



FLOTAS & EMPRESAS

# Motor 16 EXTRA

## LOS RETOS DE LAS EMPRESAS FRENTE A LAS NUEVAS FORMAS DE MOVILIDAD



► **Hablamos con...**  
**Eduardo Divar,**  
**director general de Kia Iberia:**

«Nuestra fiabilidad es nuestro mejor aval, transmitimos confianza a las empresas»

- **Mobilize Driver Solutions: primer servicio de suscripción 'todo incluido' para taxis y VTC**
- **Hyundai VIVE: el car sharing rural**
- **Vehículo de sustitución: un servicio necesario, pero no siempre disponible**

# Pasa tu empresa a la sostenibilidad con la gama ECO de Hyundai.

Única marca con 5 tecnologías eléctricas.



La movilidad Eco ya es una realidad para todos. Por eso, Hyundai te ofrece la solución que mejor se adapta a las necesidades de tu empresa para que dé el salto a una movilidad más sostenible. El nuevo IONIQ 5 100% eléctrico te ofrece lo mejor de la sostenibilidad, junto con un diseño único y lo último en tecnología, convirtiéndolo en un coche con una personalidad única. Si lo que buscas es un coche más urbano, la Gama KONA te ofrece todo eso en sus modelos híbrido, híbrido 48V y eléctrico. Pero, si lo que necesita tu empresa es un coche espacioso, versátil y con un diseño innovador, en la Gama TUCSON encontrarás todo eso, en sus versiones híbrida, híbrida enchufable e híbrida 48V.

Descubre la solución perfecta para tu flota de empresa, con Hyundai.



**TUCSON**  
• Híbrido 48V.  
• Híbrido.  
• Híbrido enchufable.

**KONA**  
• Híbrido 48V.  
• Híbrido.  
• Eléctrico.

**IONIQ 5**  
• Eléctrico.

**0** Con etiqueta ECO y 0 emisiones.



**5 AÑOS** **Garantía sin límite de km**

**8 AÑOS** **Garantía de Batería**

Gama TUCSON HEV: Emisiones CO<sub>2</sub> (gr/km): 125-149. Consumo mixto (l/100km): 5,5-6,5. Gama KONA EV: Emisiones CO<sub>2</sub> combinadas (gr/km): 0 durante el uso. Consumo eléctrico (Wh/km): 143 (batería 39,2 kWh) – 177 (batería 64 kWh). Autonomía en uso combinado (km)\*: 305 (batería 39,2 kWh) – 484 (batería 64kWh). Autonomía en ciudad (km)\*: 435 (batería 39,2 kWh) – 660 (batería 64kWh). Hyundai IONIQ 5: Emisiones CO<sub>2</sub> combinadas (gr/km): 0 durante el uso. Consumo eléctrico (Wh/km): 167 (batería 58 kWh) – 190 (batería 73 kWh). Autonomía en uso combinado (km)\*: 384 (batería 58 kWh) – 481 (batería 73kWh). Autonomía en ciudad (km)\*: 587 (batería 58 kWh) – 686 (batería 73kWh).

Valores de consumos y emisiones obtenidos según el nuevo ciclo de homologación WLTP. \*Autonomía oficial conforme al Nuevo Ciclo de Conducción WLTP. La autonomía real estará condicionada por el estilo de conducción, las condiciones climáticas, el estado de la carretera y la utilización del aire acondicionado o calefacción. Modelos visualizados: Nuevo TUCSON Híbrido STYLE, Nuevo KONA EV Style e Ioniq5 Energy. La garantía comercial de 5 años sin límite de kilometraje y la de 8 años o 160.000 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. Más información en la red de concesionarios Hyundai o en [www.hyundai.es](http://www.hyundai.es)



FLOTAS & EMPRESAS

SUMARIO

## Motor 16

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

**EDITOR-FUNDADOR:**  
Ángel Carchenilla - [acarchenilla@motor16.com](mailto:acarchenilla@motor16.com)

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

**Diseño:**  
Juan González Aso - [jgonzalezaso@motor16.com](mailto:jgonzalezaso@motor16.com)

**Coordinación:** Guillermo López

**Redacción:**  
Gregorio Arroyo - [garroyo@motor16.com](mailto:garroyo@motor16.com)  
Fede Asensio - [fasensio@motor16.com](mailto:fasensio@motor16.com)  
Álvaro Gª Martins - [amartins@motor16.com](mailto:amartins@motor16.com)  
Julián Garnacho - [jgarnacho@motor16.com](mailto:jgarnacho@motor16.com)  
Bryan Jiménez - [bjimenez@motor16.com](mailto:bjimenez@motor16.com)  
Iván Mingo - [imingo@motor16.com](mailto:imingo@motor16.com)  
Álvaro Ruiz - [aruiz@motor16.com](mailto:aruiz@motor16.com)  
Montse Turiel - [mturiel@motor16.com](mailto:mturiel@motor16.com)

**Consejo editorial:**  
María Jesús Beneit, Andrés Mas, Alfonso J. Nieto

**Publicidad:**  
Gustavo Segovia - [gsegovia@motor16.com](mailto:gsegovia@motor16.com)  
Teléfono: 699 697 507

**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. Correo electrónico: [motor16@motor16.com](mailto:motor16@motor16.com)

Es una publicación de:

**grupo merca2**

**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: M30.247.983



© 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.

Multimodalidad, micromovilidad...  
**¿Soluciones para los desplazamientos de empresas? 4**

Hablamos con...  
Eduardo Divar,  
Director General Kia  
**«Nuestros coches y servicios tienen un valor, no entramos a subastas por lograr una flota» 16**

Santander Renting:  
Soluciones de movilidad  
**Un producto accesible a todos 24**

Hablamos con...  
Arantxa Hernando,  
Directora Global de Operaciones, Experiencia Cliente y Transformación Digital de ARVAL  
**«Digitalizar no deshumaniza, ayuda a ganar tiempo para añadir valor a la empresa» 28**

Mobilize Driver Solutions  
**Primer servicio de suscripción "todo incluido" para Taxis y VTCs 34**

Vehículo de sustitución  
**Un servicio necesario pero no siempre disponible 38**

ALD  
Ecomotion Tour 2022  
**Reducir consumos no solo es necesario; también es posible 42**

Hyundai VIVE  
**Movilidad sostenible accesible para entornos rurales 48**



MULTIMODALIDAD, MICROMOVILIDAD...

# ¿Soluciones para los desplazamientos de empresas?

La nueva movilidad está transformando nuestra sociedad pero ¿están nuestras empresas preparadas para ello? ¿Son aptas las plataformas multimodales de movilidad y los vehículos de micromovilidad para los viajes corporativos? Ahora que la movilidad de las empresas recupera su actividad muchos se lo preguntan.

El futuro de la movilidad urbana será sostenible, multimodal y conectado. Los usuarios podrán elegir la opción u opciones de movilidad que precisen en cada momento y que más se ajusten a sus necesidades en cada desplazamiento. Según los expertos, el crecimiento de la movilidad flexible bajo demanda es ya imparable y se calcula que a finales de este mismo año 2022 el uso de plataformas de multimodalidad se habrá generalizado al menos en las grandes ciudades don-

de ya están presentes. En Europa hay ya más de 265 millones de coches circulando por calles y carreteras. Se estima que para 2025, esta cifra habrá aumentado en torno a unos 10 millones de unidades más. Coches que, curiosamente, permanecen aparcados, parados, en un mismo sitio el 95 por ciento del tiempo que dura su vida útil. Un auténtico desperdicio, en materia de inversión, recursos y, en especial, de espacio, un bien cada día más escaso en los núcleos urbanos.

Si aparcáramos un coche junto a otro, esa nueva decena de millones de vehículos que se espera crezca el parque europeo en apenas tres años ocuparía un espacio superior al que tiene una ciudad de tamaño medio como es Zaragoza. La borraría por completo del mapa. Si lo comparásemos con una metrópoli de mayor tamaño como es Madrid, estaríamos hablando de una sexta parte del espacio que ocupa la ciudad. Y ojo, que hablamos de todo el espacio: calles y edi-

## IA APLICADA AL TRANSPORTE DE PASAJEROS TRANSPORTE SANITARIO A DEMANDA

Los servicios de taxi compartido en ciudad son una forma más de moverse y desplazarse que ha venido evolucionando en los entornos urbanos en los últimos años. Gracias a las nuevas tecnologías están proporcionando interesantes servicios a determinados grupos poblacionales y tanto el interés por su modelo de negocio como la demanda está en aumento en estos últimos años. Uno de los modelos de negocio que este servicio de taxi a demanda está generando un mayor éxito es sin duda el del transporte sanitario a demanda. Un servicio que ya está muy presente en países como los EE.UU y Japón o en ciudades como Berlín, Londres o París. El transporte sanitario de pacientes en España está regulado por distintas leyes y normativas que diferencian entre el transporte sanitario de pacientes asistido y el no asistido. Estos últimos se suelen cubrir mediante el uso

de taxis o plataformas VTC. Esa es la razón por la cual las instituciones valoran la cantidad de vehículos disponibles para la realización de los viajes que son objeto de este cometido sin tener en cuenta otro tipo de aspectos igualmente relevantes, como puede ser la huella de carbono que dejan estos servicios, los gastos, la satisfacción de los clientes por el servicio,... Esto choca directamente con los objetivos globales de sostenibilidad y respeto al medioambiente. En el mercado ya hay soluciones que facilitan el transporte a demanda (DRT - Demand Responsive Transport) aplicado a cualquier colectivo. Esta tecnología ya está presente en el sector de las VTC, donde ya se puede compartir viaje con otros usuarios en un vehículo con chofer cuya trayectoria se va modificando en tiempo real en función de la demanda que del servicio efectúan los usuarios.



Gracias al empleo de la inteligencia artificial (AI) las necesidades de transporte de determinados usuarios se pueden incluso "predecir", lo que facilita la creación de rutas dinámicas a través de las cuales se podría llegar a ahorrar más del 20 por ciento del gasto que anualmente se genera por estos desplazamientos. Ahorro al que además habría que añadir la importante rebaja que ello también supondría en los volúmenes de emisiones

de CO2, NOx y partículas contaminantes que en ese mismo período se generan. Igualmente, la implantación de un servicio bajo estos condicionantes permitiría también reducir el número de vehículos en circulación utilizados para estos desplazamientos. Y todo ello con un importante incremento en la calidad percibida que los usuarios de los mismos experimentan durante sus traslados.

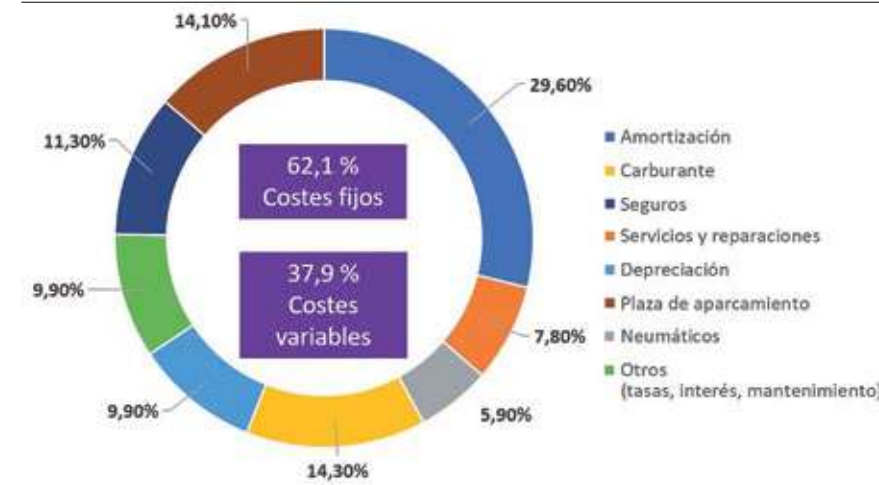
ficios. Si nos ceñimos solo al espacio que ocupan los viales la superficie ocupada excedería los 115 km² que se calcula ocuparían tantos coches juntos.

El uso de movilidad a título individual en coches particulares está en cuestión. Las nuevas generaciones ya no quieren un coche en propiedad. Es caro de adquirir, de mantener, de usar,... y suponen una carga y una responsabilidad exagerada para el tiempo que realmente hacemos uso de él. Más tecnológicas y nativas digitales, las nuevas generaciones de españoles prefieren apostar por el uso que por la propiedad de un automóvil. Les resulta mucho más práctico y razonable.

Un simple ejemplo. El uso de coches compartidos permitiría que la presencia de vehículos en las ciudades se redujera hasta que estos ocuparan seis veces menor espacio. Por cada coche compartido en movimiento hay unos seis coches parados en la ciudad ocupando espacio. Según cálculos, en una ciudad en la que exclusivamente hubiera movilidad compartida, apenas harían falta el 10 por ciento de los vehículos existentes actualmente en ella para que su población se pudiera desplazar con total normalidad.

La movilidad está cambiando. Hay cambios tecnológicos y sociológicos muy

## COSTES DE UN AUTOMÓVIL EN PROPIEDAD



acusados que están transformando la forma que las personas tenemos de desplazarnos en general y de manera muy especial en las ciudades y entornos urbanos. Buscamos una movilidad más racional, menos onerosa y, sobre todo, mucho más apoyada en las nuevas tecnologías para desplazarnos más certeramente, con las menores pérdidas de tiempo posibles y de la forma más sostenible y ecológica a nuestro alcance.

Y esta actitud está cambiando nues-

tro entorno cada vez más rápidamente. Los cambios se aceleran. Lo acaba de hacer la UE adelantando en cinco años, de 2040 a 2035, el final de la comercialización de vehículos con motores de combustión interna (ICE) en su territorio. Esto acabará con los vehículos diésel y gasolina, pero también con los híbridos y los de gas. Y las cifras corroboran que la sociedad ya se ha puesto en marcha para seguir ese camino. Cada vez se matriculan menos coches, el uso de siste-



MULTIMODALIDAD Y MICROMOVILIDAD CORPORATIVA

mas de vehículos compartidos (Sharing, suscripción, renting flexible, etc) se incrementa; se dispara el número de vehículos de movilidad personal (los VPM: microcoches, motos, bicis y patinetes eléctricos) en las calles y cada vez hay mayor número de zonas de acceso restringido a la circulación de coches y camiones (ZBE) y aumentan notablemente los espacios exclusivos de uso peatonal.

Las matriculaciones de turismos descendieron un 21 por ciento en 2020 y un 1 por ciento en 2021. En lo que va de año llevamos acumulado un descenso del -11,5 %, cifra que replica el 11 por ciento la evolución del mercado de este último mes de mayo. Y ya, ni tan siquiera las cifras acumuladas en el canal de empresas o las realizadas por los canales de renting ayudan. Aunque el peso del renting se incrementa como opción para hacerse con un vehículo (25,30 % de las unidades matriculadas ya son en Renting) por tercer mes consecutivo las cifras de matriculaciones de renting han descendido con respecto a las del año anterior y, en lo que va de año se han matriculado un 13,45 por ciento menos unidades que en 2021 por esta vía.

Que el cambio es un hecho también lo confirma el hecho de que desde 2008, el número de nuevos permisos de conducir concedidos por la Dirección General de Tráfico ha descendido nada menos que un 50 por ciento hasta el año 2020, último año del cual hay estadísticas.

Pero sin embargo, los usuarios no abandonan el uso del coche para utilizar el transporte público. En las cuatro principales ciudades españolas, el uso del autobús público se redujo en un 33 por ciento en 2021 frente al que se realizaba en 2019 y las ciudades con servicio de metro lejos de incrementar el número de usuarios lo mantienen prácticamente invariado.

Sí hay, por el contrario, un elevado incremento en el uso de otros tipos de movilidad. Así, por ejemplo, el número de usuarios de bicicletas para sus recorridos en ciudad se ha incrementado en 700.000 personas, de las cuales un 10 por ciento recurre al uso de bicicletas eléctricas. Y la utilización de patinetes eléctricos se disparó en un 500 por ciento solo en 2019.

UNA APP, TODAS LAS OPCIONES

+225.000

Usuarios activos patinetes, bicis, motos eléctricas y coche compartido

+2.300%

Viajes multimodalidad

+300%

uso por vehículo



CADA VEZ SE MATRICULAN MENOS COCHES, EL USO DE SISTEMAS DE VEHÍCULOS COMPARTIDOS SE INCREMENTA Y SE DISPARA EL NÚMERO DE VEHÍCULOS DE MOVILIDAD PERSONAL

La micromovilidad, los desplazamientos utilizados en los llamados vehículo de movilidad personal (coches compartidos, microcoches eléctricos, motos eléctricas, bicis eléctricas, y patinetes eléctricos) se extiende por las ciudades. El número de viajes de ride-hiling (servicios de transporte de viajeros con conductor) se ha incrementado en un 40 por ciento. Y el

uso de plataformas multimodalidad de movilidad también crece desaforadamente. Desde finales de 2021, más de 81 millones de europeos han accedido a dos o más modos de transporte a través de una única plataforma multimodal de movilidad como la de Free Now, empresa que también confirma que los viajes combinados utilizando modos de micromovilidad y de coche compartido se incrementan a un ritmo aún mayor que los de ride-hiling antes comentados.

Sólo en 2022, el número de clientes de la plataforma de multimodalidad Free-Now viene experimentado crecimientos de un 10 por ciento semanales en cuanto al número de nuevos usuarios de sus servicios se refiere. Y a finales de marzo, el número de viajes realizados con respecto a la misma fecha de 2021 se había duplicado.

Resistirse a la nueva movilidad no parece razonable. Incluso un gremio como



el de los taxistas, habitualmente opuestos de manera incluso radical a todo aquello que pueda dañar su negocio, comienza a contemplar como un aliado a estas nuevas formas de movilidad, entre las cuales incluso se encuentran sus ya tradicionales "enemigos", los VTCs.

Según datos proporcionados por Free Now recabados del sector del taxi, el 42 por ciento de los taxistas considera la multimodalidad como beneficiosa tanto para el sector del taxi como para el propio trabajo del taxista. Para el 69 por ciento de los taxistas, la integración de los diferentes modos de transporte en una única aplicación es un buen sistema para ayudar a generar más servicios para el Taxi, y un 64 por ciento considera que la presencia del taxi en esas plataformas atraerá a nuevos usuarios al taxi, al poder comparar los precios de los distintos servicios. El 55 por ciento de los taxistas también ven como una ventaja la mayor libertad de movimientos en sus desplazamiento que las aplicaciones multimodales de movilidad facilitan a los usuarios. Para muchos de ellos, muchos pasajeros utilizarán el taxi conjuntamente con otros modos de desplazamiento en sus trayectos.

Curiosamente, sólo un 19 por ciento de los taxistas confía en que el uso generalizado de las plataformas multimodales de movilidad resten significativamente vehículos de la circulación en las grandes ciudades.

Y llega el momento de responder a las preguntas que dan origen a este reportaje. ¿Son adecuados los sistemas

multimodales de movilidad para los desplazamientos corporativos de las empresas? Lo cierto es que algunos de estos sistemas (como explicamos en algunos de los recuadros que acompañan a esta información en estas mismas páginas) ya responden a la pregunta. Y en paginas posteriores también mostramos en otros temas de este mismo número de Flotas y Empresas algunos servicios que ya atraen el interés de las organizaciones para su movilidad corporativa. Poco a poco, tanto la multimodalidad como la micromovilidad comienza a calar en una movilidad empresarial que comienza no sólo a recuperar los niveles de actividad previos a la pandemia sino incluso a superarlos.

En enero de este mismo año 2022, el número de viajes corporativos se incrementó en un 55 por ciento y en febrero el incremento registrado fue del 84 por ciento. Las nuevas plataformas multimodales atraen a las corporaciones, que aprecian en ellas ventajas interesantes.

LA MOVILIDAD EMPRESARIAL RECUPERA LOS NIVELES DE ACTIVIDAD PREVIOS A LA PANDEMIA. EN ENERO DE ESTE AÑO, EL NÚMERO DE VIAJES CORPORATIVOS SE INCREMENTÓ EN UN 55 POR CIENTO Y EN FEBRERO EL INCREMENTO FUE DEL 84 POR CIENTO.

Sus servicios pueden llevarles a dejar de incentivar a sus trabajadores con vehículos de empresa, ofreciéndoles a cambio paquetes de movilidad utilizables tanto durante su actividad laboral como durante su ocio personal.

Hay que tener en cuenta que un 40 por ciento de los empleados manifiesta que le gustaría poder acudir a la oficina en bicicleta y que el 37 por ciento de estos la utilizarían incluso para desplazarse a reuniones en la ciudad. Por razones como esta cada vez es más frecuente que a modo de incentivo, las empresas remuneren a sus trabajadores con distintas fórmulas de gasto en movilidad. Así, el 47 por ciento de las organizaciones ya cuenta con presupuestos específicos de multimodalidad para sus trabajadores, para que estos los utilicen como alternativa al coche corporativo. Un 45 por ciento también los usan como alternativa a los propios coches corporativos, lo que permite reducir el número de vehículos de empresa en la flota al tener garantizada la movilidad, con una importante reducción en el gasto que ello supone para el presupuesto tanto de la flota como de la empresa.

Sin embargo, hay muchas empresas que no están conformes con que sus trabajadores utilicen VPMs o vehículos de micromovilidad en sus desplazamientos. Los consideran un peligro para la integridad de sus trabajadores y prefieren no arriesgarse.

Razón no les falta. Según un informe de la Fundación Línea Directa en los últimos diez años la accidentalidad en las

MULTIMODALIDAD Y MICROMOVILIDAD CORPORATIVA

USO DE VEHÍCULOS DE MICROMOVILIDAD SEIS DE CADA DIEZ ESPAÑOLES DESCONOCEN LA NORMATIVA

Según un reciente estudio elaborado por la plataforma de servicios de movilidad FreeNow, seis de cada diez españoles no conocen la normativa referente a los vehículos de movilidad personal y compartida (bicis, patinetes, motos y coches compartidos). Un número ciertamente elevado si tenemos en consideración que más del 40 por ciento de los españoles afirma que utiliza habitualmente estas nuevas formas de movilidad.

Según el informe de Free Now, ese 40 por ciento afirma utilizar estas nuevas fórmulas de movilidad varias veces al mes, especialmente en el entorno de las grandes ciudades y su denso tráfico urbano, donde, además, se concentra en mayor medida la disponibilidad de una mayor oferta de este tipo de vehículos. El 54 por ciento de los españoles afirma haber utilizado patinetes, bicis, motos o coches compartidos. Los jóvenes de entre 18 a 25 años y los ciudadanos de entre 31 a 40 años son los que hacen un mayor uso de estos medios de transporte, cuya opción favorita, por el momento, es el coche compartido.

Las soluciones tipo carsharing son las que más se ajustan a sus necesidades de movilidad, según indica el 60 por ciento de los encuestados en el informe de Free Now. Le siguen las soluciones de motosharing, con

un 38 por ciento; las de bicicletas eléctricas, con un 26 %; y, finalmente, las de patinetes eléctricos con un 15 %.

Para el 74 por ciento de los encuestados, el uso de vehículos de micromovilidad y de sistemas de movilidad compartida se debe a la gran facilidad y comodidad que estos le ofrecen a los usuarios para desplazarse mejor por la ciudad. El 56 por ciento también destaca la mayor facilidad que ofrecen para llegar al centro de la ciudad y aparcar más fácilmente. El 51 por ciento opta por estos medios de transporte por la rapidez que les proporciona (no padecen los atascos ni las congestiones del tráfico de igual manera). Finalmente, un 40 por ciento también destaca que son una opción mucho más sostenible que el uso de un vehículo particular.

Sin embargo, curiosamente, el uso de vehículos de micromovilidad y de sistemas de movilidad compartida está más asociado a los momentos de ocio particulares que a la actividad laboral o personal diaria. Así, para casi el 60 por ciento de los encuestados, el uso es más por diversión, mientras que apenas un 24 por ciento los tiene en consideración a la hora de utilizarlos para sus



desplazamientos al trabajo o por motivos laborales. Volviendo al tema que nos ocupa, resulta especialmente preocupante el desconocimiento generalizado que, en general, tanto los usuarios como la población en general tenemos en cuanto a normativas de circulación y seguridad vial tienen los vehículos de micromovilidad y de sistemas de movilidad compartida. Y ello pese a su creciente presencia en nuestras calles y uso que se hace de los mismos. Apenas 2 de cada 10 personas encuestadas conocen las reglas de uso de los patinetes eléctricos. De hecho, el 60 por ciento de los jóvenes de entre 18 a 25 años de edad afirman no utilizar estos medios de transporte por desconocer la normativa y no saber cómo utilizarlas, no por no sentirse atraídos a ello. Otros sistemas con mayor

tiempo de presencia en nuestras calles si han generado un mayor conocimiento sobre sus condiciones de utilización. Así el 36 por ciento conoce la normativa relativa a los coches compartidos y el 37 por ciento la de las motos compartidas. En cambio, respecto de los patinetes hay un amplio desconocimiento. "Está en manos de los proveedores de movilidad, de las autoridades públicas y de las propias plataformas de servicios MaaS, el fomentar una labor educativa y divulgativa respecto a cómo utilizar de manera segura los nuevos vehículos y servicios de movilidad personal y compartida. Sólo así podrán convivir de forma ordenada y segura en nuestras ciudades con el resto de vehículos y usuarios", comenta la directora general de Free Now España, Isabel García Frontera.



AUMENTO DE VIAJES 2021 VS. 2020(%)

Los servicios de Ride-Hailing, moto y bici eléctrica han experimentado un fuerte aumento debido al aumento de la demanda por parte de los usuarios y los nuevos servicios disponibles en la app de FREE NOW

usuarios de estos vehículos ya ha sufrido algún accidente.

Según las estimaciones del informe de la fundación Línea Directa, el número de

accidentes que podrían producirse con vehículos de micromovilidad implicados en ellos durante esta década hasta 2030 podría superar los 709.000. Una cifra que

TENDENCIAS DE MULTIMOVILIDAD

Durante este año 2022 se están apreciando distintas tendencias que van marcando la transición de la sociedad hacia una mayor aceptación y uso de los sistemas de multimodalidad por los beneficios que estas soluciones aportan a la vida y los desplazamientos en los núcleos urbanos. Estas son algunas de las principales que hemos detectado

RECUPERACIÓN DE LOS SERVICIOS DE RIDE-HAILING.

