

IX Estudio Españoles ante la Nueva Movilidad

Informe de
resultados
noviembre 2020

autofácil
2000 2020



PONS

SEGURIDAD
VIAL





METODOLOGÍA:

Autoadministrado online al panel de consumidores.

MUESTRA:

Población española mayor de 20 años.
Representatividad nacional por sexo, edad y zona geográfica.

TAMAÑO DE LA MUESTRA:

N=1.500 (error muestral $\pm 2,53\%$ a 95% de confianza).

CAMPO:

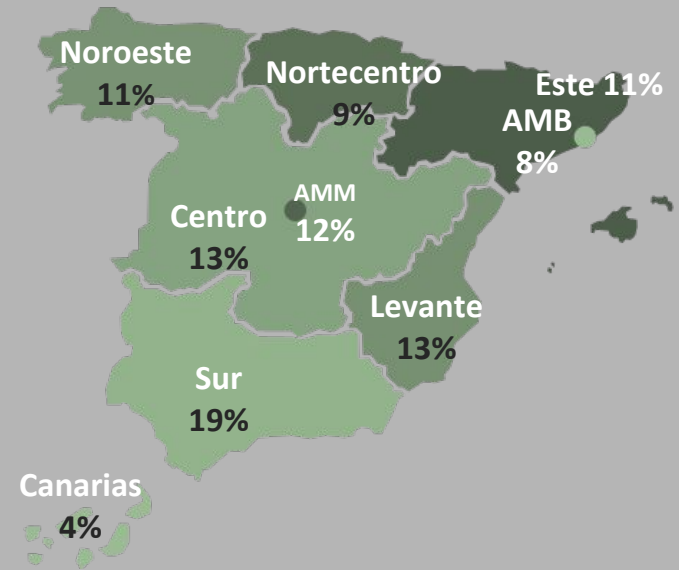
Del 8 al 22 de septiembre de 2020
Duración media del cuestionario: 12 minutos

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO:

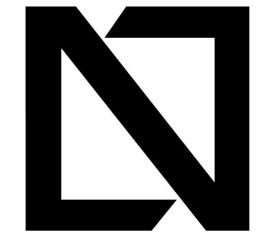
SEXO:
Hombres: **49%**
Mujeres: **51%**

EDAD:
Menos de 35 años: **33%**
De 35 a 49 años: **38%**
50 años o más: **29%**

ÁREAS NIELSEN:



AENOR



Servicio Certificado

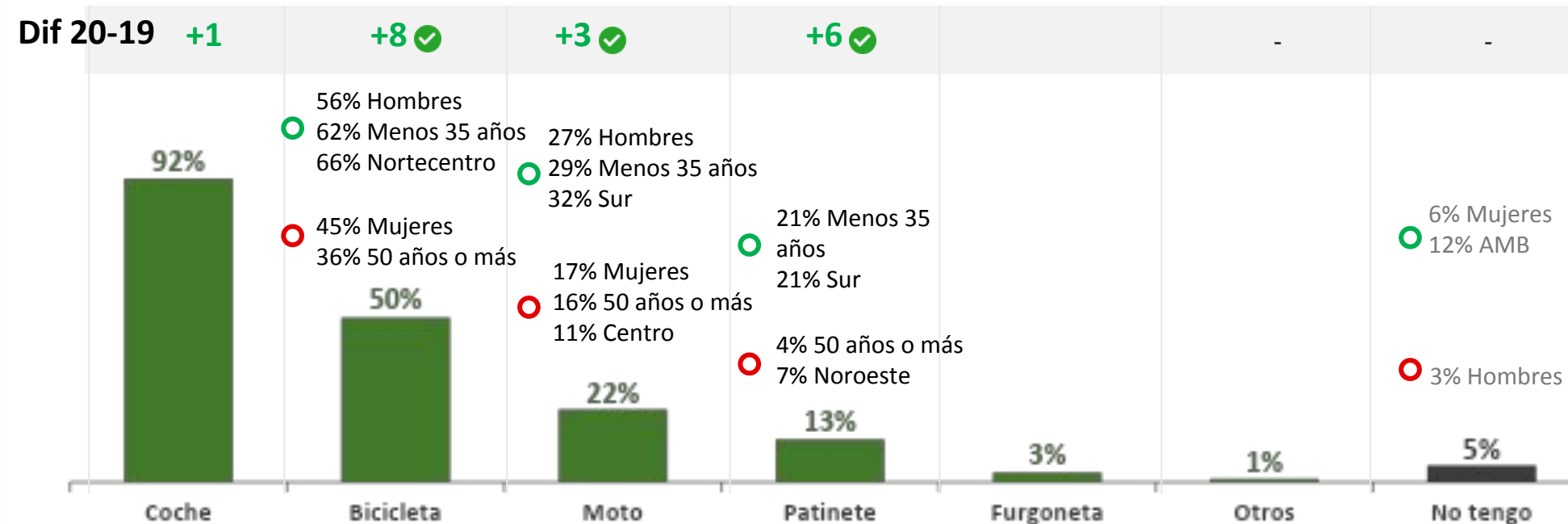
Estudios de mercado

Estudio realizado cumpliendo la normativa AENOR UNE – ISO 20252 de Investigación de Mercados

VEHÍCULO EN PROPIEDAD

¿Dispones actualmente de alguno de los siguientes vehículos? (Respuesta múltiple) | Base: 1500

Nota evolutivo: Ha cambiado el redactado de pregunta “¿Tienes algún vehículo en propiedad?” y se ha añadido una nueva opción de respuesta “Furgoneta”



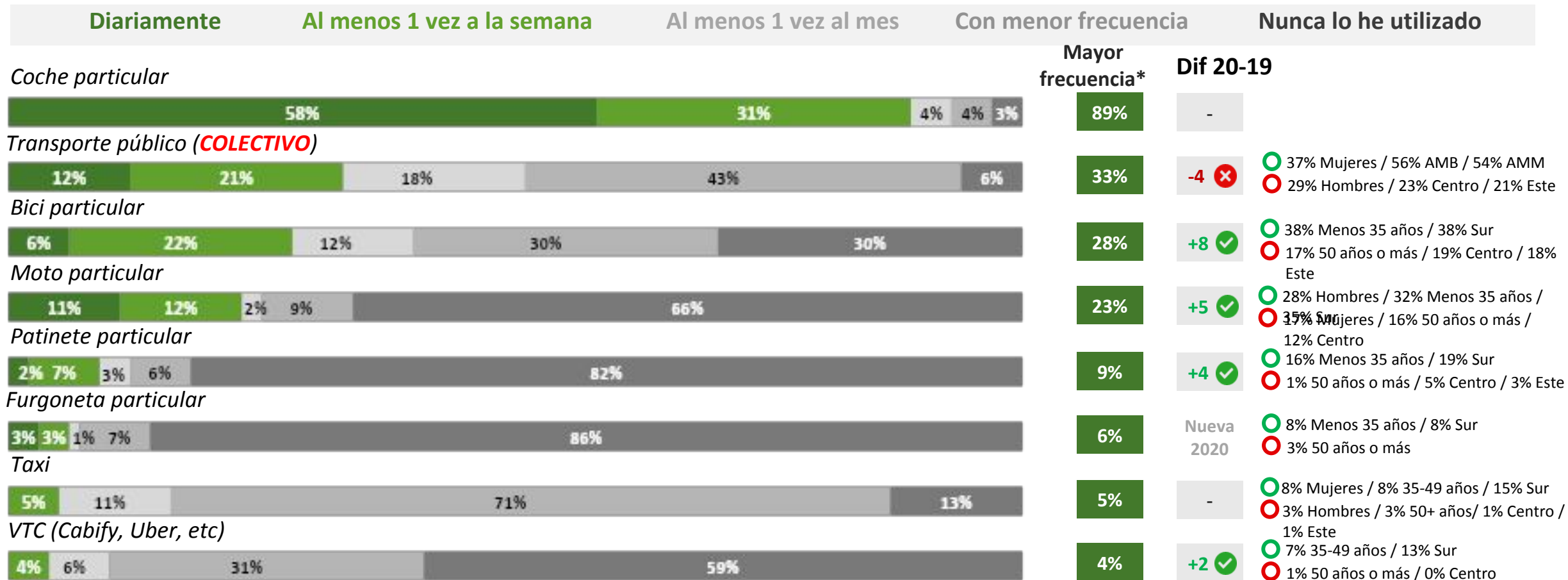
Más de 9 de cada 10 encuestados disponen de coche (92%), en línea con el año anterior. En segundo lugar se encuentra la bicicleta (50%), seguida de la moto (22%) y el patinete (13%), registrando los tres un aumento significativo respecto a 2019. Por otro lado, los hombres poseen significativamente más bicicletas y motos que las mujeres.

