

IX Estudio Españoles ante la Nueva Movilidad

Informe de
resultados
noviembre 2020

autofácil
2000 2020





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%**

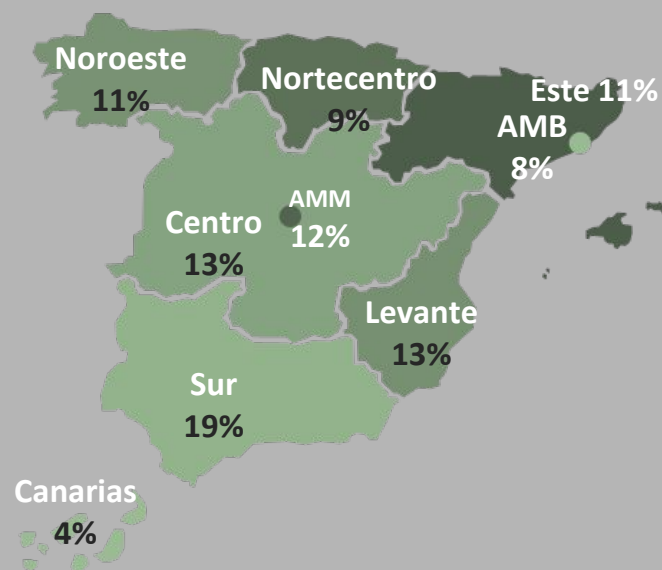
EDAD:

Menos de 35 años: **33%**

De 35 a 49 años: **38%**

50 años o más: **29%**

ÁREAS NIELSEN:



AENOR



Servicio
Certificado

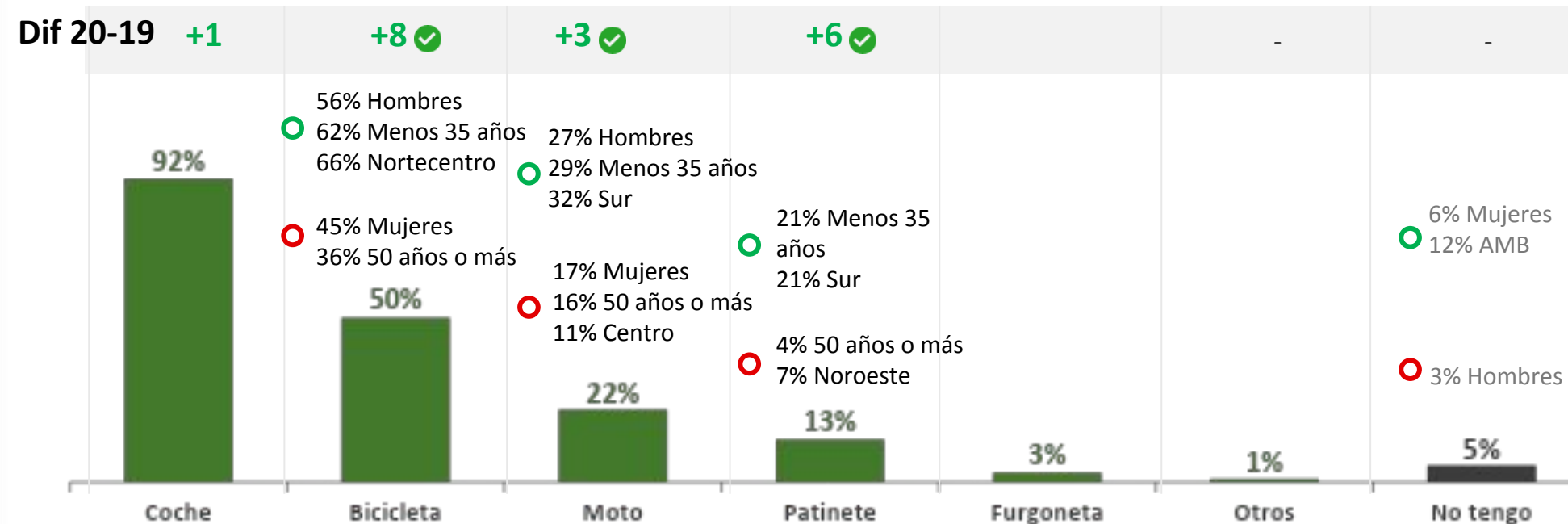
Estudios de mercado

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”



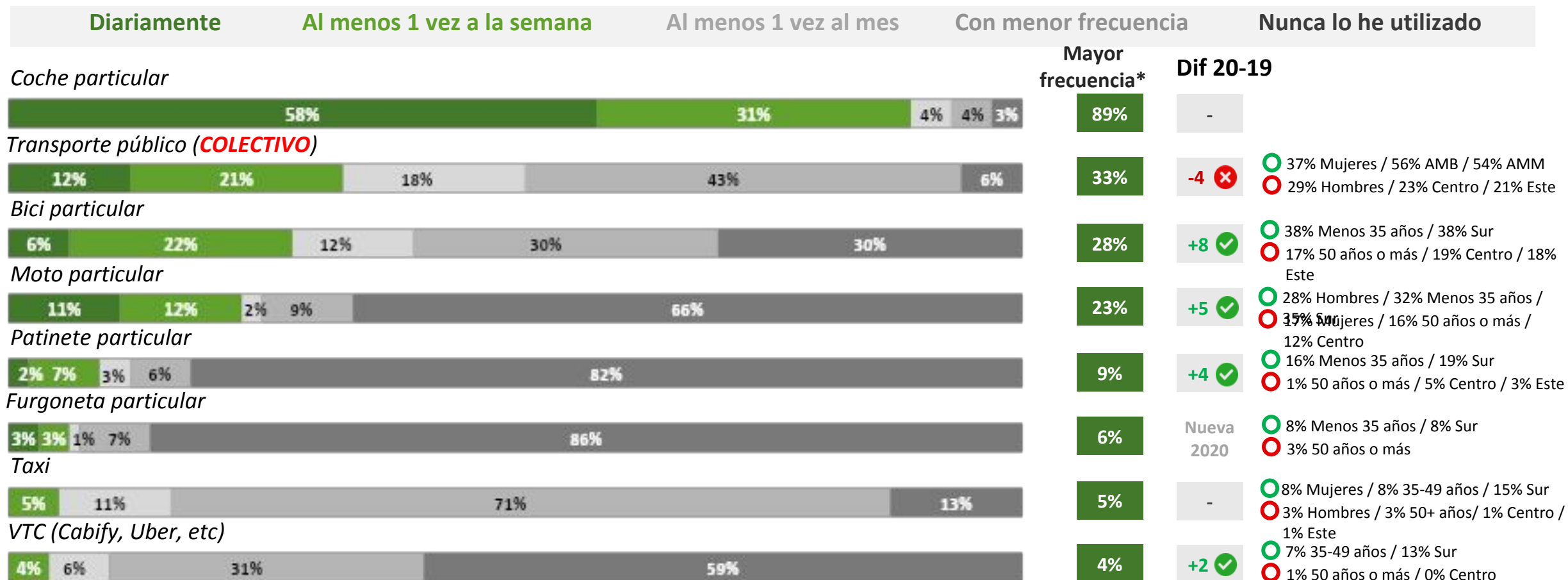
Más de 9 de cada 10 encuestados disponen de coche (92%), en línea con el año anterior. En segundo lugar se encuentra la bicicleta (50%), seguida de la moto (22%) y el patinete (13%), registrando los tres un aumento significativo respecto a 2019. Por otro lado, los hombres poseen significativamente más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



