangos de kilometraje anual (10.000, 15.000 o 20.000 km). Las cuotas incluyen en el precio el seguro a todo riesgo sin límite de edad del conductor y sin franquicia, el mantenimiento del vehículo en los concesionarios oficiales, asistencia en carretera 24 horas al día, la gestión de las multas, vehículo de sustitución y el cambio de neumáticos durante la duración del contrato, en función del kilometraje contratado.

Mediante este sistema de contratación,

## UN PROCESO RÁPIDO, SENCILLO Y SEGURO CONTRATAR EN CINCO PASOS

Pedir, acreditar, reservar, firmar y recoger. La cumplimentación de estos cinco sencillos pasos es lo único que separa al cliente de su coche nuevo con Renault You rent Online. Un proceso rápido, sencillo y seguro que se efectúa en apenas unos minutos y que te permite disponer de un vehículo nuevo en la puerta de tu casa en apenas diez minutos. El proceso de contratación permite que en "cinco sencillos pasos" los clientes realicen toda la tramitación de su nuevo vehículo en renting. Son estos:

**1.- Realizar el pedido.** Accediendo a la web You rent online, los clientes pueden elegir su coche de entre los disponibles (actualmente sólo Clio, Kadjar y Zoe) en función de sus necesidades. Tras seleccionar las

condiciones de contratación que mejor se adapten a las mismas, el cliente puede optar por cualquier de los modelos antes mencionados y seleccionar el color. Los servicios incluidos en las operaciones de renting son los mismos para todos los clientes, que sí pueden optar por una duración del contrato de 36 o 48 meses, y kilometrajes anuales de 10.000, 15.000 o 20.000 km.

**2.- Aportar los documentos necesarios.** Tras realizar su pedido, el cliente recibe de inmediato en su correo electrónico un enlace completamente seguro a través del cual puede subir los documentos precisos para formalizar el contrato. El cliente deberá cumplimentar

la documentación crediticia aportando su DNI, una copia de la nómina y un justificante bancario de la cuenta a la que se cargarán el pago de las cuotas.

**3.- Efectuar la reserva.** Aportada la documentación necesaria, el cliente procede desde su domicilio a efectuar el pago de 500 euros en concepto de reserva a través de su tarjeta de crédito. Realmente no se trata de un pago, sino de un bloqueo por la citada cantidad en tu tarjeta que será bloqueado de inmediato cuando el cliente reciba su coche.

**4.- Firma electrónica del contrato de renting.** Desde el propio dispositivo digital móvil o fijo con el que está realizando el proceso de contratación, el

cliente podrá firmar digitalmente el contrato de renting. Efectuada la firma, Renault se compromete a entregarte tu nuevo vehículo en un plazo máximo de diez días a partir de ese mismo momento.

**5.- Recepción del vehículo.** El propio cliente es quien elige dónde quiere recoger su coche nuevo, bien en el concesionario de la marca más cercano a su domicilio, bien en su propio domicilio o lugar de trabajo. Renault se encargará de llevártelo a la dirección indicada y un asesor comercial de la marca se pondrá de inmediato en contacto con el cliente para proceder a la entrega y a proporcionarle toda la información que precise sobre el modelo para garantizar su correcto funcionamiento.

Renault se compromete a ofrecer una primera respuesta a a petición de renting en menos de 24 horas. Igualmente, permite probar el vehículo de la gama que el cliente elija y le garantiza asimismo una total tranquilidad durante la conducción con las amplias garantías que el fabricante francés aporta en todos sus modelos y

con una garantía adicional de movilidad mediante la cual Renault se compromete a aportar un vehículo de sustitución o una solución alternativa en caso de avería del vehículo durante tu viaje.

Para Jean Pierre Mesic, director general de Renault Iberia, «es un orgullo ver cómo las necesidades de los clientes cam-

bian y Renault se reinventa para ofrecerles algunos de los modelos insignia de nuestra gama sin que tengan que moverse de su casa mediante una contratación en cinco sencillos pasos y con la confianza de disponer de un mantenimiento de calidad realizado en los concesionarios y talleres oficiales de la red Renault».