○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

FRECUENCIA MEDIOS DE TRANSPORTE I

En tu día a día, ¿con qué FRECUENCIA utilizas los siguientes medios de transporte? (Respuesta única) | Base: 1500

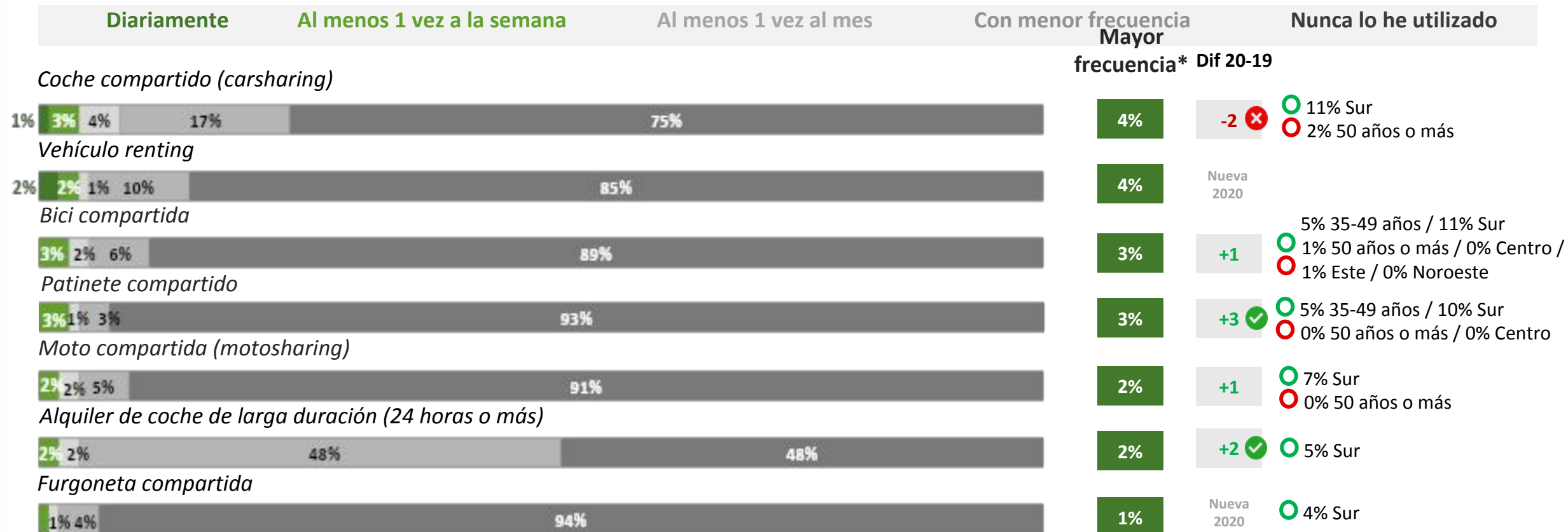


✓ El coche particular es el medio de transporte que se utiliza con mayor frecuencia; el 58% lo utiliza a diario y el 31% al menos 1 vez a la semana, sin detectarse variaciones respecto al año anterior. Por otro lado, el transporte público es el segundo medio más utilizado, utilizado mínimo 1 vez a la semana por el 33%.

*MAYOR FRECUENCIA: "Diariamente" + "Al menos 1 vez a la semana" ○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total ✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

FRECUENCIA MEDIOS DE TRANSPORTE II

En tu día a día, ¿con qué FRECUENCIA utilizas los siguientes medios de transporte? (Respuesta única) | Base: 1500



El carsharing se utiliza significativamente menos este año, mientras que el patinete compartido y el alquiler de coche de larga duración se utilizan significativamente más.

*MAYOR FRECUENCIA: "Diariamente" + "Al menos 1 vez a la semana"

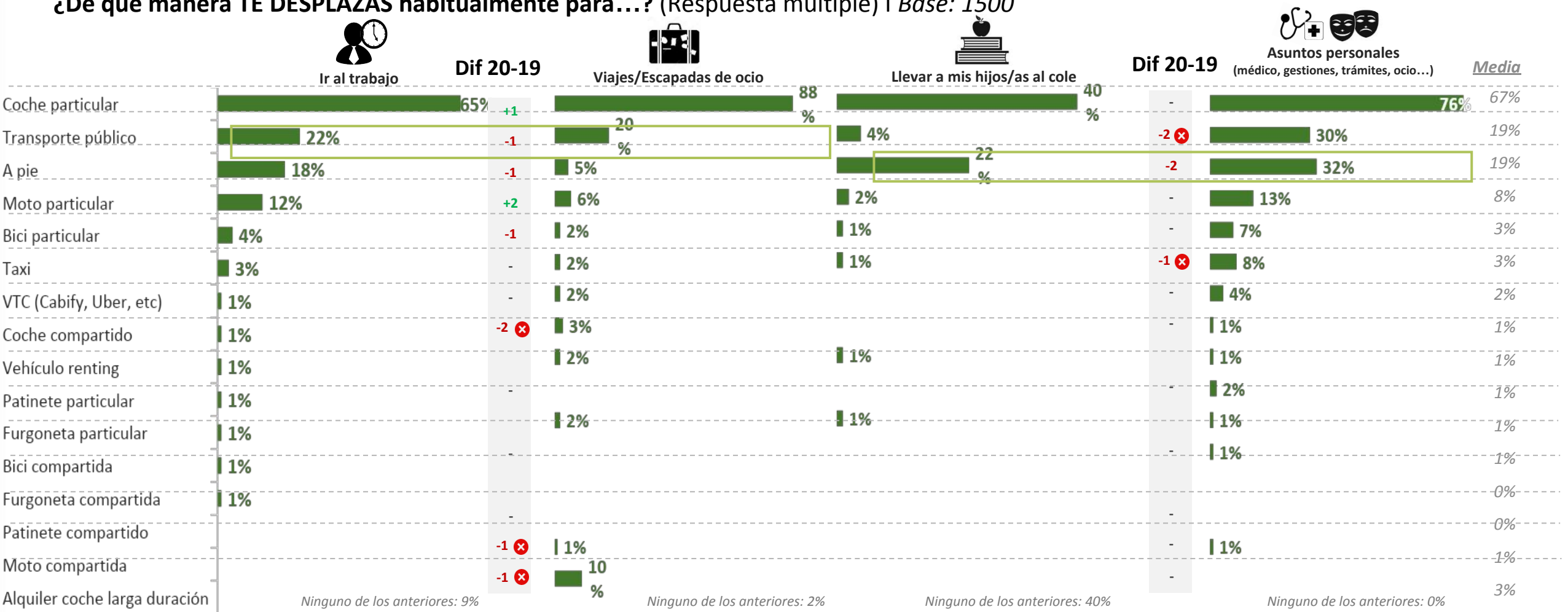
○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✔ ✖ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

DESPLAZAMIENTOS HABITUALES

¿De qué manera TE DESPLAZAS habitualmente para...? (Respuesta múltiple) | Base: 1500

Nota evolutivo: Viajes y asuntos personales no se comparan respecto al 2019 porque se ha cambiado el redactado.



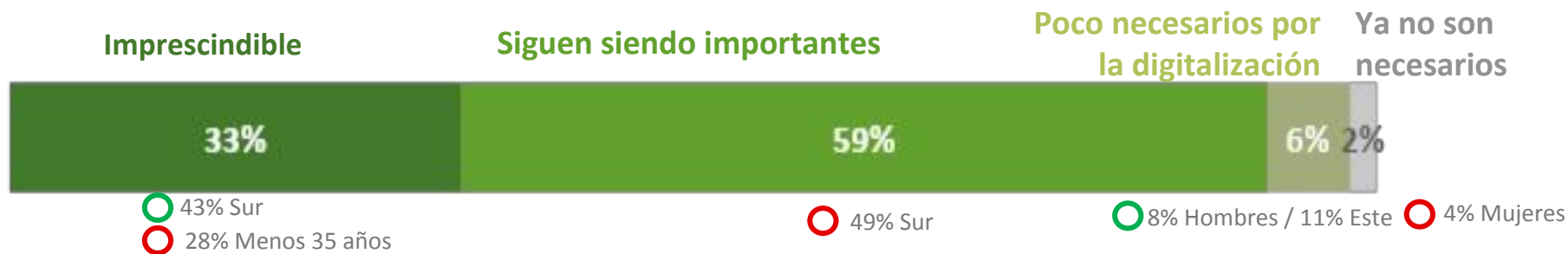
✓ El coche particular es el medio de transporte más utilizado para todas las actividades. El transporte público es el segundo medio más habitual para ir al trabajo y para viajes/escapadas de ocio, mientras que ir a pie es la segunda opción más elegida para llevar a los hijos al colegio y para asuntos personales.