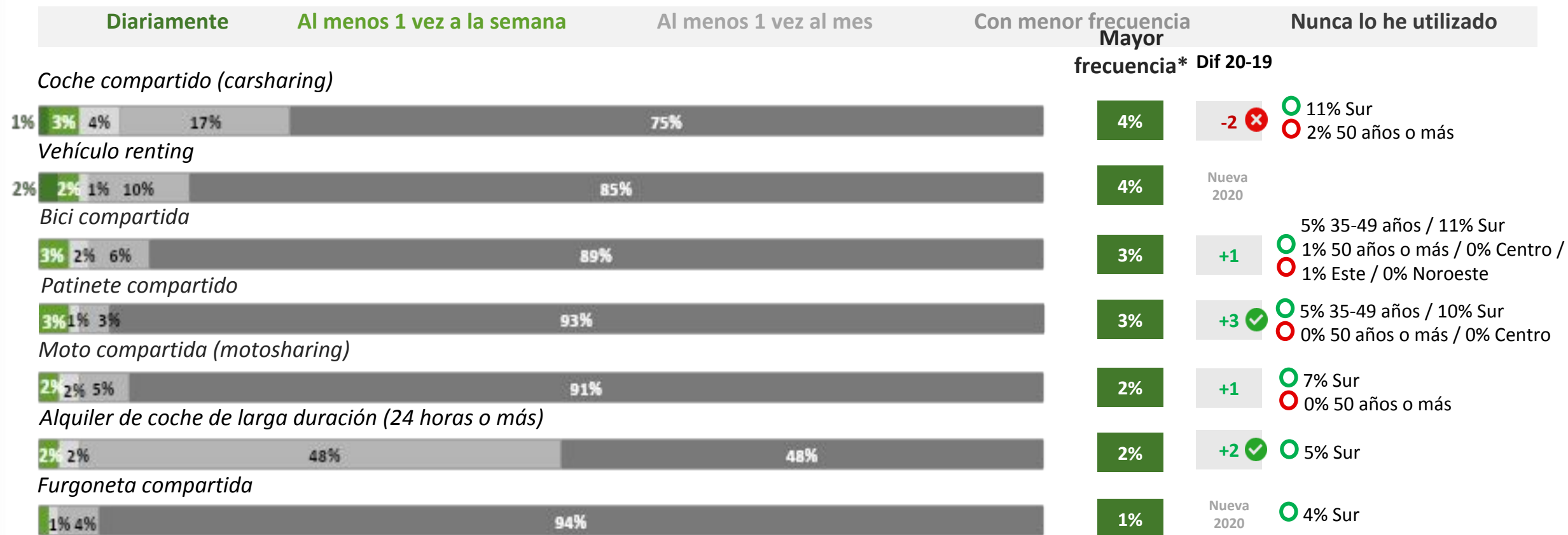
✓ El coche particular es el medio de transporte que se utiliza con mayor frecuencia; el 58% lo utiliza a diario y el 31% al menos 1 vez a la semana, sin detectarse variaciones respecto al año anterior. Por otro lado, el transporte público es el segundo medio más utilizado, utilizado mínimo 1 vez a la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

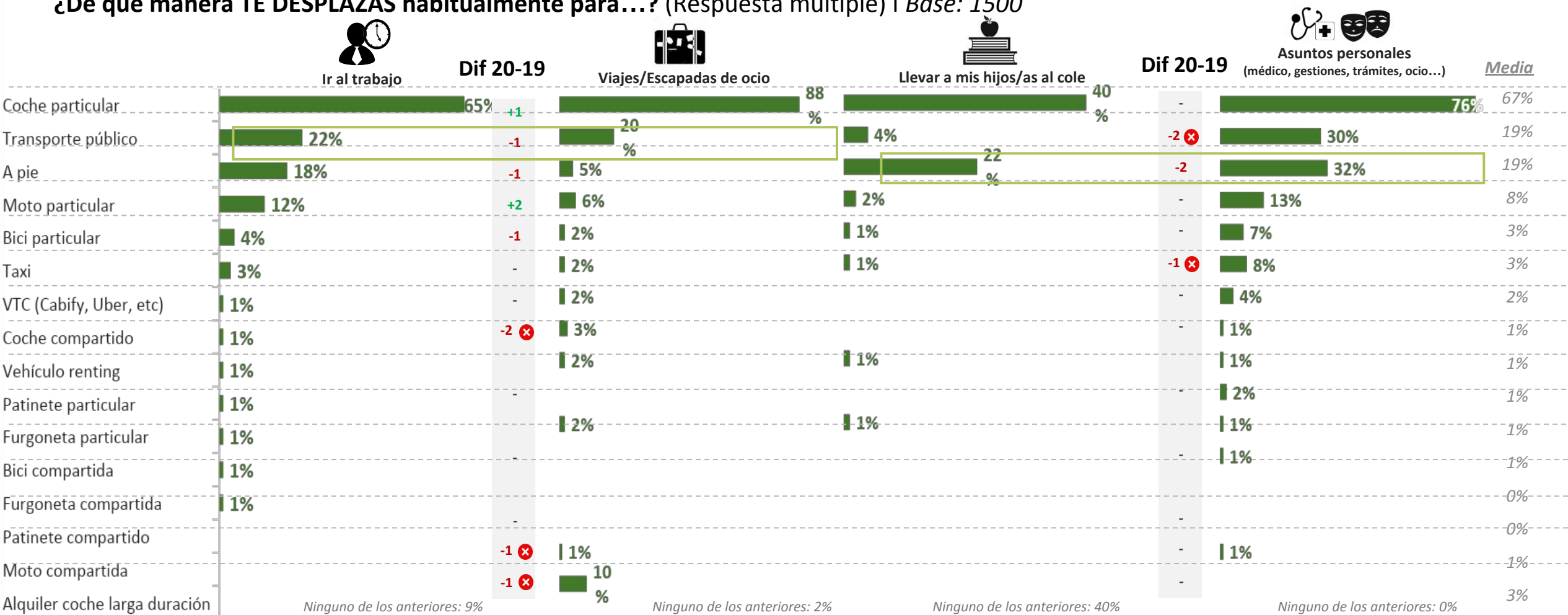
○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ x 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.

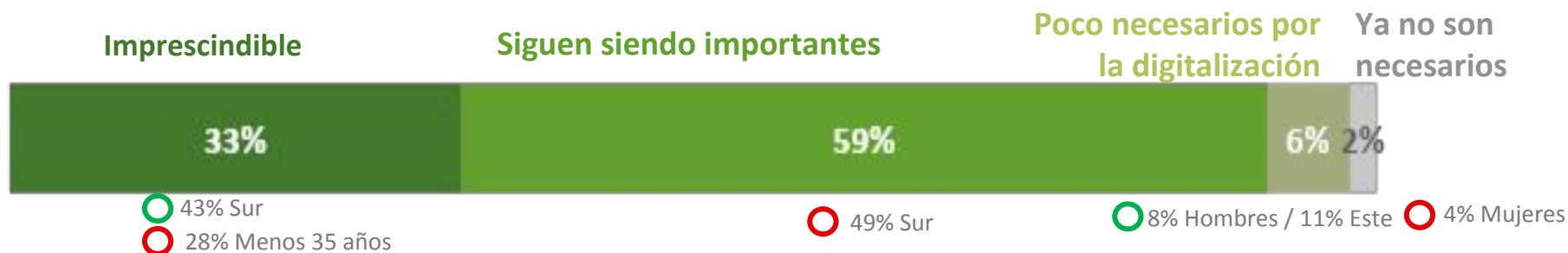


Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

PAPEL CONCESIONARIOS

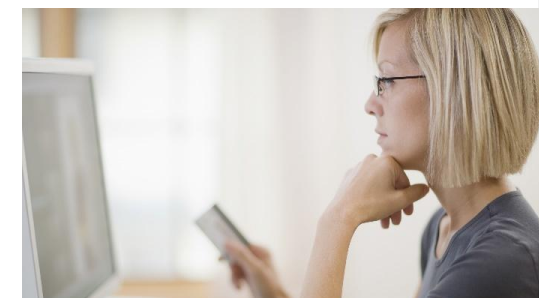
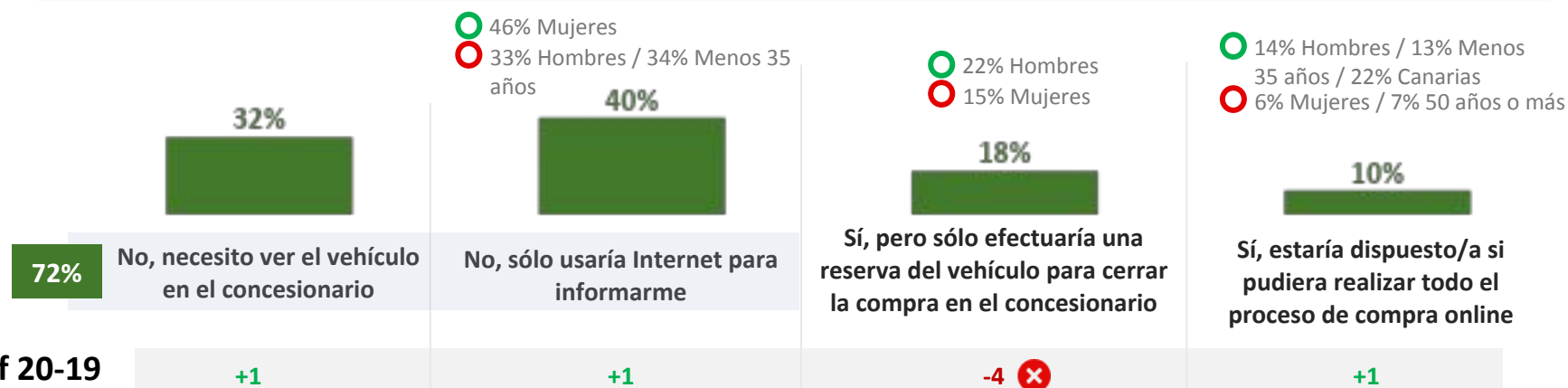
Actualmente, el papel de LOS CONCESIONARIOS FÍSICOS en el proceso de compra de un vehículo es para ti... (Respuesta única) | Base: 1500