## TRES MODELO ENTRE LOS QUE ELEGIR, DE MOMENTO

Por el momento son tres los modelos de la actual gama Renault los que pueden contratarse a través del nuevo servicio You Rent Online. Se trata del polivalente Renault Clio, el monovolumen compacto Kadjar y el full electric Zoe. El primero lo puedes contratar durante 48 meses desde 266,05 euros al mes dotado con la mecánica diesel dCi de 85 CV (63 kW) de potencia y con elementos

como volante forrado en semicuero, climatización manual, retrovisores eléctricos con función antiescarcha y el sistema Easy Link conectado con la pantalla táctil de 7", Radio DAB y Bluetooth compatible con Android Auto y Apple CarPlay en su equipamiento de serie. El Kadjar está disponible en contratos a 48 meses desde 353,78 euros al mes con el conocido y eficiente motor diesel dCi de 115 CV (85

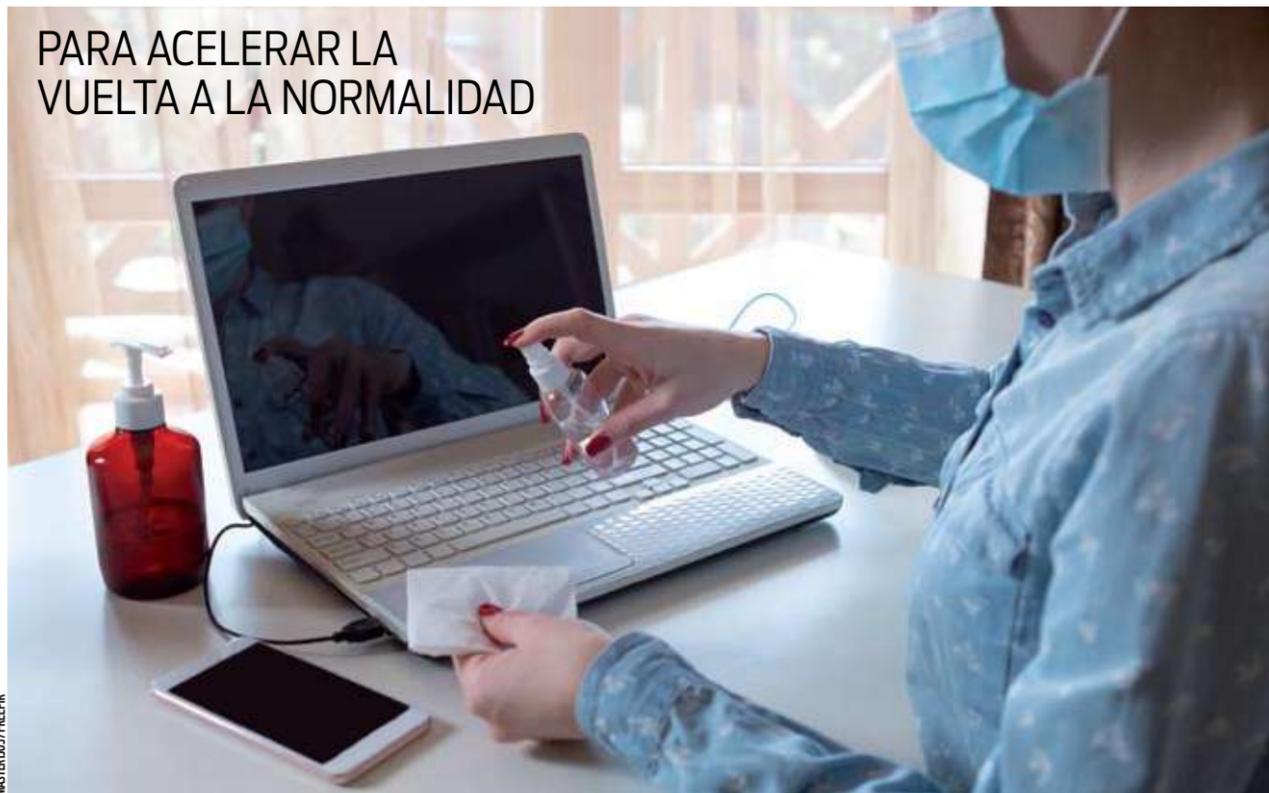
k-W y con elementos como el sensor de aparcamiento trasero, los faros antiniebla, los cristales laterales y traseros sobretintados, barras longitudinales sobre el techo y llantas de 17" incluidos en su amplia lista de equipamiento de serie. Finalmente, el eléctrico Zoe es por el momento la tercera opción disponible en este sistema de contratación online de renting de Renault.