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

PAPEL CONCESIONARIOS

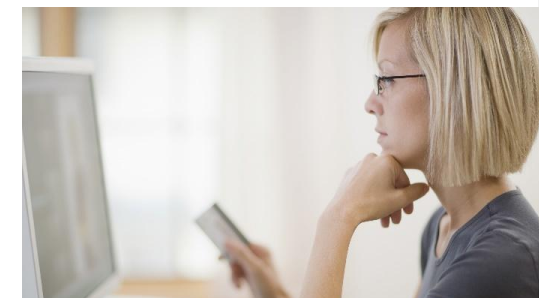
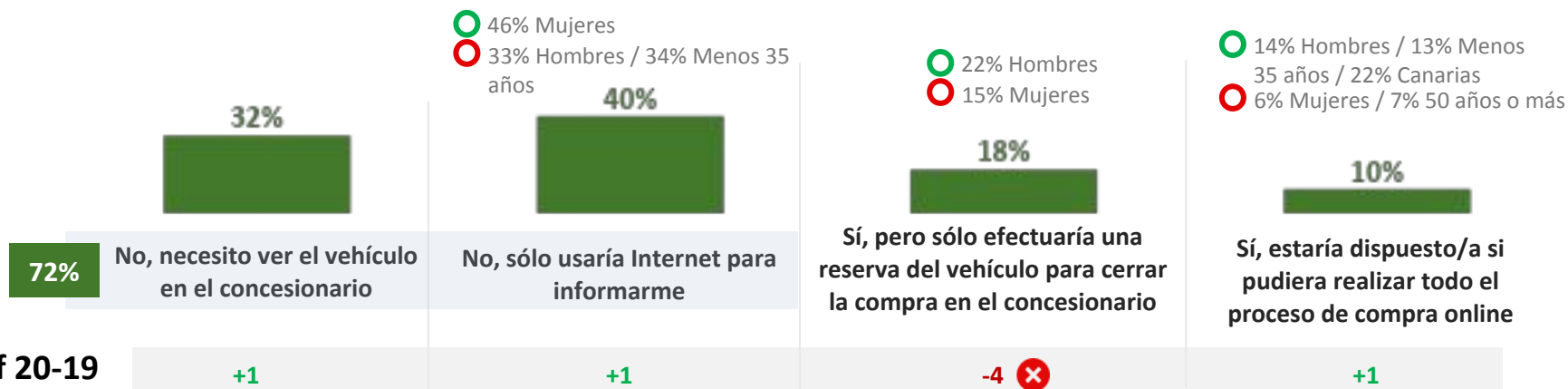
Actualmente, el papel de LOS CONCESIONARIOS FÍSICOS en el proceso de compra de un vehículo es para ti... (Respuesta única) | Base: 1500

Nota evolutivo: No se compara, han cambiado algunas opciones de respuesta.



COMPRA ONLINE

Y pensando en la futura compra de un vehículo, ¿considerarías comprarlo A TRAVÉS DE INTERNET? (Respuesta única) | Base: 1500



El 33% considera que el papel de los concesionarios es imprescindible, significativamente menos entre los más jóvenes, mientras que el 59% piensa que siguen siendo importantes. Por otro lado, el 72% no consideraría comprar un vehículo a través de Internet, y sólo el 10% estaría dispuesto a hacerlo completamente *online*. Además, este año disminuye significativamente la consideración de reservar el vehículo *online* para cerrar la compra en el concesionario (-4 puntos).

○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

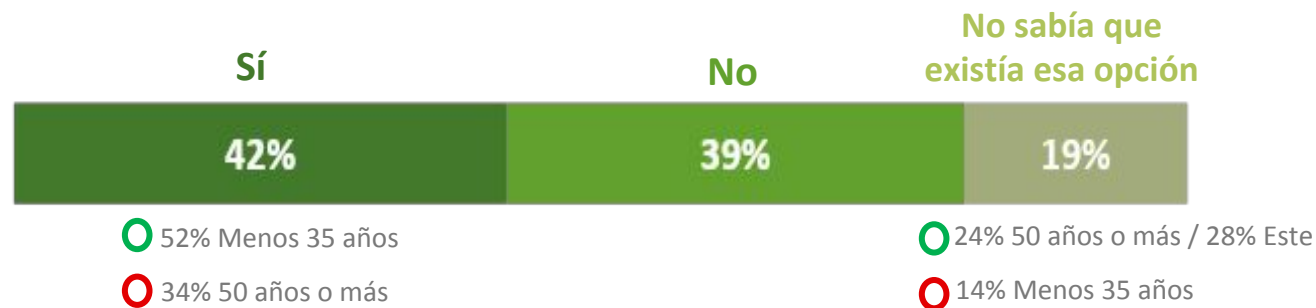
CONOCIMIENTO RENTING

¿Sabes lo que es el RENTING? (Respuesta única) | Base: 1500



RENTING VEHÍCULO SEMINUEVO Nueva 2020

¿Te plantearías realizar un renting de un vehículo seminuevo? (Respuesta única) | Base: Base conocen el renting

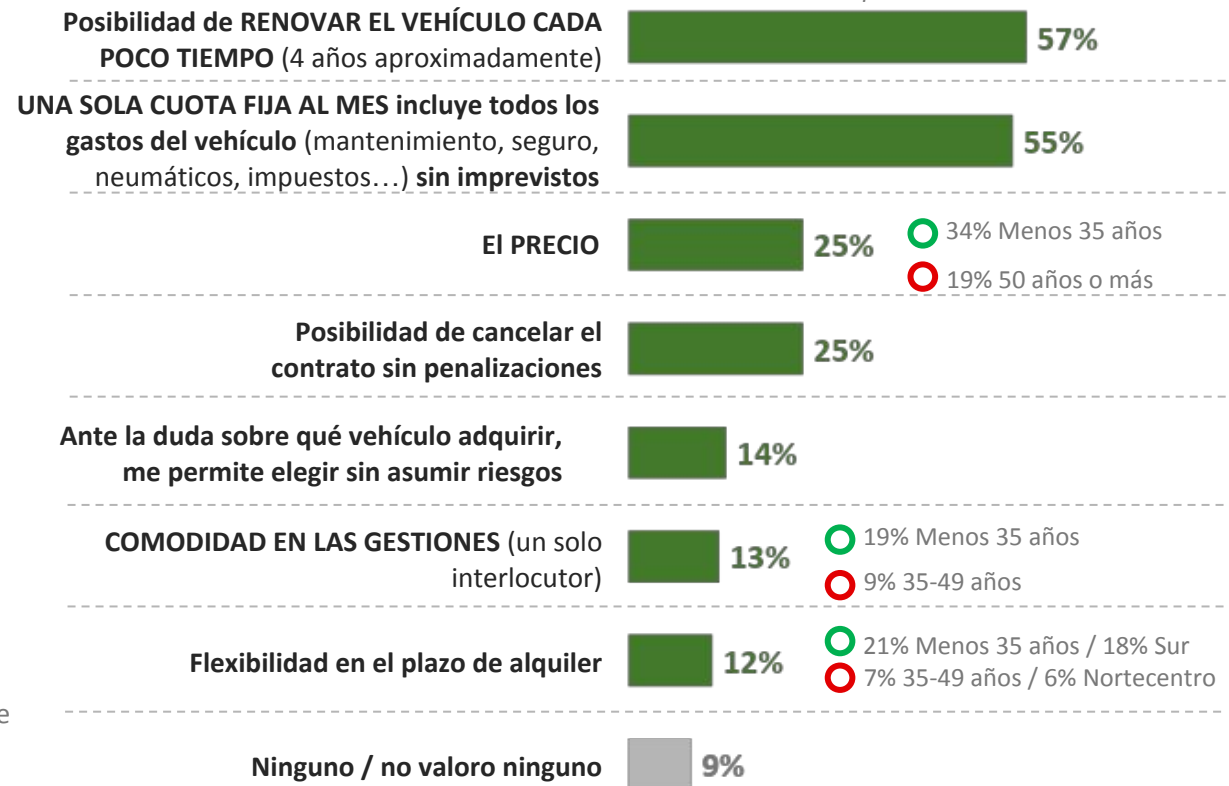


El 89% afirma conocer lo que es el renting, significativamente más que el año anterior (+4). Entre los que lo conocen, la posibilidad de renovar el vehículo cada poco tiempo es el aspecto más valorado (57%), seguido de tener una sola cuota fija al mes (55%). Por otro lado, el 42% se plantearía realizar un renting de un vehículo seminuevo, significativamente más entre los más jóvenes (52%) y menos entre los más mayores (34%).

ASPECTOS DEL RENTING MÁS VALORADOS

¿Cuál/es de los siguientes aspectos son los que MÁS VALORAS del renting? (Respuesta múltiple) | Base conocen el renting

Nota evolutivo: No se compara, ya no hay limitación de marcar máximo 3 y hay opciones nuevas de respuesta.



○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

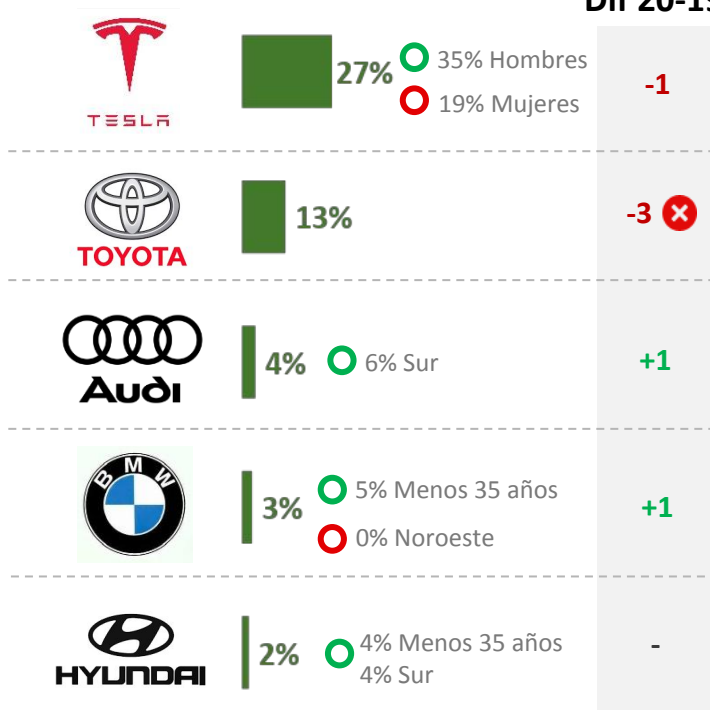
MEDIOAMBIENTE – SEGURIDAD – TECNOLOGÍA (TOP 5)

