*Según el V Informe 2018 “Españoles ante la Nueva Movilidad”*

**Los españoles respaldan restringir acceso, velocidad y circulación de vehículos para reducir la contaminación en ciudad**

* La reducción de velocidad (61,58%), la restricción de acceso a determinadas zonas (68,18%) y la prohibición de circulación a vehículos por emisiones (71,92%), las medidas más apoyadas.
* Uno de cada tres españoles no considera ya imprescindible al concesionario para comprar un coche; el 14% ya ha cerrado una compraventa de V.O. por WhatsApp.
* Toyota repite liderazgo en reputación de marca por su compromiso medioambiental, seguido de Tesla y Lexus.

 ***Madrid, 18 de mayo de 2018.*** Un coche tecnológicamente avanzado, barato y de bajas emisiones. Este es, a grandes rasgos, el perfil de vehículo más demandado por los españoles según los datos extraídos de la encuesta a las más de 11.000 personas que han participado en la quinta oleada del Informe “Españoles ante la Nueva Movilidad”, un estudio elaborado por el **Centro de Demoscopia de Movilidad** en el que se analizan a nivel nacional las principales tendencias de compra y opinión sobre cuestiones relacionadas las nuevas formas de transporte compuesto por la consultora **PONS Seguridad Vial**, la publicación **AUTOFÁCIL**, la plataforma online **AutoScout24** y la colaboración de la plataforma líder de movilidad en transporte público **Moovit**.

El informe refleja una creciente demanda en torno a los vehículos medioambientalmente más sostenibles. Así, la tecnología híbrida y eléctrica copa el interés de aquellos, ya que de la mayoría (56%) de los que mostraron su interés en comprar un coche más respetuoso con el medio ambiente se decantan, en este orden, por el **vehículo híbrido en un 38%, seguido por el eléctrico (23%), el híbrido enchufable (11,13%) y el gas en sus versiones GLP y GNC con el 5,36 por ciento.**

El director de AUTOFÁCIL, **Juan Hernández-Luike**, cree que la cuota de mercado de coches ecológicos “podría llegar al 25% del total del mercado si fuesen más accesibles. El deseo ya está en los futuros usuarios, ahora es necesario que incremente la autonomía en los eléctricos y logren precios más accesibles para cubrir esa demanda latente”, señaló.

Junto a la **sostenibilidad** y aunque hoy todavía el **precio** y el **consumo** son determinantes a la hora de adquirir un vehículo, la **tecnología y la conectividad** se presentan como factores emergentes a la hora de adquirir un vehículo. Si en 2016 solo un 12,6% de encuestados destacaba esta característica como clave de compra, en 2018 ese porcentaje sube hasta el 29% de los españoles que espontáneamente lo señalaron como relevante en la encuesta.

Para **Juan Hernández-Luike**, “Desde que el smartphone irrumpió en nuestras vidas, la tecnología del automóvil también ha cambiado. Ya no concebimos un coche nuevo sin USB, bluetooth y por supuesto sin el e-call, que ahora deben llevar de serie todos los coches. La geolocalización de las personas aporta mucha información y seguridad a los usuarios que, según nuestro estudio, ya son conscientes y valoran la evolución que supone la conectividad y la tecnología en el coche”, señaló el responsable de AUTOFÁCIL.

Por el contrario, la encuesta muestra cómo los **elementos de seguridad activa y pasiva** en el vehículo siguen perdiendo influencia como factor de compra en relación a nuestros estudios anteriores, pasando del 47% en 2016 al 37% de la actualidad, lo que supone una caída de diez puntos en su valoración en solo dos años. Por edades, destaca la importancia que por encima de la media dan a la cuestión de la seguridad los conductores comprendidos entre 40 y 69 años mientras que para la franja de encuestados entre 18 a 39 años ese porcentaje baja a un “preocupante” 31,4% según la directora general de PONS Seguridad Vial**, Ana Gómez Arche**. “Las administraciones públicas han puesto únicamente el foco en la bajada de la contaminación mientras las ciudades españolas registraron en 2017 un crecimiento de casi el 20% en el número de fallecidos por accidente de tráfico. Debemos volver a poner la seguridad vial en el eje de la estrategia pública de movilidad si queremos volver a reducir los fallecidos en nuestras ciudades”, señaló la máxima responsable de la consultora en movilidad.