Está disponible desde 444,41 € al mes sin la cobertura de neumáticos y desde 455,81 euros al mes con ella en contratos ambos de cuatro años de duración y con elementos como el sistema de reconocimiento de señales de tráfico, el asistente de mantenimiento de carril (LKA), el de ayuda al aparcamiento trasero y el cargador de inducción incluidos en su equipamiento.





## PARA ACELERAR LA VUELTA A LA NORMALIDAD



MASTERS/FREEMK

# ALD Automotive apuesta por entornos de trabajo seguros

Garantizar la seguridad tanto de los clientes como de sus empleados es el principal objetivo que ALD Automotive se ha fijado en su vuelta a la actividad. Y para ello lo primero en lo que ha pensado es en desarrollar entornos de trabajo seguros adoptando para ello las medidas de protección necesarias en todas sus operativas.

ALD Automotive se ha sumado al plan de adopción de medidas de protección frente al COVID-19 que se ha definido en el protocolo que ha sido adoptado mayoritariamente por los principales agentes del sector de automoción. Asociaciones como ANFAC, FACONAUTO, SERNAUTO y los sindicatos UGT y CC.OO. han definido un protocolo de acciones de seguridad tendiente a crear entornos limpios e higienizados en las operativas laborales del día a día para las empresas a las cuales representan.

El sector del automóvil ha sido uno de los pioneros en la definición y adopción de este tipo de protocolos de seguridad en su actividad y además ha procedido a 'normalizar' los mismos mediante la otor-

gación de sellos identificativos de los 'Centros Seguros frente al COVID-19'.

El citado sello se otorgará a las empresas que adopten las medidas incluidas en los protocolos definidos y los implementen en las distintas fases operativas de su actividad, tanto de forma interna, con sus empleados; como de forma externa, en sus actividades con los clientes. Además, para una mayor fiabilidad en la otorgación de los sellos, el proceso de emisión de los mismos estará controlado por TÜV SÜD.

Los distintivos permitirán reforzar la identidad de los servicios que las empresas que consigan este sello prestan en todo su ámbito de actuación, incluida también su red de colaboradores. Como agencia

de control del proceso, TÜV SÜD evaluará la adopción de las medidas de protección contra el COVID-19 en las distintas instalaciones de la compañía y de sus colaboradores.

En ALD Automotive, para alcanzar este objetivo se va a formar a un responsable de protección frente al COVID dentro de cada instalación de la compañía y se instalará a las empresas que colaboran con ellos a que hagan lo mismo con el fin de lograr lo antes posible la certificación de empresa segura frente al COVID-19.

Las empresas, talleres y servicios que obtengan la citada certificación, podrán lucir el sello acreditativo de la misma tanto en sus instalaciones como en sus páginas web y comunicaciones. Los sellos

## PERSONAS, PROCESOS E INSTALACIONES ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

Las actuaciones de ALD Automotive para alcanzar la máxima protección frente al COVID-19 abarcan fundamentalmente tres ámbitos de actuación: las personas, los procesos y las instalaciones. Respecto del primero, la seguridad de las personas, ALD contempla actuaciones que alcancen tanto a sus empleados como a sus clientes. Con ellas, lo que se busca es proporcionarles a todos ellos la tranquilidad de que por parte de la empresa se han

adoptado todas las medidas necesarias para garantizar la máxima seguridad. Junto con la necesaria formación al respecto de sus trabajadores para la correcta realización de sus labores de forma más higiénica y segura, ALD también proporcionará la información necesaria a todos sus clientes y, en aquellos casos en los que fuera preciso, los materiales de higienización y protección que fueran necesarios. Los procesos y flujos de trabajo dentro de la empresa y en la relación con los clientes y

colaboradores serán igualmente analizados y estudiados a fin de implementar las acciones necesarias para garantizar la mayor protección posible. Estas acciones se realizarán igualmente en todas las operaciones que afecten a las unidades de la flota de vehículos en alquiler de ALD y en cuantas operativas de atención al cliente se efectúen. Por último, pero no por ello menos importante, los talleres



colaboradores de ALD también serán controlados para verificar cómo se efectúan las labores de higienización de los mismos y controlar su completa higienización mediante la aplicación de las técnicas más efectivas para ello, con el fin de evitar y prevenir la propagación y contagio del virus.