Nota evolutivo: Nueva opción de respuesta "Polestar" + cambio de "No lo sé" por "Todas por igual"

¿Qué marca crees que fabrica vehículos más respetuosos con el MEDIOAMBIENTE? (Respuesta única) | ¿Qué marca crees que fabrica vehículos más SEGUROS? (Respuesta única) | ¿Qué marca crees que aporta más TECNOLOGÍA a sus vehículos? (Respuesta única) | Base: 1500

MÁS ECOLÓGICOS

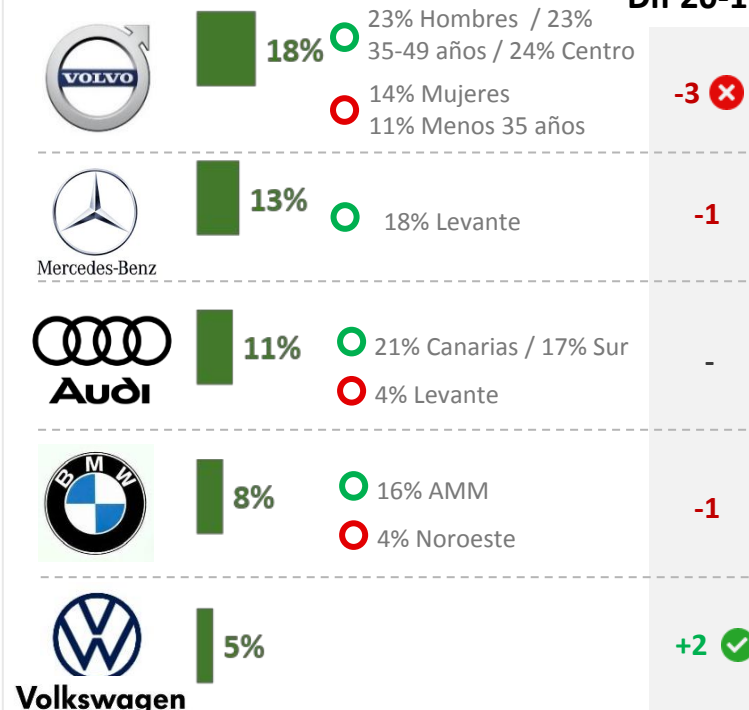
Dif 20-19



Ninguna de las anteriores: 6% / Todas por igual: 25%

MÁS SEGUROS

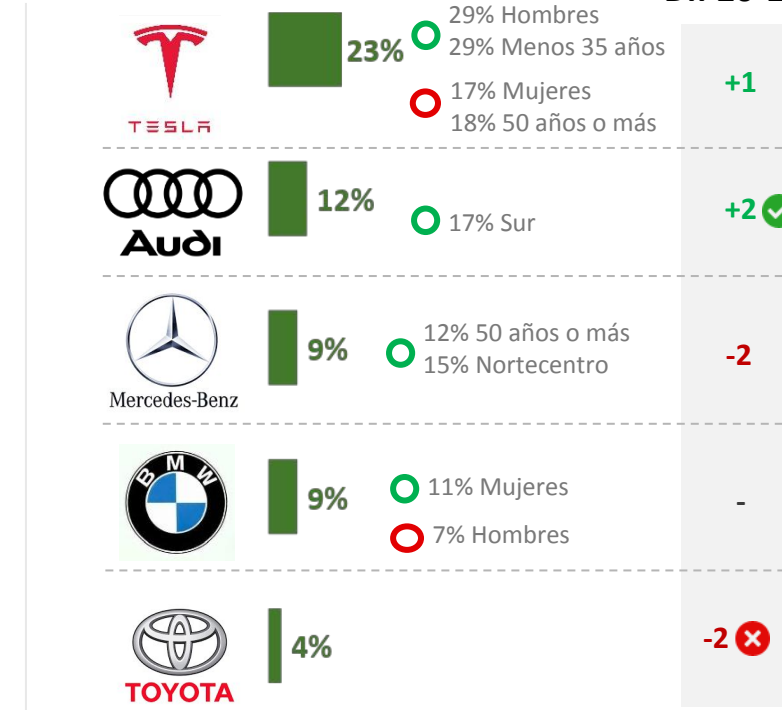
Dif 20-19



Ninguna de las anteriores: 2% / Todas por igual: 22%

MÁS TECNOLÓGICOS

Dif 20-19



Ninguna de las anteriores: 2% / Todas por igual: 21%

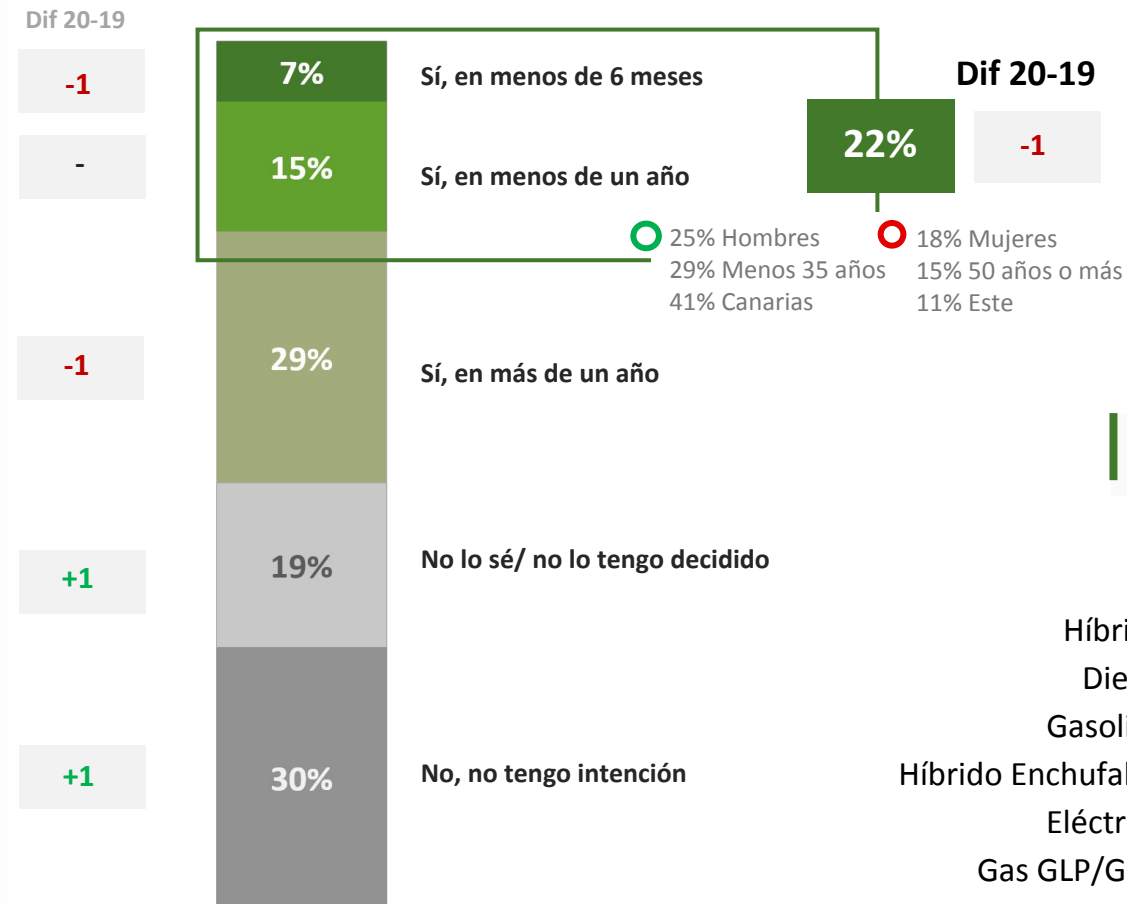
✔ Tesla se percibe como la marca que fabrica los vehículos más respetuosos con el medioambiente (27%) y como la marca que aporta más tecnología a sus vehículos (23%) ambos significativamente más entre los hombres y menos entre las mujeres. Por otro lado, Volvo sigue en cabeza como la marca que fabrica los vehículos más seguros, aunque significativamente menos este año (-3).