**El medio ambiente, eje de la “nueva movilidad”**

Además de ser un factor clave de compra, el cuidado del medio ambiente es hoy una prioridad para una gran mayoría de la población. La calidad del aire en las ciudades es una preocupación de primer orden tanto para ciudadanos como para fabricantes y administración pública y una realidad que está influyendo tanto en la demanda de nuevas formas de movilidad como en la toma de medidas por parte de las instituciones y marcas, decididos ya a dar respuesta a esa demanda social. Así lo demuestran los datos extraídos del informe, donde **la mayoría (56,9%) afirma ya que es “urgente” abordar este problema medioambiental y donde un porcentaje similar (60,2%) reparte la responsabilidad a partes iguales entre Administración, fabricantes y los propios ciudadanos**.

Esta preocupación se demuestra en el creciente apoyo, en apenas un año, al carácter restrictivo de las recientes medidas puestas en marcha, o en valoración, por parte de ayuntamientos en toda España. Destaca especialmente el apoyo a la reducción de la velocidad de circulación en las ciudades, que crece 25 puntos porcentuales y ya apoya el 61,5% de la población, o la restricción de aparcamiento, apoyada por el 43,4% -casi diez puntos más que el año anterior-, o la prohibición de circulación en ciudad a los vehículos más contaminantes, apoyada por una gran mayoría de ciudadanos, casi el 72%.

¿Y cómo afectan estas medidas a la hora de decidirse por un coche u otro? Pues a la mayoría, al igual que en 2017, confirma que en la compra del coche le influirán las medidas anticontaminación (56,06%). De éstos un 40% o bien ha decidido no comprar de nuevo un coche o bien no lo comprará diésel o bien usará las nuevas fórmulas de carsharing.

A la hora de adquirir un vehículo, el **consumo y las emisiones contaminantes son cada vez más relevantes para el 67,1% y el 33% de los encuestados**, respectivamente. Ambas variables crecen por encima de la media, aunque sobre todo destaca el caso de las emisiones, con un crecimiento de 17 puntos frente a los datos de la primera encuesta realizada en 2016.

Por el lado de la oferta, Toyota, con un 40,5% de aprobación, junto a Tesla repiten como fabricantes mejor percibidos en su trabajo por la sostenibilidad medioambiental de sus vehículos, si bien la compañía de Elon Musk pierde 16 puntos en menos de un año pasando de 44,2% a los 28,3% actuales. En su compromiso por la fabricación de vehículos menos contaminantes, Lexus cierra el podio con un 12,1% de menciones seguido de Renault, en cuarto lugar y Nissan, que con la quinta posición y un 9% completa la lista de las cinco marcas mejor percibidas del sector.

**El camino hacia el cliente 100% digital; la irrupción de Whatsapp**

El informe también ha medido el impacto que los nuevos hábitos de compra del consumidor, cada vez más digital, está teniendo en relación a la nueva configuración oferta-demanda de servicios de movilidad. **Aunque comprar online un coche todavía parece lejos de ser una opción mayoritaria para los encuestados (77,73%), uno de cada cinco ciudadanos (22,2%) hoy ya se muestra receptivo a esta posibilidad** y hasta un 30% de personas de entre 40 y 59 años lo aceptaría de buen grado como opción de compra.

En esa línea la compraventa de vehículos a través del uso de nuevos canales comunicación digital como **Whatsapp** sigue una tendencia creciente según los datos el estudio, ya que en relación a la anterior encuesta el porcentaje de ciudadanos que ha cerrado una operación de este tipo ha subido casi tres puntos porcentuales (13,96%) frente al 11,6% de 2017. Cabe destacar que un 16,52% de hombres contestara afirmativamente -cuatro puntos más que el año pasado-, frente a un 7 % de mujeres, apenas 1,2 puntos porcentuales más que el año anterior.