son únicos e intransferibles, y cada uno de ellos va correspondientemente numerado para asegurar su autenticidad.

«Este sello es una garantía de protección frente al COVID dentro de nuestras instalaciones. Y, además, supone un importante ejercicio de responsabilidad por parte de la red de talleres y colaboradores de ALD», indica Valentín Martínez, director técnico operativo de ALD Automotive España. «En colaboración con TÜV SÜD –continúa Martínez–, ALD Automotive tratará de garantizar un mayor calidad en los protocolos de seguridad que inciden directamente en empleados y clientes de nuestros talleres, aumentando así la calidad en todos los procesos de la prestación de los servicios postventa, desde las reparaciones a la atención a los clientes...»

En su vuelta a la actividad laboral, lo primero que se ha realizado en las instalaciones de las instalaciones de ALD Automotive ha sido la adaptación de las mismas a esta 'nueva normalidad' que va a regir durante los próximos tiempos. Para ello, se ha instalado el equipamiento necesario para garantizar la seguridad de todo su personal durante su jornada laboral: mamparas, dosificadores y dispen-



▲ La seguridad de empleados y clientes es básica para ALD en la vuelta a la actividad.

sadores de mascarillas, guantes y geles hidroalcohólicos, cámaras termográficas, etc. Los pomos de todas las puertas de acceso a salas y otros espacios han sido readaptados para su apertura mediante el uso del antebrazo y en las mesas de trabajo se han instalado paneles de metacrilato para minimizar el posible contacto directo entre los trabajadores

Igualmente, se han reorganizado los espacios de trabajo (distancias seguras entre los distintos puestos asignados) y regulado el tránsito de personas en pasillos, escaleras y ascensores, creando direcciones de sentido único en los mismos siempre que ello fuera posible. Para ello, se ha recurrido a instalar una nueva señaliza-

ción en suelos y paredes, todo ello con el fin de asegurar el máximo respeto a mantener la distancia social, especialmente en aquellos lugares donde previsiblemente se pueden producir aglomeraciones de personas, como tornos, aseos, máquinas de vending, salas de espera y de reuniones, etc.

Por último, las franjas horarias de entrada y salida serán ampliadas y el personal de la plantilla de ALD se reorganizará por turnos, a fin de evitar las aglomeraciones en las horas punta. Igualmente y, a medida que vayan reincorporándose a su puesto de trabajo, todos ellos serán sometidos a test serológicos para garantizar una mayor seguridad global en la empresa.

Para Noemí Ruíz, directora de RR.HH. de ALD Automotive, «la implementación de todas estas medidas es clave para minimizar los riesgos y garantizar algo tan prioritario para ALD como es la salud de todo nuestro equipo. Y con los test que vamos a realizar a toda la plantilla previamente a su reincorporación, garantizamos además una mayor tranquilidad también para ellos mismos, para sus familias y para la sociedad».

## CERTIFICANDO LA SEGURIDAD DE TODOS TÜV SÜD GARANTIZA EL CUMPLIMIENTO DE LOS PROTOCOLOS

Para confirmar que no sólo se trata de una pegatina más puesta en la pared sino que todos los procesos no sólo existen sino que además se cumplen, ALD Automotive ha recurrido a uno de los líderes mundiales en empresas de certificación de la calidad y control de los procesos como es la alemana TÜV SÜD. «La seguridad de las personas

es la razón de ser de TÜV SÜD y con este propósito hemos alcanzado un acuerdo de colaboración con ALD Automotive. Así, a nuestra experiencia en el ámbito de la inspección y certificación de procesos se une a la intención de ALD de generar un entorno seguro frente al COVID para sus clientes y empleados», nos comenta Salvador López,

responsable de desarrollo de negocio del sector de la automoción de TÜV SÜD España y Portugal. Con este motivo, hemos definido un proceso de validación sólido y transparente que asegura la correcta

comprensión de las medidas a adoptar en las instalaciones de ALD, por ejemplo, mediante el nombramiento y la formación específica de un responsable de COVID-19 por parte de cada centro de trabajo y la realización de una auditoría posterior», explica Salvador López.