🟢🔴 Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✔✖ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

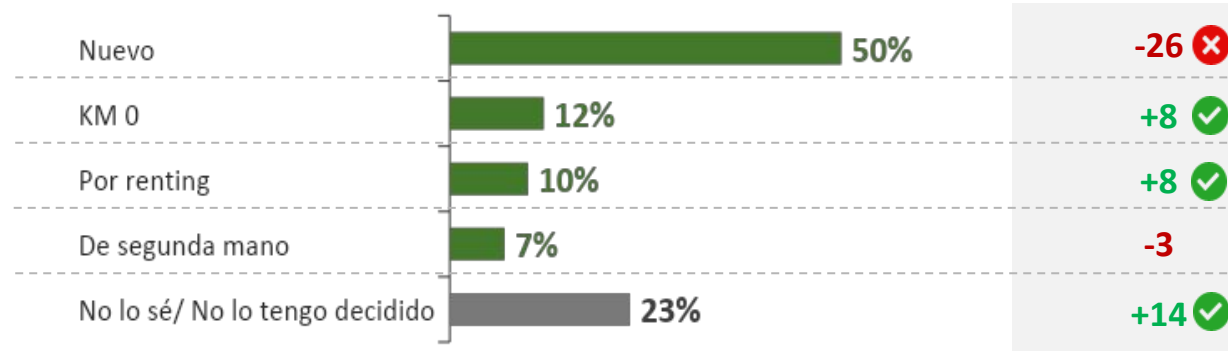
INTENCIÓN DE COMPRA

¿Tienes intención de **COMPRARTE UN COCHE?** (Respuesta única) | Base: 1500



ESTADO

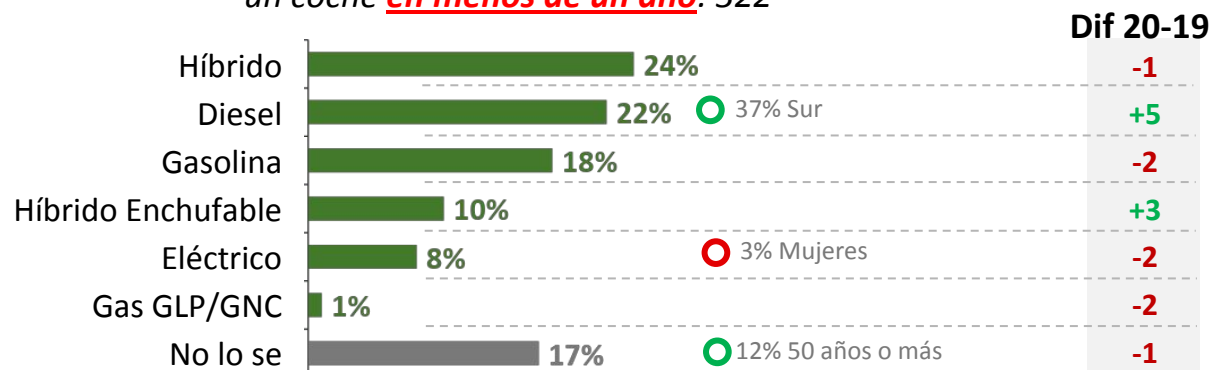
El coche que tienes intención de comprar será... (Respuesta única) | Base tienen intención de comprarse un coche **en menos de un año**: 322



COMBUSTIBLE

Y, ¿con qué tipo de **COMBUSTIBLE?** (Respuesta única) | Base tienen intención de comprarse un coche **en menos de un año**: 322

Nota evolutivo: Cambio de redacción en la pregunta: "Motor" por "Combustible"



El 22% tiene intención de comprarse un coche en menos de un año, significativamente más entre los hombres y los más jóvenes. De éstos, el 50% tiene intención de comprarse un coche nuevo, aunque significativamente menos que el año anterior (-26) Por el contrario, aumenta la intención de optar por un vehículo de KMO o uno de renting (+8 ambos). El híbrido (24%) es el tipo de combustible más considerado, seguido del diésel (22%) y la gasolina (18%).

○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✔ ✘ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

INTENCIÓN DE COMPRA

¿Tienes intención de **COMPRARTE UNA MOTO?** (Respuesta única) | Base: 1500

Dif 20-19

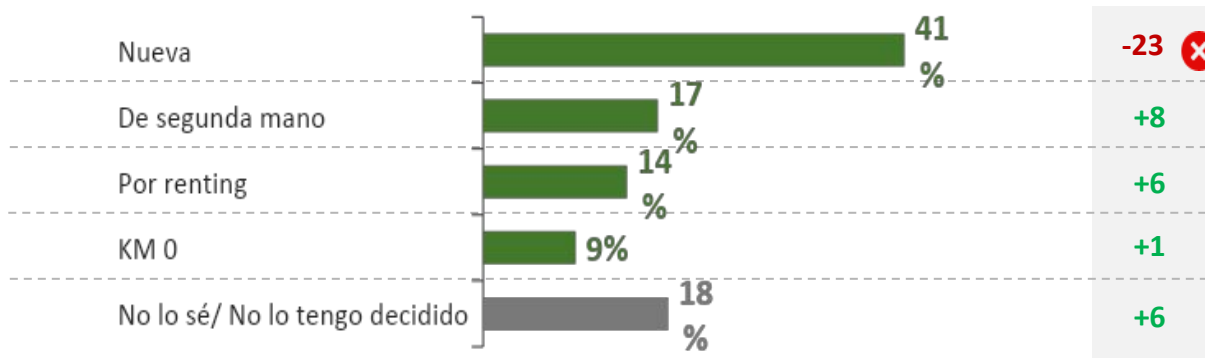
- 1
- +1
-
- 2



ESTADO

La moto que tienes intención de adquirir será... (Respuesta única) | Base tienen intención de comprarse una moto en menos de un año: 73

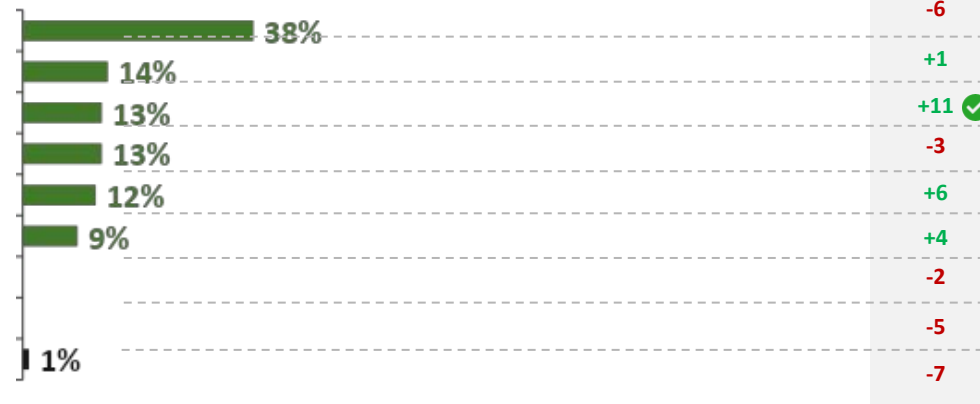
Dif 20-19



TIPO

¿Qué TIPO de moto tienes pensado adquirir? (Respuesta única) | Base tienen intención de comprarse una moto en menos de un año: 73

Dif 20-19



El 84% de los encuestados no tiene intención de comprarse una moto. Entre los que sí consideran la compra en menos de un año (5%), el 41% tiene intención de adquirirla nueva, significativamente menos que el año anterior (-23). La *scooter* es el tipo de moto más considerada, y la *custom* aumenta significativamente este año (+11).

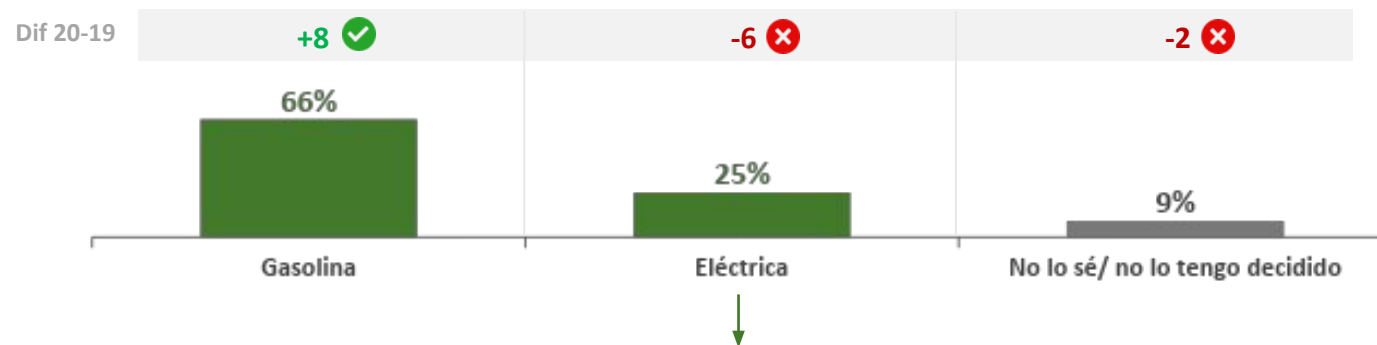
○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ x Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

MOTOR

Y, ¿con qué tipo de MOTOR? (Respuesta única) | Base tienen intención de comprarse una moto en menos de un año: 73

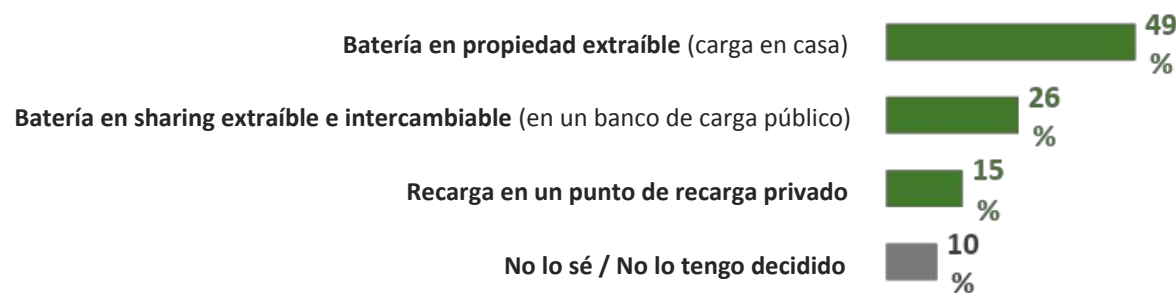
Nota evolutivo: Cambio de redacción en la pregunta: "Combustible" por "Motor"