Superada la pandemia y tras el parón invernal, las empresas han acelerado y los viajes corporativos se están incrementando a fuerte ritmo. Por otra parte, la reactivación del sector turístico y la recuperación en cuanto a celebración de eventos se refiere también esta provocando un notable incremento en la demanda de servicios de ride-hailing, lo que hace que las flotas de las compañías que se dedican a esta actividad se estén reactivando todas ellas. La demanda de conductores por parte de las mismas se ha disparado. Esta mayor demanda junto a la reciente regulación de su actividad y condiciones laborales, está contribuyendo a mejorar la situación de estos profesionales. Se espera que a finales de este 2022 la actividad del sector supere a la ya existente en 2019 antes de la llegada del COVID 19.

AMPLIACIÓN DE LA OFERTA Y EVOLUCIÓN ELÉCTRICA DE LAS FLOTAS.

La creciente preocupación por el medioambiente y las nuevas normativas regulatorias en las ciudades están provocando un mayor interés por los vehículos electrificados tanto en las empresas como entre los particulares. A la mayor demanda, también se le suma una mayor y más completa oferta de los mismos por parte de los fabricantes. El mayor volumen de ayudas disponibles facilita la transición. Las empresas y sus flotas aceleran su transición a la movilidad eléctrica. Esto se nota especialmente en las



flotas de servicios de movilidad compartida, que no sólo generan nuevos servicios y membresías sino que gracias a la incorporación de vehículos eléctricos están ampliando el número de usuarios de sus servicios de movilidad.

MOVILIDAD SOSTENIBLE Y COLABORATIVA.

Las opciones de multimodalidad crecen, pero lo hacen de manera ordenada y sostenible. Tras unos inicios un tanto desahogados, las opciones de multimodalidad en las ciudades se han ordenado. Las ciudades han entendido que deben proporcionar este tipo de servicios a sus ciudadanos y las empresas están apostando por ofrecer servicios de alta calidad que respondan a las expectativas de sus clientes. Estos también empiezan a comprender que la movilidad es cuestión de todos y que el trato a los vehículos disponibles y su correcta utilización en el entorno es vital para la convivencia de todos. Se comienza a percibir una priorización de las soluciones de transporte sostenibles frente al uso del transporte privado para determinados desplazamientos en el interior de los núcleos urbanos. Igualmente crece la colaboración entre las empresas y las plataformas de multimodalidad para la realización no sólo de los viajes corporativos urbanos, también de los desplazamientos de los trabajadores desde sus

domicilios al centro de trabajo al inicio u finalizar la jornada laboral.

APLICACIONES MULTIMODALES MÁS COMPLETAS.

Tras un periodo de crecimiento en el número de aplicaciones de servicios multimodales de movilidad, la presencia de estas comienza a estabilizarse y, sobre todo, a mejorar los contenidos de cada una de ellas. Los clientes demandan aplicaciones completas, que ofrezcan todos los servicios de movilidad a su alcance y que les permitan acceder directamente al uso de los mismos con un solo clic. Los ciudadanos quieren disfrutar de un ecosistema que integre todo cuanto precisan para sus desplazamientos por la ciudad de manera fácil y segura. Junto a la integración de todos los servicios de movilidad, también se está produciendo en ellas la integración de otro tipos de servicio, como los de paquetería y mensajería, reservas en restaurantes y hoteles, envíos de comida a domicilio, etc.

MAYOR Y MEJOR REGULACIÓN DEL MERCADO.

Tras un periodo inicial en el que las Administraciones públicas se vieron superadas ante la falta de normativa y regulación existen en el sector, la ordenación y clarificación del mismo ha avanzado adecuadamente. Con las nuevas normativas y regulaciones se observa una

tendencia a la licitación de los servicios de movilidad a la hora de permitir la presencia de nuevos operadores de servicios de micromovilidad en las calles. Igualmente ha mejorado y lo seguirá haciendo en un futuro la regulación en materia de seguridad, estableciendo para ello nuevos límites de velocidad, zonas designadas para la circulación y aparcamiento de bicicletas y patinetes eléctricos, sus modos de uso. En definitiva, se han establecido normas que contribuyen a una mayor seguridad vial y que facilitan su convivencia con otros medios de transporte

USO DE COCHES COMPARTIDOS Y DE ALQUILER.

La transición a la movilidad eléctrica y el por el momento elevado precio de los nuevos vehículos eléctricos favorecen un mayor uso de servicios de carsharing y renting. Los proveedores de coches compartidos cada vez ofrecen un mayor número de tipos de alquiler y sistemas de pago por uso a corto, medio y largo plazo. Alquileres que además vienen dotados de una creciente e imparable flexibilidad para satisfacer y adaptarse a las necesidades reales de los clientes en materia de movilidad. El sector de la movilidad está claramente al alza y se espera que durante esta próxima década experimente importantes crecimientos en su actividad.



### DATOS E INSIGHTS PARA CONOCER A FONDO EL SECTOR Y SUS EMPRESAS OBSERVATORIO DE MOVILIDAD URBANA SMARTME ANALYTICS

#### LOS SERVICIOS DE MOVILIDAD URBANA QUE LIDERARON EL 2021

▲ Top 5 extraído del estudio del Observatorio de Movilidad Urbana perteneciente a Smartme Analytics

Un servicio consultivo que ofrece el acceso a data observada y rigurosa de más de 34 servicios del sector, obtenida directamente de la monitorización en tiempo real de ciudadanos que utilizan servicios digitales para solicitar desplazamientos en las ciudades



\*Porcentaje de usuarios que utilizaron cada servicio en el 2021 respecto al total del subsector

Las principales empresas del sector de la nueva movilidad venían demandando datos sobre los distintos servicios digitales de movilidad que se vienen integrando al mismo. Así, fruto de una monitorización continua de su actividad nace de la mano de la empresa Smartme Analytics el Observatorio de Servicios de Movilidad Urbana. Entre los principales objetivos del mismo se encuentra al poder ofrecer a las administraciones, asociaciones y empresas del sector un servicio de inteligencia activable sobre el sector que permita dar acceso a un conocimiento transversal del mismo que permita conocer a fondo la situación de la demanda que tanto los servicios públicos como privados tienen y sobre el uso que los clientes de los mismos realizan de

todo tipo de vehículos para sus transportes urbanos, ya sean estos coches, motos, bicicletas, patinetes, autobuses, la red de metro, etc. El Observatorio ya viene realizando un seguimiento diario de más de 36 marcas de movilidad urbana partiendo del uso que realizan directamente los ciudadanos en las principales ciudades de España. Además, también identifica a los principales agentes del sector, establece su cuota de mercado según su tipología: VTC/ Taxi, Moto Sharing, Car Sharing, Transporte Público y Servicios de Estacionamiento. El acceso premium a los contenidos del Observatorio permite identificar el perfil de los usuarios de cada tipo de servicio, los usuarios multiservicio, el crecimiento de cada tipología de servicio, la recurrencia y el uso

exclusivo y compartido. Con su puesta en marcha, el Observatorio busca ofrecer un servicio consultivo que facilite el acceso a análisis y bases de datos rigurosos, obtenidos directamente de la monitorización en tiempo real de miles de consumidores del sector, para así permitir conocer la evolución de la adopción de los distintos tipos de servicios y establecer el rendimiento de las principales compañías que lideran el sector. Además de **métricas actualizadas diariamente**, el Observatorio de Servicios de Movilidad **Identifica el perfil de los usuarios de cada tipo de servicio**, los usuarios multiservicio, el crecimiento de cada tipología de servicio, la recurrencia y el uso exclusivo y compartido. Sus datos facilitan **conocer cuan relevante es**

**cada servicio**, controlando la recurrencia de uso, los momentos de conexión, los momentos de más demanda y los valles según servicio. Los expertos del Observatorio analizan igualmente la correcta interpretación de la evolución del mercado, su dimensionamiento y las oportunidades, al tiempo que van realizando test y pruebas de concepto de todo tipo con usuarios reales que utilizan los distintos servicios de movilidad urbana. De esta manera generan **muestras supercualificadas** para enriquecer la calidad del análisis. Semestralmente, el Observatorio ofrecerá un estudio que profundizará en los principales indicadores de los más de 36 servicios de movilidad que sigue a diario.

supone un incremento del 24 por ciento respecto de la registrada durante estos últimos diez años.

Tan elevada siniestralidad tendría además fatales consecuencias. Se calcula que tal número de incidentes provocaría el fallecimiento de 5.500 personas, es decir

831 personas más que el número de víctimas en accidente de tráfico registrados durante la última década, lo que supondría un incremento del 18 por ciento.

Y es que lo cierto es que el auge de bicicletas y VMP ha empeorado la evolución de la siniestralidad de los llamados usua-

rios vulnerables en las ciudades, donde este tipo de usuarios protagoniza 8 de cada 10 fallecimientos. En esta última década, el porcentaje de usuarios vulnerables fallecidos en accidentes de tráfico urbanos ha pasado del 82 por ciento en 2011 al 85 por ciento en 2020, un incremento

# CONDUCE TU NEGOCIO AÚN MÁS LEJOS



ŠKODA  
SIMPLY CLEVER



## ŠKODA APUESTA POR UN FUTURO ELÉCTRICO, OFRECIENDO A TU EMPRESA LA OPORTUNIDAD DE SUMARSE A LA EMOBILITY.

Haz de tu negocio uno de los motores que moverán el mundo hacia un futuro sostenible. Escoge tu ŠKODA ideal y empieza a disfrutar de las ventajas de ŠKODA BUSINESS. Un servicio integral que te ofrece soluciones de movilidad, un asesoramiento personalizado y financiación flexible que incluye las coberturas de mantenimiento.

SCALA: | SUPERB: | ENYAQ iV:

### Muévete siempre



Consumo de combustible gama ŠKODA SCALA combinado WLTP (l/100 km): 5,2-6 l/100 km y 5,5-5,8 m³/100 km, emisiones de CO<sub>2</sub> (g/km) WLTP: 98-137 g/km. Consumo de combustible gama ŠKODA SUPERB combinado WLTP (l/100 km): 1,0-8,5 l/100 km, consumo de eléctrico combinado WLTP (Wh/km): 142,6-158,8 Wh/km, emisiones de CO<sub>2</sub> (g/km) WLTP: 23-194 g/km. Consumo de energía gama ŠKODA ENYAQ iV combinado WLTP (Wh/km): 158,7-187,1 Wh/km, emisiones de CO<sub>2</sub> WLTP: 0 g/km.



### GRACIAS A LA DIGITALIZACIÓN MAYOR CONTROL DE LOS VIAJES CORPORATIVOS

Para muchas empresas controlar los presupuestos y gastos de los viajes corporativos de sus trabajadores supone auténticos quebraderos de cabeza. Dedicar a ello no sólo notables esfuerzos, también importantes recursos. Y, aún así, el dolor de cabeza permanece.

Pero la digitalización y los nuevos sistemas acuden en ayuda de las empresas para facilitar tanto un mayor control como una mejor gestión y valoración de las inversiones que las empresas realizan con estos viajes.

Mejorar la gestión de los viajes de empresa significa lograr ahorros que pueden superar incluso el 15 por ciento del presupuesto asignado a los viajes corporativos, alinear la inversión y evitar desviaciones con respecto a los presupuestos previstos para el año fiscal y, especialmente, poder monitorizar en tiempo real el estado de todos y cada uno de los viajes que se están realizando.

Gracias a esa monitorización, las organizaciones pueden establecer objetivos, calibrar el cumplimiento de las normativas internas en materia de compras y aprobaciones de gasto. También pueden conocer los departamentos, perfiles y unidades de la empresa que viajan, sus

desviaciones presupuestarias, grado de cumplimiento del mismo,... En suma, disponer de información en tiempo real que permita reaccionar a tiempo y en consecuencia y poder subsanar errores y corregir desviaciones antes de que estas vayan a más y puedan generar problemas de difícil solución.

Según un reciente estudio de Aberdeen Group, las nuevas herramientas digitales en materia de gestión y monitorización de viajes corporativos no sólo permiten incrementar en un 40 por ciento el cumplimiento de las políticas de compras establecidas en la organización, también facilitan una reducción de hasta el 70 por ciento en el tiempo que la organización dedica a la gestión de estos viajes. Y eso no solo es tiempo, sino que se traduce en mucho dinero, si valoramos adecuadamente los recursos que las empresas destinan a ello.

Tras la pandemia, las videoconferencias y las reuniones no presenciales reemplazaron a muchos de los viajes corporativos que se realizaban. Pero para crecer, las empresas precisan viajar. El trato personal y la cercanía que se establecen con estos viajes es de gran importancia para las corporaciones y, además, supone una fuente de



▲ Con la mejora de la gestión de los viajes de empresa se pueden generar ahorros que superen el 15 por ciento del presupuesto.

conocimiento e información añadida que las empresas precisan para crecer y mejorar. Según un reciente estudio de Oxford Economics, por cada dólar que una empresa invierte en viajar, obtiene un retorno de entre 10 a 15 dólares. En el mercado hay cada vez un mayor número de herramientas digitales

disponibles para lograr estos fines. Una de las más recientemente lanzadas es el Travel Management Dashboard que Consultia Business Travel ha presentado en una sesión de trabajo a la Asociación de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos de España (AERCE).

de tres puntos porcentuales. Además de estos fallecimientos, estos accidentes provocarían igualmente hasta 845.000 heridos de consideración durante la próxima década. Un 22 por ciento más.

Según el informe de la Fundación Línea Directa, la Comunidad de Madrid, Extremadura y Castilla León con cifras superiores al 10 por ciento superarían la media nacional (8,6%) de la proporción que este tipo de accidentes tiene sobre el global de la accidentalidad por tráfico en nuestro país. Asturias, Aragón y Canarias serían las menos afectadas con cifras inferiores al 7 por ciento.

Y es que el 71 por ciento de los usuarios del VPM reconoce abiertamente circular por las aceras "para evitar riesgos



## NUEVO SUV C5 AIRCROSS PLUG-IN HYBRID TAN GENEROSO COMO TÚ



SUSPENSIÓN Y ASIENTOS ADVANCED COMFORT  
3 ASIENTOS TRASEROS INDEPENDIENTES  
CAPACIDAD DE MALETERO DE HASTA 1.510L<sup>(1)</sup>

TU OPINIÓN CUENTA 4,9/5  
★★★★★  
CITROËN-ADVISOR.ES

(1) Con asientos abatidos.

Gama Nuevo C5 Aircross Plug-In Hybrid. Emisiones: 32g Consumo: 1.4l/100 km<sup>(2)</sup>. (2) Valor comprendido entre 1.4l/100 km y 1.5l/100 km WLTP según el equipamiento del vehículo.



COMMUTING LOS DESPLAZAMIENTOS DIARIOS AL TRABAJO, UN HORROR.

A los madrugones y los atascos matutinos que soportamos para acudir a diario a nuestro trabajo ahora también sumamos mayores limitaciones de acceso al centro de las ciudades y zonas de bajas emisiones y, más recientemente, los elevados costes de combustible que venimos padeciendo.

Lo dicho, ir a trabajar es todo un sufrimiento diario. Y por ello, no es de extrañar que el 'commuting', 'palabro' inglés que identifica a los desplazamientos diarios de casa al trabajo, sea una de las principales causas de sufrimiento a la que aluden los trabajadores.

En España, empleamos una media de una hora en acudir cada mañana a nuestro puesto de trabajo y regresar nuevamente a nuestra casa según revela un estudio de movilidad de PageGroup. En el mismo se indica que el 52 por ciento de los empleados trabajan lejos de sus domicilios y que el 80 por ciento de ellos prefiere utilizar para sus desplazamientos su propio vehículo. Esto implica realizar largos trayectos y soportar grandes atascos que repercuten emocionalmente en el trabajador generándole un mayor estrés.

Pero pese a que podamos pensar lo contrario, quienes utilizan el transporte público para desplazarse tampoco están en mejores condiciones. Las cifras no difieren en exceso de las que padecen quienes comparten con ellos el atasco en sus coches particulares. Los ciudadanos que acuden a sus puestos de trabajo en medios de transporte públicos invierten en una ciudad como Madrid

hasta 62 minutos en realizar sus trayectos, de los cuales pierden más de 11 minutos de media esperando en las paradas a ser recogidos.

«Compartir vehículo es una solución que las empresas pueden llevar a cabo para ayudar a los empleados a desplazarse y evitar el malestar derivado del commuting», comenta José María Campos, CEO de Celering, compañía española que ofrece soluciones de movilidad inteligente y sostenible entre las cuales hay varias que poder aplicar en estos casos.

Las empresas aplican medidas que permiten a sus empleados disfrutar de un desplazamiento más fácil a su puesto de trabajo. Esto suele motivar a las plantillas, hacerlas más comprometidas con la empresa y eficientes en sus puestos de trabajo. Se trata de una fórmula adecuada para retener el talento en la empresa, especialmente entre los trabajadores más jóvenes.

Estos piensan y se mueven de manera distinta a los más veteranos. Priorizan el equilibrio del que disfrutaban entre su actividad laboral y su vida personal. En concreto, los llamados Millenials cuentan con una mentalidad por lo general más abierta a estos cambios y suelen utilizar más frecuentemente las nuevas tecnologías, para aplicarlas en el desarrollo de sus vidas. No están interesados en disponer de coche en propiedad y prefieren los modos de uso a demanda cuando precisen desplazarse y, optan también por modelos de movilidad compartida.

«Para una empresa no todo necesariamente pasa por gastar



dinero para tener satisfechos a sus empleados. Algunas medidas en beneficio de la plantilla sólo requieren de una diferente planificación y estructura que, además, generará un retorno en forma de felicidad laboral y trabajo más productivo», asegura Campos. Según el CEO de Celering, «gracias a la Inteligencia Artificial, ya hay servicios de transporte compartido entre trabajadores que permiten su desplazamiento de punto a punto de modo sostenible, ahorrando tiempo, dinero y sin tener que conducir. Nuevas fórmulas de transporte sostenible, con chofer, que ya funcionan en Madrid y triunfan en otras ciudades, como Nueva York y Tokio, y que permiten ahorrar hasta un 30 por ciento en costes de movilidad frente al uso de un automóvil privado.

El sistema es de simple funcionamiento. Los usuarios solicitan el trayecto que precisan realizar desde una aplicación móvil y esta va generando rutas dinámicas de forma instantánea para realizar tanto recogidas como entregas de manera eficiente. Ese es básicamente

el funcionamiento de la 'Lanzadera Digital' que Celering ofrece a sus clientes. Un 'bus de empresa' optimizado. Esta solución supone una franca alternativa a la rigidez de horarios y paradas y al coste fijo del tradicional servicio de autobús que muchas empresas ponen a sus trabajadores para los desplazamientos. Un servicio que en demasiadas ocasiones resulta muy caro de mantener porque este va medio vacío debido a la rigidez de sus horarios y rutas, algo que en un mundo que demanda flexibilidad ya no casa. El sistema de 'Lanzadera Digital' que ofrece Celering aporta esa flexibilidad, al tiempo que aporta importantes ahorros económicos y una considerable reducción de emisiones. También permite al gestor de movilidad de la empresa disponer de un mayor control y seguimiento del número de trabajadores que hacen uso del servicio y en qué medida lo utilizan, gracias a lo cual el servicio también puede mejorar y seguir incrementando su flexibilidad y rendimiento de cara a los trabajadores.

con los coches», algo que prohíbe expresamente la normativa. El 50 por ciento afirma no usar de modo habitual el casco y el 30 por ciento se jacta de sobrepasar la velocidad máxima permitida (25 km/h) para estos vehículos

En suma, el 63 por ciento de las empresas y corporaciones estiman conveniente prohibir o cuanto menos no recomendar el uso de este tipo de vehículos a sus tra-

bajadores para su movilidad personal. Aunque lo cierto es que a medida que sube el porcentaje de empresas que se acogen a sistemas multimodales la negatividad hacia los mismos desaparece... siempre y cuando los trabajadores respeten taxativamente la normativa al respecto.

La movilidad multimodal y la micromovilidad han llegado y lo han hecho

para quedarse y popularizarse a niveles jamás antes vistos. Y como todo, tiene sus ventajas y sus inconvenientes (especialmente en el período que va de noviembre a abril, cuando las condiciones climáticas reducen notoriamente su uso.). Lo importante, como siempre, radica en aportar la formación suficiente a los usuarios de este tipo de servicios para garantizar un uso correcto de los mismos.

Las grandes decisiones nacen de un golpe de inspiración.



Kia Empresas

Cualquier empresa se mueve sobre una cadena de decisiones. Y, detrás de cada decisión, se esconde un instante de inspiración. El nuevo Kia Sportage está lleno de detalles innovadores, sorprendentes e inspiradores para llevar tu proyecto o tu empresa tan lejos como llegas tu ambición.







EDUARDO DIVAR, DIRECTOR GENERAL DE KIA IBERIA

# «Nuestros coches y servicios tienen un valor, no entramos a subastas por lograr una flota»

Kia está de moda. Su tope de gama, el EV6 es el nuevo Car of the Year 2022. La marca lidera las ventas a particulares en el mercado español y mejora su presencia en los de empresa, lo que la sitúa como tercera marca por volumen en el mercado total en lo que va de año. Y sigue mes a mes mejorando sus resultados. De todo ello hablamos con su director general en España, Eduardo Divar.

**—Qué se siente liderando el mercado español? Si hace 30 años te dicen que Kia iba a liderar el mercado ¿qué habrías pensado?**

—Bueno, Kia ha experimentado un cambio muy importante en los últimos años. Hace 15 años Kia vendía precio; hoy, vendemos calidad, diseño, tecnología... Desde que en enero de 2021 cambiamos el logotipo y el nombre de Kia Motors a Kia, se nos identifica mucho mejor. Ahora nos dirigimos a un público objetivo más sofisticado y lanzamos coches con mucha más carga tecnológica para atraer a un cliente más tecnológico a la marca. Y, lógicamente, el consumidor se ha dado cuenta del cambio, de la nueva Kia. Ya no somos sólo un “value for money”, cuando por un precio asequible tenías un buen coche. Ahora nuestros compradores pagan un poco más por coches muy avanzados tecnológicamente y de atractivo diseño. Como bien dices, lideramos el canal de ventas a particulares en España estos últimos cinco meses, pero no es algo nuevo. Nosotros no lo vemos así. Llevamos haciéndolo casi dos años consecutivos. Si logramos mantenernos hasta final de año, este sería el tercero en el que seríamos marca número 1 en el canal de particulares. Y esto nos llena de satisfacción. Que los consumidores elijan Kia como marca para su movilidad es motivo de orgullo. En marzo alcanzamos el liderato total del mercado. Esa es una situación puntual, por distintas razones.

**—En el rent a car, sin embargo no estáis en el mismo nivel...**

—En el canal de ventas a rent a car no somos muy prolíficos. Es un canal muy caro

y hay muchas marcas que venden muchísimos coches. Nosotros tenemos por norma no vender más del 8 % de nuestras matriculaciones a los rent a car. Eso significa unas 5.000 uds/año. Con esa cantidad en un canal que supera las 250.000 uds/año, apenas representamos el 2 % . Porcentaje con el que es imposible alcanzar cuotas en el mercado total que sí alcanzan otras marcas que sí realizan en este canal porcentajes muy superiores de sus matriculaciones. Algunas Incluso rondan el 70%. Esa no es nuestra guerra. Nosotros queremos ir cliente privado y ser rentables en ese canal. Y en los de empresas, flotas y renting, intentar igualmente hacer cosas importantes. Este año, por ejemplo, duplicamos nuestra cuota de mercado en business car, en el de flotas. Hasta entonces teníamos un 1,5-2 % y ahora estamos en el 3,5-4 %. Crecimiento que, además de por la calidad de nuestros productos, se debe al fuerte impulso del renting a particulares. Incremento que no afecta a nuestras matriculaciones directas en el canal de particulares, como sí sucede en otras marcas. En 2020 y 2021 hubo quienes se centraron mucho en mejorar resultados en el renting de particulares y vieron por ello bajar su cuota en el canal de privados. Nuestra cuota de clien-

**RAFA NADAL ES EL MEJOR EMBAJADOR POSIBLE DE NUESTRA MARCA. ES COMO NUESTRA GARANTÍA, AMBOS SON ETERNOS. DURAN, DURAN, DURAN**

tes privados en el canal de particulares no lo hace. Se mantiene e incluso aumenta. Eso no quita que también hagamos un esfuerzo importante en el canal de flotas y renting.

Este año iniciamos en él una estrategia con tres productos distintos en Kia Renting. Un producto más premium, uno de gama media y otro de gama algo más popular. Lógicamente, el precio es importante, pero también la tecnología incluida en su equipamiento y los servicios que ofrecemos, que son de primera calidad. Todo esto hace que, aun con un crecimiento limitado, en el mercado de flotas y renting vayamos avanzando. Al igual que de equilibradores, es un canal caro para los fabricantes. Hay que poner mucho dinero y mucho presupuesto para optar a ser de los primeros en ambos. Lo que queremos es hacerlo bien. Lógicamente, hay que dar beneficio y la suma de los canales de rent a car y de flotas, aporta una cuota de mercado razonable a nuestro posicionamiento en el mercado. Una cuota que está bien, pero no tanto como la que logramos en el canal de particulares. Entre todos aportan lo suficiente para permitirnos aspirar a ser la quinta o la cuarta marca en el total del mercado español. Y eso está muy bien.

**—Estáis en todos los frentes comerciales y muy fuerte. Si hablamos de garantías, 7 años; nadie da más. Vuestra gama es de las más completas del mercado, sólo faltan comerciales y grandes berlinas. Y tecnológicamente sois de las pocas marcas que ofrecen todas las tecnologías: diesel, gasolina, mild Hybrid, híbridos, PHEV, eléctricos puros ...**



El Grupo sí tiene todas las tecnologías, incluido el hidrógeno. Nosotros lo tendremos pronto. En breve, ofreceremos un modelo con esta tecnología.

**—Antes de la pandemia declarabas que Kia iba a prestar mayor atención al canal de empresas, que se planteaba estar más fuerte y con mayor presencia. Las cifras parecen acompañar, es evidente que os está dando buen resultado.**

—Sí. Suena mal decirlo, pero ir más allá en el canal de particulares es prácticamente imposible. No podemos crecer mucho

**KIA HA CAMBIADO POR COMPLETO.**

**DEJAMOS DE SER UNA MARCA VALUE**

**FOR MONEY PARA SER UNA MARCA**

**QUE VENDE AVANZADA TECNOLOGÍA,**

**DISEÑO, FIABILIDAD,**

más. Con cuotas de mercado del 10, 11, 12%, nos resulta muy difícil vender más unidades. Si queremos seguir creciendo debemos intentarlo en otros canales, en flotas, renting, rent a car. Son canales muy caros y nos limitamos a esas 5.000 unidades/año. El renting nos ofrece una buena oportunidad. En especial, por disponer de tantas energías alternativas y modelos electrificados. Los clientes no están seguros de qué comprar, si un eléctrico, un híbrido enchufable... El renting es muy buen sistema para experimentar durante tres o cuatro años un coche. Pagas la cuota y luego, si no has acertado, lo cambias. Y si acertaste, continúas con el renting. Por eso nos centramos mucho en este canal. Al igual que en la multiopción. Este sistema no forma parte del canal de flotas (las empresas usan el renting), es una financiación a tres o cuatro años en la que el cliente paga una cuota muy económica. Con ellas paga la mitad del coche. La otra mitad la abonará al final en una cuota mucho más grande, que incluso puede refinanciar. O también puede decidir no pagarla y devolver el coche, bien al contrario, quedarse con el coche pagando la última cuota e incluso ambiarlo por uno nuevo y continuar con sus pagos mensuales. Permite al cliente que no haya acertado con la tecnología de propulsión, cambiarla sin problemas en un plazo razonable. Por ello, nos centramos muchísimo en Kia Flexiplan, nuestro sistema de multiopción al igual que lo hacemos en Kia Renting con los particulares.