SEAT MÓ



◀ De izquierda a derecha, Wayne Griffiths, vicepresidente comercial de Seat y CEO de Cupra; la alcaldesa de Barcelona, Ada Colau; el presidente de Seat, Carsten Isensee; la consellera de Empresa Àngels Chacón y el responsable de Seat MÓ, Lucas Casanovas.

SEAT MÓ

# Apuesta en firme por la micromovilidad

No solo coches. Seat es consciente de que la movilidad está cambiando y que en pocos años las soluciones de micromovilidad, especialmente en las grandes ciudades, van a experimentar un importante auge. Y el fabricante español no quiere perderse su porción de este importante pastel.

Bajo el nombre de Mó (acrónimo que define a la palabra Movilidad en catalán), el fabricante español arranca con el proyecto que venía anunciando desde hace un par de años de integrar bajo su marca también la producción de vehículos destinados a satisfacer la micromovilidad eléctrica y sostenible en las grandes ciudades. Vehículos de carácter marcadamente individual que complementarán su cada vez mayor oferta de turismos permitiéndole así cubrir el im-

## ▶▶▶ MÓ EKICKSCOOTER 65, PATINETE ELÉCTRICO PARA DESPLAZAMIENTOS DE CORTO RECORRIDO

La entrada de Seat en el mundo del patinete no es nueva. Desde hace unos años ya ofrecía entre los complementos para algunos de sus vehículos el e-kickScooter 25, un patinete eléctrico con una autonomía para recorridos de hasta 25 kilómetros y capaz de alcanzar una velocidad máxima impulsado eléctricamente de 20 km/h. Ahora, Seat completa su oferta con una versión más dinámica y robusta, pero a la vez ligera y llamativa. Se trata del Mó eKickScooter 65, una nueva versión del patinete eléctrico más polivalente y capaz que incorpora para su impulsión un motor eléctrico de 350 W que se alimenta de la energía procedente de una batería de 551 Wh. Al igual que el e-Scooter, este eKickScooter dispone de hasta tres modos de conducción (Eco, Drive y Sport). Gracias a esta combinación, el Mó e-KickScooter puede disponer de hasta 65 km de autonomía en entornos urbanos, superando incluso pendientes de hasta 20 grados. De peso ligero para facilitar su carga una vez llegados al destino, la recarga de la batería de este patinete se puede efectuar en una toma de corriente doméstica con total normalidad. Para completar la carga de la misma en su totalidad precisa de seis horas. Su llamativa mezcla de color rojo y negro le aporta un indudable aire deportivo que recuerda a los modelos de la marca, con los que se identifica plenamente gracias al tradicional logotipo de Seat que luce en la barra de dirección. Seat tiene previsto iniciar de inmediato la venta de este nuevo vehículo de su gama, que ya está disponible en los concesionarios de la marca a precios inferiores a los 800 euros. Su equipamiento incluye luces delanteras y traseras, reflector lateral trasero para incrementar su visibilidad y sistema de frenada compuesto por un freno de tambor en la rueda delantera y sistema eléctrico de frenada para la trasera.



EL MÓ E-KICKSCOOTER PUEDE DISPONER DE HASTA 65 KM DE AUTONOMÍA EN ENTORNOS URBANOS, SUPERANDO INCLUSO PENDIENTES DE HASTA 20 GRADOS.