RECARGA

Nueva 2020

En caso de adquirir una moto eléctrica, ¿cómo preferirías realizar la recarga? (Respuesta única) | Base tienen intención de comprarse una moto eléctrica en menos de un año: 19*



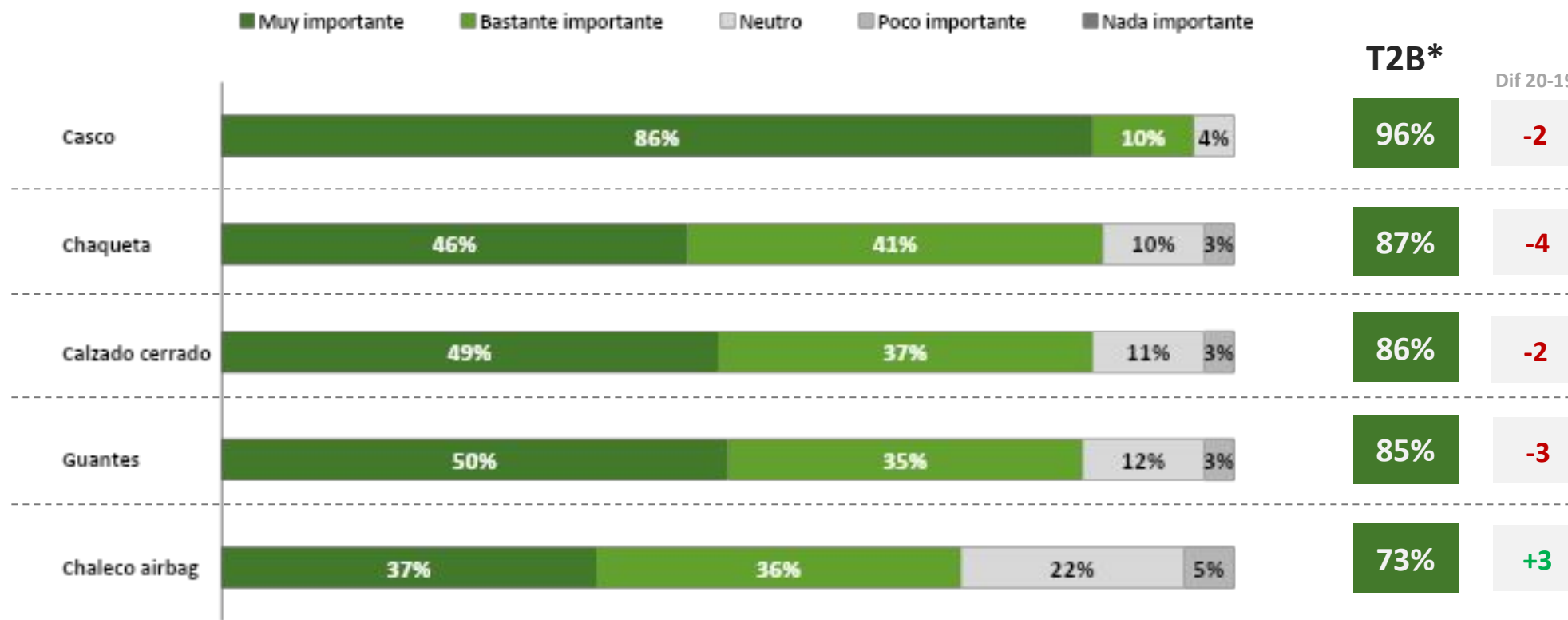
La gasolina es el tipo de combustible más considerado a la hora de adquirir una moto (66%), aumentando 8 puntos respecto al año anterior.

*¡Atención, muestra escasa! (<50) ○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

ELEMENTOS DE SEGURIDAD MOTO

¿Cómo valoras los siguientes elementos de seguridad a la hora de conducir una moto? (Respuesta única) | Base tienen moto: 325



T2B* (Muy importante + Bastante importante)

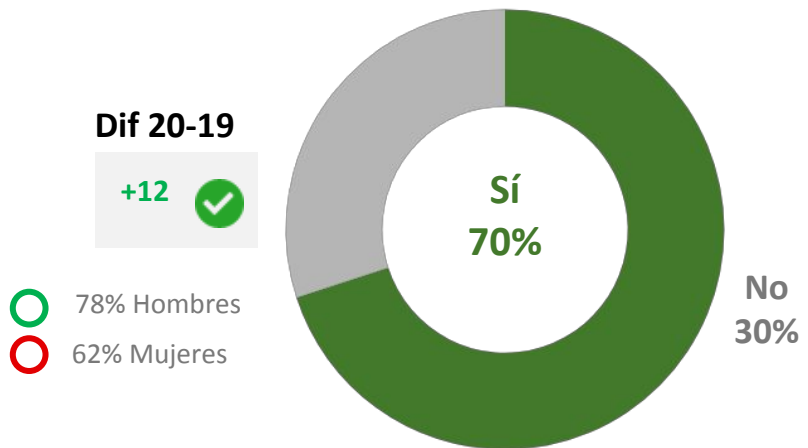
✓ Para el 96% de los encuestados el casco es el elemento de seguridad más importante a la hora de conducir una moto, seguido de la chaqueta (87%), del calzado cerrado (86%) y de los guantes (85%).

○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

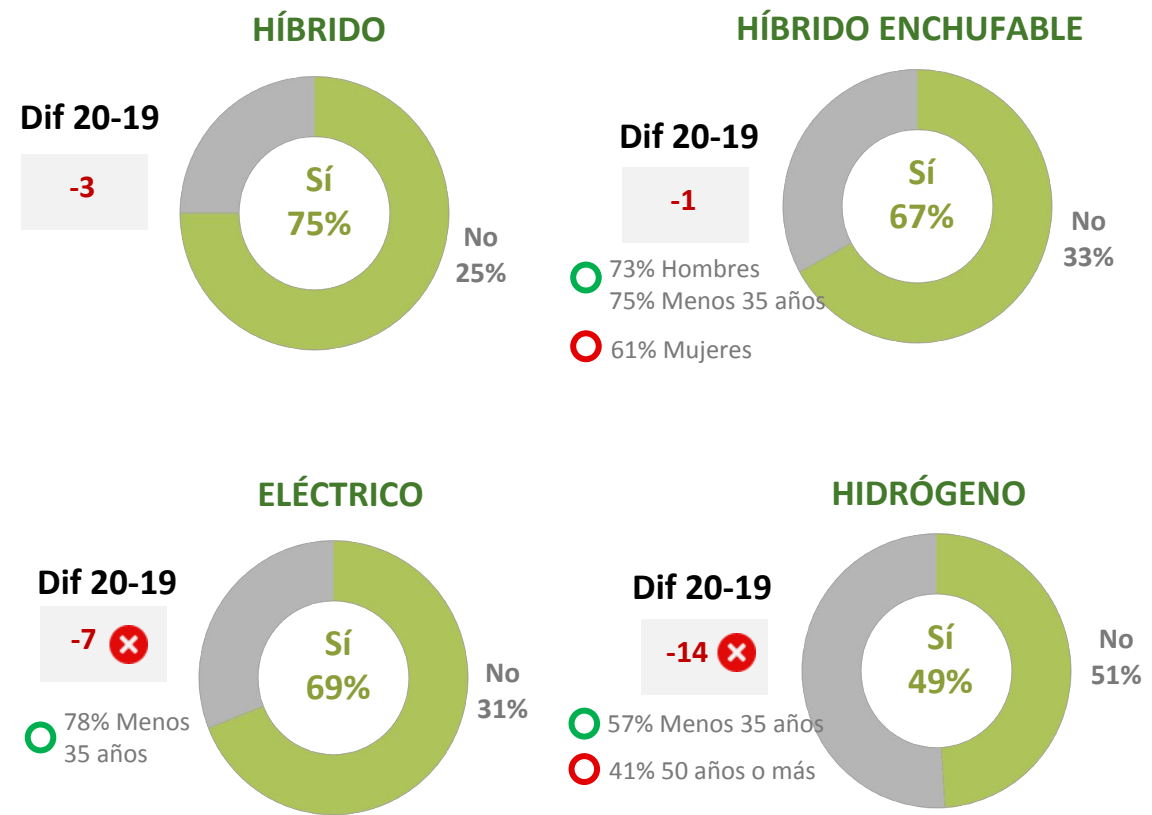
DIFERENCIA

¿Conoces la DIFERENCIA entre un vehículo ELÉCTRICO, uno HÍBRIDO y uno HÍBRIDO ENCHUFABLE? (Respuesta única) | Base: 1500



INTERÉS PRUEBA

¿Estarías interesado/a en PROBAR alguno de estos vehículos? (Respuesta única) | Base: 1500



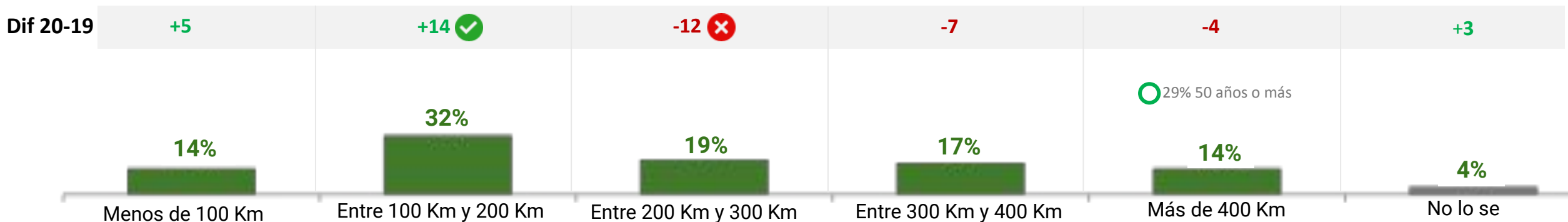
7 de cada 10 (70%) encuestados afirman conocer la diferencia entre los tres tipos de vehículos, significativamente más respecto al año pasado (+12) y entre los hombres (78%). Los vehículos híbridos son los que generan mayor interés de prueba (75%), y disminuye significativamente la intención de probar un vehículo eléctrico (-7) o uno de hidrógeno (-14) respecto al año anterior.