**—Hablar hace quince años de coches coreanos era como hablar de una segunda división en el mercado. Hoy sois Coche**



### del año. ¿Perciben el cambio los clientes españoles?

—Estamos en ello. Lo mismo les sucedió a las marcas japonesas en los años 90. A las coreanas nos sucede desde 1995-97. El paso definitivo para que los clientes nos perciban como marca de calidad y avanzada tecnológicamente lo hemos dado con el cambio de imagen de marca y del logotipo en enero de 2021. Imagen de marca, logotipo y colores no retrotraían al cliente a la imagen que Kia daba en los años 60 o 70. Ahora tenemos una imagen más fresca y moderna y nos dirigimos a un 'target' claramente diferente. Vendemos a la gran mayoría de los consumidores pero dirigimos nuestra comunicación a los 'early adopters', clientes que adoptan de manera temprana las nuevas tecnologías. Ellos son los primeros en comprar la mejor cámara fotográfica, el nuevo y más avanzado smartphone... y nosotros queremos que hagan lo mismo con sus coches. En este sentido, el Kia EV6 ha supuesto un paso muy grande. Es un coche muy avanzado tecnológicamente y además cuenta con un gran diseño. Los clientes así lo perciben. Lo ven de manera muy distinta a cómo veían modelos anteriores de la marca. Y eso se nota. Hicimos una previsión inicial de ventas del EV6 de unas 1.000 uds/año, y estamos en unas 3.000. Tenemos de 250 a 300 pedidos al mes. A la gente le gusta el coche, y no es precisamente barato. Está entre 45.000 y 60.000 euros. Muchos clientes han cambiado con él la percepción que tienen de Kia. El fuerte cambio producido, la mayor dotación de avanzadas tecnologías en nuestros coches, los atractivos diseños... Ahora no les importa pagar un poco más para disponer de la tecnología de Kia. Y esto, hace 15 años, resultaba impensable.

### —Que un personaje como Rafa Nadal os acompañe en este cambio ¿ha dotado de más atractivo a Kia? ¿Atrae a un público más joven?

—Lo de Nadal es muy complicado de explicar. Muchos periodistas preguntan cuántos coches 'vende' Rafa. Yo siempre digo lo mismo: ni idea. Ya me gustaría a mí saberlo. Si lo pudiera medir, tendría la me-

jor herramienta de marketing del planeta. Lógicamente nos ha ayudado mucho. Es un excelente embajador de Kia. Transmite maravillosamente todos los valores de marca: sacrificio, trabajo, constancia, superación, liderazgo. Su imagen nos ayuda a aportar al consumidor medio aún mayor confianza en los productos Kia. Si un número 1 mundial apuesta y confía en



### EL GOBIERNO DEBE UNIFICAR CRITERIOS PARA ACELERAR LA TRANSICIÓN AL ELÉCTRICO. LAS AYUDAS E INCENTIVOS DEBEN SER IGUALES EN TODO EL TERRITORIO.

Kia como él lo hace, será porque esta marca tiene algo. ¿No? Nadal nos acerca a un público más joven. Su imagen junto a la estética de la marca y nuestro público hacen que Kia destile juventud, agresividad, deportividad, valores muy atractivos para personas de 25 a 45 años. Nadal es un gran refuerzo para lograr esa imagen.

### —Y esos valores del mercado generalista ¿cómo se perciben en las empresas?

—El mercado de flotas es más complicado. Hablamos de flotas puras y en estas lo que más prima es el precio. Hay que ir siempre con un buen precio por delante. Aunque a veces, resulta exagerado. Kia no entra en ese juego. No subastamos nuestros coches en operaciones de flotas. Damos un precio porque nuestros productos y servicios tienen un valor. A las flotas

queremos mostrarles todos los servicios que podemos dar y la calidad con la que lo hacemos; los 7 años de garantía, la fiabilidad que aportan nuestros coches, ... No lo decimos nosotros, lo reflejan muchas encuestas como las de J.D. Power, que sitúan a Kia al frente en fiabilidad en Estados Unidos. Llevamos muchísimos años en esa primera plaza y cuando no estamos los primeros nos mantenemos siempre entre las 3 o 4 primeras marcas del mercado. Transmitimos confianza a las empresas. Les decimos claramente que, con Kia, su flota no se va a quedar parada. Por eso, por cinco, diez o veinte euros de cuota al mes no entramos en un mercado de rebajas. Al final, muchas decisiones las toman los directores financieros, quienes tradicionalmente no contemplaban Kia en sus planes. Hemos perdido flotas por cinco euros al mes en el precio de una cuota. Pero preferimos eso a entrar a una subasta permanente en cuanto al

valor de cuota se refiere. Ese es el mercado puro de las flotas. Luego está el tema del renting a empresas. Muchas usan dos o tres compañías de renting diferentes. Convocan un concurso y estas acuden con sus mejores ofertas. Las empresas se contentan con ver cuál ofrece la mejor cuota. Nosotros vamos más allá. Trabajamos con ARVAL. Todo el back office de Kia Renting lo lleva ARVAL y eso es una garantía añadida y todo un aval de calidad. ARVAL es de las mejores, si no la mejor del sector. Es una de las tres grandes y su marca transmite mucha confianza a los clientes. En todo caso, estamos contentos con la labor que venimos realizando en flotas. Lo que no impide que queramos seguir mejorando. Ya lo hacemos con el renting a particulares. Pero siempre bajo las premisas que hemos comentado.

### —¿Haber entrado en flotas tan visibles

## COCHE DEL AÑO 2022 KIA EV6

El Crossover EV6 de Kia ha sido elegido este pasado mes de marzo como el 'Car of the Year 2022' con los votos emitidos por un jurado compuesto por periodistas especializados en el mundo del motor de 23 países europeos. El Car of the Year es el premio del sector del automóvil de mayor prestigio a escala internacional. Con este premio, el EV6 se convierte en el primer modelo de un fabricante coreano en ganar el premio en las 58 ediciones que se llevan celebradas del mismo. Una decisión alcanzada tras valorar múltiples aspectos del vehículo como seguridad, eficiencia, comodidad, agrado de uso, tecnología, relación valor/precio e innovación entre otros.

De los 61 miembros que componen el Jurado, participaron únicamente 59 tras quedar fuera del mismo los dos periodistas con derecho a voto en Rusia como medida de protesta por la invasión de Ucrania. El jurado otorgó al Kia EV6 279 puntos, con los cuales se impuso a los otros siete modelos que llegaron a la final de entre los más de 50 que optaban al premio este año. Los finalistas fueron el Renault Megane E-Tech Electric (265 puntos), el Hyundai Ioniq 5 (261), Peugeot 308 (191), Skoda Enyaq IV (185), Ford Mustang Mach-E (150) y el Cupra Born (144 puntos). El EV6 ofrece una gama compuesta por cinco versiones en las que se combinan



dos posibles baterías (58 y 77 kWh), dos arquitecturas mecánicas (propulsión trasera con un único motor dispuesto en el eje trasero; y tracción total, con un motor eléctrico en cada eje) y distintos niveles de potencia (de 170 CV a

585 CV). La gama del EV6 se vende desde 46.625 euros en adelante. Todas las versiones cuentan con descuentos promocionales de la marca y pueden acogerse a las ayudas del Plan MOVES III (7.000 euros).

### como las de las VTC, Cabify, Uber, ... que ha supuesto para Kia? ¿Os ha dado buen resultado tener tanta presencia de marca en las calles?

—Nosotros ofrecíamos el Optima, un coche grande, atractivo y con buenas características y condiciones para estos servicios. Quienes viajan en sus plazas traseras pueden cruzar las piernas y aún queda espacio suficiente para el pasajero delantero. Este tipo de flotas precisa de vehículos con características muy específicas para estos servicios. La pregunta que cabe hacerse es si un cliente normal, un privado, quiere que su coche, sea reconocido como un Taxi o un VTC. Sea clientes a quienes no les importa, pero otros muchos a los que sí. Por eso, prefiero ofrecer un vehículo 'ad hoc' específico para este tipo de servicios. El Optima, no se vendía demasiado al público en general. Las berlinas del segmento D que se venden son de las tres marcas que dominan ese mercado. Esa es la razón por la cual no traemos modelos de los segmentos D, E y F que tenemos en Corea. Los K5, K7 y K9, este último un coche realmente impresionante. Para el bajo número de unidades que se venderían en Europa, articular toda la logística y los millones de euros a invertir en recambios y gastos en formación, no merece la pena. Mejor apostar por modelos de otros segmentos. Por eso utilizamos el Optima, una berlina de representación que se adecuaba muy bien al servicio que Cabify y Uber ofrecen. Gracias a ello, mucha gente conoce el coche. Se han montado en un Optima, y comprobado que es un coche muy espacioso. Cuando dejó de

### QUE LOS CONSUMIDORES ELIJAN KIA PARA SU MOVILIDAD ES MOTIVO DE ORGULLO. SOMOS LÍDERES DEL MERCADO DE PARTICULARES. NUESTRA RED ESTÁ HACIENDO UN GRAN TRABAJO

venderse en Europa dejamos de suministrarlo. Aún hay concesionarios que hacen operaciones con empresas locales de VTC, pero ya con el Niro o coches similares. Desde Kia, de manera oficial y estable, no vendemos de forma continua a ninguna de las dos.

### —Cuando te refieres a un coche específico para este servicio, te refieres a algo similar a lo que ya está haciendo Mobilize, del Grupo Renault, con el Limo.

—Por ejemplo. O Toyota con uno de sus Verso y con el Corolla tres volúmenes, que destinó a este tipo de servicios. Algo así habría que hacer. En todo caso, tenemos otras alternativas en el mundo de la movilidad. Ofrecemos carsharing con Wible, en colaboración con Repsol. Un servicio a partir del cual desarrollamos nuevas modalidades de movilidad, como la de Wible Drive que lanzamos el pasado mes de marzo.

### —¿En qué consiste?

—Wible ya se conoce en Madrid. Es un carsharing 'free floating', es decir: recoges

y aparcas el vehículo en la calle sin ningún problema. Wible Drive tiene sus coches estacionados en los concesionarios. El servicio está disponible en modo experimental en dos de ellos, en Barcelona y Guadalajara.

### —¿Una especie de carpooling?

—Algo parecido. Hay una app, igual que en Wible, en la que seleccionas y reservas el coche, solo que este lo tienes que ir a buscar al concesionario. Lo alquilas por minutos horas o incluso un par de semanas. La tecnología detrás del sistema es parecida, aunque la app sea diferente. Pretendemos que en ciudades donde no tenemos servicio de carsharing 'free floating', ofrecer un servicio de carsharing reconocible, pero con los coches a disposición en el concesionario. Y si este queda apartado de tu localización y no puedes acudir a recogerlo, el coche te lo pueden entregar en tu casa o donde lo pidas.

### —¿Más que un carsharing sería un servicio de suscripción?

—Ese es otro tipo de servicio que también lanzaremos próximamente. El servicio de suscripción que vamos a lanzar es un renting flexible bajo determinadas condiciones y sin cambio de coche. La suscripción como tal, que permita cambiar de coche a voluntad, no la tiene nadie. Una suscripción real sería similar a lo que ofrecen las plataformas de televisión, música, ... En ellas tú eliges en cada momento qué ver u oír. Ese tipo de oferta no hay flota que pueda proporcionarla. Por eso, los servicios de suscripción existentes son



### LOS 10 COMPROMISOS KIA

Para impulsar la matriculación de vehículos electrificados (híbridos enchufables y eléctricos) y ofrecer una mayor garantía de movilidad respetuosa con el medio ambiente que permita eliminar dudas e incertidumbres en los clientes, Kia ofrece 10 importantes compromisos a quienes apuesten por uno de los numerosos modelos electrificados de la gama del fabricante coreano. Así, las diez ventajas que aporta la elección de un Kia son:

- **GARANTÍA DE CAMBIO.** Si el cliente no queda satisfecho de su compra, tiene 1 mes o 1.000 km para cambiarlo por otro modelo de la marca sin penalización alguna y abonando, en caso de que la hubiera, la diferencia de precio existente.
- **COCHE DE CORTESÍA.** Tras la compra y durante 1 año, los

- clientes disponen de un coche de cortesía gratis con motor de combustión durante 15 días.
- **AYUDA CON LA INSTALACIÓN DEL CARGADOR.** Kia facilitará las gestiones necesarias para el suministro e instalación de un punto de carga en el domicilio del cliente.
- **RED DE CARGA KIA.** Los compradores de un vehículo eléctrico disponen de acceso y recarga gratuita de sus baterías en los puntos de carga instalados en la red de concesionarios de la marca. El cliente debe llamar previamente al concesionario para confirmar la disponibilidad del servicio y reservar el tiempo necesario para efectuar dicha recarga.
- **SEGURO CONTRA DAÑOS.** En caso de daño accidental a la estación de carga doméstica por actos vandálicos o intento

- de robo, Kia cubrirá los costes de reparación o sustitución del equipo de recarga.
- **ASISTENCIA PREMIUM.** Servicio gratuito de asistencia en carretera Premium. Kia se compromete a trasladar en grúa el coche eléctrico al destino de la península que el cliente elija y, posteriormente, devolverlo al lugar de origen.
- **7 AÑOS DE GARANTÍA.** Los vehículos eléctricos de Kia cuentan con la misma garantía de marca que el resto de modelos de la gama. Igualmente, las baterías de los eléctricos puros de Kia también tienen 7 años o 150.000 km de garantía.
- **MANTENIMIENTO GRATUITO.** Todas las operaciones de mantenimiento de los vehículos eléctricos KIA son gratuitas en los talleres oficiales de la red de concesionarios de la marca durante los primeros tres años tras su matriculación.
- **VENTANILLA ÚNICA.** Para cualquier gestión relacionada con incidencias y reparaciones en el cargador, tarifas, ahorros de energía, asuntos burocráticos de gestión con administraciones locales y demás, Kia ha habilitado una ventanilla única de atención abierta 24 horas 7 días a la semana para los compradores de un eléctrico de la gama.
- **MOVILIDAD SIN RESTRICCIONES.** La gama de vehículos eléctricos Kia dispone de ventajas frente al resto de vehículos en numerosas

ciudades. Cuenta con bonificaciones en el impuesto sobre vehículos de tracción mecánica (IVTM), acceso libre al BUS VAO, exención de pago en el impuesto de matriculación y algunas otras más.

«Con todas estas ventajas y certidumbres –comenta Eduardo Divar– evitamos incertidumbres al cliente al comprar su nuevo coche. Aún así, es necesario que todos vayamos cambiando el chip. Conducir un coche eléctrico hoy supone que no puedes circular a más de 115-120 km/h de velocidad media porque, de lo contrario, te comes su autonomía en muy poco tiempo. Y también significa que debes planificar bien tu viaje. No te puedes lanzar a la carretera así como así. Debes descargar las apps necesarias para ver donde hay cargadores adecuados para tu vehículo, sus horarios y disponibilidad para ver si puedes cargar en ellos. Tienes que programar viaje con antelación y prever tus paradas, etc.»

«Una dificultad que no es nueva. Ya la tuvimos en 1925 con las primeras gasolineras o a mediados de los años 90 con las gasolineras sin plomo. Sucedió lo mismo, y, aún así, hasta aquí hemos llegado, así que si entonces no fue una situación grave, tan poco debemos pensar que ahora lo sea», comenta el director general de Kia.

ña. Madrid es una ciudad que reúne todas las cualidades y características necesarias para ofrecer servicios de movilidad y por eso resulta tan atractiva para todas las marcas. Pero igual que Madrid, muchos otros lugares de España lo son (Málaga, Barcelona...) Por eso Kia utiliza nuestro país para desarrollar y probar nuevos sistemas de movilidad que iremos conociendo próximamente.

#### ¿Cómo ves la situación del mercado español? ¿Hacia dónde crees que evoluciona?

–A principios de este año, dijimos que se iban a vender unos 950.000 coches y que el PIB crecería entre un 4,5 y un 5 %, cuando el Gobierno hablaba de un 7 %. Esto fue antes de que Rusia invadiera Ucrania. Ahora, el Gobierno modifica sus previsiones y habla de un crecimiento del PIB del 4 al 4,5 %. Nosotros estamos más alineados con la UE y otros organismos, que hablan de un 3,5 a un 4 %. La actual tendencia del mercado apunta a tan sólo 830.000 unidades, como mucho 850.000 (península y Baleares). Vamos, lo mismo que en 2020.

#### –Y que a mediados de los años 90...

–Cierto. Creíamos haber superado en cuanto a ventas de automóviles la crisis de la pandemia, pero todos sabemos que no es así. Además, han venido la guerra y la crisis de los semiconductores. Problemas que este año dejarán el mercado en apenas 850.000 unidades. En Kia estamos contentos, vamos muy bien. Somos primera marca en el canal de particulares y, de seguir así, vamos a terminar como tercera o cuarta a nivel nacional. Esto se debe a que los coreanos han gestionado muy bien la crisis de los semiconductores. A nosotros nos llega en tiempo el 90 por ciento de la producción que solicitamos, incluso algunos meses el cien por cien. Es cierto que en algunos modelos muy concretos sufrimos un poco más que con el resto; pero, en general y salvo en los modelos con una carga tecnológica muy grande podemos dar cuatro o cinco meses de espera si el coche que busca el cliente no está en España. En todos los demás nuestras entregas son prácticamente inmediatas. Contamos con un

stock de 10.000 unidades, cifra muy cercana a la habitual y suficiente para cubrir dos meses de ventas y estar tranquilos de entregar la mayoría de modelos que nos solicitan.

#### –¿El bajo volumen de ventas se debe a la crisis de suministro o viene de una mayor desconfianza del consumidor ante



Eso es más incierto. ¿No se lo gasta porque no quiere o porque no le dejan? Las marcas en general y Kia en particular ponemos herramientas para que el consumidor pueda decidirse a comprar un nuevo coche. Les ofrecemos el Flexiplan, la multiopción, el renting de particulares, para que experimenten. Que elijan coche para tres o cuatro años y, si no les gusta o la tecnología no les convence poder cambiar fácilmente de modelo.

#### –¿Cómo valoráis la actuación del Gobierno para con la industria del automóvil?

–Desde Anfac llevamos muchos años comentándola y cuando lo hacemos no solo hablamos del Gobierno vigente, lo hacemos de la labor de todos. Ningún Gobierno en España ha hecho demasiado por el automóvil. En 2006, cuando yo representaba a otra marca en la Comisión Paritaria del Automóvil Eléctrico, Miguel Sebastián, entonces Ministro de Industria, dijo que en 2020 habría un millón de coches eléctricos circulando por España. Yo mismo se lo oí decir; nadie me lo contó ni he tenido que leerlo en ningún sitio. Pues bien, en 2020 apenas había 30.000 coches eléctricos en España. ¿Por qué pasa esto? Porque los sucesivos gobiernos, independientemente del partido o del color que tengan, no han hecho nada para cambiar la situación. Ahora, el

presidente del Gobierno anuncia que para 2030, habrá cinco millones de coches eléctricos circulando en España. Bien. En 2021 apenas se vendieron 20.000 coches eléctricos en nuestro país. Sumados a los 30.000 preexistentes, elevan el parque actual a unos 50.000. Este año, 2022, se van a vender el doble de unidades, es decir, unas 40.000 más que sumar y al año siguiente unas 80.000. A ese ritmo ni duplicando el ritmo de matriculación llegamos al millón de unidades para 2030.

#### –¿Y qué hay que hacer?

–Actuar de una vez por todas. El Gobierno no para de anunciar nuevas medidas, pero de ellas pocas, muy pocas se ponen en marcha. ¿Qué pedimos desde Anfac los fabricantes? Lo primero y lo más importante, que haya unidad de criterio en todo

#### la evolución de la situación económica? Digitalización, conectividad, electrificación, nuevas tecnologías y sistemas de movilidad ¿están retrayendo la demanda?

–Es muy difícil responder con certeza a esa pregunta. Todo se solapa y cuesta distinguir las verdaderas razones. La crisis de los semiconductores ha restringido mucho la oferta y la crisis económica también puede retraer a los consumidores. Pero si hablamos con los bancos nos indican que la tasa de ahorro de las familias es impresionante. Se aprecia en el consumo de ocio. En los viajes. Todo está lleno. En semana santa hubo ocupación total. Y en verano se espera una campaña como nunca, superior incluso a las previas a la pandemia. ¿Que la gente tiene dinero? Sí. ¿Qué se lo quiere gastar en un coche?

10 COMPROMISOS KIA

● Solo disponible para coches 100% eléctricos

servicios de renting flexible bajo determinadas características de uso. Nosotros lanzaremos el nuestro en breve, también con unas características definidas. Wible Drive está a medio camino.

#### –¿Y cuándo estará en activo para el resto de España?

–De manera progresiva. En verano lanzaremos otros siete concesionarios, y paulatinamente irán ampliándose. A finales de 2023 estará operativo en todo el territorio. Antes, a principios de ese mismo año, empezaremos con el lanzamiento de Kia Flexible, el nuevo servicio de movilidad por suscripción que comentaba.

–Hyundai, concentra estos servicios en Mocean. Inicialmente Mocean iba a ser una tercera “división” del Grupo Hyundai para servicios y negocios relacionados con la nueva movilidad para ambas marcas. ¿Eso sigue adelante? ¿Habrá marcas diferenciadas?

–Ya la tenemos. Es Wible. Inicialmente se vendió como una oferta de carsharing, no como una nueva marca, pero ahora la marca es Wible. Ya tenemos Wible carsharing en Madrid, ahora está empezando Wible Drive para toda España y pronto llegarán nuevos sistemas de movilidad. El renting Flexible que hemos comentado se llamará Kia Flexible un producto

que no se debe confundir con el FlexiPlan que ya ofrecemos como oferta de financiación. Kia ha decidido que sea Wible la marca que va a utilizar para servicios de movilidad en todo el mundo. Una marca que únicamente esta activa en España y en Italia, donde Wible Drive se lanzó hace 7 meses.

#### –¿Está siendo España el banco de pruebas de los servicios de movilidad de Kia?

–Sí. Wible se lanzó mundialmente con la oferta de carsharing en Madrid. Wible Drive se ha comercializado antes en Italia, pero hace tres meses que ya está en Espa-



el territorio en cuanto a las ventajas que los coches eléctricos aportan. ¿Por qué en Madrid aparcar un coche eléctrico es gratis y en A Coruña no? Eso no puede ser. Y lo mismo sucede con peajes, acceso a zonas restringidas, impuestos locales, etc.). Si un cliente no percibe ventajas al comprar un eléctrico ¿para qué lo va a comprar? Todos somos ecologistas... hasta que nos tocan el bolsillo. Por eso, al final muchos deciden comprar un ICE. Y eso muestra que realmente no existen incentivos atractivos para que los clientes compren eléctricos. Por otro lado, no activan las cosas que han dicho que se iban a poner en marcha para desincentivar la compra de ICEs. Pasa con las zonas de bajas emisiones (ZBE). Se ha dicho que todas las ciudades de más de 50.000 habitantes

deberán tenerlas. Se anunció con la aprobación de la Ley de Transición Ecológica y del Clima ya aprobada, pero ¿cuándo se va a hacer? El año que viene hay elecciones. Lo lógico es que hasta después de las municipales ningún ayuntamiento acometa esto antes. Pues ya tenemos acumulado bastante más retraso. ¿Por qué en algunos países de Europa el IVA de coches eléctricos e híbridos enchufables es del 0% y aquí en España es del 21%? En España sí que hay un IVA del



0% para coches eléctricos. El IGIC de Canarias. ¿Por qué en Canarias los vehículos eléctricos tienen IVA, IGIC del 0% y el resto de España no? No se entiende.

Por otra parte, resulta vergonzoso que algunas Comunidades Autónomas tarden más de un año tras la aprobación de los planes por el Gobierno en ponerlos en marcha en su territorio. Denota una grave falta de sensibilidad con la agenda 2030 del Gobierno, con la defensa del medio ambiente y con la sostenibilidad, y muestran poco respeto a sus ciudadanos a quienes privan de ventajas que sí tienen otros españoles. Hay autonomías cuya actuación en esta materia está siendo lamentable.

Y luego está el asunto de las infraestructuras de carga. Hasta que cada 100 kilómetros no tengamos al menos un cargador superrápido de más de 150 kW, el coche eléctrico no triunfará. Para moverte por ciudad, realmente no hace falta disponer de un cargador en casa. Si lo tienes, me-

jor; claro. Pero puedes recargar en el trabajo, en el supermercado, en un centro comercial, mientras estás en el cine... Hay usuarios que en ciudad no hacen más de 10, 20 o 25 km diarios Y a esos ritmos con la autonomía y capacidad de batería actuales de los vehículos eléctricos hay energía a bordo suficiente para semana y media de uso y hasta un mes antes de volver a recargar la batería. El problema real es cuando hay que salir de viaje. Ese es el verdadero problema. Mucha gente se pregunta qué va a pasar cuando haya una operación salida con más de 20.000 coches pasando por una electrolinera. Bueno, pues hay que tranquilizarles. Es una situación que aún no se ha dado y que todavía tardará en producirse. Lo que hay que intentar es que no suceda. Hay que

blamos de repetir una cifra por debajo del millón de unidades, unos 950.000 coches. Será la que, muy probablemente, digamos a primeros de año, salvo que las cosas mejoren notablemente en esta última parte del año, lo que por lo visto hasta ahora no parece que vaya a producirse. Para 2022 calculamos un mercado de 850.000 unidades y de 950.000 para 2023.