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

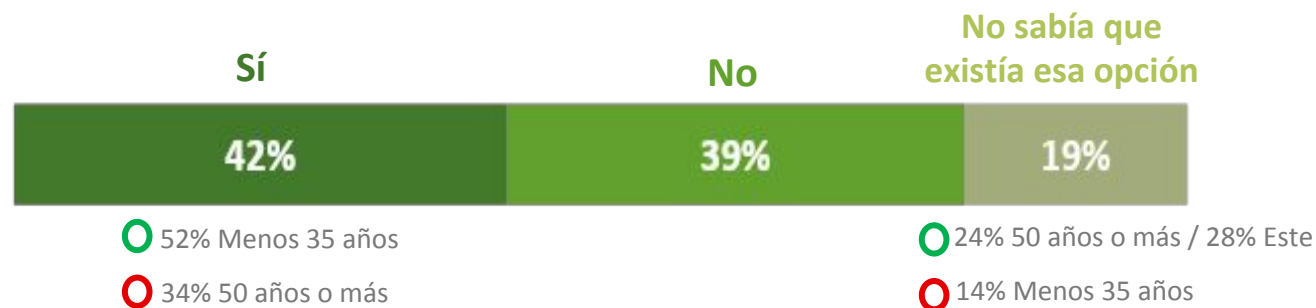


RENTING VEHÍCULO SEMINUEVO

Nueva 2020

¿Te plantearías realizar un renting de un vehículo seminuevo?

(Respuesta única) | Base: Base conocen el renting



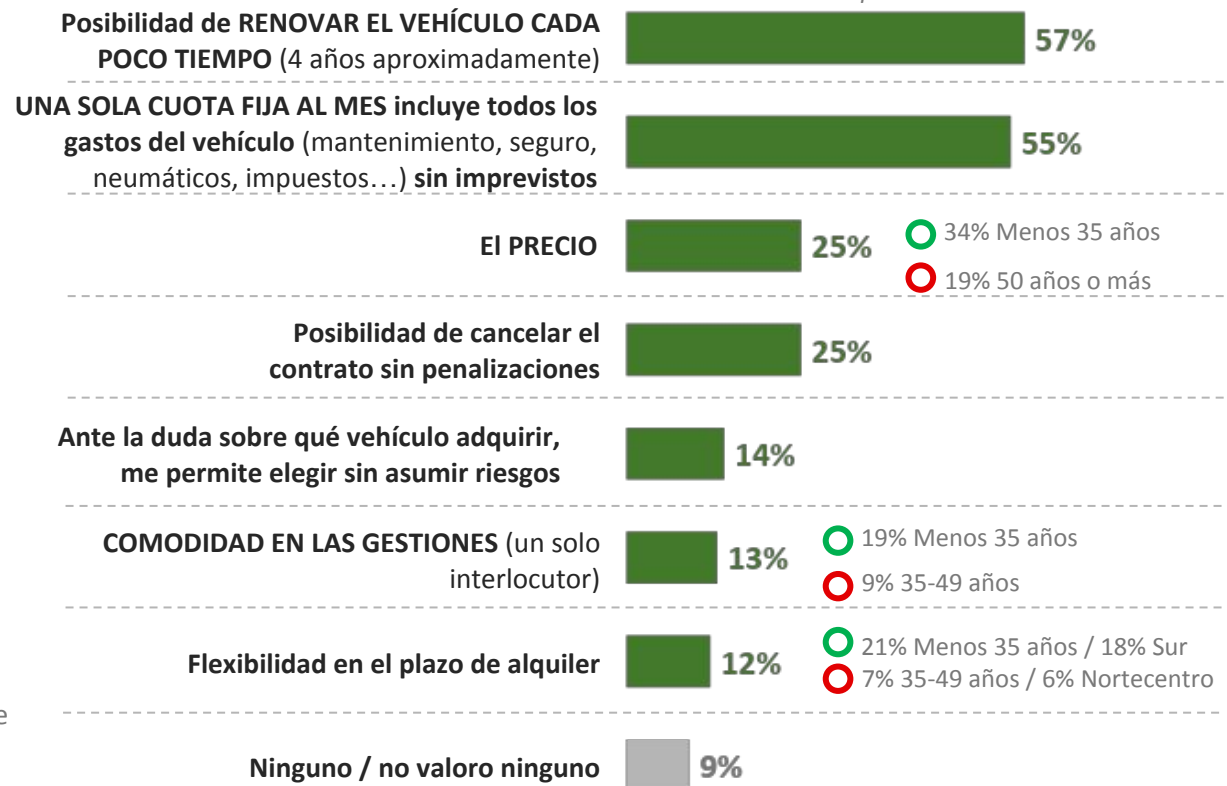
El 89% afirma conocer lo que es el renting, significativamente más que el año anterior (+4). Entre los que lo conocen, la posibilidad de renovar el vehículo cada poco tiempo es el aspecto más valorado (57%), seguido de tener una sola cuota fija al mes (55%). Por otro lado, el 42% se plantearía realizar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

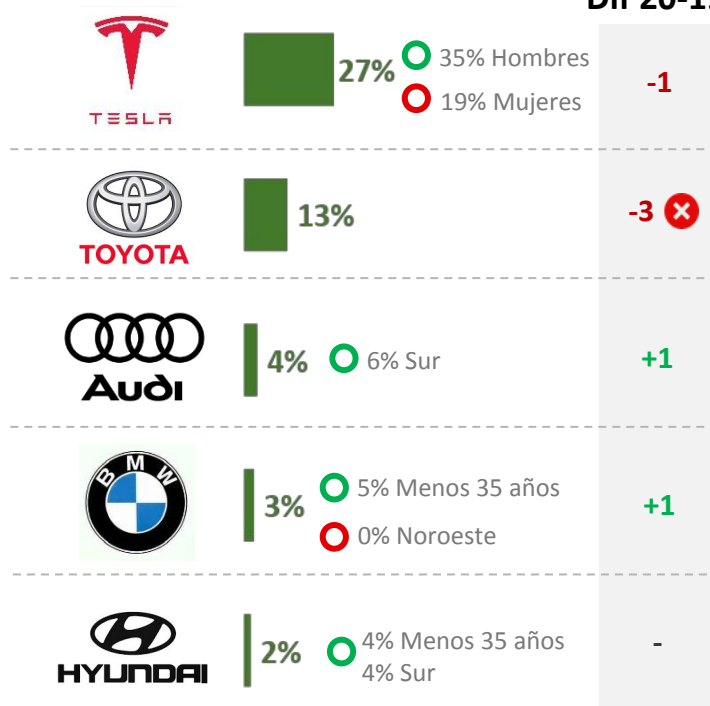
MEDIOAMBIENTE – SEGURIDAD – TECNOLOGÍA (TOP 5)