○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

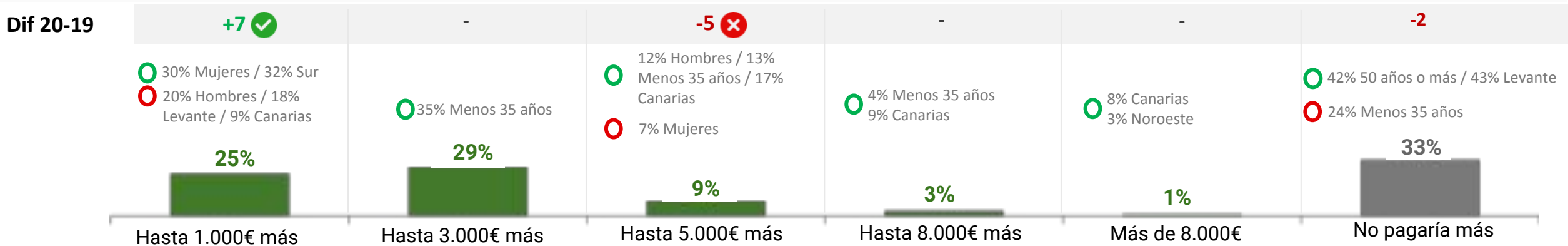
KM AUTONOMÍA

¿Qué rango de KM DE AUTONOMÍA debe tener un coche eléctrico para cubrir TUS NECESIDADES del DÍA A DÍA? (Respuesta única) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187



DISPOSICIÓN A PAGAR DE MÁS

Imagina que tenemos dos coches iguales: uno de gasolina o diésel y otro eléctrico. ¿CUÁNTO MÁS PAGARÍAS por el eléctrico? (Respuesta única) | Base: 1500



✓ El rango de autonomía ideal para un coche eléctrico es entre 100 y 200 km (32%), significativamente más que el año anterior (+14). Por otro lado, el 33% no pagaría más por un vehículo eléctrico, significativamente más entre los más mayores (42%), mientras que el 29% estaría dispuesto a pagar hasta 3.000 euros más.

○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

MOTIVO DE COMPRA

Nueva 2020

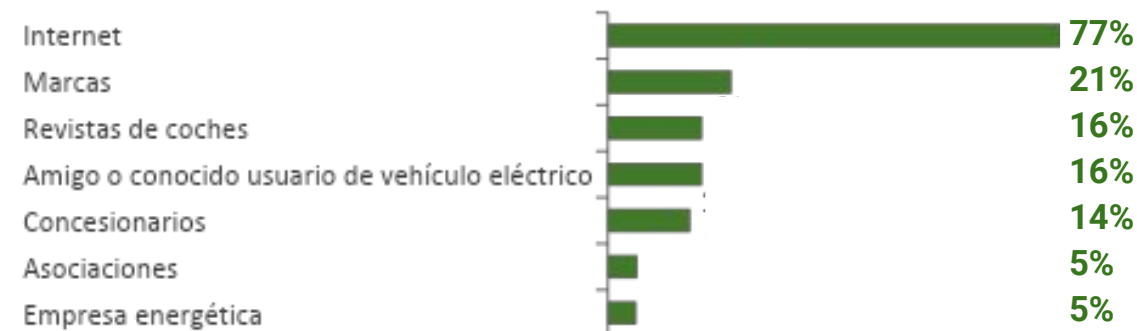
Si estás interesado en comprarte un vehículo eléctrico de aquí a un año, ¿cuál es tu principal motivo? (Respuesta única) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187



FUENTES DE INFORMACIÓN

Nueva 2020

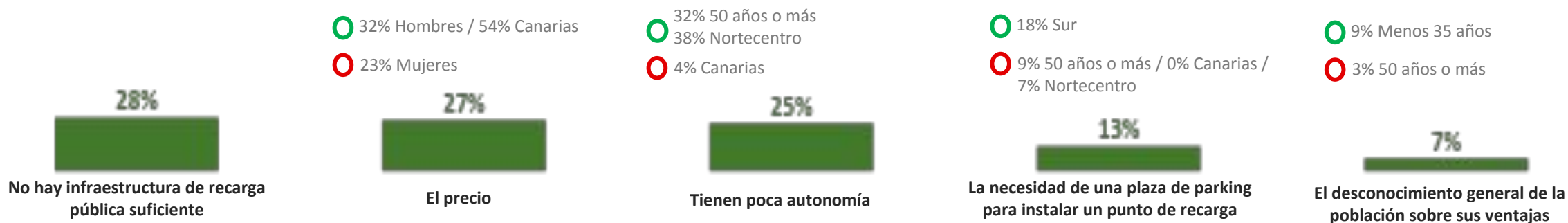
Dónde estás encontrando información relevante y de confianza sobre vehículos eléctricos? (Respuesta múltiple) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187



BARRERAS

¿Cuál crees que es la principal barrera para el despegue de los vehículos eléctricos? (Respuesta única) | Base: 1500

Nueva 2020



Las razones medioambientales (43%) son el principal motivo para comprar un vehículo eléctrico, e Internet es la principal fuente para encontrar información relevante y de confianza sobre vehículos eléctricos (77%). Por otro lado, la falta de infraestructura de recarga pública (28%) y el precio (27%) son las principales barreras para el despegue de los vehículos eléctricos.

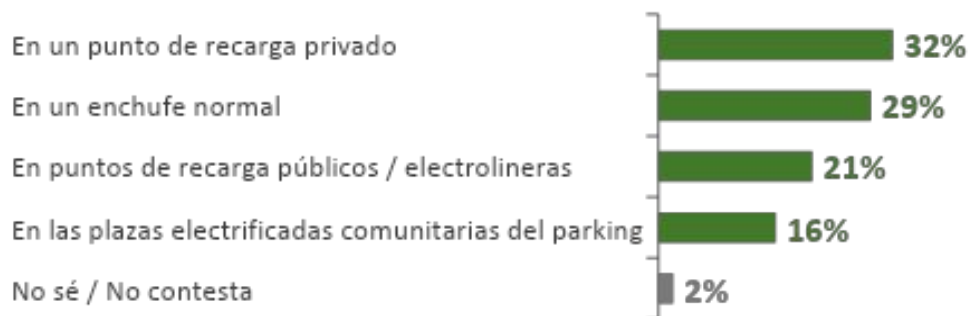
○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

PUNTOS DE RECARGA

Nueva 2020

Dónde te gustaría recargar habitualmente tu vehículo? (Respuesta única) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187

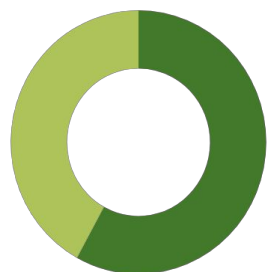


GESTIÓN DEL PUNTO DE RECARGA

Nueva 2020

¿Cómo preferirías que se gestionara tu Punto de Recarga? (Respuesta única) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187

58%
Que viniese todo incluido dentro del precio del Vehículo Eléctrico (punto de recarga e instalación)

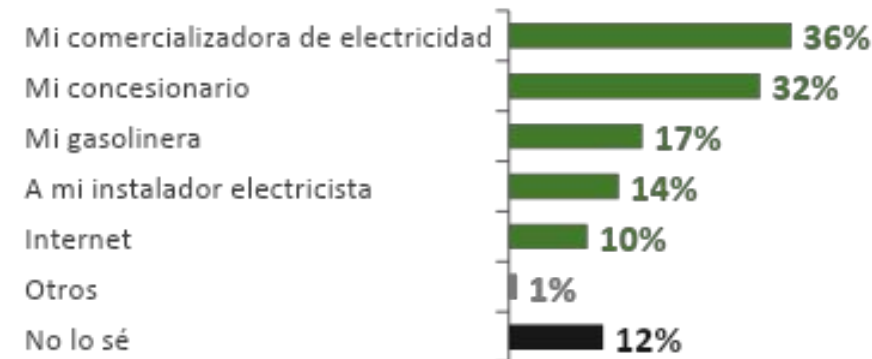


42%
Que pueda elegir cómo, cuándo y con quién instalarlo, sea con la marca o con un instalador independiente

FUENTE DE CONSEJO

Nueva 2020

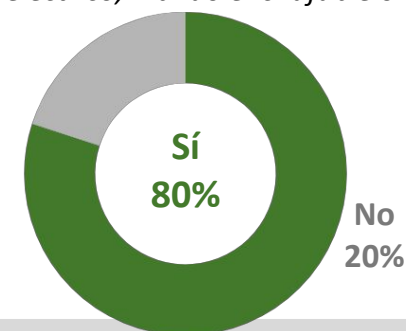
¿A quién acudirías o quién crees que debe darte una solución para recargar tu vehículo? (Respuesta múltiple) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187