Para el director de Marketing de **Autoscout24**, **David Herranz**, “el hecho de que canales como WhatsApp se consoliden como una herramienta imprescindible en todas las fases del proceso de compra así como en la negociación y cierre de la operación es solo la punta del iceberg del cliente 100% digital que ya está aquí. Esta realidad exige que todos los actores en el ámbito de la movilidad entiendan que la digitalización no es una opción, es un requisito fundamental para seguir siendo competitivos en el mercado actual”.

En ese sentido, la digitalización de servicios inevitablemente impactará en la reordenación de la cadena de valor de los proveedores de soluciones de movilidad, desde los fabricantes hasta los intermediarios en ese proceso, según apunta el informe. Así, la máxima de quién no aporte valor, desaparecerá en la nueva era digital a la que estamos asistiendo tiene directa relación con la revisión de figuras como la del concesionario, donde según las conclusiones de la encuesta **un 32,2% de los consultados ya no considera imprescindible acudir a un concesionario para cerrar la compra de un coche**. La franja de edad comprendida entre los 60 a 69 años el 80% elige el concesionario como requisito fundamental de compra frente al 62% de los de edades entre 40 a 44 años. Los más jóvenes, 18 a 24 años, se alinean (66,11%) con la media de respuestas afirmativas.

**Las motos, lejos de las aceras; jóvenes y mujeres, los más concienciados**

En relación a las dos ruedas y según recoge el quinto informe “Españoles ante la Nueva Movilidad”, cabe destacar el masivo apoyo a la creación de más carriles exclusivos para bicicletas (81,30%) para combatir la contaminación, mientras que ante la posibilidad de **restringir el aparcamiento de motos en la acera, una mayoría del 59,2 por ciento de los consultados está de acuerdo esta medida**, una cifra que en el caso de las mujeres sube al 69% mientras que en el caso de los hombres, aunque mayoritario, baja quince puntos hasta el 54% en solo un año. Por edades, el 70% de los de más de 60 años aprueba la “*expulsión*” de la moto de las aceras para aparcar, frente a los comprendidos entre 35 a 49 años que aprueban la medida en un 53,5%. Por último, el apoyo a la restricción de estacionamiento por contaminación también sube un 9,35%, aunque esta es la única de las medidas denominadas “restrictivas” que no ha logrado superar el 50% de aceptación.

 ***Acerca del Informe***

El V Informe “Españoles ante la Nueva Movilidad”, elaborado por el Centro Demoscopia de Movilidad formado por PONS Seguridad Vial, Autofácil, AutoScout24, y la colaboración de Moovit, **recoge la opinión de 11.3336 participantes en una encuesta de 30 preguntas publicada entre el 19 de febrero y 19 de marzo de 2018 de ámbito nacional** y relacionadas con las nuevas tendencias en el proceso de compra del automóvil y la moto, además de otros aspectos relacionados con los hábitos de los usuarios de las diferentes soluciones de movilidad y actualidad relacionada con la cuestión. Este estudio tiene como objetivo analizar periódicamente el impacto y la evolución del fenómeno de la nueva movilidad en los españoles a través de encuestas de opinión a los españoles.

***Sobre el Centro de Demoscopia de Movilidad***

Esta entidad está formada por **PONS Seguridad Vial**, empresa líder en consultoría estratégica pública y privada en materia de movilidad y seguridad vial; **Autofácil**, publicación mensual del automóvil y portal vertical líder en difusión y alcance y **AutoScout24** la mayor plataforma online de automoción de Europa. El Centro cuenta con la colaboración de **Moovit**, la plataforma de movilidad con más de 140 millones de usuarios a nivel mundial y más de cuatro millones de usuarios en España. El objetivo del **Centro de Demoscopia de Movilidad** es analizar los hábitos de los españoles relacionados con el fenómeno de la nueva movilidad, desde las recientes tendencias en cuanto a hábitos de consumo como de las preferencias en cuanto a los modos de transporte. El **Centro de Demoscopia de Movilidad**, creado en 2016, tiene el compromiso de realizar dos oleadas anuales sobre las cuestiones más relevantes del sector analizando la evolución año a año de la evolución de la sociedad respecto al fenómeno de la Nueva Movilidad.

**Más información:**

Juan Luis Antolín

dirCom PONS
91 700 79 24 / 629 655 240

jlantolin@pons.es