**–Digitalización, conectividad, electrificación... la transformación del sector va a afectar muy seriamente a los concesionarios y su actividad. ¿Cómo ves su situación? ¿Van a sufrir?**

–Es una muy buena pregunta. Sí. Y algunas medidas que están tomando otras marcas indican que de cara al futuro van a contar en mucha menor medida con su

red ¿no? En Kia tenemos una idea distinta. Creemos que el concesionario es y será pieza fundamental en el mercado del automóvil. El reto de las marcas en los próximos años está en ver cómo somos capaces de hacer rentables a los concesionarios con la fuerte pérdida de negocio que se está produciendo, especialmente en facturación de postventa y también de coches nuevos, porque mucha de esta última se va a ir al mercado de los servicios de movilidad. En 2030 la

mitad de los ingresos de las marcas procederán de sus servicios de movilidad y no de la venta de coches. El reto para los fabricantes está en ver cómo metemos al concesionario dentro de ese ecosistema. Cómo hacer que el concesionario siga siendo rentable y gane dinero, no sólo reparando coches, algo que también hará en menor medida, porque los eléctricos se averían menos y tienen menor mantenimiento. Y además también van a vender menos coches porque se venderán más servicios de movilidad. Es ahí donde está el quid de la cuestión, la posible solución al problema. En ver como incorporamos al concesionario en la explotación de esos servicios. En Kia ya lo estamos tratando de hacer con servicios que estamos experimentando como Wible Drive, donde queremos que sean los concesionarios quienes gestionen esas flotas que se ponen a disposición de los clientes. Y que sean ellos quienes también ingresen por esos servicios.

NUESTRA FIABILIDAD ES NUESTRO MEJOR AVAL. TRANSMITIMOS CONFIANZA A LAS EMPRESAS. CON KIA SU FLOTA NO QUEDARÁ PARADA. NUESTRA GARANTÍA NOS AVALA.

poner mas cargadores y que estos sean ultrarrápidos en toda la red.

**–Y ¿cómo esperáis que evolucione todo en 2023?**

–Sigue siendo una respuesta difícil, porque seguimos sin conocer cuándo se van a acabar los problemas de suministro, la crisis por la falta de semiconductores. Se dice que la solución llegará en el primer semestre de 2023. Eso hace que las previsiones del mercado para 2023 sean especialmente cautas. Lo normal sería que se repitieran los resultados de 2022. Ha-

# Reestrena coche, una y otra vez...

**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:**



**Modelos de ocasión 100% revisados**



**Disponibilidad Inmediata**



**Cámbialo cuando quieras, sin gastos.**



**A los 6 meses, renueva el renting, devuélvelo o cómpralo y te descontamos el 50% de las cuotas abonadas.**

Escanea este código y descubre todas las ofertas de renting de seminuevos con **ReDrive.**



Infórmate ya en:

**shop.aldcarmarket.com/es-es**



**#ReadyToMoveYou**





SANTANDER RENTING: SOLUCIONES DE MOVILIDAD

# Un producto accesible a todos

Los usuarios buscan operaciones de renting accesibles y adaptadas a sus necesidades. Soluciones integrales cuyos servicios cubran cuanto precisan en materia de movilidad con plenas garantías. En este sentido, Santander Renting cuenta con una amplia variedad de productos que ofrecer a sus clientes.



Accesible a todos. Esa es la máxima de Santander Renting a la hora de configurar un nuevo servicio de movilidad. Elaborar un producto más fácil, más flexible y más libre al que puedan acceder cuantos clientes lo precisen. Proporcionar soluciones integrales de movilidad adaptadas y adaptables al uso que los clientes necesitan hacer de ellas.

El renting y los servicios de movilidad se están convirtiendo en alternativas fiables en el mercado ante la incertidumbre económica en la que de manera permanente parece que nos hemos instalado en los últimos tiempos. Son soluciones que permiten acceder a precios razonables a servicios de movilidad dotados con las últimas tecnologías acortando los plazos en la transición de las flotas al uso de las mismas y de los particulares en su conocimiento y disfrute. Y todo ello al tiempo que disfrutan de una movilidad adaptada plenamente a sus necesidades, tanto profesionales como personales.

Las distintas modalidades de renting y servicios de movilidad permiten que el vehículo con el cual nos trasladamos mejore en consonancia con la evolución de la más avanzada tecnología disponible en el mercado del automóvil. Son servicios que nos permiten "estar al día" en materia de diseño, tecnología, conectividad, ...

Servicios que nos aportan una solución realmente práctica a 2, 3, 4 años frente a los 12 años de media que la disponibilidad de un vehículo en propiedad nos permite abrir una nueva ventana a la realidad que crece a nuestro alrededor

en materia de movilidad, seguridad, y posibilidades relacionadas con el uso de nuestro automóvil.

Si el renting no existiera, habría que inventarlo. Es una solución que facilita el rejuvenecimiento del parque móvil español. Quienes contratan renting disfrutan de coche nuevo dos o tres veces más que quienes compran el vehículo en propiedad. Con ello no sólo se acortan los ciclos de vida de los vehículos en manos de un mismo propietario. También se incrementa notablemente la seguridad vial en nuestras carreteras, pues vehículos más jóvenes son vehículos más seguros y mejor dotados de las más avanzadas medidas y sistemas en materia de ayudas y asistentes a la conducción que contribuyen a ello.

Igualmente, si contratas operaciones de renting contribuyes a la mejora del medioambiente, pues los vehículos matriculados en renting son medioambientalmente más sostenibles y producen menores volúmenes de emisiones contaminantes. La razón es simple. Todas las tecnologías que incorporan respetan las últimas y más avanzadas normativas en materia de emisiones que la UE exige

a los vehículos nuevos a la venta en nuestro mercado.

Además, los operadores de renting y sus servicios están siendo los principales introductores de las nuevas y más limpias tecnologías en el mercado del automóvil. Las empresas y sus flotas son las primeras que están incorporando vehículos híbridos, híbridos enchufables y eléctricos puros. Las primeras que están experimentando las ventajas de este nuevo tipo de propulsores y, por tanto, las primeras se aprovechan los importantes beneficios que estas aportan, tanto en materia medioambiental como muy especialmente en materia económica.

Su utilización produce interesantes ahorros, dado que a través de operaciones de renting se puede acceder igualmente a las ayudas a la compra que ofrecen las distintas administraciones sin problemas de tramitación y de manera fácil y sencilla gracias a que la gestión de las mismas las efectúa el operador del renting y luego las repercute directamente en el precio de la operación y de la cuota.

Pero, al igual que sucede con el resto del sector del automóvil, el renting está

## MÁS FÁCIL, MÁS FLEXIBLE, MÁS LIBRE

Asegurar tu movilidad. Ese es el objetivo que persigue Santander Renting. Y que estrenes coche es únicamente el comienzo de una relación cuya única finalidad es garantizarte todos los servicios necesarios que permitan facilitarte tus desplazamientos y que disfrutes de la conducción y la máxima movilidad posible. Santander Renting es uno de los pioneros del sector del renting en España. Lleva más de 25 años ofreciendo este tipo de productos a sus clientes y cuenta además con todo el respaldo de una marca líder como es Banco Santander, el líder español del sector financiero. Gracias a esta experiencia acumulada, Santander Renting es consciente de que a lo largo de la vida de los contratos de renting es necesario ir más allá en las coberturas que estos aportan a los clientes, puesto que las situaciones económicas

y vitales tanto de las empresas como de los clientes particulares y autónomos pueden cambiar drásticamente en cualquier momento. Por eso, Santander Renting va más allá con sus operaciones y productos. Ofrece nuevos servicios dotados de la necesaria flexibilidad para adaptarse, además de a cubrir las necesidades de movilidad, a los posibles cambios de importancia que se puedan ir produciendo en la evolución personal de sus clientes. Para Santander Renting la flexibilidad bien entendida va más allá de solventar los problemas del día a día en el trabajo. También consiste en afrontar los graves problemas personales que puedan surgir en la vida de sus clientes. Problemas como la pérdida del puesto de trabajo, una baja prolongada por enfermedad que afecte a su actividad, un divorcio, un nacimiento múltiple



o un traslado profesional a otras latitudes. Situaciones todas ellas que pueden producirse en cualquier momento de improviso y que pueden afectar directamente al renting contratado. Si tu vida cambia, los productos de movilidad de Santander Renting se adaptan contigo a tu nueva situación. La vida cambia y por eso, tu renting también tiene que poder cambiar contigo. Santander Renting ha dotado a sus productos

de la flexibilidad suficiente para que, aun siendo un cliente particular o un autónomo, puedas, una vez iniciadas estas, modificar tus operaciones de renting. Modificarlas y adaptarlas a tu nueva realidad financiera, en caso de pérdida involuntaria del trabajo o desempleo. Esto es posible gracias a la cobertura de cancelación anticipada del contrato de renting que Santander Renting ofrece a sus clientes al plantearles la operación.

evolucionando. De hecho, lo viene haciendo desde sus inicios. De ser un mero producto financiero, el renting ha evolucionado hasta convertirse en un servicio. Y este, de estar inicialmente dedicado a las empresas, ha ido adaptándose y flexibilizando sus condiciones hasta volverse muy atractivo también para los profesionales autónomos y, en los últimos tiempos, para los particulares.

Todos ellos han encontrado en el renting un producto adaptado a sus necesidades y especialmente atractivo. Un atractivo que crece y crece y que cada día atrae a clientes y usuarios más jóvenes, pues estos ya tienen una visión del automóvil mucho más funcional en la que apuestan más por el uso del vehículo y la posibilidad de contar con movilidad en el momento en el que realmente la necesitan que en el hecho de tener un vehículo en propiedad que permanece aparcado el 95 por ciento del tiempo que permanece en nuestro poder.

Este nuevo escenario está provocando que el renting se actualice. Los nuevos clientes también demandan nuevos servicios. Servicios más adaptados al uso que, por ejemplo, un particular le da a un coche. Un uso que difiere bastante del que por ejemplo se le puede dar en una flota.

Kilometrajes, coberturas, tipologías de vehículo difieren en el mundo profesional

de las que se producen en el mundo de los particulares. Por eso, Santander Renting ofrece soluciones dotadas de una alta flexibilidad para adaptar su funcionamiento a las necesidades reales de cada cliente en particular.

Para ello, Santander Renting presta especial atención a sus servicios de postventa y reparación, valores esenciales en las operaciones de renting. La operadora de Renting del Grupo Santander selecciona con especial esmero a sus colaboradores con el interés de ofrecer las mejores garantías del mercado en el mantenimiento y reparación de todos los vehículos de su flota en alquiler y, en especial, la mejor calidad de servicio y experiencia a sus clientes. Colaboradores a los que Santander Renting exige que mantengan su misma visión de la movilidad, y que entiendan esta como parte del servicio de calidad y de la experiencia que hay que prestar en todo momento al cliente.

Así, el lema de "Más fácil, más flexible y más libre" con el que Santander Renting identifica sus productos también se extiende a la prestación de estos servicios. Y para ello, es necesario también ir más allá en las operaciones de reparación y mantenimiento del vehículo. Estas deben ofrecer soluciones adaptadas a las necesidades de los clientes y no al revés. Deben aportar servicio, flexibilidad y calidad

a los clientes, desde que estos entran en contacto con el taller hasta que salen por la puerta con su coche reparado y con las obligadas garantías de reparación.

Los clientes del renting cada vez son más exigentes. Saben lo que quieren, lo que necesitan y piden servicios que les proporcionen lo que precisan para su movilidad. La irrupción de los clientes particulares en el mundo del renting obliga a crear nuevos servicios que permitan conjugar la movilidad habitual que los clientes particulares precisan para su actividad laboral con la movilidad que desarrolla en su actividad privada y personal.

Servicios que permitan combinar el uso de vehículos comerciales con el de turismo o vehículos de micromovilidad o de renting de bicicletas eléctricas, patinetes, etc. Y todo ello apoyados en las nuevas tendencias que llegan al sector, como la digitalización –que para los clientes del Santander ya es un hecho, un plus que agiliza y mejora su relación con el Banco y con su proveedor de renting–, la marca de Santander Renting que desarrolla este tipo de productos, llegan al mercado para dotar de una mayor flexibilidad al permitir incluso el cambio de vehículos en función de las necesidades del cliente durante el período de vigencia del contrato.

Y todos estos nuevos productos ya están disponibles en Santander Renting



FRANCISCO PÉREZ AGUADO, DIRECTOR DE COMPRAS LEASING & RENTING BANCO SANTANDER

# “Los particulares también quieren un renting que se adapte a sus necesidades”

Si hay un banco experto en el trato directo con el cliente particular del renting, ese es sin duda el Santander. Desde hace más de 25 años ofrece servicios de movilidad de pago por uso a sus clientes, tanto a empresas como también a particulares. Esto hace que tenga una posición privilegiada para poder analizar el actual fenómeno que el sector vive con la incorporación de los particulares a los servicios de movilidad que ofrecen las operaciones de Santander Renting. De todo ello hablamos con Francisco Pérez Aguado > (FPA), director de Compras Leasing & Renting de la entidad financiera.

**M16.- ¿Qué posición ocupa Santander Renting en el sector de la movilidad y servicios de renting en España? ¿Cuál es vuestro volumen de flota en alquiler?**

FPA.- En Santander Renting tenemos más de 25 años de experiencia ofreciendo soluciones de movilidad. En la actualidad ocupamos el primer lugar en España por número de clientes, ya que no sólo ofrecemos renting de vehículos y para la nueva movilidad, también ofrecemos renting tecnológico, para incorporar nuevos elementos y servicios en el hogar, etc.

En el caso concreto del automóvil, nuestra flota de vehículos en alquiler actualmente supera las 50.000 unidades. Vehículos que se encuentran circulando por todos los rincones de la geografía española.

**La “nueva movilidad” está transformando la percepción del renting. De ser considerado como una operación meramente financiera ha pasado a verse como una prestación de distintos tipos de servicios de movilidad. ¿Santander Renting es una empresa de financiación o de servicios? ¿Cómo os perciben vuestros clientes?**

Santander Renting tiene que verse como una empresa facilitadora de servicios de alta calidad. Una empresa que cubre las necesidades de nuestros clientes desde varias perspectivas, una de las cuales es la movilidad en su sentido más amplio. Y más aún en la actualidad, con la incertidumbre que existe a la hora de adquirir un vehículo

**“PARTICULARES Y EMPRESAS TIENEN NECESIDADES DISTINTAS QUE CUBRIR, PERO EN ESENCIA QUIEREN LO MISMO: SERVICIOS DE MOVILIDAD FLEXIBLES Y DE CALIDAD ADAPTADOS A ELLOS.”**

lo debido a las importantes novedades normativas y nuevas tecnologías.

Entre los servicios que ofrecemos también incluimos una serie de ellos que aportan una gran flexibilidad al renting, incluyendo unas condiciones especiales que nos permiten adaptarnos rápidamente a los cambios que puedan surgir en la vida profesional o familiar de nuestros clientes.

Por otra parte, recientemente hemos lanzado Santander Boutique, un e-commerce a través del cual ofrecemos atractivas soluciones en materia de renting especialmente para la nueva movilidad, como son interesantes oportunidades en renting de vehículos de movilidad personal como pueden ser las bicicletas eléctricas, patinetes eléctricos, etc.

**Renting tradicional, flexible, servicios de suscripción, carpooling, ... ¿Qué modalidades de servicios de movilidad ofrece Santander Renting a sus clientes? ¿Cuáles son más aptos para empresas y cuáles para clientes particulares?**

En Banco Santander fuimos pioneros en ofrecer soluciones de renting a particulares. De esto hace ya 20 años, aunque bien es cierto que durante mucho tiempo el sector de renting ha estado más focalizado en empresas y autónomos. Esto ha provocado que actualmente más del 75% de las grandes empresas en España tuvieran ya sus vehículos contratados bajo esta modalidad de servicio.

Ahora, la realidad actual y la tendencia está cambiando de forma vertiginosa, quizá acelerada por la pandemia y por la incertidumbre sobre las nuevas formas de movilidad en cuanto a las emisiones. Por

eso cada vez son más los particulares que eligen para estrenar vehículo esta fórmula bajo el nuevo concepto imperante del “pago por uso” y sin padecer las obligaciones que conlleva la propiedad del vehículo.

Desde Santander Renting acompañamos a nuestros clientes en todo momento ofreciéndoles un servicio de calidad con soluciones a medida plenamente adaptadas a sus necesidades. Además, la alta flexibilidad que ofrecemos a nuestros clientes en todos nuestros productos es esencial para alcanzar la gran relación de confianza que mantenemos con todos ellos.

**¿Qué ventajas añadidas ofrece contratar servicios de movilidad con Santander Renting? ¿Por qué elegir Santander Renting como operador de movilidad para la empresa o para tu renting personal?**

Nuestra ambición es que los clientes de Banco Santander tengan cubiertas sus necesidades y servicios de movilidad con Santander Renting. Lo hacemos desde la visión que nos aporta la confianza que depositan en nosotros, ofreciéndoles durante todo el proceso asesoramiento, un servicio de alta calidad y la máxima flexibilidad.

Así, por ejemplo, en el caso de vehículos eléctricos lo hacemos directamente a través de “EcoRenting”, una solución específica que hemos creado mediante la cual ofrecemos a nuestros clientes un completo servicio de acompañamiento en todo el proceso que conlleva su transición a la movilidad eléctrica, conectada y sostenible.

Les ayudamos a elegir los modelos de coche que mejor se adapten a las necesidades reales de su flota, de su empresa o de su familia y su movilidad personal. Les ayudamos en las complicadas gestiones que conlleva la instalación de los puntos de recarga que precisan disponer en sus instalaciones o sus domicilios y también en todos los trámites que precisan realizar para poder acceder a las subvenciones disponibles para este tipo de vehículos.

De igual manera les ayudamos a optimizar el uso de sus nuevos vehículos eléctricos para que obtengan el mejor rendimiento y los máximos ahorros posibles con su uso.

**Los particulares se suman rápidamente**



**te a la movilidad de pago por uso. ¿Obtienen los clientes de Banco Santander alguna ventaja añadida por contratar su renting o servicio de movilidad con Santander Renting? ¿Qué diferencias tienen con los servicios que ofrecéis a empresas?**

Los particulares están viendo las ventajas que el pago por uso aporta para la utilización del vehículo. En Santander Renting, la solución que ofrecemos cubre las necesidades del cliente, y no solo a la hora de elegir el vehículo. Ofrecemos asesoramiento y soluciones a medida, y con el coche ya circulando todos los servicios que acompañan nuestro renting cubren de forma amplia tanto el uso del vehículo como cualquier necesidad o imprevisto que pudiera suceder.

Así, por ejemplo, el seguro que ofrecemos es a todo riesgo sin ningún tipo de franquicia y, además, cubre desde el primer minuto a cualquier conductor que use el vehículo sin restricciones por antigüedad de carnet o edad.

También ofrecemos una interesante solución que aporta mucha flexibilidad. Con ella, si el cliente tiene algún cambio en su vida personal o profesional y necesita mo-

**“SI LA VIDA PERSONAL O PROFESIONAL DEL CLIENTE CAMBIA, SU MOVILIDAD TAMBIÉN LO HACE Y, POR TANTO, EL RENTING DEBE ADAPTARSE.”**

dificar su renting, tiene la posibilidad de hacerlo para cubrir sus nuevas necesidades. Todo esto siempre bajo altos estándares de calidad y atención personalizada.

**Hay operadoras de renting en las que los vehículos de clientes de empresa tienen prioridad en la prestación de determinados servicios con respecto a los de los clientes particulares. ¿Sucede igual en Santander Renting?**

Santander Renting ofrece soluciones a medida, tanto para clientes de empresa como para los particulares. Soluciones adaptadas siempre a las necesidades de cada segmento y tipo de cliente.

Así, por ejemplo, tenemos acuerdos con todos los Talleres Oficiales de las marcas.



Y, además, ofrecemos una segunda red de talleres concertados con Santander Renting, de forma que el cliente tiene siempre a su alcance una amplia oferta donde elegir ser atendido.

También ofrecemos otros muchos servicios opcionales como vehículos de sustitución, tarjeta de carburante, gestión de sanciones, etc. Y tanto toda nuestra experiencia como la completa oferta de servicios la ofrecemos por igual a ambos segmentos de clientes, sin diferenciación o prioridad a la hora de la prestación del servicio.

Lo que sí que contamos, por las condiciones especiales que su actividad conlleva, es con un equipo especializado que asesora y configura soluciones a medida para empresas flotistas.

**Pueden los clientes de Santander Renting acceder en sus operaciones a los fondos, subvenciones y ayudas públicas en materia de movilidad y sostenibilidad empresarial. Por ejemplo, ¿las que aportan el Plan MOVES III o las del Ayuntamiento de Madrid para facilitar el cambio a coches menos contaminantes?**

El acceso a las ayudas en materia de movilidad lo hemos englobado en la solución EcoRenting, que va más allá del acceso a la subvención, ofrecemos una amplia oferta de vehículos eléctricos, tanto para particulares como para uso profesional, asesoramos para ayudar en la elección del vehículo, instalación del punto de recarga y un servicio para gestionar en nombre del cliente el acceso a las subvenciones tanto para el vehículo como para el punto de recarga.

**“Más fácil, más flexible, más libre” es el lema que encontramos al abrir la web de Santander Renting. ¿Cuáles son esos plus?**

Estamos muy ilusionados con el momento actual que estamos viviendo en el renting, nuestro claim refleja el espíritu con el que trabajamos para nuestros clientes, Más Fácil porque en una sola cuota mensual se incluye todo lo necesario para la utilización del vehículo. Más Flexible porque nos adaptamos a los cambios que se puedan producir en la vida de nuestros clientes y afecten a su movilidad, y Más Libre porque con la solución de Santander Renting nuestros clientes tienen aseguradas sus necesidades de movilidad y disfrutan de un vehículo sin necesidad de comprarlo.

La movilidad juega un papel clave en todo lo relacionado con la sostenibilidad, y con la solución EcoRenting impulsamos la transición a energías alternativas poniéndoselo muy fácil a nuestros clientes.



¿Qué es la digitalización? ¿Cómo abordarla? ¿Qué ventajas añade a la empresa?... son muchas las preguntas que las empresas se hacen a la hora de abordar un proceso que es vital para su futuro y que deben afrontar sí o sí. Hablamos de todo ello con Arancha Hernando, directora de Operaciones, Experiencia de Cliente y Transformación Digital de ARVAL.

ARANTXA HERNANDO, DIRECTORA GLOBAL DE OPERACIONES, EXPERIENCIA CLIENTE Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE ARVAL

# «Digitalizar no deshumaniza, ayuda a ganar tiempo para añadir valor a la empresa»

–Operaciones, Experiencia de Cliente y transformación digital, ... eso quiere decir que últimamente tienes poco trabajo ¿no?

–Bueno, podemos decir que estamos en todas partes en lo que es la transformación más allá de lo meramente digital. Es transformación organizacional, transformación cultural, en todo aquello que realmente tenga que ver con la transformación de la empresa pa-

ra seguir proporcionando los mejores servicios a los clientes.

–Sobre la nueva movilidad se habla de digitalización y se dice que la empresa que no se digitalice, desaparecerá. ¿Es eso cierto?

–Sí. Definitivamente, sí. Para poder competir hay que ser más ágiles y ser más ágiles pasa por ser digitales en este mundo. Además,

el ecosistema en el mercado está permitiendo la entrada de nuevos competidores que son fundamentalmente tecnológicos con la digitalización en su ADN y con una forma de abordar a los clientes es diferente.

–Con la digitalización ¿se deshumaniza la experiencia de cliente?

–No. Digitalizar no es deshumanizar. Es jus-

to lo contrario. La clave es usar la tecnología lo suficientemente bien como para generar una experiencia de cliente muchísimo mejor. Si utilizar la tecnología empeora la experiencia de cliente o del empleado, algo estamos haciendo mal. Todo consiste en elegir bien la tecnología y dónde la vas a utilizar. Digitalizar no supone prescindir de nuestro empleado o de nuestro colaborador. Digitalizar sirve para que el empleado que presta ese servicio disponga de más tiempo para añadir más valor a la empresa. Un ejemplo. Digitalizamos la atención telefónica. Ponemos bots que escuchan a los clientes y proporcionan respuestas. Ese automatismo ha de permitir al gestor telefónico ser capaz de escuchar mejor al cliente.

–Hablamos de digitalización, inteligencia artificial, conectividad, electrificación y queremos sacarlo todo a la vez. ¿Qué se debe priorizar?

–Lo que no podemos es no paralelizar. El ecosistema está cambiando tan rápido y las reglas del juego son tan variables que es necesario arriesgar un poco y no quedarse atrás. No puedes quedar el último. Ser el primero es muy difícil, pero el que da primero da dos veces. Ahora tenemos un ecosistema un po-

co inestable porque la tecnología crece exponencialmente y los datos también lo hacen. Y eso significa que cada día nos podemos encontrar con una nueva sorpresa. Esta situación obliga a las empresas a ser muy dinámicas y a invertir, aunque sea un poco, en todos los palos, porque la movilidad se está rediseñando por completo.

–Se están creando grandes bases de datos que para moverlas, analizarlas y utilizarlas las empresas precisan disponer de un “poder cuántico”, del que no disponen. ¿Están capacitadas para tratar todo el volumen de datos son capaces de generar?

–Lo que ha pasado en los últimos 3 a 5 años es que la tecnología para gestionar esos volúmenes de datos ha mejorado exponencialmente. El coste de procesado ha caído a mínimos en comparación con cuando se empezó a trabajar con tecnologías para manejar grandes volúmenes de datos. Ahora, como la tecnología ha evolucionado tanto y hay una capacidad de procesado mucho más barata y asequible y los costes de almacenamiento de datos también son ridículos, tenemos una tecnología que permite procesar esas cantidades de información. La capacidad de inversión de las empresas en estos procesos ya no son el problema porque realmente ya se percibe un retorno de la inversión, cosa que antes no sucedía. El principal problema que a día de hoy tienen las empresas son los skills, las habilidades de las personas para utilizar adecuadamente esas tecnologías. Los perfiles tecnológicos que trabajan con la inteligencia artificial, con la robotización con el big data, con data en general, con temas regulatorios de data, de marketing digital, etc, son muy valorados, y las empresas competimos por captar ese talento, que es donde de verdad se bate el cobre.

–La UE trabaja en una nueva ley de datos, en especial en aspectos que tocan de lleno al sector del automóvil. ¿Cómo puede alterar eso el escenario a corto y medio plazo? ¿Qué los datos pertenezcan al usuario, al fabricante? ¿cómo puede afectarlos?

