

Emprendedores

# ESPECIAL

## RENTING

LAS MEJORES  
SOLUCIONES  
PARA **LA FLOTA**  
DE TU EMPRESA



ESPECIAL REALIZADO POR: JULIA CORONAS

*Expertos consultados:*

ANTONIO CRUZ, SUBDIRECTOR GENERAL DE ALD AUTOMOTIVE ESPAÑA; ROCÍO CARRASCOSA, CEO DE ALPHABET ESPAÑA; JOSÉ RAMÓN CALVO, CEO DE ALQUIBER; ALBERTO BAJJALI, CEO DE AMOVENS; JAVIER LEÓN, PRESIDENTE DEL CONSEJO DE RENTING DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LEASING Y RENTING (AELR); JOSÉ-MARTÍN CASTRO ACEBES, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE RENTING DE VEHÍCULOS (AER); HANS CHRIST, CEO DE BIPI; DANIEL ALONSO MODINO, DIRECTOR B4MOTION LAB (TRIVE); XAVIER OMS, DIRECTOR DE MOVILIDAD Y VENDORS DE CAIXABANK PAYMENTS & CONSUMER (CPC); MARÍA JESÚS LÓPEZ, GENERA MANAGER DE F2M IBERIA NSC (FREE2MOVE LEASE); GUILLERMO GONZÁLEZ, DIRECTOR DE VENTAS EN DESTINERS; SANTIAGO LUESMA, FLEET & RAC MANAGER EN KIA IBERIA; CARLOS ABAD, OPERATIONS & MARKETING MANAGER DE KINTO ONE (TOYOTA); MARÍA MARTÍNEZ, DIRECTORA GENERAL DE MASQRENTING; NORTHGATE RENTING FLEXIBLE; LUIS CARVAJAL, OPERATIONS MANAGER DE PEPECAR, PEPECAR RENTING Y PEPETRANSFER; ÁLVARO LASERNA, CEO DE TOTALRENTING; SABADELL RENTING; SANTANDER RENTING; JULIO RIBES, CEO DE SWIPCAR; MARIO CARRANZA, CEO DE VAMOS.



## Por suscripción y 100% online

O DICHO DE OTRA MANERA: MÁS FLEXIBLE Y MÁS DIGITAL. ÉSA ES LA TENDENCIA CLARA QUE HA VIVIDO EL RENTING EN ESTOS ÚLTIMOS DOCE MESES, JUNTO CON LA CONSOLIDACIÓN DEL EMPRENDEDOR Y LA PYME COMO EL SEGMENTO DE CLIENTES MÁS AL ALZA.

**Un 13,28% ha crecido la facturación del renting respecto al año anterior**

Que el renting sigue siendo una opción cada vez más interesante para pymes y autónomos lo demuestra el hecho de que el peso de este segmento en el sector del renting subió tres puntos con respecto al mismo periodo del año anterior, pasando del 13,66% del primer semestre del 2020 al 16,22% del primer semestre del 2021. “El motivo principal es la incertidumbre que todavía se respira en la economía y que el renting mitiga gracias a las fórmulas cada vez más flexibles, que se adaptan a las necesidades de

los usuarios”, explica Javier León, presidente del consejo de Renting de la Asociación Española de Leasing y Renting (AELR). “Un dato que demuestra cómo el perfil del cliente está cambiando es que, desde mediados del mes de julio, el número de clientes de renting personas físicas (autónomos y particulares), con Nif, es superior (50,2%) a las personas jurídicas (empresas), con CIF (49,8%)”, confirma José-Martín Castro, presidente de la Asociación Española de Renting de Vehículos (AER). Pero no sólo crece entre ese colectivo. Como matiza Alberto Bajjali, CEO de Amovens, aunque “las ventas de vehículos nuevos siguen cayendo, los españoles todavía queremos y necesitamos coches y los consumimos de manera diferente, ahora hacemos renting”.

De hecho, los números del sector en este 2021 confirman la tendencia al alza de los últimos años. Según datos de AELR, en lo que va de año el sector ya ha facturado un 13,28% más que en



La irrupción de un cliente más pequeño, junto a la incertidumbre del mercado y la digitalización, ha consolidado una tendencia en el sector: la suscripción.

el mismo periodo del año anterior y el peso sobre el mercado total de matriculaciones ha pasado del 20,67% al 25,05%. La AER, por su parte, recuerda que el parque en renting ha crecido un 43,96% frente al mismo periodo del año anterior, aunque todavía son casi un 16% más bajos que en 2019, último dato antes de la pandemia, lo que revela que todavía puede crecer más. Como colofón a las cifras, uno de cada cuatro coches matriculados va al renting.