¿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

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

MÁS ECOLÓGICOS

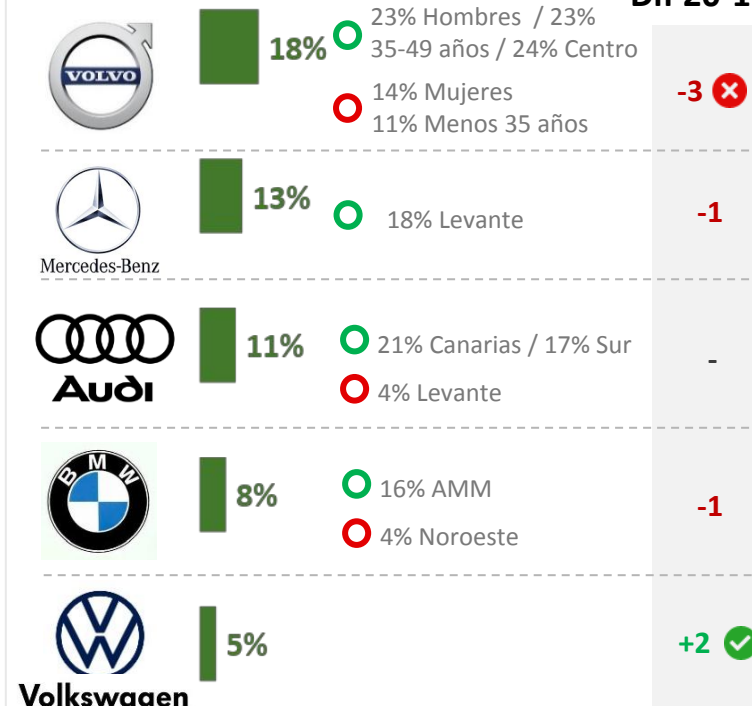
Dif 20-19



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

MÁS SEGUROS

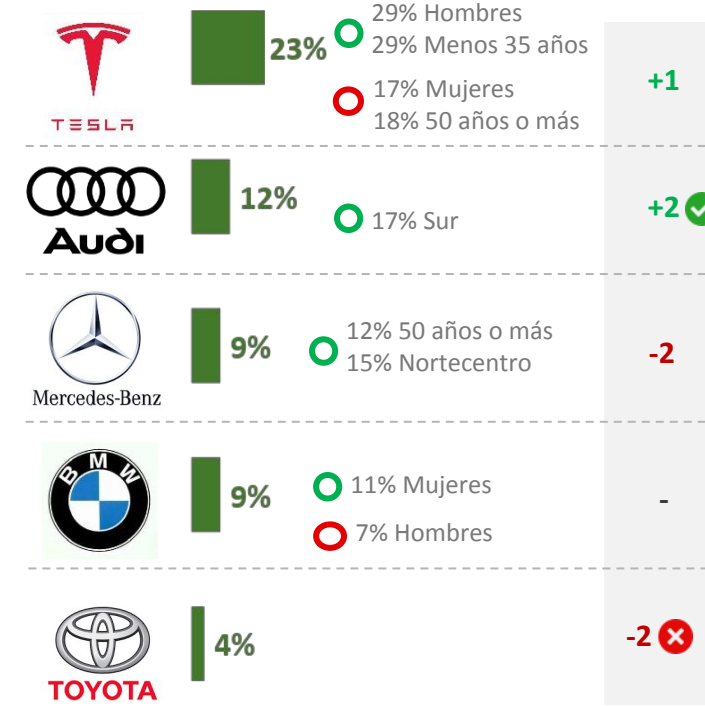
Dif 20-19



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

MÁS TECNOLÓGICOS

Dif 20-19



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



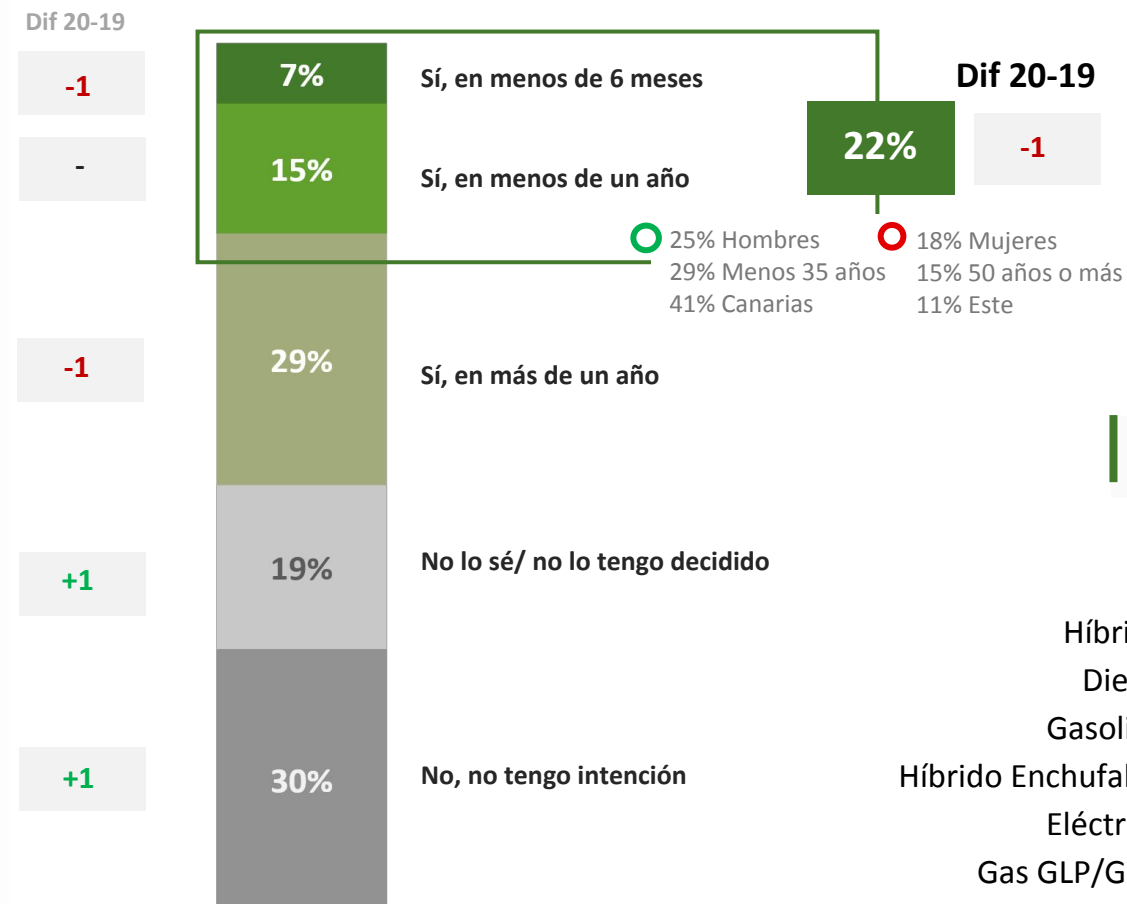
Tesla se percibe como la marca que fabrica los vehículos más respetuosos con el medioambiente (27%) y como la marca que aporta más tecnología a sus vehículos (23%) ambos significativamente más entre los hombres y menos entre las mujeres. Por otro lado, Volvo sigue en cabeza como la marca que fabrica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