–Primero habría que conocer exactamente qué dice la letra pequeña de la futura Ley. Cuanto más claro y más regulado esté el campo de actuación mejor será para todos. Lo será porque ahora la regulación que hay es clara pero está muy sujeta a interpretación, y esto es algo que las empresas estamos aprendiendo sobre la marcha gracias a las sanciones, a las interpretaciones que hace el regulador tras una determinada inspección. Todo lo que sea aclarar, bienvenido sea. Eso sí, hasta que se apruebe la ley, lobbies y los reguladores están librando una batalla por ver quién es el propietario de los datos en el mercado, porque quien tiene el dato tiene el poder. Quien tenga el activo y el dato, tiene

el poder. Yo creo que el espíritu de la UE y de los reguladores en materia de protección de datos es no coartar el desarrollo del mercado. Y por eso hay ciertas ambigüedades, porque han dejado esa esa puerta abierta para que las empresas sigan evolucionando.

–¿Están capacitados los usuarios para decidir a quién dejar usar sus datos y a quién no? Todos usamos aplicaciones cuyas instrucciones ni tan siquiera leemos.

–Cierto. Cada vez somos más conscientes de la necesidad de protegernos. Pero creo que nunca llegaremos como usuarios a entender claramente lo que hay detrás de un “acepto” o “rechazo”. Cada vez más se perciben dos tendencias claras con las nuevas generaciones. La de quienes no valoran tanto la privacidad, porque viven expuestos a las redes sociales y para ellos no tiene importancia ninguna. No son conscientes de lo que están vendiéndoles información a otras empresas y no se están beneficiando por ello. Sí lo hace al re-

PARA PODER COMPETIR HAY QUE SER MÁS ÁGILES Y SER MÁS ÁGILES PASA POR SER DIGITALES EN ESTE MUNDO. DIGITALIZAR ES UTILIZAR LAS HERRAMIENTAS Y LOS DATOS DISPONIBLES PARA PRESTAR UN SERVICIO MÁS EFICAZ CON UNA MEJOR EXPERIENCIA CLIENTE.

cibir una experiencia de cliente, que al final es lo que buscan. Experiencias que en función de la información que proporcionas recibes de una u otra manera. Y luego hay otra parte de la población y de las nuevas generaciones que cada vez son más conscientes de que sus datos y su privacidad tienen un valor y, por tanto, no los debes regalar, aunque ello te limite las experiencias que recibes. ¿Encontrar el equilibrio? Imposible saberlo.

–¿Con todos estos procesos no queda mucha gente atrás?

–Las generaciones senior desde luego. Para ellos, las empresas tenemos que proteger los canales y los procesos de atención tradicionales, priorizando a las personas que no gustan del entorno digital, bien por que no les apetece; bien porque no pueden acceder a ello; o bien porque no saben usar un canal digital. Por eso siempre ha de estar ahí el canal tradicional y lo tenemos que proteger. Esas generaciones son un segmento de clientes que aporta mucho, muchísimo a las empresas y, por tanto, han de estar claramente priorizados.



HABLAMOS CON... ARANCHA HERNANDO,  
DIRECTORA GLOBAL DE OPERACIONES, EXPERIENCIA CLIENTE Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE ARVAL

## ANÁLISIS PANEUROPEO DE LAS FLOTAS CORPORATIVA ARVAL MOBILITY OBSERVATORY 2022

En coincidencia con el cierre de esta edición de Flotas y Empresas, ARVAL presentó la última edición de su macroestudio paneuropeo sobre las flotas de movilidad corporativas. A falta de un análisis más a fondo de su contenido, que realizaremos en nuestro próximo número, publicamos aquí las principales conclusiones del mismo

- ▶ El 84 % de las empresas españolas ya cuenta o prevé contar con vehículos electrificados.
- ▶ La recuperación del mercado automovilístico no se consolidará hasta 2023. Los escenarios dependerán de la evolución de la pandemia, de la crisis de los microchips y de la guerra entre Rusia y Ucrania, además de la nueva medición del impuesto de matriculación. Se prevén unas matriculaciones de 1.040.000 vehículos en 2022, un 2,8% más que en 2021, para superar

los 1,1 millones de placas en 2023.

- ▶ El parque de vehículos de alquiler volvió a anotarse la mayor subida en porcentaje (10%) durante 2021, mientras que el de empresa apenas registró movimiento (0,1%) y el de particulares no completó el punto porcentual de subida. El parque de renting rozó las 765.000 unidades tras un importante impulso cercano al 6%
- ▶ El 21% de las firmas españolas mantienen las expectativas de crecimiento de sus flotas en los próximos tres años, frente al 39% de 2021.
- ▶ La preocupación por una movilidad más sostenible es una realidad: la mitad de las empresas ha tomado medidas para reducir las emisiones de sus flotas y el 84% ya cuenta, o prevé contar, con coches electrificados en los próximos tres años.
- ▶ Casi la mitad de las empresas



carecen de puntos de recarga en sus instalaciones. La escasez de puntos públicos, principal inconveniente (44%) para los eléctricos.

- ▶ Solo el 6% de las compañías españolas introdujera comerciales ligeros eléctricos en sus flotas, aunque un 28% han implementado o tienen

previsto acometer el cambio en el próximo trienio.

- ▶ El renting sigue aumentando su ventaja como la opción de financiación preferida por las empresas españolas (un 44%). España tiene el porcentaje de aceptación más alto (55%) del renting como sistema de financiación previsto.

La España vaciada y las zonas rurales no están directamente relacionadas con estos casos. Cada vez más es un problema que afecta a las generaciones senior, independientemente de dónde estén ubicados. Ahora mismo, el acceso a la tecnología, a la digitalización está bastante extendido por todo el territorio. No tengo datos, es más una percepción, pero creo que hay muy pocos casos en los que no tengas acceso a internet y cada vez hay más empresas de comercio local, de zonas rurales, que llegan al mercado gracias al uso de herramientas digitales.

**–Pero ahora no hay empresa que contrate trabajadores mayores de 50 años. Al contrario, se busca la manera de prescindir de ellos. Y son precisamente quienes quedan fuera por falta de recursos, conocimientos, o medios para acceder a estos. No son nativos digitales y aprender o acceder a la tecnología les es complicado sin el apoyo de las empresas.**

–Aquí hay una responsabilidad social que las empresas también deberían asumir en sus políticas. Primero generando programas internos de reciclado del conocimiento. Hace falta una estrategia de responsabilidad social de diversidad que incluya al talento senior, aunque hay ya iniciativas para establecer comunidades de diversidad que tratan de unir

el talento joven con el talento senior. Una simbiosis muy buena y de mutuo beneficio para tratar de aprender unos de otros.

**–Son legión los usuarios de internet que se quejan de no poder entrar en contacto directo con las empresas, que únicamente les atienden robots.**

–Cierto. Ha habido una época en la que estas empresas, en su mayoría spin offs o nuevas marcas de empresas tradicionales que han basado su modelo de costes en la digitalización y que, por tanto, han reducido canales de atención sustituyéndolos por canales de atención digitales, dentro de un concepto más low cost. Esto ahora está cambiando. Son ciclos. Es resultado de una forma de experimentar de las empresas con un producto nuevo y lanzarlo a un segmento de clientes totalmente nuevo. Es decir, su objetivo, su target de cliente no son probablemente los seniors de la población, sino los nuevos clientes que están llegando al mercado laboral, que empiezan a tener poder adquisitivo y que, además, se han educado sin hablar, chateando. Quiénes para solicitar un servicio, dar un parte de un seguro o solicitar una reparación en un expositor sencillamente les molesta tener que llamar por teléfono. Ese es el verdadero target que tienen esos nuevos clientes.

¿Qué pasa entonces? Pues que cuando el negocio se hace grande y otros clientes que no son nativos digitales quieren usar estos servicios se encuentran con muchas barreras. Esto muestra que hay que saber a quién te enfocas. Estas empresas progresivamente han tenido que ir abriendo sus canales de atención para poder cubrir otros segmentos de cliente a los que inicialmente no iban orientados, pero a los que se han dado cuenta de que su propuesta de valor también les encaja. Por precio, por imagen, o por servicios; pero también les encaja. Y ahí te tienes que adaptar. Es decir, tú lanzas para un determinado tipo de cliente y si, después, va bien, vendrán otros tipos de clientes que tendrán otras demandas que también tendrás que cubrir. Ahora mismo, la regulación ayuda mucho a esos clientes. Somos más conscientes de que no podemos discriminar a determinados tipos de cliente por no ser expertos en el uso de herramientas digitales. Y, por tanto, las empresas nos veremos obligadas –y eso está muy bien hacerlo–, con la nueva ley de atención al consumidor a mantener canales de atención y a dar preferencia a que los consumidores usen los canales que consideren oportunos. Y a tenerles que atender por esos canales asegurando siempre que haya quien les atiende.

Para las empresas tradicionales que no vivían

de su escaparate digital y que simplemente tratan de reflejar lo que hacen internamente a través de un canal web o de un canal digital tienen muchísimas más dificultades. Para ellas es muchísimo más complejo. Por eso es muchísimo más fácil y exitoso ser digital y generar canales físicos presenciales no digitales desde tu core business digital, poniendo una tienda, un centro de atención, abriendo una línea telefónica, generando otros canales de atención que ser no digital y tratar de tener un canal digital ordenado.

**–Y luego está el imparable avance de las tecnologías. A finales de este año desaparece el 3G, nos quedamos con el 4G, 4LTE y empezamos a abrir la puerta al 5G ¿Piensas que habrá empresas que se puedan quedar fuera?**

–No lo creo. El contenido es independiente del medio de conexión. Si han preparado bien sus canales digitales de manera más o menos decente, es totalmente independiente una cosa de la otra. Todo el mundo se va a beneficiar de la evolución de la tecnología, de la mayor conectividad. Al contrario. No se me ocurre ningún caso en el que ello pueda suponer un problema. Las empresas trabajan continuamente en adaptarse a esos cambios. La tecnología de conectividad no supone ningún problema, al contrario, aporta soluciones. Una mejor conectividad, una nueva web, una aplicación que antes costaba un poco mover, ahora debería ir muchísimo más fluida, muchísimo más rápida y no debería presentar inconveniente alguno.

**–¿Qué puede suponer para ARVAL entrar en el mundo 5G?**

–Muy buena pregunta. Habrá un periodo de tiempo, para ARVAL y para casi todas las empresas salvo las nativas ya en 5G que estaremos adaptando nuestros productos pre 5G al 5G, pero de la misma manera. Es la diferencia entre evolución e innovación. Estaremos evolucionando. Y, probablemente, en algunos casos será suficiente con esa evolución al 5G para dar unos contenidos más adecuados al nuevo potencial de esa conectividad. Y, por otro lado, tendremos que empezar a pensar en el 5G como forma de hacer nuevos productos. Eso nos abre inmensas posibilidades. Es lo mismo que con el big data o la inteligencia artificial. No es igual decir tengo todo este volumen de datos, a ver que hago con ellos; que decir voy a generar directamente con esta tecnología nuevas posibilidades con los datos que tengo. Pues con el 5G va a pasar igual. Habrá productos que se quedarán estancados y tengan una mínima evolución para que funcionen y habrá quien aproveche el conocimiento para diseñar productos que sean nativos 5G y que los demás no tienen porque aún no han aprovechado su capacidad de innovación.



EL MERCADO SE ABRE A NUEVOS COMPETIDORES TECNOLÓGICOS Y NATIVOS DIGITALES CUYA FORMA DE ABORDAR A LOS CLIENTES ES DIFERENTE. ESO OBLIGA A LOS DEMÁS A ADAPTARSE.

**–En materia de gestión de flotas el 5G abre unas posibilidades...**

–Enormes

**–... de control y gestión de las unidades, los conductores, sus cargas, sus rutas...**

–Sí, sí. No es sólo que la tecnología esté disponible para la transmisión de datos en tiempo real. Hay cosas que aún no podemos imaginar en cuanto a las posibilidades que 5G va a generar para el control de flotas. No podemos por que la conectividad con el 4G ya es muy buena. Los tiempos de transmisión de información son mínimos y los sistemas funcionan bien. La cuestión es inventar nuevas cosas, nuevos productos, gracias a esa nueva capacidad de conexión. No creo que el incremental de la velocidad de transmisión del posicionamiento de un vehículo vaya a aportar un diferencial más, pero sí, por ejemplo, el poder recibir en tiempo real todo el estado del vehículo. Desde el neumático hasta la carga de la batería y cómo ha afectado al neumático una determinada curva agresiva para, por ejemplo, poder generar una alerta en tiempo real. Esta mayor posibilidad de combinación de los datos sí que va a marcar una diferencia. De todos modos, al menos para mí, la batalla no está en el 5G. Para mí la verdadera batalla está en saber de quién son los datos. Es la base de todo.

**–¿Cómo se plantea ARVAL el desarrollo de la experiencia cliente en un producto nuevo? ¿Qué factores priorizáis? ¿cuáles son los mínimos que hay que proporcionar al cliente? ¿Qué es lo que más os preocupa?**

–Lo primero es conocer la propuesta de valor. Puede que incluso al principio no esté

muy afinada, no pasa nada. Pero sí hay que identificar una oportunidad, una propuesta de valor que luego puedas contrastar con un número de clientes para verificar si ese valor que pensamos que tenemos realmente existe. Después, saber qué datos tengo para poder dar ese producto. Como en todos los productos digitales MaaS (movilidad as a service) con sus aplicaciones de movilidad 360, los datos de los que yo dispongo de mis potenciales usuarios serán fundamentales para personalizar u ofrecer opciones de movilidad. Si no tengo datos, entonces tengo que ver cómo los consigo. Esto es superimportante. ¿Para qué? Para generar una experiencia de cliente única. Al final se trata de generar emociones, de generar buenas experiencias de cliente. Y ahí entramos ya en un tema importante, como es el de saber cómo monetizar ese valor que ofrecemos con el servicio.

A través de los datos surgen muchas opciones sobre cómo monetizar. No se trata únicamente de cobrar por un servicio. Puedes dar un servicio que sea de acceso público y gratuito, pero que a la vez te esté generando unos datos y una información que luego puedas utilizar para otros productos y otras ofertas comerciales. Muchas veces no entendemos los modelos de negocio de algunas empresas digitales en el mercado porque son gratuitos. ¿De qué viven?, nos preguntamos. Pues viven de esos datos que están recopilando. Los datos son el nuevo patrón oro. Para mí, resulta fundamental obtener una buena experiencia de cliente, buscar experiencias que conecten con los clientes y que realmente no sean una mera transacción, porque eso no fideliza. Tienes que diferenciarte con algo, aportando un valor añadi-



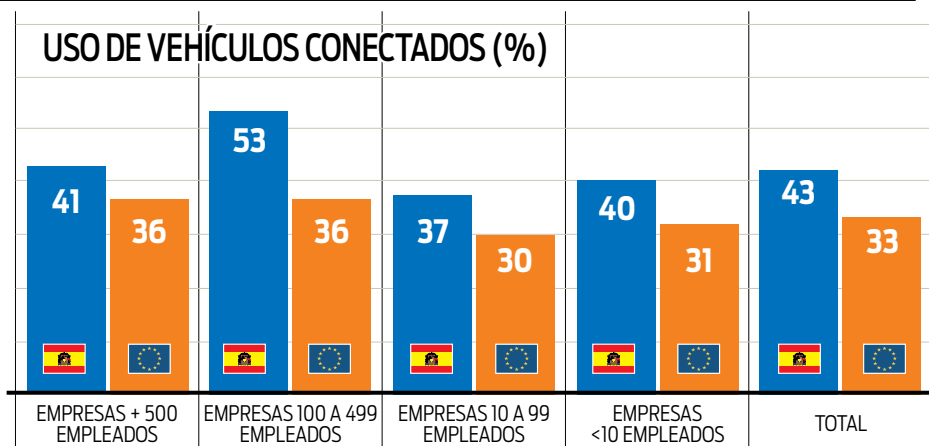


HABLAMOS CON... ARANCHA HERNANDO,  
DIRECTORA GLOBAL DE OPERACIONES, EXPERIENCIA CLIENTE Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE ARVAL

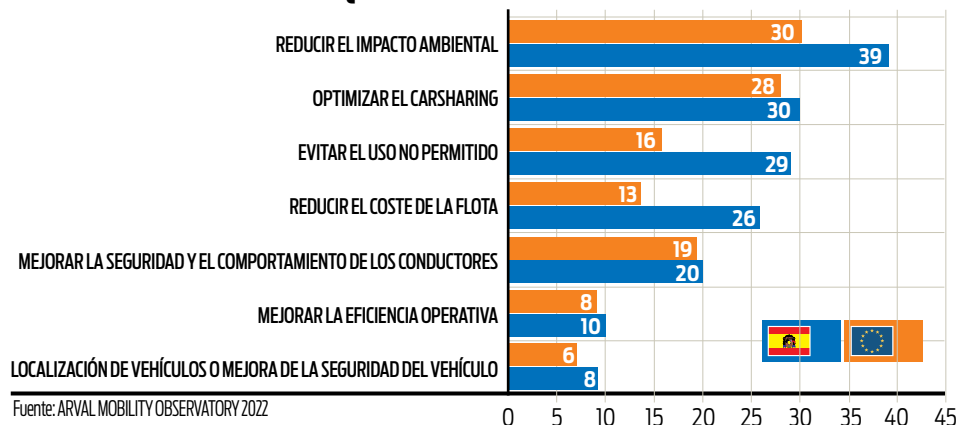
## LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS APUESTAN POR ELLOS SERVICIOS ADICIONALES DE GESTIÓN DE FLOTAS

Los servicios complementarios de gestión de flota cada día interesan más en las empresas españolas. Según el ARVAL Mobility Observatory, el 82% de las compañías españolas cuenta ya con al menos un servicio adicional para gestionar su flota. Servicios que van más allá de la mera localización de los vehículos, sino que aprovechan los avances en materia de digitalización y conectividad para establecer un mejor control tanto de los vehículos como de la actuación de los conductores para incrementar la seguridad tanto de ambos como de la carga que transportan.

Entre los más requeridos se sitúan las acciones formativas para mejorar la seguridad en la conducción (41%), seguidas de las que permiten el ahorro de combustible (34%) o el reporte digital de las acciones al volante de los mismos (32%). En función del tamaño de la empresa, el número de medidas suplementarias adoptadas crece en igual medida. A mayor tamaño de flota, mayor número de herramientas y soluciones de control aplicadas.



### RAZONES POR LAS QUE UTILIZAN VEHÍCULOS CONECTADOS



do. Realizar una buena segmentación para saber a qué clientes realmente te has dirigido y, a partir de ahí, realizar una buena gestión de los datos para poder usarlos en todo su potencial.

—¿Todos estos procesos, cómo los llevamos a la monetización? ¿Cómo hacer que realmente resulten rentables? ¿Como se traducen en beneficios, en euros que las empresas puedan ingresar, contabilizar?

—Habría productos que se puedan monetizar directamente, aunque al principio generen poco margen de beneficio, porque son productos que están ahí porque complementan y ayudan a defender tu core business. Esta ya es una forma de monetizar y de fidelizar al cliente que cada vez tienen más empresas. Pueden estar cobrándolo o simplemente dándole como un valor añadido para fidelizarlo. Pero, insisto, para mí la clave no está en que se monetice directamente cuando no tenga un retorno razonable de la inversión a corto plazo. La clave está en saber monetizar el uso de los datos obtenidos para poder generar más productos. Es una rueda, lo que se conoce como data flying wheel (un enfoque integral y aditivo para extraer el mayor valor

posible a los datos obtenidos) que te permite iterar e iterar; y algunos productos los monetizarás y otros no. Lo importante es que esos datos te generen más valor. Esa para mí es la clave y lo que te va a permitir generar una siguiente iteración en esa rueda con un producto que quizás sí puedas monetizar.

—¿Algo así como el concepto de economía circular trasladado al mundo del dato?

—Los datos al final no solo es su circulación, sino el crecimiento exponencial que tienen. Un dato te genera diez, esos diez te generan cien; esos cien, mil; y así sucesivamente. Tener la capacidad de poder explotar todo eso y generar a través de esos datos, mediante machine learning, inteligencia artificial, nuevos conceptos... generar nuevas ideas que en realidad innoven y que te permitan competir en mercados donde hoy en realidad no te estas planteando competir. ¿Y por qué será eso posible? Pues por que tienes los datos que lo harán posible. Y de abrir nuevas líneas de negocio gracias también a que los tienes.

¿Tenemos talento suficiente en España para generar trabajadores que sepan manejar, analizar, estructurar esos datos y

obtener resultados valiosos a partir de los mismos?

—España tiene una gran oportunidad en el mercado global, no sólo en el europeo, de ser una potencia tecnológica por la calidad del conocimiento que aquí se genera. La tenemos porque es verdad que existen buenos centros docentes para generar ese conocimiento; y porque en el mercado laboral lo que antes era una desventaja (nuestro más bajo nivel salarial y de vida con respecto al resto de Europa) es ahora con la globalización una gran ventaja. Con globalización, la descentralización de las empresas, el trabajo remoto, el smart working, etc hay empresas que están ya contratando trabajadores españoles. Aquí se están generando nuevas carreras o grados universitarios y estudios a los que accede muchísima gente que sale muy bien preparada y que, a día de hoy, pueden optar a posiciones en empresas multinacionales trabajando en remoto. Son trabajadores muy atractivos para empresas europeas porque al final su relación coste/conocimiento es muy elevada.

Además, el COVID nos ha traído la descentralización total y la globalización de los mercados laborales, que hasta ahora no existía.

Si existía la globalización del producto, la de las empresas, pero la del mercado laboral era local para cada país. El mercado se está abriendo, eso es un hecho. Los salarios están subiendo, sobre todo en el ámbito tecnológico. Y el talento español está muy bien valorado. Aquí tenemos una oportunidad de convertirnos en una potencia generadora de tecnología e innovación, pero también corremos el riesgo de no saber aprovecharlo y de que al final se nos fuge el talento. Retener el talento en la empresa va a ser uno de los grandes retos que van a tener nuestras empresas. Porque talento en España hay y tenemos una clarísima oportunidad de posicionarnos como una potencia en temas punteros de tecnología.

—Estamos asistiendo a grandes fusiones en compañías del sector del renting. ¿Qué suponen ese tipo de procesos en materia digital, de tratamiento de datos y de experiencia cliente?

—Uff. Para ellos De entrada un problema técnico a resolver bastante importante y que sin duda les llevará un tiempo hasta lograr una estabilización y puedan comenzar a funcionar de manera común y coordinada. Estos procesos de fusión, de absorción de empresas o similares siempre conllevan un proceso técnico bastante duro y que es tanto más duro cuanto peor sean las calidades de los datos que tienes. Las migraciones de datos son procesos muy complejos y por los general los resultados no suelen ser buenos. Las empresas estamos aprendiendo a, desde el principio, cuidar de la calidad de los datos que ya tenemos. Para ello generamos políticas de gobierno del tratamiento de datos, de gestión de la calidad de los datos desde el origen, de controles de su calidad, de manera que cuando tengamos que abordar una fusión o una migración de esas características nos lo va a hacer muchísimo más fácil. Pero esto de la calidad de los datos hace unos diez, quince años, (edad que una base de datos de una empresa que se enfrenta a una fusión necesita de datos para poder integrarlos) era un concepto que todo el mundo conocía que había que hacer, pero cuya prioridad era muy baja. Y obviamente sólo te das cuenta cuando vas a integrar datos y aquello no encaja ni para atrás o encaja de mala manera.

—¿En qué posición se encuentra ARVAL en materia de gestión de datos y de gestión de la experiencia cliente? ¿Estáis avanzados respecto del sector, tenéis que poneros al día en determinadas materias?

—Estamos dando grandes pasos en la ges-



TENEMOS UN ECOSISTEMA UN POCO INESTABLE, PORQUE LA TECNOLOGÍA CRECE EXPONENCIALMENTE Y LOS DATOS TAMBIÉN LO HACEN.

tión de los datos. En los últimos tres años hemos invertido mucho. Creo que una de las grandes áreas de inversión de la compañía a escala global sin duda ha sido en datos, en montar equipos globales de 'data science', en formar a una gran cantidad de empleados en conceptos de data, en formar a los managers para que sean capaces de identificar oportunidades de gestionar mejor sus datos, en incorporar y desarrollar tecnologías. Hemos trabajado en temas de datos yo creo que más que nunca con el Grupo BNP. Ya no es cada entidad de BNP Paribas invirtiendo por su cuenta en una tecnología sino que al final nos hemos dado cuenta de que el acceso a las grandes tecnologías y a las inversiones sobre big data, inteligencia artificial, centros de excelencia de datos, grupos de expertos en 'data science' son recursos muy valiosos y muy escasos y, probablemente, no super-necesarios en todas partes. Entonces lo que hacemos es generar centros de excelencia, formar muy bien y dar las mejores tecnologías en esos centros de excelencia y después, hay una parte que es centralizada, que conforma el core business tecnológico de la ciencia de datos y de algoritmos e investigación en algoritmos de datos de la empresa. Y luego está la otra inversión. La descentralizada

para ir generando cultura de datos y formando en datos a toda la compañía. Hay personas y posiciones más claves que otras, pero interesa ir invirtiendo en la cultura del dato.

Esta es una iniciativa que empezó en 2018, con un programa de inversión en data que generaron nuestro centro corporativo de datos, que también invirtió en la creación de un chip data office, donde se montó un equipo de data governance para asegurar que todo lo que hacemos lo hacemos cumpliendo las regulaciones vigentes y protegiendo la privacidad de los datos. Y todo eso es un trabajo continuo que, como es obvio, no genera retornos inmediatos sino que es un proceso a largo plazo que tienes que hacer y abordar de alguna manera.

Y luego hay otra forma, a través de buenas iniciativas conjuntas con empresas tecnológicas o de muy de nicho, que te pueden aportar lo que tú todavía no tienes. Una gran empresa, un banco no puede llegar a todo, en especial a lo que es muy específico.

co. Hay entonces que saber elegir con quién trabajas, con quién tienes acuerdos para beneficiarte de determinadas tecnologías o capacidades de procesamiento de datos o ideas.

En ARVAL también se invierte mucho y estamos muy orientados a esas relaciones con los fabricantes que al final son quienes nos proveen del activo que tenemos que es nuestro core business que es la movilidad. El tener acuerdos con ellos para compartir los datos y, sobre todo, también para integrar nuestros procesos y los suyos. Estamos trabajando juntos en la experiencia del cliente, porque al final siempre se trata del cliente—que es tanto el suyo como el nuestro—, sea la mejor del mundo. Entonces ahí hay muchísima importancia a todo el proceso comercial digital interoperable entre ambas compañías. Estamos trabajando en ser capaces de ofrecer un activo, un vehículo atractivo y en eso los fabricantes son los mejores porque se dedican a eso. Y darle una gama de servicios alrededor, ya digitales para que el cliente, a la hora de elegir su próximo vehículo o puede ser un activo diferente, empezamos por los coches porque es nuestro principal core business, pero seguiremos con otros sistemas de movilidad, motos, patinetes, bicicletas, etc, pero el concepto es que un cliente pueda elegir digitalmente cómo quiere su servicio. Que pueda configurar su vehículo, que pueda añadirle una movilidad adicional eléctrica, que pueda añadirle un servicio de Valet VIP a la vez que selecciona el vehículo, que pueda tener distintas opciones digitales sin que ese usuario note que está interactuando con dos empresas distintas en realidad.