Esta irrupción de este nuevo cliente más pequeño, unida a la mayor incertidumbre que se vive en el mercado y a la mayor digitalización del sector, ha consolidado también una corriente que empezó a fraguarse hace unos años pero que en estos 24 meses de pandemia ha alcanzado su madurez: la suscripción.

En efecto, la búsqueda de una mayor flexibilidad junto a la reivindicación de la movilidad como un servicio, especialmente para los emprendedores y las pymes, ha dado alas a una fórmula que además ha provocado la aparición de nuevos actores en el sector que vienen a competir con fuerza frente a los grandes, en lo que parece la revolución de las “renting-tech”.

Veamos en detalle algunas de las características del sector en este 2021.

### Más flexible

Como señalábamos previamente, “del concepto de renting se está evolucionando al de soluciones de movilidad. El concepto de propiedad se está desvaneciendo y lo importante es el uso y las facilidades para el mismo”, señalan desde Santander

Renting. Y ésta es, sin lugar a dudas, una de las grandes tendencias del sector: la evolución hacia el renting flexible y los modelos de suscripción porque, como señalan desde Sabadell Renting, “permiten la inmediatez y reducen el coste de servicio”.

“El futuro lo veo muy suscriptor, un poco un renting a demanda: en lugar de contratar un coche que te sirva para todo el año excepto en vacaciones, coger un renting que te permita el coche industrial o de trabajo más el coche familiar de vacaciones A día de hoy tanto los rentacar como los operadores de renting están diseñando diferentes productos que ayuden a esta flexibilidad, ofreciendo la posibilidad de ventanas temporales cada vez más cortas que generan al usuario confianza a la hora de contratar un vehículo por renting”, explica María Martínez, directora general de MasQRenting. Hans Crist, CEO de Bipi, incluso lo cuantifica: “según la consultora McKinsey, el modelo de suscripción ha experimentado un crecimiento anual de más del 100% en los

**“Los españoles todavía necesitamos y queremos coches. Y los consumimos con el renting”**



últimos cinco años y, además, Frost & Sullivan prevé que los modelos de suscripción de automóviles representarán alrededor del 10% de todas las ventas de automóviles para 2025”.

La flexibilidad puede llegar incluso a proponer la combinación de diferentes modelos en un mismo contrato como hacen desde Toyota: “nosotros ofrecemos, por ejemplo, la posibilidad de contratar un renting clásico para los vehículos oficiales y un servicio de suscripción para necesidades puntuales (vacaciones, trayectos largos si la flota es eléctrica,



## Cómo seleccionar al proveedor

Hoy en día ya existe una oferta variadísima en tipos de renting, lo que te permite contratar servicios que se ajustan prácticamente a cualquier requisito, de manera que el primer paso crucial es identificar tu necesidad para saber qué tipo de renting precisas: cuántos kilómetros vas a hacer al mes, qué previsiones de crecimiento tienes, si van a ser mayoritariamente desplazamientos cortos...

### CUOTA

es importante analizar la cuota y sobre todo lo servicios que se incluyen dentro de la cuota (mantenimiento, cambios de neumáticos, seguro, impuestos...).

### LETRA PEQUEÑA

Analiza con detalle las cláusulas que firmas: si hay costes por cancelación anticipada, si hay penalización por kilómetro de más y qué importe, si tienes vehículo de sustitución en caso de avería...

### CAPACIDAD

Es importante confirmar que el proveedor tiene la capacidad suficiente para atender tus necesidades y que pueda tener una red de delegaciones o colaboradores que te puedan dar cobertura nacional o incluso internacional.

### SOLUCIONES A MEDIDA

No sólo el precio debe ser un factor determinante, la flexibilidad y los servicios adicionales marcan la diferencia. José Ramón Calvo, CEO de Alquiber, incide en este punto:

“Creemos que es importante que el cliente pueda elegir el tiempo de contratación (de 3 a 48 meses en nuestro caso), el tipo de vehículo y los accesorios que necesita. Si

la actividad de la empresa fluctúa y se atraviesan picos o valles de trabajo, debes poder ampliar, reducir o modificar la flota contratada sin ningún tipo de penalización.”