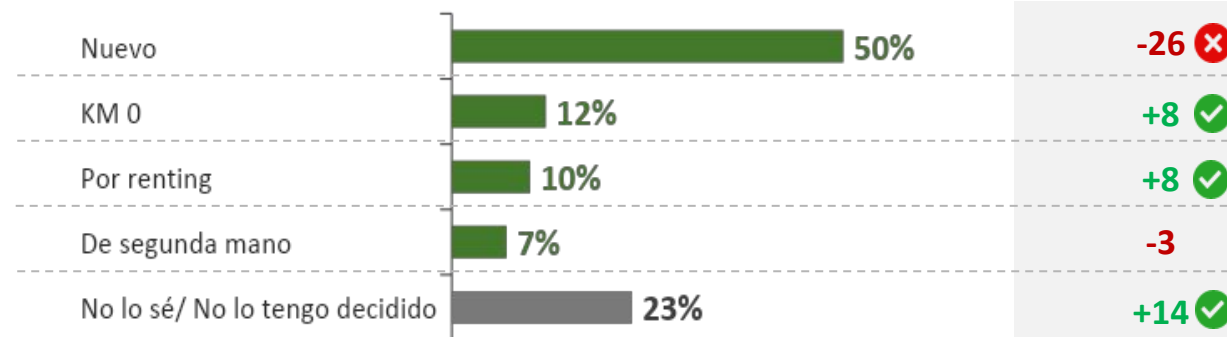
INTENCIÓN DE COMPRA

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



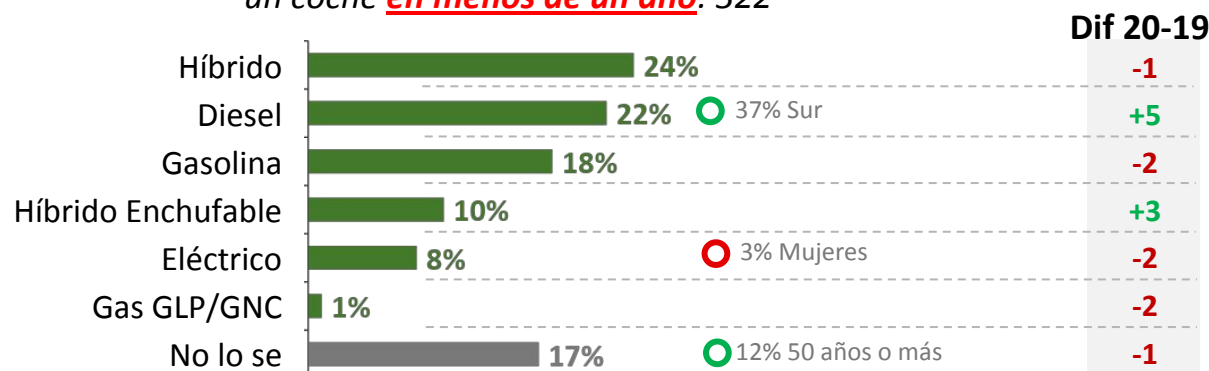
ESTADO

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



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 KM0 o uno de renting (+8 ambos). El híbrido (24%) es el tipo de combustible más considerado, seguido del diésel (22%) y la gasolina (18%).

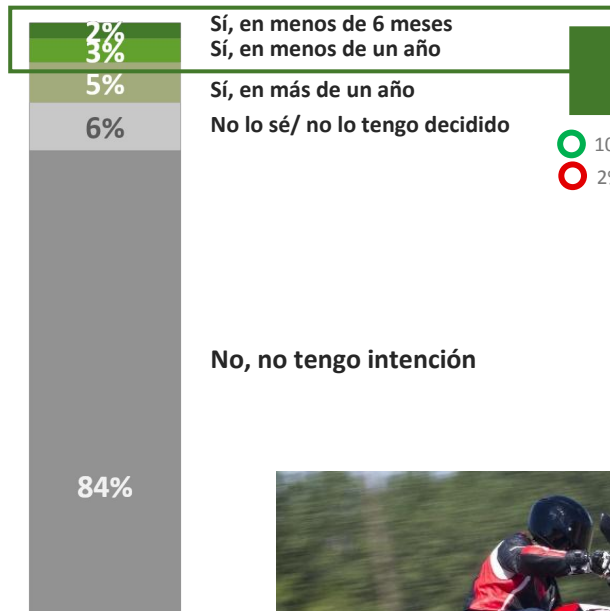
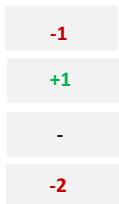
○ ● Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

INTENCIÓN DE COMPRA

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

Dif 20-19



Dif 20-19

5%

10% Menos 35 años
2% 50 años o más

No, no tengo intención

84%



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

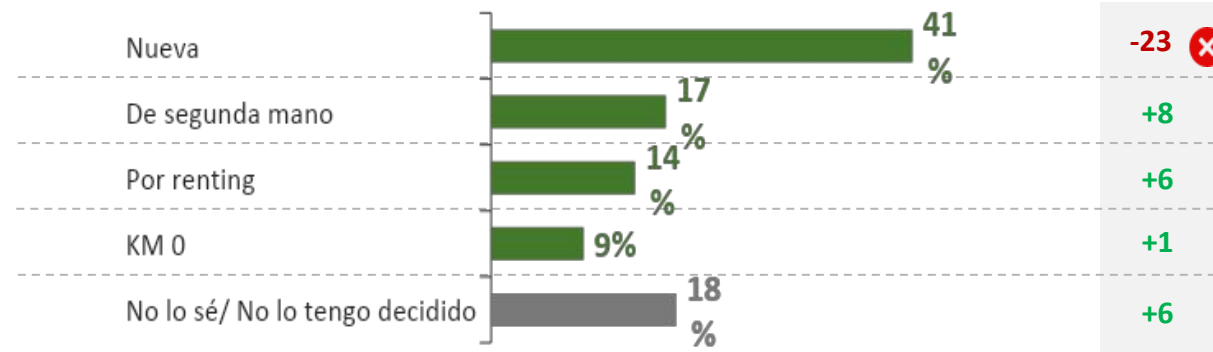


Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

ESTADO

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

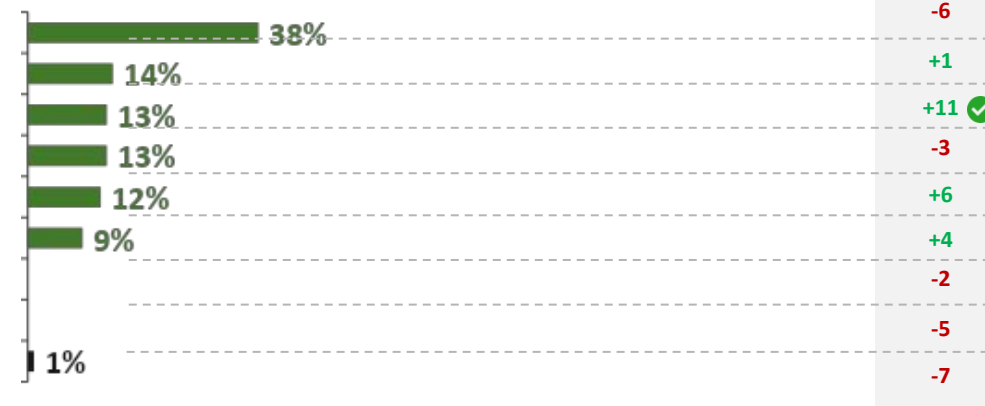
Dif 20-19



TIPO

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

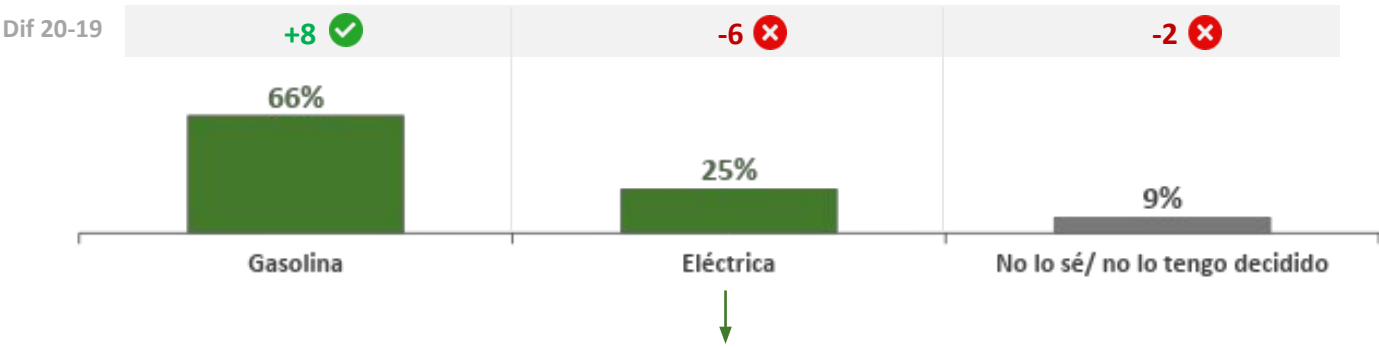
Dif 20-19



MOTOR

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

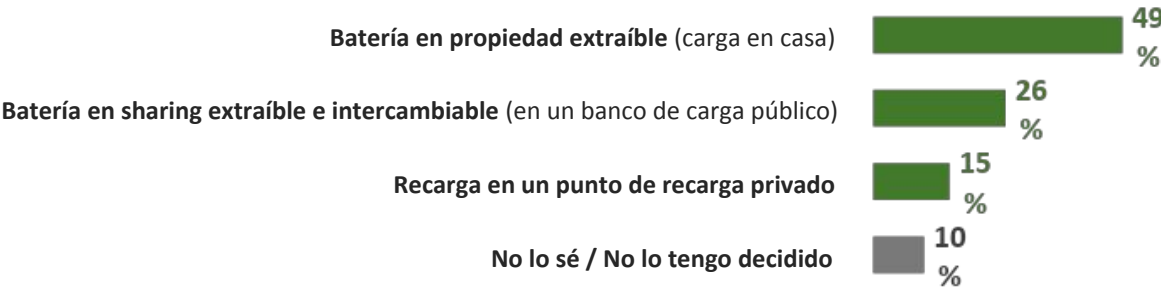
Nota evolutivo: Cambio de redacción en la pregunta: “Combustible” por “Motor”