MOBILIZE DRIVER SOLUTIONS

# Primer servicio de suscripción 'todo incluido' para taxi y VTC

Mobilize, la nueva de servicios del Grupo Renault prosigue con el lanzamiento de su nuevo universo de productos relacionados con la movilidad que le han de llevar a aportar en 2030 el 20 por ciento de los ingresos globales que el consorcio automovilístico francés genere.

A los ya conocidos de Mobilize Financial Services, Mobilize Share y otros tantos, se suma ahora Mobilize Driver Solutions, un nuevo servicio destinado en exclusiva —al menos de momento— para los servicios profesionales de transporte de viajeros (Taxi, VTCs, etc.). Una solución de suscripción todo incluido mediante la cual Mobilize proporciona a sus clientes un vehículo especialmente adecuado y desarrollado para el ejercicio de este tipo de actividad, con todos los servicios generales que el mismo pueda precisar incluidos en el valor de la cuota mensual.

Mobilize no vende el coche. Lo alquila mediante un sistema de suscripción en contratos que van dirigidos a un doble target de cliente, en ambos casos como servicio "todo incluido". La oferta de Mobilize Driver Solutions se orienta tanto a los conductores de VTC y Taxi, como a los operadores de flotas de servicios de transporte de viajeros. Es la primera gran oferta VaaS (vehicle as a service) dirigida a los profesionales del transporte de pasa-

jeros en general que aporta a ambos sectores una muy atractiva flexibilidad en términos de duración, costes, garantías de tranquilidad y sencillez muy necesarias para el desempeño de su actividad diaria con total seguridad.

La nueva oferta de servicios que propone Mobilize está especialmente pensada para facilitar la transición a la movilidad limpia de taxistas y conductores de VTCs (ya sean flotas o profesionales autónomos). Para ello, propone una com-

**MOBILIZE NO VENDE EL COCHE. LO ALQUILA MEDIANTE UN SISTEMA DE SUSCRIPCIÓN EN CONTRATOS QUE VAN DIRIGIDOS A UN DOBLE TARGET DE CLIENTE, EN AMBOS CASOS COMO SERVICIO "TODO INCLUIDO".**

binación que incluye una herramienta de trabajo fiable, agradable de conducir, 100 por cien eléctrica y perfectamente adecuada y pensada para que puedan realizar su trabajo cómodamente, junto con una completa gama de servicios adaptados a ellos con el fin de facilitar y garantizar al máximo su trabajo.

El alquiler del coche es mediante un sistema de suscripción en contratos que van dirigidos a un doble target de cliente. En el primer caso, la oferta es un modelo de suscripción con contratos de duración de 3 meses a 3 años, con distintas opciones de kilometraje y servicios añadidos diseñados específicamente para ellos.

En el segundo, los operadores de flota pueden contar con alquileres de larga duración (LLD) asociados a las opciones de financiación que ofrece Mobilize Financial Services, para una duración de hasta 6 años o 300.000 km.

Junto con la disponibilidad del vehículo (el Limo), Mobilize Driver Solutions añade a la suscripción una amplia gama

## PARA SU ESTRENO Y DE LA MANO DE CABIFY MOBILIZE DRIVER SOLUTIONS ELIGE MADRID

Madrid es la niña bonita de la movilidad. "Es una de las pocas ciudades a escala global en la que los nuevos sistemas de movilidad multimodales conviven. Su estructura urbana y su tamaño hacen de ella una ciudad perfecta para ensayar el lanzamiento de cualquier nuevo sistema de movilidad y además las respectivas administraciones locales están muy a favor de estos nuevos sistemas de movilidad. Esto hace de Madrid un lugar idóneo donde poner a prueba el servicio que Mobilize Driver Solutions quiere poner en marcha", comentaba Sebastien Guiges, director general de Renault España Comercial. Cabify y Madrid serán el primer cliente y la primera ciudad en la que Mobilize entra en acción con sus nuevos servicios de movilidad y sus nuevos coches. Concretamente, lo hará en colaboración con la empresa de servicios VTC Vecttor, principal filial del Grupo Cabify. El acuerdo alcanzado entre Cabify y Mobilize pondrá en manos de Vecttor una nueva flota de 40 unidades de la berlina Limo con la que se experimentarán durante estos próximos meses los servicios de suscripción y movilidad que Mobilize quiere poner en marcha de cara tanto a las flotas como a los profesionales de los sectores del Taxi y de las VTC. Vecttor es una empresa de movilidad que gestiona tanto la flota propia de Cabify como distintas flotas independientes, al tiempo que proporciona distintos tipos de servicios a profesionales autónomos tanto del sector de las VTCs como del Taxi. Cabify integrará en su plataforma de sistemas y servicios de movilidad los servicios a clientes que las 40 berlinas Limo comenzarán de inmediato a prestar en la ciudad de Madrid. Las berlinas Limo de Mobilize estarán disponibles en la aplicación para clientes de Cabify encuadradas en la categoría Cabify ECO que permite seleccionar para los desplazamientos el

uso exclusivo de vehículos electrificados y 100 por cien eléctricos dentro de la flota. Se trata de un nuevo servicio que ya está plenamente disponible para los clientes corporativos de Cabify y que, próximamente, también lo estará para el resto de las categorías de servicios para particulares que ofrece la plataforma de movilidad del unicornio español. El acuerdo contempla igualmente el desarrollo de la nueva solución que Mobilize propone a los profesionales de los sectores del Taxi y de las VTCs, ambos representados en Cabify. A través de Vecttor, Mobilize irá ofreciendo a profesionales de ambos sectores su nuevo servicio de suscripción, mediante el cual Mobilize ayuda a reducir el impacto que tiene sobre la cifra de negocio de los conductores profesionales la adquisición y los costes de uso de los vehículos. Mobilize / Grupo Renault y Cabify / Vecttor llevan más de un año trabajando en el desarrollo e implantación del nuevo sistema de movilidad que la marca francesa ofrece. Con su puesta en marcha, el transporte urbano de viajeros encuentra nuevas soluciones flexibles para garantizar el éxito del negocio durante todo el ciclo operativo del vehículo en la flota. El acuerdo entre ambos grupos supone un importante avance para el sector de la movilidad y abrirá la puerta a nuevas soluciones y servicios que además de facilitar la vida tanto a los profesionales como a los usuarios de los servicios de transporte contribuirán al logro de los objetivos de descarbonización de muchas empresas en particular y de la sociedad en general. Según estimaciones de Mobilize, el sector del ride-hailing en el que se encuadra este primer servicio que ofrece la compañía está en franco crecimiento en toda Europa. Se espera que el mismo crezca un 80 por ciento hasta el próximo año 2030. Los actuales procesos de descarbonización y conectividad



▲ De izquierda a derecha, Daniel Bedoya, Regional Manager de Cabify en España y Sebastian Guiges, director general de Mobilize Iberia.

que vive el sector de la movilidad hacen precisamente de Cabify el aliado idóneo para esta puesta a largo de Mobilize. El unicornio español de la movilidad se ha convertido en la primera plataforma del sector neutra en emisiones de carbono en 2018, compensando tanto sus emisiones como las de sus pasajeros y cumpliendo compromisos anuales de reducción de sus emisiones. La empresa española de movilidad acaba de presentar recientemente su Estrategia de Negocio Sostenible 2022-2025. Una guía que marcará su actividad y los proyectos con los que Cabify combatirá en este próximo trienio el cambio climático tanto en España como en el resto de mercados en los que está presente. Cabify aspira a que el 100 por cien de los viajes que se realizan a través de su plataforma se efectúen en flotas libres de emisiones de carbono o eléctricas en España para 2025 y en Latinoamérica para 2030. En esos objetivos encaja a la perfección un modelo 100 por cien eléctrico como el Mobilize Limo, la berlina que Mobilize ha creado expresamente para la prestación de este tipo de servicios de movilidad. "Me complace anunciar nuestro primer acuerdo comercial en el campo de los servicios de movilidad con un socio líder como Cabify. Con Mobilize Driver Solutions queremos ofrecer una oferta única de soluciones

para hacer la vida más fácil para el transporte de las personas", comenta Fedra Ribeiro, directora de operaciones de Mobilize. El director general de Renault, Alpine y Mobilize Iberia, Sebastian Guiges, manifestó el orgullo por la elección de Madrid para arrancar con las actividades de la marca de movilidad del grupo de automoción francés. "Es un privilegio —dijo— que la ciudad elegida para dar a conocer Mobilize Driver Solutions sea Madrid y que esta sea la primera ciudad del mundo en la que se pondrá en marcha el servicio". Para Cabify, que acaba de recibir la confirmación del Banco Europeo de Inversiones a su solicitud de 40 millones de euros para desplegar una flota de 1.400 vehículos eléctricos en su apuesta por la electromovilidad urbana, asociarse a una empresa como Mobilize en un acuerdo de estas características "es todo un orgullo", dijo Daniel Bedoya, Regional Manager de Cabify en España. "Tenemos objetivos compartidos y consideramos que será un excelente compañero en nuestro viaje hacia la electrificación total de nuestra flota. Queremos seguir ofreciendo a nuestros usuarios y empresas un servicio diferencial, con la máxima calidad y garantías, y todo ello sin emisiones. Liderar el camino de la electrificación en España, tanto en Vecttor como en el resto de flotas con quienes colaboramos", comentó Bedoya.



MOBILIZE DRIVER SOLUTIONS

EMPIRESA DE MOVILIDAD Y SERVICIOS DEL GRUPO RENAULT  
¿QUÉ ES MOBILIZE?

La venta de software, datos, vehículos conectados y autónomos, financiación y servicios de movilidad es garantía de futuro. Así lo será al menos para el Grupo Renault, donde se contempla que Mobilize sea una línea de negocio clave para el futuro de la empresa en los próximos años.

Constituida como una entidad propia y con imagen independiente dentro del consorcio empresarial francés, Renault espera que para 2030 —si no antes— Mobilize aporte al grupo como mínimo el 20 por ciento de toda su facturación global. Según Luca de Meo, CEO del Grupo Renault, actualmente el 6 por ciento de la facturación del fabricante francés ya procede de la venta de servicios que realiza Mobilize. Y eso que apenas ha desarrollado una mínima parte de los proyectos que tiene previsto poner en marcha. Mobilize también es especialmente importante para el grupo automovilístico francés porque de su desarrollo va a depender en buena medida que Grupo Renault culmine con éxito su actual proceso de transformación que le ha de llevar de ser un “fabricante tradicional de vehículos a convertirse en una compañía de servicios tecnológicos y de movilidad”. Entre las previsiones que se han establecido sobre el futuro de Mobilize se contempla el que para finales de esta misma década, la flota

de vehículos en alquiler que gestionará supere claramente el millón de unidades, con los que proveerá de servicios a sus clientes. Además, de ellos el 70 por ciento de las unidades serán vehículos 100 por cien eléctricos. Actualmente, la flota de Mobilize cuenta con 350.000 unidades, de las cuales sólo el 15 por ciento son modelos cien por cien eléctricos. Los cálculos de Mobilize contemplan igualmente que de ese millón de unidades que espera disponer en su flota de vehículos en alquiler para 2030, en torno a 200.000 unidades procederán de los servicios de suscripción que la marca tiene hasta entonces. El Grupo Renault calcula que para 2025, Mobilize ya será un negocio equilibrado en sus resultados económicos y que para 2027 sus márgenes de beneficio deberían alcanzar cifras millonarias de doble dígito. Mobilize será clave para el negocio de Renault “vendiendo servicios, no vehículos; generando ingresos recurrentes y reduciendo los gastos de uso para nuestros clientes”, ha indicado Clotilde Delbós, directora general de Mobilize. “Buscamos ofrecer soluciones de Movilidad, que son las que presentan un mayor potencial de crecimiento y de margen económico, añadiendo soluciones de financiación y seguros, así como servicios de energía y mantenimiento a



los servicios que ofrecemos”, comenta la responsable de Mobilize. Para Delbos el desarrollo de Mobilize se basa en que actualmente “los vehículos ya se están convirtiendo en auténticas plataformas de servicios para sus usuarios, situación que permite triplicar los ingresos que estos pueden generar durante su ciclo de vida”. Para alcanzar los objetivos planteados por el Grupo Renault para la marca, Mobilize comercializará en 2023 una primera versión de su software específico que poder integrar en los vehículos con sus servicios de movilidad. Este nuevo ecosistema se ofrecerá directamente integrado en el software de los modelos Renault. Elaborado por un equipo compuesto por más de 600 desarrolladores de software, esta nueva dotación integrada en los vehículos del Grupo

Renault permitirá que estos puedan disponer y utilizar nuevos servicios en materia de movilidad y asistencia integrada que serán comercializados por Mobilize. Serán servicios orientados tanto a clientes profesionales como a flotas y particulares. Además de comercializar estos servicios de software integrados, Mobilize también va a desarrollar una gama propia de vehículos eléctricos diseñados específicamente para cubrir servicios de uso compartido e intensivo. Igualmente contará con modelos específicamente adaptados para distintas actividades profesionales (taxi, carsharing, repartos de última milla, etc). Serán vehículos igualmente dotados con equipamientos de software actualizables en remoto y que contarán con mayores facilidades tanto para su mantenimiento como para su limpieza y conservación.

de servicios, como la financiación del coche a través del pago de las cuotas mensuales sin necesidad de tener que pagar cuotas iniciales o adicionales.

La entrega del vehículo se producirá en un corto plazo de tiempo (apenas un par de semanas), con la posibilidad opcional de efectuarla en el propio domicilio o centro de trabajo del cliente sin por ello pagar cantidad adicional alguna.

Cuentan igualmente con la tarjeta “Mobilize Business Pass” que, conjuntamente con la aplicación Mobilize Parker Solutions facilita tanto la recarga como los pagos en más de 250.000 puntos de

carga en toda Europa. Y en aproximadamente el 85 por ciento de los existentes en la red abierta al público en España.

Los conductores también disponen de una completa garantía de funcionamiento para el vehículo durante todo el período contratado. Garantía a la que se suman todas las operaciones de mantenimiento que el vehículo precise y sin coste alguno de mano de obra o por las piezas precisas. Y lo mismo en caso de averías.

Mobilize Driver Solutions también incluye la reposición de las piezas y componentes deteriorados por desgaste, como es el caso de los neumáticos. E,

igualmente, los vehículos tendrán acceso prioritario a los talleres de referencia de Mobilize. Aportan asistencia en carretera 24 horas/7 días a la semana y seguro de transporte, tanto para personas como para los daños. Es un seguro a todo riesgo que incluye igualmente la reparación in situ y el remolcado del vehículo.

En suma, una oferta “todo incluido” que permite al conductor o al gestor de la flota controlar al vehículo y su presupuesto en todo momento y simplificar todos los trámites relacionados con el mismo, manteniendo siempre un único interlocutor para solventar cualquier problema.

SHARE, ZITY, FINANCIAL SERVICES, ... OTROS SERVICIOS MOBILIZE

Aunque apenas haya trascendido, Mobilize ya lleva tiempo funcionando. Lo ha hecho a partir de que el Grupo Renault haya integrado bajo el manto de la nueva división de movilidad del grupo una serie de servicios ya preexistentes que o bien han cambiado su denominación o bien añaden el nombre Mobilize al suyo. Así, Mobilize integra ahora toda la oferta de servicios financieros del Grupo Renault. Toda la actividad de RCI Bank, el banco de Renault que integra toda la actividad de financiación en sus distintos tipos de productos ha cambiado su nombre para pasar a denominarse Mobilize Financial Services y pasar a operar integrada en Mobilize. Su misión sigue siendo la misma, proporcionar todo tipo de servicios financieros al resto de las ramas del negocio del Grupo Renault, sólo que ahora lo hace bajo bandera de Mobilize, donde consolidará sus resultados económicos en cada ejercicio. La actividad financiera llevará a

Mobilize no sólo a crear nuevos servicios orientados al cliente a través de las marcas de Grupo Renault para la adquisición de vehículos nuevos, también se orientará a las posibles operaciones que surjan en relación a los mismos durante su recomercialización o su posterior reciclaje. Asimismo, Mobilize también ha asumido e integrado en su oferta de servicios toda la oferta que las distintas marcas del Grupo genera en materia de seguros. Las nuevas actividades vinculadas a los distintos servicios de pago por uso de los vehículos también facilitan esta labor, la cual se acrecentará a medida que los vehículos de la gama vayan incrementando tanto su conectividad como la variedad de servicios que a partir de ellos se ofrecen. En Mobilize también se ha integrado Zity, la compañía de carsharing del Grupo Renault, fruto de la joint venture creada conjuntamente con Ferrovial en 2017. Actualmente está



operativa en Madrid y París y ya cuenta con más de 400.000 usuarios entre ambas ciudades. Otro de los servicios que se ha integrado en Mobilize es Share, la empresa de movilidad mediante vehículos compartidos del Grupo Renault. Bajo su nueva denominación, Mobilize Share ofrece alquileres por horas, días o hasta 15 días de duración de vehículos de todas las marcas del Grupo Renault. En esta oferta se incluyen los servicios de coches

por suscripción, los de vehículo de sustitución, y todos los servicios relacionados con estos alquileres. Igualmente cuenta con Mobilize Parker Solutions, una aplicación mediante la cual los conductores pueden encontrar plazas de aparcamiento libres donde poder aparcar su coche. La app detecta las plazas libres que se encuentran cerca de donde está el vehículo y traza la ruta más rápida para acceder a ella.

Los autónomos que quieran contratar el servicio dispondrán únicamente de una manera de hacerlo. La suscripción se efectúa de manera completamente digital y en pocos minutos a través de una web en la que además se dispone de toda la información necesaria sobre el contenido y las prestaciones del servicio.

Los conductores únicamente tienen que aportar los documentos necesarios que justifiquen su actividad profesional de transporte de personas y sus volúmenes de ingresos para ultimar la aceptación del contrato. No se precisa ningún otro trámite administrativo.

En apenas dos días, un único interlocutor gestionará todos los servicios (alquiler, seguro, ...) y en un par de semanas recibirá el coche.

Respecto del vehículo el Limo es la alternativa elegida para dar respuesta a esa movilidad limpia y sin emisiones. Amplio y cómodo, es una berlina de, 4,67 metros de longitud, con un maletero de 411 en la que los pasajeros viajarán muy confortablemente. Y en cuanto al conductor, cuenta con una posición elevada de conducción que hace más agradable y fácil su uso. Su motor eléctrico genera 150 caballos y es capaz de acelerar de 0 a 100 km/h en 9,6 segundos. Eso sí, los



que se dediquen al Taxi deben tener en cuenta que tanto los gastos de instalación del taxímetro al inicio del contrato como su retirada al final del mismo para dejar al modelo en su estado inicial corren de su cuenta.

Lo que por el momento se desconoce es el precio que tiene la suscripción. La razón es entendible. Por el momento, Mobilize Driver Solutions únicamente está operativa en Madrid y tan solo de manera experimental. Lo estará hasta prácticamente finales del presente año, aunque muy probablemente a mediados de este otoño el servicio se ponga igualmente en práctica en París a fin de contrastar y comparar con los resultados obtenidos en

Madrid. Será a partir de entonces cuando comiencen a conocerse los costos.

Y, por otra parte, hay que considerar que estos servicios de suscripción para profesionales también diferirán en función de si quien contrata la suscripción del vehículo es un profesional autónomo o si, por el contrario quien lo hace es una flota que opera muchas más unidades.

Por último, al ser sistemas flexibles, permiten que los usuarios de los mismos contraten servicios adicionales que complementen su oferta a su gusto personal para cubrir sus necesidades de servicio, lo que también influirá decisivamente en el precio de la suscripción,



## VEHÍCULO DE SUSTITUCIÓN

# Un servicio necesario pero no siempre disponible

Cuando uno de los coches de la flota o tu coche de empresa deja de estar operativo y tiene que pasar unos cuantos días por el taller, tu movilidad se resiente notablemente y, con ello, tu actividad laboral y la de tu empresa también nota los efectos negativos de tal situación. Es entonces cuando más echas en falta no haber contratado debidamente un vehículo de sustitución.

Lo primero que debes saber sobre el coche de sustitución es que se trata de un servicio que no está regulado. Es decir, no existe una legislación al respecto más allá de lo que la Ley del Seguro o las normativas internas de cada compañía o prestatario del servicio consideren.

Aún así, existe cierto acuerdo tácito en cuanto al tipo de servicio que se ofrece, independientemente del tipo de empresa que lo haga o sea la encargada de proporcionar el coche. Prácticamente todas las compañías que lo ofrecen funcionan de igual manera y bajo los mismos condicionamientos. Así que aunque no exista una reglamentación como tal sí que podemos hablar de una serie de normas no escritas que se cumplen en la gran mayoría de las

**AUNQUE NO EXISTA UNA  
REGLAMENTACIÓN COMO TAL SÍ QUE  
PODEMOS HABLAR DE UNA SERIE  
DE NORMAS NO ESCRITAS QUE SE  
CUMPLEN EN LA GRAN MAYORÍA DE  
LAS OCASIONES**

ocasiones, con determinados matices de diferencia entre unas y otras.

Además, que no exista una regulación legal no significa que, como consumidor, no tengas derechos al respecto y no puedas ejercerlos y reclamarlos en los momentos

oportunos. Por regla general, los vehículos de sustitución o cortesía se ofrecen únicamente caso de accidente, avería o robo.

Para empezar debes saber que para poder optar a un vehículo de sustitución tienes distintos caminos que poder seguir. Los coches de sustitución no son un servicio exclusivo de los operadores de renting, hay muchos otros tipos de empresas que también lo proporcionan. Para empezar, los fabricantes de automóviles, contra la creencia popular, no son los encargados de ello, pero sí sus concesionarios. Estos, a título particular y por mantener la calidad de los servicios al cliente y el prestigio de la marca pueden ceder coches de cortesía a sus clientes a modo de coches de sustitución cuando las entregas de los ve-

## PETICIÓN DE FENEVAL “COCHE DE SUSTITUCIÓN PARA LOS AFECTADOS EN ACCIDENTES”

“Tras un accidente se piensa más en reponer la propiedad, y nos olvidamos de restablecer la movilidad perdida”. El presidente de las empresas de alquiler de coches españolas, Juan Luis Barahona indica que las aseguradoras no cumplen debidamente con los derechos de quienes sufren un accidente. FENEVAL ha presentado sus alegaciones al Anteproyecto de Ley de Movilidad Sostenible que tramita actualmente el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana. En ellas, pone especial énfasis en la necesaria reposición del derecho a la movilidad tras un accidente.

Según datos de Solera, menos del 5% de los perjudicados en un accidente demandan un vehículo de sustitución mientras su propio coche se enfrenta a una reparación mecánica cuando han sido perjudicados en un siniestro o golpe. Por ello, FENEVAL pide que se haga efectiva la obligación de proporcionar un vehículo de sustitución a los implicados en un accidente cuando resulten perjudicados en un golpe en un vehículo de su propiedad y tengan de depositar este en un taller para que se lo reparen. El presidente de Feneval recuerda que “la movilidad es un derecho de los ciudadanos y cuando estos son víctimas de un accidente que no han provocado se les debe

restaurar tal derecho mientras su vehículo está siendo reparado”.

No es algo nuevo. Desde 2013, el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, a través de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones considera que tal medida ya está incluida efectivamente en la normativa vigente del sector asegurador. De hecho, así ha sido reiterada en distintas resoluciones judiciales.

Pero el propio servicio de reclamaciones de la Dirección General de Seguros señala desde ese mismo año en sus memorias que a las víctimas no se les está aplicando correctamente la legislación sobre el seguro. La Dirección General de Seguros considera que se están resolviendo expedientes de accidentes en los que los responsables no indemnizaron a los perjudicados por los perjuicios causados en su movilidad al no poder disponer de sus vehículos durante la reparación de los mismos. FENEVAL coincide con la Dirección General de Seguros al señalar que las aseguradoras de los vehículos culpables en los accidentes deberían de procurar un vehículo de sustitución de similares características al siniestrado, o reembolsar los costes del alquiler de un vehículo y de los medios de transporte utilizados



▲ Juan Luis Barahona, de Feneval, propone que tras un accidente se restablezca el derecho a la movilidad con un coche de sustitución.

por el perjudicado hasta el abono de la indemnización. Para FENEVAL, cuando uno es víctima de un accidente, el seguro se encarga de reparar y reponer las condiciones del vehículo para poder volver a circular, pero durante el tiempo que dura la reparación se olvida de algo muy importante: reponer la movilidad de los implicados. Para ello, obviamente, el perjudicado debe acreditar la necesidad de precisar para su movilidad de un vehículo durante el tiempo que va desde que se produjo el accidente hasta que se produce el pago total de la indemnización. Para ello, al rellenar el parte del seguro en el momento del accidente, las víctimas

del accidente deben indicar igualmente entre las reclamaciones de daños que exigen reponer también la reposición de sus gastos de movilidad durante el tiempo en el que sus vehículos están reparándose en el taller. Según indica el presidente de FENEVAL, “la mayoría de los ciudadanos desconoce que dispone de este derecho de resarcimiento de su movilidad cuando sufren un accidente sin ser responsables del mismo”. “En nuestra cultura pensamos mucho más en restablecer la propiedad y no tanto en restablecer la movilidad”, indica José Luis Barahona. “Que nos restablezcan la movilidad perdida es también un derecho”.

hículos se retrasan o han surgido problemas con ellos durante los primeros meses tras la compra.

Luego están las empresas que se ocupan de las garantías de los vehículos. Estas son las encargadas de suministrar el vehículo cuando han surgido problemas durante el período en el que los vehículos nuevos se encuentran en garantía tras la compra o cuando las reparaciones de los talleres resultan defectuosas. Otros casos en los que ellas se hacen cargo es cuando el cliente ha suscrito el servicio de coche de sustitución como garantía adicional en el momento de la compra del vehículo o al extender el plazo de la garantía durante más años de los ofrecidos por el fabricante. En esos casos, como en prácticamente todos, lo que

figure en el contrato será la base del servicio que se prestará al cliente cuando precise un coche por problemas en el suyo.