PUNTO DE RECARGA COMPARTIDO

Nueva 2020

¿Estarías dispuesto a compartir con otros usuarios tu Punto de Recarga en la plaza de un parking a cambio de una contraprestación económica? (Respuesta única) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187

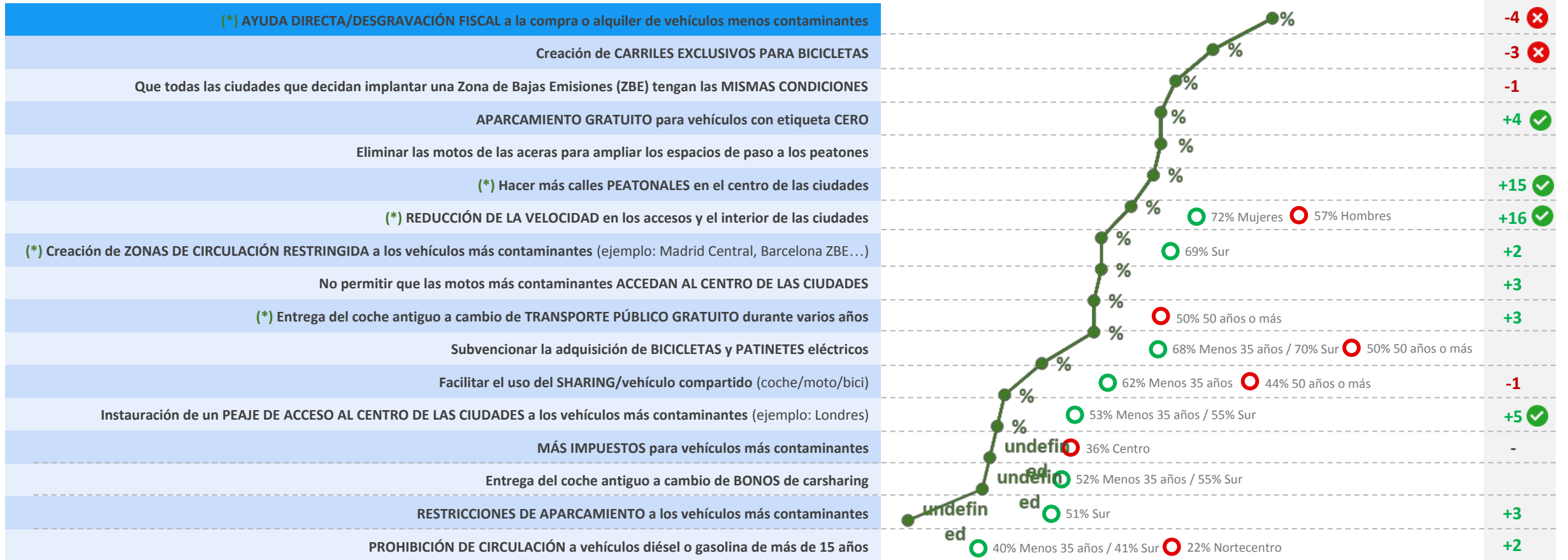


Los puntos de recarga privados (32%) y los enchufes normales (29%) son los lugares de recarga preferidos, mientras que la comercializadora de electricidad (36%) y el concesionario (32%) son las principales fuentes a las que acudirían ante dudas sobre la recarga de su vehículo. Al 58% le gustaría que el punto de recarga y la instalación viniesen incluidos dentro del precio del vehículo, y 8 de cada 10 (80%) estarían dispuestos a compartir su punto de recarga.

MEDIDAS ANTICONTAMINACIÓN

¿Hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes MEDIDAS? (Respuesta única) | Base: 1500

Nota evolutivo: Se ha cambiado el redactado de las medidas marcadas con (*) respecto a 2019



La medida anticontaminación con la que más de acuerdo se muestran los encuestados es la de dar ayuda directa/ desgravación fiscal a la compra de vehículos menos contaminantes (83%), seguida de la creación de carriles exclusivos para bicis (75%), ambas significativamente menos que el año anterior (-4 y -3 respectivamente).

T2B = (Muy de acuerdo + Bastante de acuerdo)

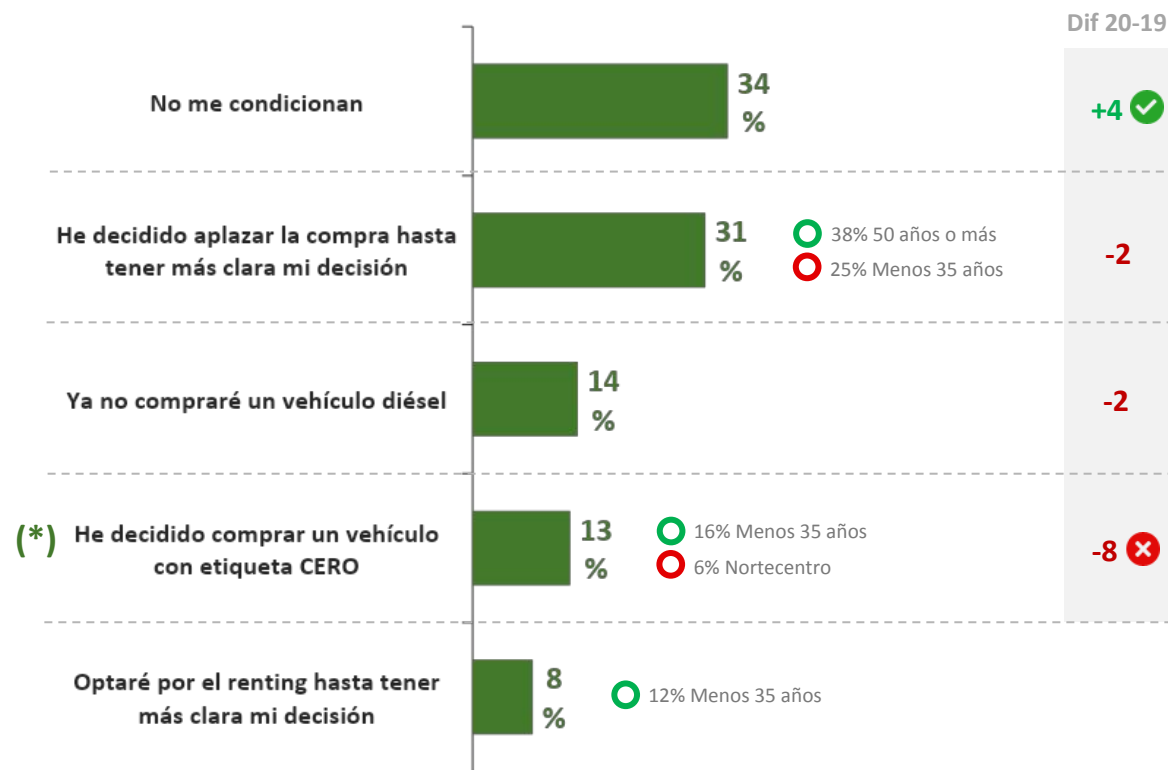
Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

CONDICIONANTES A LA COMPRA

¿De qué manera crees que TE CONDICIONARÍAN este tipo de medidas a la hora de comprar un vehículo? (Respuesta única) | Base: 1500

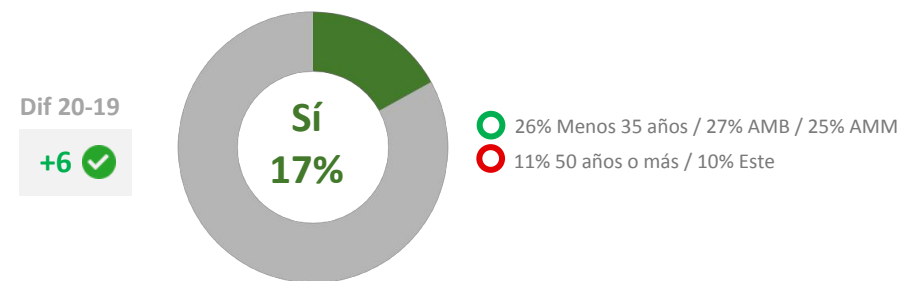
Nota evolutivo: Se ha cambiado el redactado de la opción de respuesta marcada con (*) respecto a 2019



PRESCINDIR VEHÍCULO PARTICULAR

Con las actuales alternativas de movilidad y en un contexto de crecientes restricciones al vehículo privado, ¿te has planteado PRESCINDIR DE TU VEHÍCULO PARTICULAR en los próximos 2 años? (Respuesta única) | Base disponen de coche, moto o furgoneta: 1403

Nota evolutivo: Solo se incluyen propietarios de coche y moto en la base de 2019, ya que no existía la opción de respuesta de "Furgoneta", y se han eliminado las opciones de respuesta "No tengo vehículo particular" y "No lo sé".



El 34% afirma no sentirse condicionado por las medidas anticontaminación a la hora de comprar un vehículo, mientras que el 31% declara haber aplazado la compra hasta tener más clara su decisión. Por otro lado, el 17% de los encuestados se ha planteado prescindir de su vehículos particular en los próximos 2 años, significativamente entre los más jóvenes y en las áreas metropolitanas de Barcelona y Madrid.

○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total ✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

Realizado por



Partners / Patrocinadores



Partners institucionales