▶ En la foto superior, la consellera de Empresa Àngels Chacón se dirige a los asistentes al acto en 'Casa Seat'. A la derecha, el presidente de Seat, Carsten Isensee.



portante nuevo campo de los desplazamientos a corta distancia que cada vez más vienen produciéndose en las grandes ciudades y sumarse de esta manera al cada vez mayor número de empresas que apuestan por la micromovilidad como solución inteligente alternativa al

## ▶▶▶ MÓ SCOOTER 125, EL E-SCOOTER INTELIGENTE PARA LA GRAN CIUDAD

La primera motocicleta de Seat es un scooter eléctrico que podrá ser utilizado como vehículo alternativo por quienes dispongan del carnet de conducir de categoría B (turismos). Está elaborada en colaboración con el Silence, fabricante español de motocicletas participado por Seat, a partir de un producto ya existente en su gama y acorde a las exigencias de calidad de producción equipamiento y acabados que Seat exige en todos sus productos. Compacta, ligera y muy fácil de manejar, este e-Scooter dispone de un motor eléctrico de 9 kW de potencia integrado en el eje posterior, que se alimenta de la energía almacenada en la batería extraíble de iones de litio de 5,6kWh, con la que puede impulsarse a una velocidad máxima de 95 km/h en rangos de autonomía de hasta 125 kilómetros.

Acoplado a una transmisión automática de marcha única constante (CVT), apenas tarda 3,9 km en acelerar de 0-100 km/h, lo que le garantiza un más que aceptable impulso (su par máximo es de 240 Nm) al ponerse los semáforos en verde y dispone de tres diferentes modos de conducción (ciudad, deportivo y económico). Para facilitar las maniobras en parado, cuenta asimismo con marcha atrás.

Recargar la Mo 125 no obliga a dejar el Scooter enganchado a una toma de corriente en la calle. Gracias a la batería extraíble antes comentada, el usuario puede llevársela consigo a su domicilio, puesto de trabajo o lugar que elija para proceder a la recarga de la misma. De igual modo, si dispone de otra batería adicional —que puede transportar en la misma motocicleta mientras viaja— el usuario se garantiza así el doble de distancia en cuanto a autonomía para su traslado se refiere simplemente reemplazándola por otra igual a plena carga. El equipamiento de la Mo eScooter 125 cuenta además con un práctico baúl bajo el asiento con espacio suficiente para acoger dos cascos, así como un soporte en el manillar en el que poder situar un dispositivo móvil (navegador, Smartphone, etc). Seat tiene previsto iniciar las ventas de su nuevo e-scooter lo antes posible.

El precio estimado rondará los 6.500 euros, aunque también está previsto ofrecerlo en operaciones de alquiler de larga duración, sin compromisos de permanencia por unos 200 euros mensuales. Está disponible en tres colores mate de carrocería (rojo intenso, aluminio oscuro y blanco oxígeno). Seat tiene previsto ofrecer dos variantes de este modelo, una destinada a pasajeros y otra básicamente concebida para las empresas de servicios compartidos, que es la que cuenta con un cofre para la carga y con el soporte para el móvil incluidos.

Mediante una aplicación, los clientes que opten por este vehículo de Seat sabrán en todo momento tanto la localización de su e-Scooter como el nivel de carga de sus baterías. Igualmente, cuenta con dos puertos USB a través de los cuales conductor y pasajero pueden conectar sus distintos dispositivos móviles, bien para comunicarse entre sí, bien para recargar sus baterías.





SEAT MÓ



▲ Wayne Griffiths, vicepresidente comercial de Seat y CEO de Cupra, durante el acto de presentación de la nueva marca de movilidad de Seat.



▲ La alcaldesa de Barcelona, Ada Colau, participó en la presentación de la estrategia de movilidad de la marca celebrada en el nuevo espacio 'Casa Seat'.

transporte público para efectuar los desplazamientos en zonas urbanas.

Mó, La nueva unidad de negocio dedicada a los vehículos de micromovilidad de Seat tendrá su principal centro de operaciones en la nueva 'Casa Seat' que la marca ha abierto en la ciudad de Barcelona. Según Wayne Griffiths, vicepresidente comercial de Seat y CEO de Cupra, «Barcelona será el lugar donde probaremos y desarrollaremos nuestros nuevos modelos de movilidad urbana para exportarlos desde allí al resto del mundo».