También están los talleres de reparación. Estos también ofrecen vehículos de sustitución o de cortesía. Lo suelen hacer con sus clientes VIP o cuando las reparaciones se extienden en el tiempo o se retrasan. No tienen ninguna obligación de hacerlo. Sólo hay un caso en el que sí que se ven forzados a ello, y es cuando los plazos de la reparación superan los 20 días con el coche en el taller. En esos casos, la Ley del Consumidor exige al taller que suministre medios para cubrir la movilidad del cliente. Es decir, que le aporte un vehículo de cortesía o de sustitución hasta que tenga el suyo ya reparado, que le alquile uno o que le abo-

ne los gastos por desplazamientos que el cliente pueda tener (vehículo de alquiler, taxi, VTC, metro, autobús, etc) hasta que recupere su propio vehículo. ¿Quizás por eso muchos talleres devuelven los vehículos a los clientes “a falta de determinadas piezas que no han llegado? Puede ser, pero no seamos maliciosos o malpensados.

Las aseguradoras también ofrecen vehículos de sustitución. Y lo hacen de dos maneras, en función de si eres o no el asegurado y de quién ha sido el responsable del accidente que ha llevado tu coche al taller. Lo primero que hay que decir es que tener un seguro a todo riesgo, o un contrato de renting no te garantiza disponer de un vehículo de sustitución. Esta es una cobertura no incluida “de serie” en las presta-



## VEHÍCULO DE SUSTITUCIÓN

### LOS JUECES FAVORABLES A LA INDEMNIZACIÓN LA MOVILIDAD, UN DERECHO QUE RESARCIR

Recientes pronunciamientos de las audiencias provinciales de Madrid y Granada han ofrecido amparo a quienes han solicitado indemnizaciones por haberse quedado sin coche tras un accidente que ellos no habían provocado. Ante recursos de las distintas partes, los jueces han fallado siempre en favor de las personas físicas (no tanto de las jurídicas) víctimas en un accidente no provocado por ellas. Las sentencias reconocen su derecho a ser compensadas cuando se han visto obligadas a pagar de su bolsillo los gastos de movilidad. Bien sean estos por disponer de un vehículo de sustitución o de alquiler, bien por sus desplazamientos en taxi u otros medios de transporte.

Y siempre durante el tiempo transcurrido entre el accidente y la fecha del abono de la indemnización por el accidente. La dirección general de seguros publica los baremos de indemnización. En ellos aparecen las tablas de indemnizaciones con la posible cuantía de la remuneración de los gastos por pérdida de autonomía personal, entre los cuales figurarían los de movilidad. Las que se aplican en concepto de incremento de los costes de movilidad pueden alcanzar hasta 62.090, 20 €. La tabla 3 del baremo de indemnizaciones contempla en su apartado C las indemnizaciones por lesiones temporales. En este caso corresponde la



remuneración del importe total de los diversos gastos que al perjudicado en el accidente le pudiera provocar carecer de su vehículo. Incluso, llegado el caso y siempre y cuando pueda ser demostrable, el lucro cesante de su actividad también ha de ser remunerado. La aseguradora también debe cubrir los perjuicios

patrimoniales por lucro cesante que el accidente pueda provocar en la actividad laboral de la víctima. Evidentemente, para todo ello es necesario presentar las pruebas que acrediten tales circunstancias. Según datos de la consultora de automoción Solera, menos del 5% de los perjudicados en un accidente demandan un vehículo de sustitución



La primera, que comuniqués el accidente y solicites el servicio en los primeros siete días tras haberse producido el incidente. La segunda, que en ningún caso este haya sido provocado intencionadamente y que el conductor del vehículo lo maneja bajo los efectos del alcohol o de las drogas. Igualmente, también suelen exigir que el conductor del vehículo en el momento del accidente tengan al menos un año de antigüedad en el carnet de conducir y supere los 21 años de edad como mínimo.

Otros condicionantes que muchas de estas empresas prestatarias del servicio suelen contemplar como impedimento para proporcionarte el vehículo es el número de veces o de días que lo hayas solicitado a lo largo del año. La gran mayoría establecen limitaciones del tipo de tres veces—independientemente de su duración—en un mismo año o un número máximo de días a disfrutar cada año. En todo caso, siempre serán las características del servicio que figuran en el contrato de la cobertura las que indiquen cómo y bajo qué condiciones se te prestará el servicio de vehículo de sustitución.

El uso de vehículos de sustitución también tiene otras limitaciones. Así, por ejemplo, no se contempla que con él puedas viajar fuera de España. Para hacerlo precisas de un permiso especial de la compañía (en la mayoría de los casos por cuestiones relacionadas con las limitaciones del seguro del vehículo). También hay otras limitaciones relacionadas con el tiempo de disfrute del mismo, pues lo normal es que los periodos de disfrute del mismo no superen un máximo de 20 días al año mien-

ciones del contrato y, por tanto, si quieres que aparezca en el mismo deberás contratarla aparte. Evidentemente tendrá un coste que se añadirá a la prima o cuota que pagas anualmente o todos los meses, independientemente de que uses o no el servicio.

Así, por ejemplo, en los contratos de renting, lo normal es que tu coche nuevo te lo entreguen en un plazo relativamente corto. Pero cuando se trata de vehículos de ejecutivo, que son modelos especiales con equipamiento también elegido por el propio directivo, es normal que los plazos se alarguen. En estos casos los operadores de renting ofrecen lo que se denomina vehículo de cortesía, un servicio completamente diferente y que nada tiene que ver con el vehículo de sustitución, puesto que

tu contrato de renting comenzará a actuar cuando recibas tu coche, no antes. Por lo general este servicio consiste básicamente en una operación de alquiler a precios reducidos (unos 170 euros cada 15 días o 350 euros al mes) de un vehículo con el que el directivo pueda desplazarse mientras recibe el suyo. Este vehículo, al igual que sucede con los coches de sustitución no tiene por qué ser igual al contratado en la operación de renting, aunque el operador hará lo posible para que al menos sea del mismo grupo (A, B, C o D) que hayas contratado.

Ya seas un concesionario, un servicio de garantías, un taller, un operador de renting o una aseguradora, hay una serie de condiciones mínimas que todos exigen para poder facilitarte un vehículo de sustitución.

### RENTING FLEXIBLE, UNA SOLUCIÓN INTERESANTE

En el mercado ya hay productos que "solucionan" esas graves contingencias que para tu actividad laboral, la de tu flota y la de la empresa se producen cuando tu vehículo se ha accidentado o tiene un problema que le obliga a pasar por el taller. Poder reunirte con tus clientes, realizar las entregas a tiempo se vuelve entonces una tarea fundamental a la que no puedes renunciar y es entonces cuando precisas de un vehículo de sustitución. Existe un producto en el mercado que contempla previamente este tipo de situaciones e incidentes (accidentes, averías, robo del vehículo,...) y están preparados a conciencia para

proveerte en el menor tiempo posible de un vehículo de similares características al que manejabas. Es el renting flexible. La principal voluntad de las operaciones de renting flexible es la de favorecer a toda costa tu movilidad. Y para ello cuentan con una flota de vehículos capacitada para poner a tu disposición lo antes posible un vehículo que permita mantener tu actividad en marcha. Así, si manejabas una furgoneta frigorífica, harán lo imposible por facilitarte otra. Una de las principales virtudes del renting flexible es precisamente esa. Que en caso de avería, accidente o robo de tu vehículo pondrán a



tu disposición un vehículo de sustitución. En caso de que tu vehículo quede inmovilizado, el servicio de renting flexible que tengas contratado te asegura la continuidad de tu actividad

proporcionándote para ello un vehículo similar al que disfrutabas para poder seguir de manera constante y fiable moviéndote tanto tú como tu negocio.

tras el vehículo permanece en el taller o de 30 por año en el caso de que te hayan robado tu coche.

Aún así, existe un baremo más o menos común para el alquiler o cesión de un vehículo por estas causas. Un baremo que viene determinado por el número de horas de mano de obra según el informe pericial efectuado que van a facturar por la reparación del coche. Es un baremo existente aunque, atención, no es de obligado cumplimiento pues cada empresa puede tener o disponer del suyo propio.

No tener previamente un vehículo de sustitución contratado en tu póliza de seguros, en tu contrato de garantías o en el de tu renting no significa que no puedas disponer de uno. Lo normal es que, en todo caso, las empresas te ofrezcan la posibilidad de contar con el servicio si realmente precisas de él. Saben que siempre 'nos acordamos de Santa Bárbara cuando truena' y por ello te ofrecen la posibilidad de disponer de él durante algunos días a precios asequibles, incluso, y dado que ya eres cliente, a precios más reducidos que los de un alquiler normal al que pudieras acudir para solventar la situación. Entra dentro

de su concepto de servicio proporcionarte movilidad para que puedas evitar en lo posible pérdidas de productividad en tu negocio y disponer de medio de transporte. Estos alquileres, que suelen ser por días o semanas, también pueden prolongarse de modo excepcional a algunos meses, cuando la reparación del vehículo por resultar complicada o por falta de piezas se vaya a prolongar en el tiempo. En todo caso y como comentamos en uno de los recuadros adjuntos, operaciones como el renting flexible ofrecen una completa solución a esta problemática.

Lo que tampoco debes olvidar es que el uso de un vehículo de sustitución también te genera determinadas obligaciones. Así, serás el responsable del vehículo durante el tiempo que dure el préstamo, lo que significa que todas las sanciones que el mismo reciba serán tuyas. También deberás haber constatado al recibirlo que el coche está convenientemente asegurado (recuerda que te ofrecieron una serie de seguros complementarios con o sin franquicia, a terceros o a todo riesgo, con seguro de ocupantes o no, etc al firmar el contrato) que determinarán el tipo de asistencia que re-

cibirás en caso de tener un accidente con el vehículo. También estará sujeto a las limitaciones de uso que ya hemos mencionado, no sólo en cuanto al número de días que podrás disfrutar de él, también en lo referente al kilometraje que podrás realizar con él. Lo normal son unos 300 km diarios como tope. Y recuerda que siempre tendrás que devolverlo en el momento en el que acaben los días de uso que contrataste o en el momento en el que te devuelvan tu coche del taller.

Por último, recuerda que, aunque no dispongas de coche de sustitución en el contrato que firmaste, los condicionados de tu póliza de seguros o de la garantía del vehículo por lo general incluyen soluciones que te permiten desplazarte hasta tu lugar de destino. Es decir, puedes contar con un taxi o vehículo que te recoja donde tu coche te dejó tirado y te traslade a tu destino o de vuelta a tu domicilio. Esto es de gran utilidad cuando estas efectuando viajes interurbanos o de larga duración.

En todo caso, y como resumen final, lo que siempre debes recordar es que si quieres vehículo de sustitución en tus contratos debes siempre incluirlo como un servicio añadido a los mismos (salvo en el caso del renting flexible donde se considera ya incluido "de serie en las prestaciones", aunque no está de más confirmarlo y verificarlo antes de firmar el contrato). El contrato, tanto su letra grande como la pequeña será el que establezca las condiciones y las prestaciones del servicio y a él debes agarrarte para reclamar en caso necesario, así que recuerda leer bien las cláusulas del mismo y entender claramente lo que significan. Exige claridad y transparencia en todo momento.

### BAREMO DE ALQUILER DE OTRO VEHÍCULO POR ACCIDENTE, AVERÍA O ROBO

HORAS DE MANO DE OBRA		DÍAS DE ALQUILER
Mínimo	Máximo	
+ de 4 y hasta 8 Horas	Horas	3
8 Horas	12 Horas	4
12 Horas	16 Horas	5
16 Horas	20 Horas	6
20 Horas	24 Horas	7
24 Horas	28 Horas	8
28 Horas	32 Horas	9
+ de 32 Horas		De 10 a 15



ALD ECOMOTION TOUR 2022

# Reducir consumos no solo es necesario; también es posible

La actual situación energética obliga a incrementar la vigilancia de los consumos en la flota. Pero, como diría Florentino: “tranquilos”. Reducir consumos no sólo es posible, además es divertido. Y ALD sabe cómo lograrlo. Lo lleva haciendo más de 13 años.

Con el litro de combustible por encima de los 2 euros y el precio del kilowatio hora también disparado, en las flotas de empresa las políticas de ahorro, sean de combustible o de energía eléctrica, se han disparado en los últimos tiempos.

Para muchos puede que se trate de un esfuerzo baldío, pues no están dispuestos a renunciar a determinados comportamientos al volante. Las técnicas de conducción a implementar son demasiado exigentes y el esfuerzo apenas les compensa.

Pero la realidad no es así. Ahorrar combustible no sólo es posible, además es di-

vertido. Basta aplicar unas pocas técnicas de conducción, cambiar algunos comportamientos al volante y... ¡voilà!: reducciones de consumo superiores al 35 por ciento son claramente posibles.

Y no, no es ninguna quimera. ALD Automotive lo viene demostrando año tras año con su Ecomotion Tour, una competición en la que marcas y periodistas compiten por lograr la máxima reducción posible en los consumos de sus vehículos con respecto a las cifras homologadas por el propio fabricante.

El ALD Ecomotion Tour acumula ya 13 ediciones a sus espaldas. Y serían algunas

más si no se hubiera interrumpido su celebración durante algunos años con motivo de la pandemia. Pero vamos al dato: en todas ellas, los participantes logran en su mayoría reducir los consumos homologados por los propios fabricantes.

Reducciones que, como ha sucedido en esta última edición, en la que el Mazda CX5 SkyActiv-D 2.2 2WD NewGround se ha proclamado campeón tras alcanzar una reducción de nada menos que un 37,18 por ciento sobre su cifra homologada.

Daniel Valdivielso, periodista de Diario Motor, y César Ortiz, director de Ex-

## ¿RESPONDEN TUS CONDUCTORES A ESTOS PERFILES? LAS SIETE PERSONALIDADES DEL CONDUCTOR

Comprender la actitud al volante de los conductores de una flota puede permitir y ayudar al gestor de la misma a tanto a solucionar problemas como, sobre todo, a evitar que estos se produzcan al situar a según que tipos de conductor en según qué vehículos y rutas o servicios.

Esas mismas actitudes al volante pueden ayudarle igualmente a entender el por qué se producen determinados excesos tanto en el consumo de combustible como en el desgaste de determinados elementos del vehículo (neumáticos, pastillas y discos de freno, embrague, ...)

Según un estudio elaborado por Goodyear en colaboración con la London School of Economics and Political Science, la práctica totalidad de los conductores europeos pueden ser clasificados en hasta siete grupos diferentes según la personalidad que manifiestan al volante de su vehículo.

► **EL PROFESOR:** necesita asegurarse de que los demás conductores saben en qué se han equivocado y espera que se reconozcan sus esfuerzos por enseñar a los demás.

► **EL SABELOTODO:** piensa que está rodeado/-a por perfectos incompetentes y se contenta con gritar con condescendencia a los demás conductores desde la protección que le brinda su

propio coche.

► **EL COMPETITIVO:** necesita ir por delante de todos y se enfada si alguien se interpone en su camino. Es probable que acelere si intentan adelantarlo o que cierre el paso para que nadie se le ponga por delante.

► **EL JUSTICIERO:** le gusta castigar a los demás conductores cuando cree que han hecho algo mal. Puede acabar por salir del coche o interpelar directamente a otros conductores.

► **EL FILÓSOFO:** acepta las faltas de los demás de buen grado e intenta darles una explicación racional. Es capaz de controlar sus sentimientos cuando conduce.

► **EL EVASIVO:** trata a los conductores que cometen infracciones de forma impersonal, los considera simplemente un peligro.

► **EL FUGITIVO:** escucha música o habla por teléfono para aislarse. Los fugitivos se entretienen con las relaciones sociales que han escogido para no tener que relacionarse con los demás conductores. Se trata también de una estrategia para no sentirse frustrados desde el primer momento.

Según señala el Dr. Chris Tennant, psicólogo social a cargo del proyecto de investigación en la LSE, “La mayor parte del tiempo podemos sentarnos cómodamente en el coche



y disfrutar del viaje, pero en cualquier momento podemos vernos obligados a interactuar con otros conductores. Esto convierte a la carretera en un entorno social complicado e incierto. Aunque nosotros solemos preocuparnos de cómo conducen los demás, este estudio sugiere que su forma de actuar también depende de lo que nosotros hagamos. Somos nosotros los que creamos esas personalidades que nos disgustan”.

“Desde una perspectiva psicológica, los diferentes tipos de personalidades constituyen válvulas de escape que los conductores emplean para lidiar con sus emociones y sentimientos de frustración. Nadie encaja constantemente en un tipo u otro. En función del momento y de la interacción que se esté produciendo, casi

todos nosotros podremos reconocernos en varios de estos perfiles”, añade el Dr. Tennant. “Casi todas estas conductas pueden ocasionar situaciones peligrosas en la carretera. Saber qué tipo de conducta solemos manifestar y qué situaciones la provocan es el primer paso para controlarla mejor y hacer así de la carretera un lugar más seguro para nosotros y para los demás. Aparte de la aplicación efectiva de leyes contra la conducción agresiva, la educación y el conocimiento adquirido con la experiencia siguen siendo las estrategias más poderosas para tratar los aspectos sociales y emocionales de la conducción y para lograr los mayores avances en seguridad vial”, declara Olivier Rousseau, vicepresidente de Neumáticos de Consumo de Goodyear para Europa, Oriente Medio y África.

periencia Cliente y Fidelización de Mazda Automóviles España fueron los artífices de tal logro. La suya fue la mayor reducción alcanzada por los 24 equipos participantes en la prueba, pero no la única.

Un total de 20 marcas y 24 vehículos participaron en esta decimotercera edición del ALD Ecomotive Tour en la que se establecieron distintas categorías en función del tipo de motorización que cada vehículo montaba.

Térmicos, híbridos, híbridos enchufables, y 100 por cien eléctricos. Esta edición ha sido la más ECO de cuantas se llevan disputadas hasta la fecha ya que en su mayoría los vehículos participantes estaban electrificados en mayor o menor medida.

ESTA EDICIÓN HA SIDO LA MÁS ECO DE CUANTAS SE LLEVAN DISPUTADAS YA QUE EN SU MAYORÍA LOS VEHÍCULOS PARTICIPANTES ESTABAN ELECTRIFICADOS EN MAYOR O MENOR MEDIDA.

Dos Cupra, dos Hyundai, dos Skoda, tres Volkswagen, y un representante de Audi, Alfa Romeo, BMW, Citroën, DS, Fiat, Ford, Honda, Jeep, Kia, Mazda, Mercedes-Benz, Nissan, Opel, Peu-

geot y Seat se presentaron este pasado 2 de junio en la línea de salida para asumir el reto.

Dos jornadas, más de 400 kilómetros de recorrido en una ruta que llevó a los participantes desde las instalaciones de ALD Carmarket en Leganés (Madrid) hasta Segovia tras dos tramos disputados, y posteriormente hasta Olmedo, tras otros dos días.

Un itinerario en el que se alternaban rutas de todo tipo por autopistas y autovías, carreteras convencionales de buen firme y carreteras rurales de revirado trazado para someter a los vehículos a todo tipo de las condiciones que un conductor cualquiera puede encontrar en sus desplazamientos.



## LA IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN ICE, HÍBRIDOS Y ELÉCTRICOS, NO SE CONDUCEN IGUAL

Estamos en pleno proceso de transformación de nuestras flotas. Eso significa que estamos incorporando coches con nuevas tecnologías cuyo uso eficiente desconocen la mayoría de nuestros conductores. Y lo cierto es que cada uno de ellos se conduce de manera muy diferente. Aunque la base es mayoritariamente la misma, lo cierto es que si realmente queremos obtener provecho de los ahorros energéticos que nos proporcionan el uso de vehículos híbridos, híbridos eléctricos y eléctricos frente al rendimiento y consumo que nos daba el uso de los vehículos diesel o gasolina, debemos esmerarnos y aplicar técnicas que permitirán que obtengamos tales beneficios para nuestra flota o nuestra cartera.

Las diferencias que debemos aplicar en nuestra conducción en función del uso de una u otra tecnología en nuestro coche vienen dadas básicamente por la forma en la que cada una de ellas entrega la potencia y el par que ayudan al coche a moverse. Así, por ejemplo, mientras que la entrega de potencia y especialmente par es progresiva en los motores diesel y gasolina, en los motores eléctricos es inmediata. Esto significa que desde el mismo momento de la puesta en marcha del motor, en los vehículos eléctricos basta con pisar el acelerador a fondo para obtener la entrega

del caudal total de potencia disponible. Esto, además de resultar una ventaja en algunas ocasiones también puede ser perjudicial. De hecho, según recientes informes de distintas aseguradoras a escala europea los vehículos eléctricos estarían protagonizando índices de siniestralidad nada positivos. Al parecer, según los estudios elaborados, tienden proporcionalmente a tener un 20 por ciento más de accidentes que los vehículos de combustión y otros tipos de vehículos presentes en el mercado.

La razón principal se debe fundamentalmente a la clara diferencia en la entrega de par que ofrecen con respecto a los modelos ICE. Al parecer su desmesurada capacidad de aceleración pilla de improviso a numerosos conductores, especialmente a los menos capacitados que son incapaces de reaccionar positivamente a dicha situación. Tanto esta situación como la silenciosa circulación que protagonizan son las principales causas por las que los VE se ven involucrados en accidentes. Obviamente, quienes acceden a su conducción han de acostumbrarse a su manejo pues tiene estas condiciones que hacen de él algo completamente diferente al manejo al que habitualmente estamos acostumbrados. La fuerte incidencia de estas situaciones se aprecia a la hora de evaluar los accidentes,



pues la mayoría se producen en las zonas frontales de los vehículos eléctricos y en los momentos de la arrancada. Pero estos no son los únicos momentos críticos. Para muchos conductores, usar un vehículo eléctrico ha supuesto su primer contacto con las cajas de cambio automática. No están acostumbrados a carecer de pedal de embrague y, por ello muchos se equivocan en reiteradas ocasiones y pisan por error el pedal del freno en más de una ocasión, provocando importantes situaciones de riesgo allí por donde circulan. Y de igual modo, la poca experiencia en el uso del cambio automático provoca que en ocasiones los conductores tampoco valoren debidamente su velocidad de entrada en curva, puesto que acostumbrados en su mayoría a frenar con la retención del motor que provoca la transición a una

marcha inferior, al hacerlo con el cambio automático y el motor eléctrico la reacción es completamente diferente y el coche les queda mucho más "vivo y dinámico" de lo que esperaban, creándose por tanto situaciones conflictivas que pueden generar graves accidentes. No son problemas graves y se resuelven mayoritariamente con la práctica. De ahí la importancia que tienen los cursos de conducción para preparar a los conductores de la flota ante estos problemas. En todo caso, según algunos de los informes de las aseguradoras a los que antes hacíamos mención, las estadísticas también indican que tras unos ocho meses de aclimatación de los conductores a las características de la conducción eléctrica, los incidentes y problemas provocados por estas situaciones decrecen rápidamente.

Desplazamientos que a lo largo de las trece ediciones disputadas del Ecomotion Tour han contribuido una vez más a demostrar que la conducción eficiente es una conducción segura, pues en ninguna de ellas se ha producido ningún tipo de accidente o incidente en carretera con los vehículos.

Pero claro, esta era la decimotercera edición y era obvio que algo tenía que pasar... como así fue. Curiosamente el incidente se produjo en los últimos metros de la prueba, apenas a 10 metros del fi-

## SUAVIDAD, PRUDENCIA, ANTICIPACIÓN,... NO HAY NADA NUEVO CONSEJOS PARA UNA CONDUCCIÓN EFICIENTE

Si quieres practicar una conducción eficiente, independientemente del tipo de tecnología que incorpore tu coche, aquí tienes unos consejos que sin duda te ayudarán. Seguro que los puedes encontrar mejores, pero si vas a empezar a practicar este tipo de conducción, estos a buen seguro que te ayudarán a iniciarte.

- ▶ Al arrancar no debes acelerar bruscamente. No aportas nada y restas rendimiento a los modernos sistemas de arranque automático de los que ya disponen la práctica totalidad de los modelos a la venta en el mercado.
- ▶ En los coches con motor gasolina se debe iniciar la marcha de inmediato, pero en los diesel es conveniente esperar unos segundos a fin de permitir que el aceite alcance en condiciones adecuadas las zonas de lubricación
- ▶ Una vez en movimiento procura cambiar de marcha rápidamente. Hazlo con suavidad hasta que alcances la relación de marcha más alta posible. En los coches con motor gasolina los cambios se efectúan por lo general entre las 2.000 y las 2.500 rpm (lo más habitual a unas 2.250 rpm), mientras que para los diesel el régimen de giro es algo inferior, entre las 1.500 y las 2.000 rpm. (1800 rpm).
- ▶ Recuerda siempre que la primera marcha solo debes utilizarla para iniciar el movimiento, pasando a segunda lo antes posible. Y lo mismo con las siguientes relaciones.
- ▶ Trata de buscar un régimen de giro que te permita pasar de

segunda a cuarta directamente, quedando por encima de 1.100 rpm. Sigue el ritmo del tráfico. Ni a mayor velocidad, ni tampoco a menor.

- ▶ Cuando deceleras, procura cambiar lo más tarde posible. Hazlo levantando el pie del acelerador. Puedes corregir la velocidad levemente con el pedal del freno.
- ▶ Al circular, recuerda siempre mirar lo más adelante que puedas. Anticiparse, mantener la distancia de seguridad adecuada con el vehículo que te precede y analizar continuamente todas las circunstancias del tráfico que te rodea es vital para adecuar la marcha a las mismas y conseguir importantes reducciones del consumo de combustible, especialmente cuando circulas en ciudad donde los semáforos te marcan el ritmo.
- ▶ Mantén una distancia adecuada con el vehículo que te precede que te permita anticipar tu posición en el tráfico, buscando siempre el carril bueno para evitar reducir tu marcha.
- ▶ Velocidad la justa. Mantén siempre la adecuada a la vía y sus condiciones y hazlo sin brusquedades, de la forma más moderada y uniforme posible.
- ▶ Cuando avistes una situación conflictiva (semáforo, glorieta, atasco) es mejor que moderes tu velocidad adecuándola mucho antes de llegar a él. De esta manera alargas el tiempo de llegada al mismo y, en el caso de que arranquen podrás seguir moviéndote aprovechando la inercia del vehículo. De esta manera



ahorras mucho combustible pues es en los inicios de la marcha, cuando ponemos el coche en movimiento cuando mayor volumen de combustible consumimos.