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*

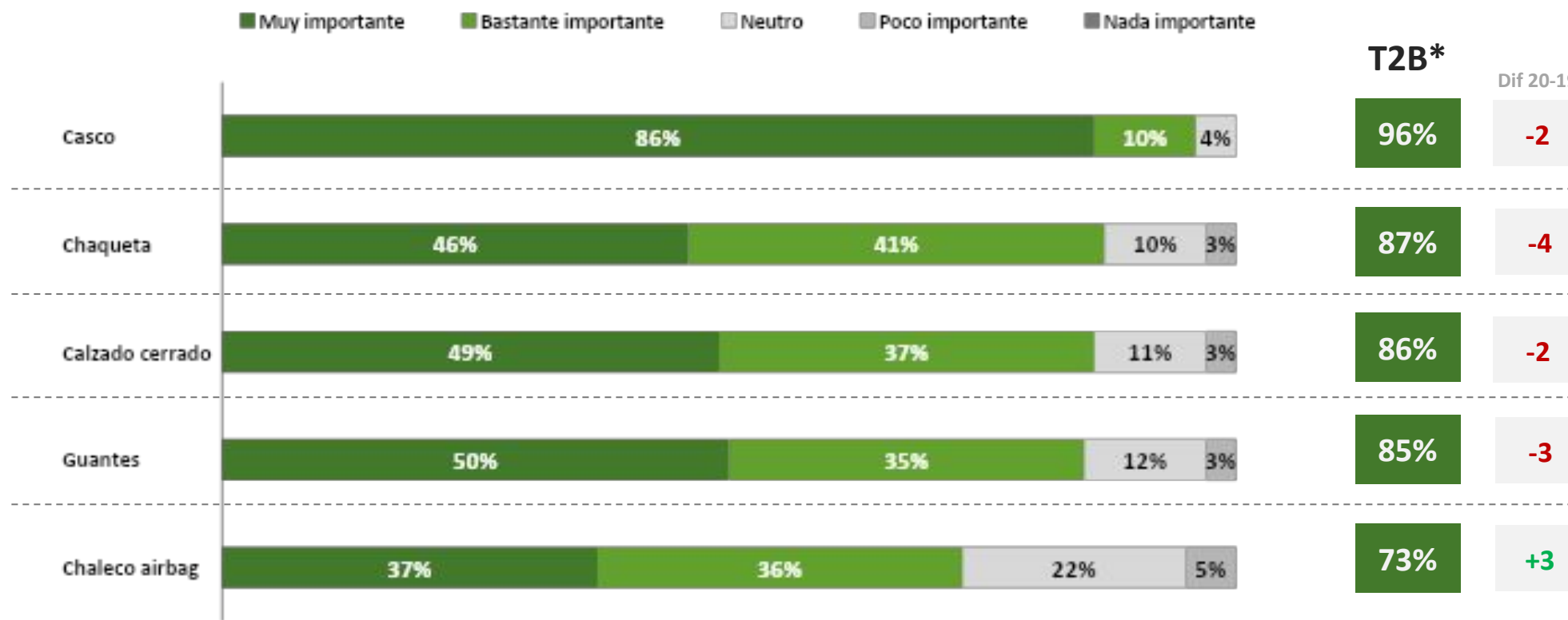


La gasolina es el tipo de combustible más considerado a la hora de adquirir una moto (66%), aumentando 8 puntos respecto al año anterior.

*¡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)



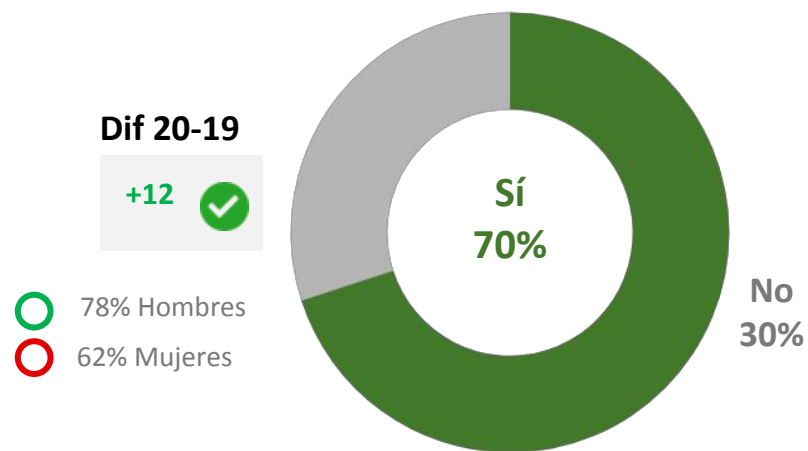
Para el 96% de los encuestados el casco es el elemento de seguridad más importante a la hora de conducir una moto, seguido de la chaqueta (87%), del calzado cerrado (86%) y de los guantes (85%).