La 'Casa Seat' es el nuevo hub de movilidad urbana de referencia de la marca española, donde esta estudiará y dará cabida a los nuevos desarrollos de movilidad urbana y desde ahí exportarlos al mundo. La 'Casa Seat' es la primera gran piedra de su nueva unidad de negocio estratégica que Seat anunció durante la celebración del Smart City World Congress y sus primeros productos son los dos vehículos que os mostramos en estas mismas páginas, el Mo eScooter 125 y el Mó eKickScooter 65. Con la casa Seat, la marca crea un hub dedicado por completo a la movilidad urbana que facilita un espacio de encuentro y desarrollo de nuevas ideas que faciliten afrontar los actuales retos de la movilidad urbana a través de la co-creación de nuevas soluciones en colaboración con distintos actores.

La Casa Seat va a promover encuentros para el intercambio de ideas, charlas, talleres y un sinfín de todo tipo de expresiones culturales que fomenten y faciliten una mayor cultura en torno a la movilidad, la sostenibilidad y la tecnología, al tiempo que permitan expresar la actividad que el fabricante español viene desarrollando en estos campos con sus productos y actividades.

▶▶▶ NUEVOS SERVICIOS COMPARTIDOS SEAT SE PASA DEL COCHE A LA MOTO

Con la pandemia y la nueva normalidad, la marca española ha decidido posponer su actividad en el mundo del Carsharing y ha paralizado su colaboración con Respiro para la puesta en marcha de este tipo de servicios, dado que por el momento, su viabilidad no responde a las exigencias de calidad, servicio y rentabilidad que el fabricante querría aportar a sus clientes.

Además de una nueva marca de vehículos eléctricos de micromovilidad, Seat Mó también va a ser el nombre del nuevo servicio de Motosharing que Seat va a poner en marcha a partir de este mismo mes de julio, arrancando inicialmente en Barcelona como primer emplazamiento comercial de esta actividad. Según comentó Lucas Casanovas, responsable de Seat Mó en España, «estos dos nuevos vehículos de la gama Seat junto con la entrada en el mundo del motosharing demuestran nuestra firme apuesta por adaptarnos a las nuevas necesidades de las ciudades y sus ciudadanos a través de soluciones de micromovilidad eficientes y sostenibles».



# Motor 16

## FLOTAS & EMPRESAS

### Todo lo que un emprendedor, un autónomo o un profesional debe saber del mundo del renting y las flotas

Si quieres recibir la revista envía un correo con tus datos a [motor16@motor16.com](mailto:motor16@motor16.com)



- ▶ Mercado: Las empresas tiran de las matriculaciones
- ▶ Micropymes y autónomos aumentan su interés por el renting
- ▶ Arval entra de lleno en el renting flexible
- ▶ Gama Seat TGI: eficiencia económica en tu flota
- ▶ Fernando Cogollos, director general de Northgate Renting Flexible: «Hay una gran oportunidad de hacer cosas, el mercado está muy abierto»

Nombre: .....

Apellidos: .....

Dirección: .....

Tel: ..... mail: .....

Empresa: .....

Cargo: .....

Síguenos en...



Motor16.com la información puesta a punto

# Pon tu negocio en movimiento con nuestras 5 tecnologías eléctricas.

Mucho más que híbridos.



Kona Eléctrico

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

**Hyundai. Full Electric. Full Power.**



**KONA**  
• Híbrido  
• Eléctrico

**NEXO**  
• Pila de combustible de hidrógeno

**IONIQ**  
• Híbrido  
• Híbrido-enchufable  
• Eléctrico

**TUCSON**  
• Híbrido 48V



Con etiqueta ECO y 0 emisiones.



**5** DE GARANTÍA SIN LÍMITE DE KM

**8** GARANTÍA DE BATERÍA

Gama Hyundai KONA EV: Emisiones CO<sub>2</sub> combinadas (gr/km): 0 durante el uso. Consumo eléctrico (Wh/km): 150 (batería 39,2 kWh) - 154 (batería 64kWh). Autonomía WLTP (km): 289 (batería 39,2 kWh) - 449 (batería 64kWh). Gama

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

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