### ELIGE UN BRÓKER

Y si todo lo anterior te resulta complicado de decidir opta por “un broker de renting que te va a recomendar qué coche elegir, te buscará ese vehículo que se adapte a tus necesidades en cuanto a plazos de entrega, kilometraje o meses de contratación”, explican desde Total Renting.



etcétera”, explica Carlos Abad, Operations & Marketing Manager de Kinto One (Toyota). La clave es personalizar al máximo las ofertas.

### Más digital.

La pandemia ha traído un acelerón digital a todos los ámbitos de la vida y el renting no ha sido ajeno a este fenómeno, hasta el punto de que, como señala Mario Carranza, CEO de Vamos, “lleva la delantera del sector automoción. El peso de las transacciones online en el renting es muy superior en comparación con la compraventa de coches y eso en gran medida es por la suscripción”. Y es que, como defiende Daniel Alonso Modino, director de B4Motion LAB (Trive), “la suscripción ha nacido ya dentro de un contexto digital. Una de las ventajas del modelo suscripcional seguramente sea la posibilidad de tramitar la contratación 100% online, recibir y devolver el vehículo en la puerta de casa, y hacer toda la gestión documental sin moverte del sofá. Los asesores comerciales ‘de toda la vida’, son ahora digital genius que te asesoran por videollamada...”, recuerda. “La posibilidad de realizar en digital todo el proceso es una realidad en la mayor parte de los operadores: desde la obtención de la propia oferta (cotización) hasta la entrega/recogida del vehículo, pasando por el proceso de análisis crediticio y la firma del contrato”, confirma Santiago Luesma, Fleet & RAC Manager en Kia Iberia.



Pero la digitalización va más allá incluyendo también el resto del proceso, desde la relación con el cliente hasta el funcionamiento de los propios operadores. “La digitalización ofrece a las pymes toda la información relativa a sus vehículos en tiempo real, lo que reduce en un control exhaustivo de la actividad de cada coche y el ahorro de costes que esto supone”, explican desde Sabadell Renting.

“Las compañías del sector debemos apostar por la incorporación de herramientas basadas por ejemplo en inteligencia artificial o por las flotas conectadas, lo que nos permiten adaptarnos a las necesidades del mercado y dar respuestas ágiles e innovadoras a nuestros clientes”, insisten desde Northgate Renting Flexible. Algo en lo que coincide María Jesús López, Genera Manager de F2M Iberia NSC (Free2Move Lease): “el servicio de flota conectada es

uno de los servicios más en auge dentro del renting por su facilidad de gestión al obtener los datos de kilometraje y consumo actualizados en tiempo real lo que permite al cliente, no sólo tener localizada en todo momento sus vehículos en flota sino una

cantidad de análisis y consejos para optimizar los trayectos y permitir un ahorro mayor en su actividad”. Antonio Cruz, subdirector general de ALD Automotive España, recuerda también que, “además de los dispositivos integrados cada vez de forma más mayoritaria en todos los vehículos conectados, la flota disponible en renting va un paso más allá y, atendiendo a las demandas de movilidad de los conductores,

incorpora una serie de servicios telemáticos, aplicaciones móviles y plataformas digitales que permiten gestionar, a través del big data, no solo los propios servicios de renting, sino también diversas opciones relacionadas con la movilidad y que mejoran la experiencia en la conducción”. Es la digitalización de principio a fin que permite personalizar al máximo la oferta para cada cliente.

### Apuesta por la sostenibilidad

Siguiendo con los últimos datos publicados por la AER, las energías alternativas (híbridos, gas, eléctricos) suponen ya el 25,80% del mercado del renting frente al 17,34% que suponía en 2020, lo que demuestra la consolidación de la sostenibilidad como preocupación del sector.