- ▶ Ante una glorieta, procura levantar el pie muy pronto y acercarte pensando que te vas a parar, pero calculando siempre para no hacerlo (salvo señalización en contrario) y entrar y continuar la circulación en carretera (siempre respetando las preferencias de la vía).
- ▶ Si llegas a un semáforo en rojo, procura acercarte sin tocar ni el acelerador, ni el embrague, ni el cambio. Toca suavemente el freno. De esta manera alargarás unos segundos el tiempo en el que el motor del coche no consume
- ▶ Afrontar el descenso de cuestas o pendientes en punto muerto es muy peligroso. Además, al hacerlo no ahorras, sino que, al contrario, lo que provocas es un mayor consumo de combustible. Además, desgastarás más tanto frenos como discos y neumáticos y

aumentarás el peligro en la vía.

- ▶ Al afrontar curvas y pendientes intenta aprovechar al máximo las inercias de tu vehículo en la misma marcha en la que circulas, conseguiras que el vehículo mantenga mejor su movimiento
- ▶ En los atascos o paradas prolongadas (más de un par de minutos) no dudes en apagar el motor. Al ralentí los consumos se disparan. Prueba de ellos son los modernos sistemas Stop&Start que paran el motor del coche cuando este se detiene aunque sea brevemente en un semáforo. Los ahorros que se consiguen con ello también son importantes.
- ▶ Recuerda que en ciudad, mientras no pises el acelerador, si mantienes una marcha engranada y el coche lanzado circulando a una velocidad de unos 20 km/h el consumo de carburante es completamente nulo.
- ▶ Por último, respetando las limitaciones de velocidad y las señalizaciones de la vía tendrás mucho ganado del ahorro que esperas conseguir.

nal del recorrido total y una vez superada la línea de meta.

Como se produjo ya fuera de concurso, los jueces andan aún deliberando si fue o no un incidente reseñable en la cronología del concurso. Lo importante es que no hubo daños de tipo personal que comentar, salvo en el orgullo de los ocupantes del vehículo, cuya identidad y equipo no reservamos.

Pero volvamos a lo verdaderamen-

UNA ACTITUD COMPROMETIDA AL VOLANTE ADEMÁS DE INCREMENTAR LA SEGURIDAD VIAL DE TODOS LOS CONDUCTORES. REDUCE LA HUELLA ECOLÓGICA

te importante. Como bien indica Pedro Malla, director general de ALD Automotive, "las importantes reducciones de consumo logradas por los participantes durante la competición muestran la importancia que tiene la conducción de forma eficiente y responsable".

"Está demostrado –continúa Malla– que optar por una actitud comprometida al volante además de incrementar la seguridad vial de todos los conductores,





AHORRAR ES DIVERTIDO / ALD ECOMOTION TOUR

TU PIE DERECHO ES EL QUE MANDA LA TÉCNICA DE CONDUCCIÓN INFLUYE... Y MUCHO

Los coches modernos disponen de afinados sistemas de inyección de combustible que ejecutan con precisión nuestras órdenes sobre el pedal del acelerador. Por eso, si le pedimos que gaste mucho, consumirá mucho. Si le solicitamos que gaste poco, también lo hará. Al arrancar, se acciona un sistema automático que provee al sistema del combustible necesario para ello. Si pisamos el acelerador, lo único que estamos haciendo es enriquecer la mezcla y, por tanto, generar un mayor consumo de carburante. Para iniciar la marcha tenemos que vencer la inercia que nos mantiene parados. Es una dura tarea, sí, pero exclusiva de la primera relación de marcha. Tan exclusiva, que es para lo único que sirve. Un ejemplo típico es el del carro de la compra. Cuando está lleno cuesta moverlo desde parado, pero una vez en movimiento se desliza suavemente sin necesidad de aplicar tanta fuerza. Con los coches sucede lo mismo. Pasa de inmediato a segunda y no vuelvas. A la hora de elegir coche,

piensa que para circular a 60 kilómetros por hora en una ciudad cualquier motor, por modesto que sea alcanza sobradamente esa cifra. Con la fuerza de cualquier motor 1.2 es más que suficiente y consume mucho menos. Esto es así porque en marchas cortas apenas pisamos el acelerador del coche, aunque circulemos a regímenes algo elevados. En coches de mayor tamaño y capacidad del motor –por tanto, más pesados– el sistema de inyección se ve obligado a inyectar más combustible, porque como tenemos fuerza de sobra pisamos muy poco el acelerador y por ello taponamos en mayor número de ocasiones el canal de admisión con la mariposa del acelerador. Esto genera altas pérdidas por bombeo en el motor y aunque la electrónica haga su trabajo para conseguir que no haya tirones y el coche se mueva fluidamente, no evitará excesos de consumo no deseados. Por lo general no es necesario pisar nunca el acelerador a fondo ni tampoco hacerlo bruscamente. Si actuamos así, lo único que conseguimos es



mandar mensajes erróneos al sistema de inyección y enriqueceremos enormemente la mezcla. Recuerda que no queremos obtener de golpe la máxima capacidad de aceleración, lo que buscamos con la conducción eficiente es ahorrar. Y perdemos más combustible aún cuando dejamos de acelerar tan bruscamente o después de algún uso chapucero del acelerador. La inyección electrónica tiene "memoria" y para conseguir mantener ese régimen de marcha más suave y sin tirones siempre añade otra carga de combustible semejante

a las últimas realizadas. Por último, recuerda que en carretera no por llevar el pie pisando a fondo el pedal corres más. En los modernos turbodiesel y gasolina de última generación, basta con mantener una suave presión sobre el pedal para circular al mismo ritmo de marcha. Leves modificaciones apenas producen variaciones en el consumo, pues ejercen de recordatorio al sistema. Pero "tocar tabla" lo único que genera son consumos no deseados, además de considerables riesgos de accidente... y de sanciones.



Los ganadores, el equipo de Mazda y Diario Motor, consiguieron reducir el consumo del CX-5 más de un 37 por ciento.

Leandro Rivas de Nissan y Jaume Vergé, de AEGFA, redujeron en un 23,91 por ciento el consumo del Nissan Leaf en la categoría de turismos 100 por 100 eléctricos.

En cuanto a los híbridos enchufables Antonio Chicote de Ford España y Javier Llorente de Motor 1 lograron con el Ford Kuga PHEV el triunfo en la categoría de SUV híbridos enchufables y Juan Antonio Alonso, de Citroën y Juan Manuel Quintana, periodista de Influencers, el de la categoría de turismos híbridos enchufables con el Citroën CX5 PHEV

"Este año –afirma Pedro Malla–, nos enorgullece el haber contado con la mayor participación de vehículos eléctricos alcanzada hasta la fecha, lo que se traduce en una muestra indiscutible de nuestro compromiso actual con la movilidad eléctrica y la importancia que esta va adquiriendo día a día en las flotas".

Las 13 ediciones ya celebradas, a través de la unión de fabricantes de vehículos y medios de comunicación, han sido

reduces la huella ecológica que nuestros vehículos dejan en el medio ambiente". Entre los vehículos eléctricos participantes en la prueba, el Volkswagen I.D.4 conducido por Juan Martínez, director co-

mercial de Volkswagen España y Jaime Hernández, periodista de Unidad Editorial, se impusieron en la categoría SUV con una reducción del 25,95 por ciento sobre la cifra WLTP homologada para el modelo.

PRACTICANDO UNA CONDUCCIÓN EFICIENTE AHORRAR CASI 4,7 EUROS CADA 100 KM ES POSIBLE

Si los usuarios de vehículos diesel condujeran sus vehículos como lo hicieron los ganadores del ALD Ecomotion Tour podrían ahorrarse hasta un 37,18 por ciento de su consumo de combustible. Esto supone dejar de comprar 2,268 litros cada 100 kilómetros, lo que significa un ahorro de 4,669 euros cada 100 km recorridos. Una cifra ciertamente considerable y que ciertamente conviene tener en cuenta y valorar a la hora de plantearse ahorros en la flota. Y es que no conviene despreciar ahorros de 1.869,572 euros por cada coche con este tipo de motorización que tengas en tu flota si cada uno de ellos realiza 40.000 kms al año. Incluso si únicamente recorren 15.000 km al año (una cifra bastante más habitual de los usuarios particulares que de los profesionales de las flotas), los 701,08 euros de beneficio que arroja realizar una conducción eficiente "al estilo ALD Ecomotion Tour" también se nos antojan bastante rentables. De la práctica de una conducción eficiente también se pueden beneficiar quienes conducen habitualmente vehículos eléctricos en la flota. Los ahorros, a priori, son algo menores. Lo son porque nos hemos basado en los resultados obtenidos por los participantes en esta última edición del ALD Ecomotion Tour 2022, lo que no significa que estos resultados se puedan superar. Empeorarlos obviamente también es posible, pero las diferencias se pueden recortar mediante la práctica.

En todo caso, los usuarios de vehículos eléctricos también pueden evitar el 25,95 por ciento de su consumo. Esto reduciría sus costes de energía en aproximadamente 2,18 euros cada 100 km. Un ahorro también ciertamente interesante que en el caso de disponer de este tipo de vehículos en tu flota pueden reportarte hasta 871,92 euros por coche si cada uno de ellos recorre 40.000 km al año y es capaz de igualar la marca de los campeones del segmento de los coches eléctricos SUV que participaron en el concurso. Si tan solo recorrieran los habituales 15.000 km/año que se le calculan a los usuarios particulares con sus coches, el ahorro a lograr representaría unos 327 euros por unidad. Pero insistimos. Los ahorros logrados por los participantes en el ALD Ecomotion Tour son meramente indicativos, puesto



que tanto mejorarlos como empeorarlos es simplemente cuestión de práctica, perseverancia, paciencia y maña a la hora de conducir. Para el cálculo de estos resultados hemos partido de las cifras de consumos WLTP homologados por los fabricantes para el ganador del ALD Ecomotion Tour 2022, el Mazda CX5 SkyActiv D 2.2 2WD

(6,1/100 km) y del ganador de la categoría de los eléctricos, el Nissan Leaf (16,8 kWh/100 km). Para calcular los costes hemos utilizado en todo momento el valor medio actual del litro de diesel en una gasolinera de Madrid (2,059 €/l) y el del kWh en un poste de recarga (0,50 €/kWh). Son cálculos directos sin contemplar ninguna otra estimación.

AHORROS A CONSEGUIR EMPLEANDO CONDUCCIÓN EFICIENTE (según resultado ALD ECOMOTION TOUR 2022)

	Consumo total anual		Gasto en € / km			
	WLTP de cada coche		Conducción Normal		Conducción eficiente	
	Diesel	Eléctrico	Diesel	Eléctrico	Diesel	Eléctrico
Consumo	litros	kWh	6,1 l/100 km	16,8 kWh /100 km	-37,18 % (ALD ECO) 3,8320 l/100 km	-25,95 % (ALD ECO) 12,4404 kWh/100km
Precio energía	2,059 €/l	0,50 €/kWh	2,059 €/l	0,50 €/kWh	2,059 €/l	0,50 €/kWh
1 km	0,061 l	0,168 kWh	0,126 €	0,084 €	0,0788597 €	0,062202
100 km	6,10 l	16,8 kWh	12,559 €	8,4 €	7,88597 €	6,2202 €
10.000 km	610 l	1.680 kWh	1.255,99 €	840 €	788,597 €	622,02 €
15.000 km	915 l	2.520 kWh	1.883,98 €	1.260 €	1.182,895 €	933,03 €
20.000 km	1.220 l	3.360 kWh	2.511,98 €	1.680 €	1.571,94 €	1.244,04 €
25.000 km	1.525 l	4.200 kWh	3.139,97 €	2.100 €	1.971,49 €	1.555,05 €
30.000 km	1.830 l	5.040 kWh	3.767,97 €	2.520 €	2.365,791 €	1.866,06 €
35.000 km	2.135 l	5.880 kWh	4.395,96 €	2.940 €	2.760,089 €	2.177,07 €
40.000 km	2.440 l	6.720 kWh	5.023,96 €	3.360 €	3.154,388 €	



13 años lleva el ALD Ecomotion Tour demostrando que la conducción y la eficiencia no están en absoluto reñidas y que se pueden reducir los consumos con sencillos gestos al volante.

un reflejo inequívoco de nuestra implicación como empresa con el cuidado de nuestro entorno".

Una labor que ALD Automotive complementa edición tras edición con la plantación de nuevos árboles en el "Bosque ALD", una iniciativa que contribuye a la regeneración de distintas zonas verdes en toda España. En esta ocasión, se va a comenzar a repoblar a finales del presente año una parcela de 8 hectáreas cedida por el ayuntamiento de Robledo de Chavela (uno de los municipios que atravesaba el recorrido del rallye).





HYUNDAI VIVE

# Movilidad sostenible accesible para entornos rurales

No tienen banco, ni tan siquiera un cajero. En ocasiones, incluso carecen de un supermercado. El autobús apenas pasa un par de veces al día y carecen de servicios tan elementales como un médico o una farmacia. Pero gracias a Hyundai VIVE y su servicio de carsharing rural, tienen vehículos que poder utilizar para desplazarse hasta donde encuentren los servicios de los que carecen.

Vivir en la España rural se está poniendo cada día más difícil. A la despoblación que sufren le acompaña inexorablemente una considerable pérdida de calidad en los servicios básicos. Pérdidas que obligan a los habitantes que aún quedan en estas zonas a tener que desplazarse a localidades vecinas para poder acceder a servicios tan básicos y necesarios como puede ser un supermercado, la consulta de un médico, una oficina bancaria, un dentista e, incluso, en ocasiones, hasta una simple panadería.

Son personas cuya economía es tan frágil que incluso en muchos casos carecen de vehículos con los que poder desplazarse. Y eso, en un pueblo donde los autobuses de servicio público apenas pasa un par de veces al día, si es que lo hace, supone una gran complicación.

Hablamos mucho de la nueva movilidad, de las ventajas que aporta la digitalización, la conectividad y la electrificación de los vehículos a la sociedad, pero en la gran mayoría de las ocasiones nos olvidamos de que estos sistemas están básicamente destinados a las grandes ciudades. Que parecen no haber sido creados para

HYUNDAI VIVE ES UN SERVICIO DE CARSHARING RURAL MEDIANTE EL CUAL EL FABRICANTE COREANO PONE A DISPOSICIÓN DE LOS HABITANTES DE LOS PUEBLOS QUE SE ADHIERAN AL SERVICIO EL USO COMPARTIDO DE UN/ UNOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS.

los habitantes de pequeñas localidades o pueblos perdidos en medio de una sierra olvidada.

Nada más lejos de la realidad. Que muchos habitantes de estas zonas rurales "alucinen" literalmente cuando visitan Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao o alguna ciudad de gran tamaño, viendo como pedimos que venga a recogerlos un Taxi o un VTC a cualquier punto de la ciudad en el que nos encontremos en apenas unos minutos, o que dispongamos de coches, motos, bicicletas e incluso patinetes distribuidos por las calles que podemos utilizar a

nuestro gusto, no significa que ellos tengan que carecer de este tipo de servicios para poder hacer más fáciles sus vidas.

Para este tipo de pequeñas localidades rurales, el transporte se está convirtiendo en una herramienta vital de primera necesidad. Sin embargo no todos pueden disponer de un coche en propiedad y mucho menos soportar los gastos que conlleva su mantenimiento, cuando apenas lo usan para desplazarse.

En Hyundai han analizado seriamente el problema y parecen haber hallado una solución que permite importantes ahorros a los habitantes de estas pequeñas poblaciones al tiempo que disfrutar de la movilidad que precisan en el momento que la necesitan. Para ello han creado el primer servicio de carsharing "rural" que se habilita en España. Un servicio que ya están experimentando en numerosas localidades, incluso en aquellas más pequeñas y con un número de habitantes tan reducido que incluso sobran dedos de la mano al contarlos.

Se trata de Hyundai VIVE, un servicio que comenzó su actividad en 2019, ape-

## PARA MUNICIPIOS DE MENOS DE 10.000 HABITANTES MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA Y SU MOVILIDAD

Cualquier municipio de menos de 10.000 habitantes puede solicitar la instalación de Hyundai VIVE. La red de concesionarios de Hyundai en toda España será la encargada de poner a disposición de ellos el servicio y de ofrecerles el soporte necesario para su puesta en marcha. Para Leopoldo Satrústegui, director general de Hyundai Motor España, "la buena acogida que está teniendo el servicio de VIVE allí donde se implanta ha puesto de relieve la necesidad de seguir apostando por una movilidad inclusiva y de mejorar las condiciones del transporte en las zonas rurales. En Hyundai somos conscientes de esta necesidad y por ello

damos un paso más con VIVE, reforzando con ello nuestro compromiso con la movilidad sostenible y con su objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas". Poder ir a comprar o al médico sin depender de las limitaciones que la muy reducida frecuencia de horarios tienen los autobuses interurbanos y otros medios disponibles en el medio rural ofrece una nueva oportunidad para la supervivencia de muchas pequeñas localidades en estas zonas del país. Además, es una demostración de cómo la tecnología y la innovación también pueden hacer mucho por que estas perduren en el tiempo y por mejorar la calidad de vida de



▲ Leopoldo Satrústegui, director general de Hyundai en España, apuesta por la movilidad inclusiva en las zonas rurales.

las personas que en ellas viven, permitiéndoles hacer frente a los desafíos que la escasez de servicios y comunicación que actualmente padecen les plantean a diario. Actualmente ya hay más de 80 municipios en toda España

donde VIVE ya está presente con sus coches y su tecnología aportando soluciones de movilidad a los habitantes de estos pequeños pueblos, contribuyendo a hacerles más fáciles tanto sus condiciones de vida como su movilidad.



▲ Jesús Calleja, embajador de Hyundai hizo entrega del Kona eléctrico al pueblo de Illán de Vacas, en Toledo, la localidad con menos habitantes de nuestro país.

nas unos meses antes de la pandemia y que ahora, recibe un nuevo impulso por parte de Hyundai para extenderlo a nuevos municipios y localidades de la España rural que puedan estar interesados en disponer de él.

Básicamente, Hyundai VIVE es un servicio de carsharing rural mediante el cual el fabricante coreano pone a disposición de los habitantes de los pueblos que se adhieran al servicio el uso compartido de un/ unos vehículos eléctricos. Además de los coches, Hyundai también se hace cargo de la instalación de los puntos de recarga necesarios en el pueblo para su funcionamiento y que sus baterías estén siempre en orden de uso.

Hyundai VIVE permite no sólo que la movilidad sostenible llegue al mundo rural. Además ofrece múltiples soluciones y

ventajas tanto para los ayuntamientos como para los habitantes de los pueblos que utilizan sus servicios.

VIVE se convierte en un importante complemento para el transporte en estas localidades. Permite de manera accesible a los ayuntamientos disponer de vehículos sostenibles para cumplir con sus actividades de carácter local, y a los habitantes contar con medios de transporte de uso compartido con los poder desplazarse tanto por el municipio como por otros cercanos para disponer y tener acceso a otros muchos servicios y prestaciones de los que su localidad carece. Y todo eso lo hace con una mayor flexibilidad en los horarios y al tiempo que ayuda a reducir emisiones contaminantes, algo que también es necesario en los entornos rurales, pues todos los esfuerzos por reducir emisiones suman.

El carsharing "rural" que propone Hyundai también evita a muchos habitantes tener que soportar los fuertes gastos que representa tener un coche en propiedad, especialmente cuando el uso de este es muy reducido. Gracias a VIVE, muchas familias evitan tener que recurrir a la compra de un vehículo en propiedad o de tener incluso que adquirir un segundo coche para la familia. Además su presencia en los pueblos significa disponer de una solución muy práctica en determinados momentos, especialmente en aquellas situaciones de emergencia en las que disponer de un vehículo al que poder acceder y utilizar resulta de gran ayuda.

De funcionamiento completamente digital, VIVE permitió, además, que estas pequeñas localidades se sumen a la digitalización y la conectividad. Permite que los habitantes del mundo rural accedan más fácilmente a las nuevas tecnologías, las utilicen y se beneficien de ellas.

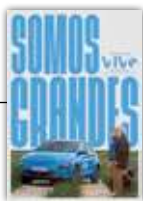
Para acceder a los servicios de VIVE, los responsables de la corporación local deben contactar con Hyundai, ya sea la central o el concesionario más cercano al pueblo, a fin de solicitar su instalación. Tras ese primer contacto, los expertos de Hyundai analizan a fondo las características que ofrece el municipio y su entorno para garantizar las mejores condiciones en las que los habitantes puedan disfrutar del servicio. Valorán todas condiciones y circunstancias y, a partir de ahí, proponen a la corporación local el servicio más adecuado para su pueblo.

Hyundai ofrece distintas posibilidades y modalidades de servicio, con el fin de buscar siempre la mejor adaptación de VIVE





EL PUEBLO MÁS PEQUEÑO DE ESPAÑA ILLÁN DE VACAS YA ES VIVE



En Castilla-La Mancha, concretamente en la provincia de Toledo, en la carretera CM4002 en el tramo que lleva de Los Cerralbos a Cebolla, se encuentra el que el Instituto Nacional de Estadística determina que es el pueblo más pequeño de España en cuanto a número de habitantes se refiere. Eso sí, en 2018 tenía 5 habitantes. Su censo, elaborado a finales de 2021, indicaba que tenía tan sólo tres habitantes empadronados en la población. Ahora ha crecido nada más y nada menos que un 33 por ciento, y ya suman 4. El pueblo es tan pequeño que no puede dejar de serlo porque su ayuntamiento carece de

Secretario municipal que realice las gestiones para dejar de ser considerado como pueblo independiente. No tienen dinero para pagarlo. Absurdo pero así están las cosas. Ahora mismo el pueblo no puede ni crecer ni menguar, porque tampoco se pueden empadronar más habitantes en él. Por esta y por muchas otras razones, Illán de Vacas apenas cuenta con servicios, y sus posibilidades de transporte están muy reducidas. Apenas un par de autobuses al día, uno de ida y otro de vuelta a la localidades cercanas. Pero todo esto no ha impedido que busquen una solución adecuada para su movilidad. La han encontrado en VIVE.



Hyundai les ha dotado del servicio de carsharing que todo pueblo grande necesita. Y ahora Illán de Vacas tiene un coche disponible para ese día en el que sus ciudadanos

precisan transportarse de manera económica y sostenible a los pueblos vecinos para poder disfrutar de esos servicios que a diario no tienen.



▲ Campisábalos, en Guadalajara, fue el pionero, en plena pandemia. El pueblo con el aire más limpio de España fue el primero en tener un Hyundai Kona eléctrico.

a las necesidades reales de movilidad que precisa cada pueblo. El servicio puede estar orientado al uso de los habitantes del pueblo, o en exclusiva a los servicios de la corporación local. También pueden plantearse usos mixtos de ambos, en función de distintas franjas horarias, o, dependiendo de las necesidades que todas esas variedades de uso sean posibles a la vez. Los expertos de la marca también comprueban el número de unidades de las que debe disponer el servicio para que este sea realmente efectivo y cumpla con las necesidades y demanda reales que de él hagan tanto los habitantes como la corporación local.

Al uso del servicio se accede de manera completamente digital, a través de una aplicación móvil que se puede descargar en un smartphone o cualquier otro dispositi-

sitivo con acceso a internet. A través de esta aplicación los usuarios gestionan la reserva del vehículo y lo desbloquean en el momento que precisen acceder a él para poder abrir sus puertas, arrancarlo y usarlo, o pararlo y cerrarlo cuando hayan acabado su tiempo de reserva.

El sistema controla igualmente el correcto uso de los vehículos por parte de los vecinos. Controla los accesos y usos que cada vecino hace del coche para evitar abusos de unos sobre otros, limita las reservas de uso a 24 horas de utilización, acota los desplazamientos a un radio de hasta 170 km en torno al pueblo, etc.

El concesionario Hyundai más cercano se encarga del mantenimiento y de las reparaciones del coche, así como también de la instalación de los puntos de carga necesarios para reponer la energía en sus

baterías. Tanto los usuarios como el Ayuntamiento de la localidad son quienes han de velar por la limpieza y buen estado de los coches.

Hyundai también imparte talleres de formación a los vecinos interesados en disfrutar de este servicio de uso compartido de vehículos eléctricos, explicándoles tanto el funcionamiento del servicio, las reglas de uso del mismo, como el funcionamiento y las bases adecuadas para la conducción de vehículos eléctricos. Además también les explican el uso de la aplicación e, incluso, para quienes carecen de smartphones, Hyundai cede a la corporación municipal teléfonos móviles de uso compartido que facilitan la conectividad al sistema a quienes no dispongan de acceso a internet o de un smartphone adecuado.

El coste del servicio varía en función del pueblo, de su número de habitantes, del número de usuarios, etc. De manera general, los tres primeros meses a partir de la puesta en marcha del servicio, los usuarios pueden disfrutar de él de manera completamente gratuita, siempre que estén empadronados en el municipio.

A partir del tercer mes, pasa a ser un servicio de pago. Este lo realizan bien la corporación municipal, bien los empadronados en función del uso que hagan del mismo, bien de manera mixta, es decir, conjuntamente. Los costes mensuales de servicio, una vez que se inicia la modalidad de pago, oscilan entre los 600 y los 900 euros mensuales, según el tipo de vehículos que se hayan contratado. Bastaría con que los coches se utilizaran durante al menos dos horas al día para que se cubrieran los costes del servicio de manera rentable.

# 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)



Formulario de suscripción con campos para Nombre, Apellidos, Dirección, Tel., mail, Empresa, and Cargo.



100% SUV. 100% eléctrico

# ID.4



**100% Volkswagen**

Hasta **514 km de autonomía**

y 80% de la carga de la batería en **38 minutos\***

**V4B**

Volkswagen for Business

Volkswagen ID.4 100% eléctrico. Consumo combinado (kWh/100 km) WLTP: de 16,9 a 18,4. Emisiones CO<sub>2</sub> (g/km) WLTP: 0. Autonomía desde 344 km hasta 514 km de autonomía eléctrica según el ciclo WLTP. Modelo visualizado ID.4 1<sup>st</sup> Max. Consumo combinado (kWh/100 km) WLTP de 18,3. Emisiones CO<sub>2</sub> (g/km): 0. Autonomía eléctrica de hasta 501 km según el ciclo WLTP. Los valores reales de autonomía WLTP pueden variar en función del equipamiento, el estilo de conducción y las condiciones reales de conducción. Para otras versiones o equipamientos consulta en tu concesionario Volkswagen. \*Valores de autonomía de 514 km basados en un ID.4 Pro Performance con una batería neta de 77 kWh. \*\*Valor de tiempo estimado para cargar desde el 5% al 80% de la batería neta de 77 kWh en un ID.4 Pro Performance con una potencia de carga de 125 kW.