○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al año anterior

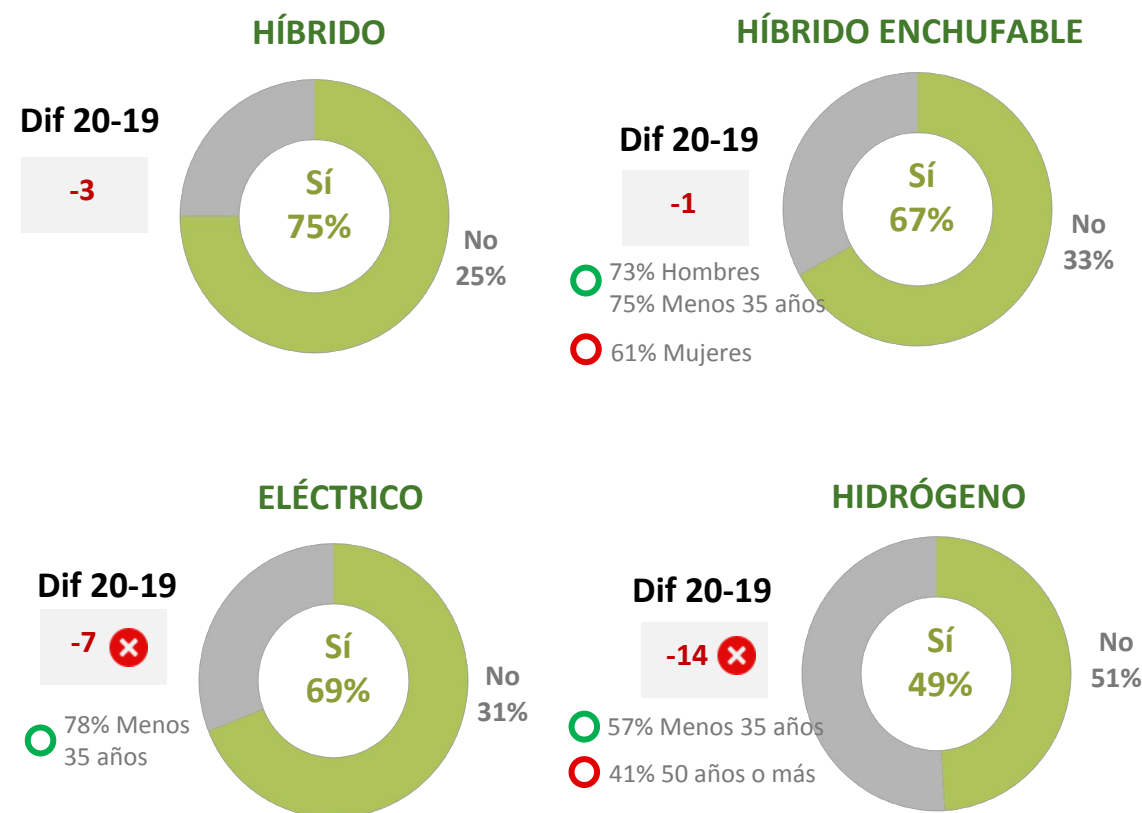
DIFERENCIA

¿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



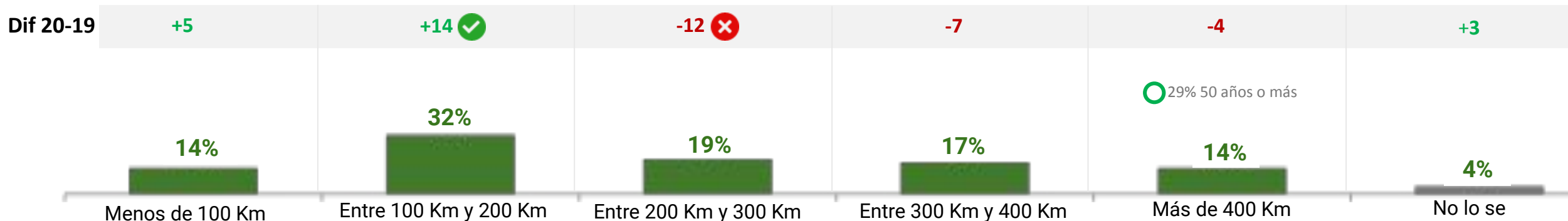
7 de cada 10 (70%) encuestados afirman conocer la diferencia entre los tres tipos de vehículos, significativamente más respecto al año pasado (+12) y entre los hombres (78%). Los vehículos híbridos son los que generan mayor interés de prueba (75%), y disminuye significativamente la intención de probar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

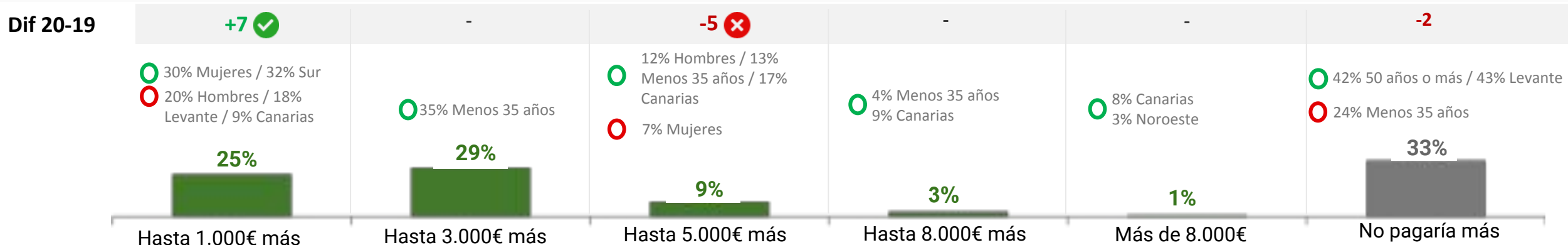
KM AUTONOMÍA

¿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

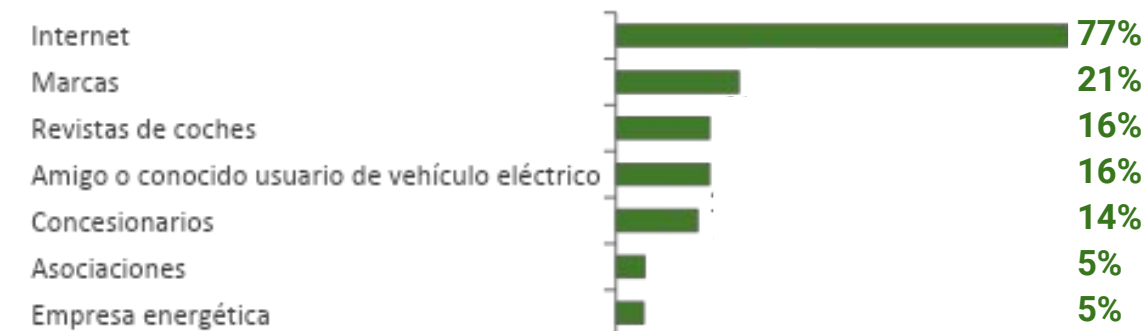
Si estás interesado en comprarte un vehículo eléctrico de aquí a un año, ¿cuál es tu principal motivo? (Respuesta única) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187



FUENTES DE INFORMACIÓN

Nueva 2020

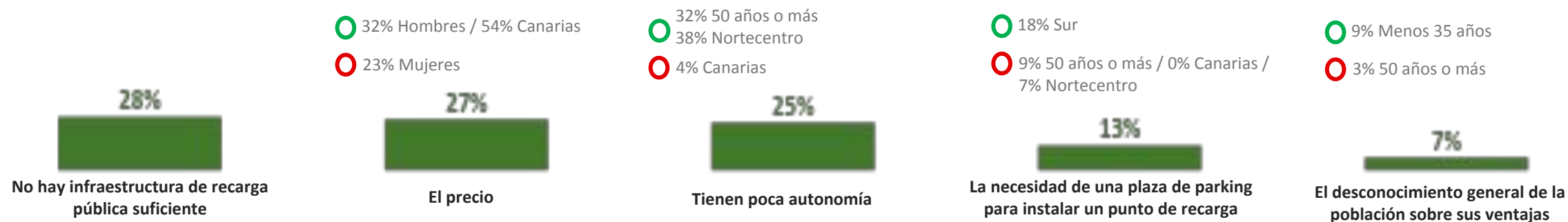
Dónde estás encontrando información relevante y de confianza sobre vehículos eléctricos? (Respuesta múltiple) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187



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.

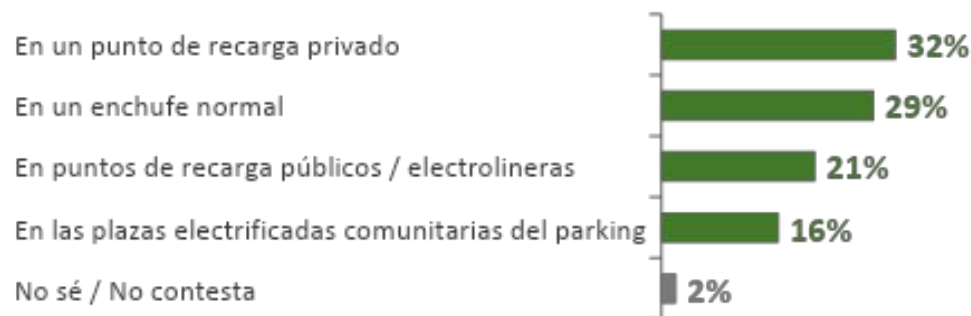
○ ○ Diferencia significativamente superior / inferior respecto al total

✓ ✗ 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

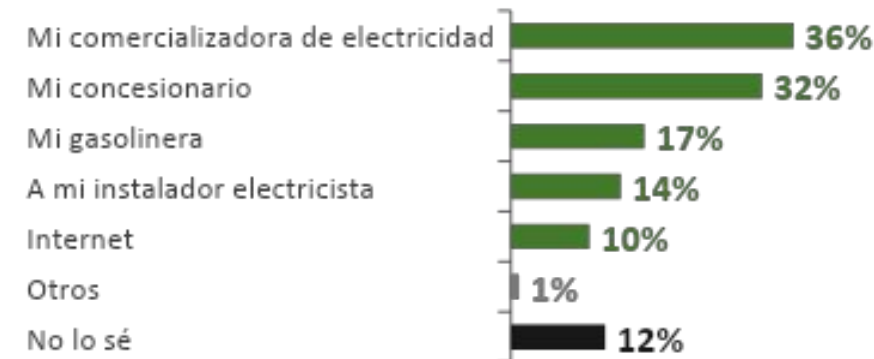
¿Cómo preferirías que se gestionara tu Punto de Recarga? (Respuesta única) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187