Pero la aportación del sector a la sostenibilidad va más allá, al reducir el número de vehículos en la calle y al contribuir a la renovación del parque: “los coches de renting son nuevos o tienen poco tiempo de antigüedad por lo que, a medida que va creciendo el uso del renting, más coches antiguos y contaminantes podremos sacar de las calles. Además, los usuarios adquirirán coches por el tiempo que realmente lo necesiten. No tiene sentido estar pagando la cuota de renting si realmente el uso del coche es muy residual y/o nulo, por lo que no tendríamos coches contaminando en las calles si realmente no es tan necesario”, explica Luis Carvajal, Operations Manager de Pepecar, Pepecar Renting y Pepetransfer. Pero también contribuye a la educación del usuario en las nuevas opciones de combustibles: “El renting de coches eléctricos ya supone un 35% de los coches eléctricos matriculados. Es un producto que sirve como testeo para los consumidores porque quieren conocer si el vehículo eléctrico o enchufable es práctico para el día a día sin



## Ventajas del renting

### VENTAJAS CONTABLES.

En una única cuota resuelves todas las necesidades de movilidad de tu empresa, tanto si optas por el renting fijo como por el flexible, lo que permite ahorrar el seguro, los impuestos de matriculación y de circulación, la ITV, el seguro, la compra, el mantenimiento... Además, “al no haber desembolso inicial la capacidad de endeudamiento no se ve afectada”, insiste Carranza.

**VENTAJAS FISCALES:** El vehículo de renting se considera como un gasto de manera que puede deducirse el 100% del IVA y, en el caso del autónomo, puede desgravarse las cuotas al 100% en IRPF y en el Impuesto de Sociedades.

**CERO DEPRECIACIÓN:** la gran mayoría de las compañías ofrecen la posibilidad de renovar el vehículo al finalizar el contrato, lo que te evita el engorroso problema de la obsolescencia y te permite tener tu parque automovilístico completamente al día.

### VENTAJAS REGULATORIAS.

Constantemente aparecen nuevos cambios regulatorios en materia de medioambiente y de carburantes y con la opción del renting es el operador el que se encarga de actualizar y adaptar los vehículos.

tener que comprárselo”, señala **Álvaro Laserna**, CEO de Total Renting. **Rocío Carrascosa**, CEO de Alphabet España, lo corrobora: “facilita probar la movilidad eléctrica, sin tener que realizar un desembolso inicial, despejando la incertidumbre y dudas que aún hoy muchas personas tienen acerca de este tipo de movilidad y permitiendo hacer una transición sencilla y sin sorpresas hacia ella”.

Como insiste Carranza, “en la misión de electrificar el parque móvil el renting tendrá un papel fundamental ya que millones de consumidores conducirán su primer vehículo eléctrico en la próxima década, pero la gran mayoría no querrá comprarlo. Por un lado, está la incertidumbre absoluta sobre los valores residuales futuros del coche eléctrico que compras hoy y, por otro, la alta velocidad de mejora de las baterías que genera la creencia general de que la próxima generación de vehículos eléctricos será materialmente mejor que la actual”.

Y una última aportación del sector a la sostenibilidad es que permite estar al día en materia legislativa: “un vehículo de renting es la opción más inteligente para despreocuparse sobre las nuevas normativas, ya que te garantiza tener un vehículo nuevo, con una combustión eficiente, emisiones mínimas y un distintivo ecológico que te permitirá realizar tus actividades comerciales. Además, al finalizar tu contrato de renting,

puedes cambiar de vehículo por uno nuevo, para estar así siempre al día de las tendencias de sostenibilidad”, insiste **Julio Ribes**, CEO de Swipcar.

### Cada vez más actores

El modelo de suscripción y la masiva digitalización de este sector está impulsando la incorporación de cada vez más actores al sector del renting, en su mayoría con un alto componente tecnológico. Como explica **Álvaro Laserna** desde Total Renting, “se ha iniciado una carrera digital para convertirse en el número 1 que hasta ahora ostentaban grandes empresas, tan grandes, que son lentas en su proceso de adaptación, y es ahí donde varias empresas nativas digitales les han ganado la partida y robado cuota de mercado”.

“Sobre todo aparecen más actores locales. Se puede considerar como una evolución natural al renting y van apareciendo distintos players en algunos territorios concretos aunque aún queda recorrido para soluciones más globales,” defiende **Xavier Oms**, director de Movilidad y Vendors de CaixaBank Payments & Consumer. Desde Destiners lo tienen claro: “el cliente digital es quien ha transformado el sector. Sobre todo, los autónomos y particulares. Lo más importante es adaptarse a las necesidades del cliente, que durante muchos años no han sido atendidas de forma coherente”, confirma **Guillermo González**, director de Ventas de la compañía.