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

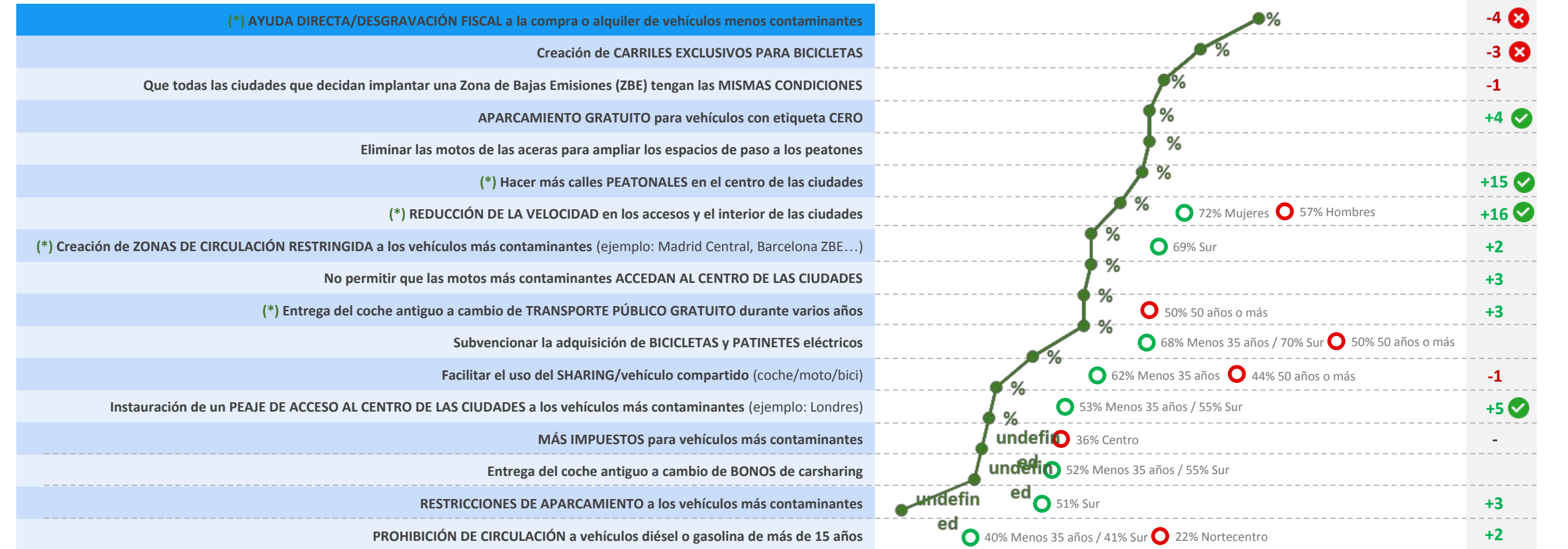
¿Estarías dispuesto a compartir con otros usuarios tu Punto de Recarga en la plaza de un parking a cambio de una contraprestación económica? (Respuesta única) | Base intención de comprar un vehículo eléctrico, híbrido enchufable o de hidrógeno: 187



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



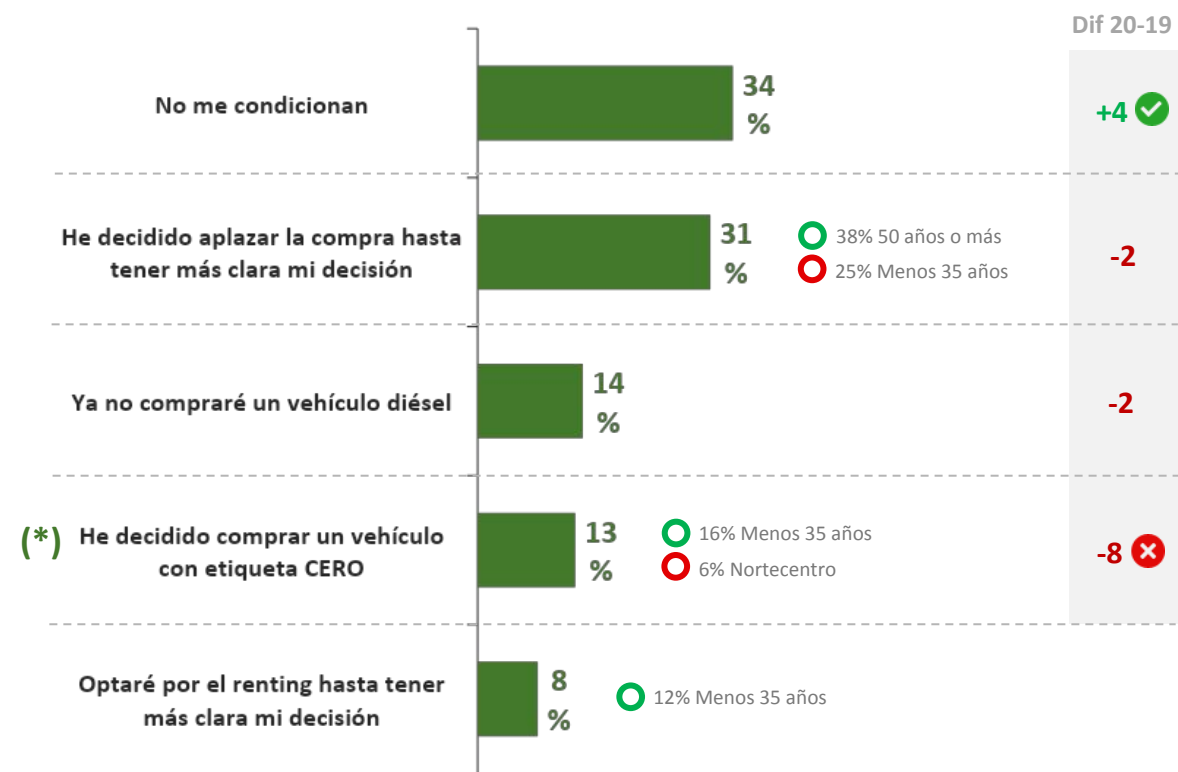
La medida anticontaminación con la que más de acuerdo se muestran los encuestados es la de dar ayuda directa/ desgravación fiscal a la compra de vehículos menos contaminantes (83%), seguida de la creación de carriles exclusivos para bicis (75%), ambas significativamente menos que el año anterior (-4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

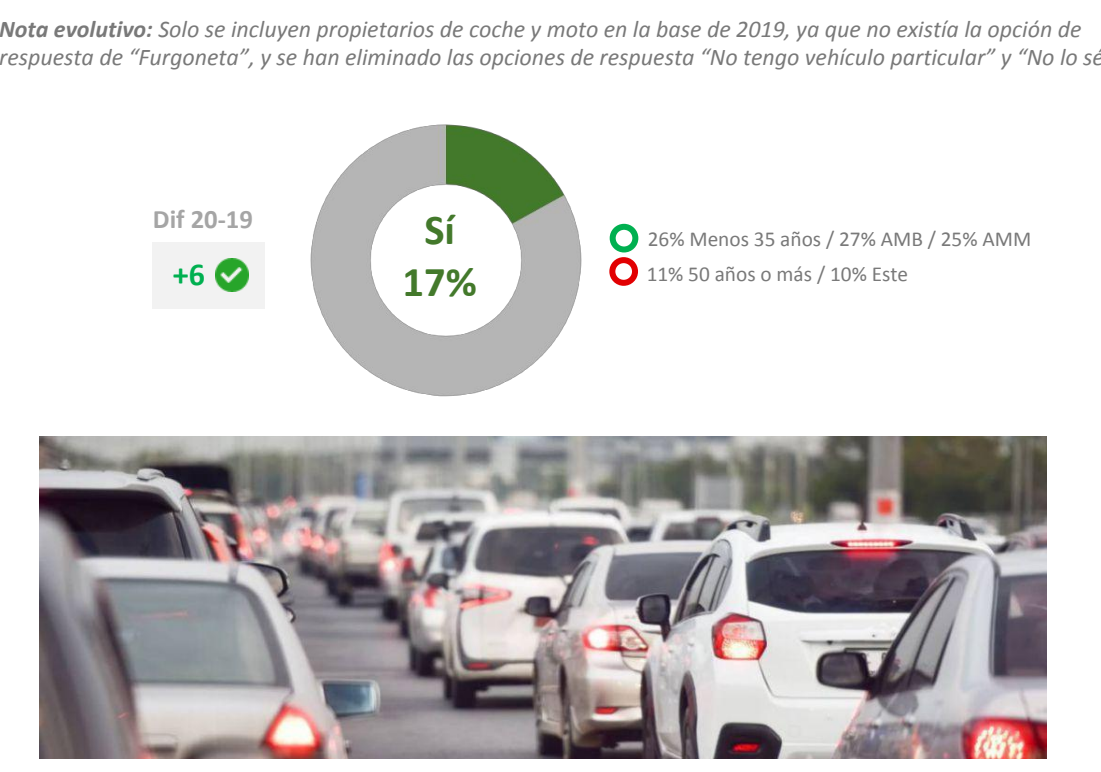
Nota evolutivo: Se ha cambiado el redactado de la opción de respuesta marcada con (*) respecto a 2019



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

