

La incertidumbre normativa y la falta de información, claves según el VII Estudio
“Españoles ante la Nueva Movilidad”

Cuatro de cada diez españoles reconoce no saber qué tipo de coche comprar

- El 38% de los españoles reconoce “no tener decidido” qué tipo de coche adquirir, lo que supone 22 puntos más que el 16% manifestado en los comienzos de 2018.
- La opción del renting, como vía alternativa a la compra, se duplica en las grandes ciudades, pasando de un 5% en 2018 a un 12% el presente año.
- La utilización del *carsharing* se triplica en un año, confirmando el cambio de tendencia a favor del pago por uso.
- Un 54% apuesta por adquirir coches más respetuosos con el medio ambiente pero el precio se presenta como principal barrera. Toyota, Tesla y Lexus, las tres marcas con mayor reputación en sostenibilidad.

Madrid, 8 de mayo de 2019.- La incertidumbre de los compradores a la hora de adquirir un vehículo crece ante la velocidad del cambio tecnológico en el sector del automóvil, las políticas públicas que restringen el acceso a las principales ciudades y las nuevas formas de movilidad que se presentan como alternativas. Estas son algunas de las principales conclusiones de la VII edición del Informe “*Españoles ante la Nueva Movilidad*”, elaborado por el **Centro de Demoscopia de Movilidad** formado por la consultora **PONS Seguridad Vial**, la revista **Autofácil**, la plataforma de *carsharing* **WIBLE** y la app para movilidad en transporte público **Moovit**.

El estudio se ha basado en una macroencuesta, compuesta por 36 preguntas, en la que han participado cerca de 8.500 personas de todas las provincias de España. Una encuesta en la que se han analizado, a nivel nacional, las principales tendencias de compra y opinión sobre cuestiones relacionadas las nuevas formas de transporte.

El informe refleja una importante caída en la intención de los españoles a la hora de adquirir un vehículo. Si en 2016 un 43% de los encuestados afirmó tener intención de comprar en los próximos doce meses, en 2019 ese porcentaje bajó al 26%. A este dato se añade la creciente indefinición de los potenciales compradores, ya que el 38% reconoció “no tener decidido” qué tipo de coche adquirir, lo que supone 22 puntos más que el 16% manifestado en los comienzos de 2018. “*El dato pone de manifiesto las crecientes dudas de los usuarios con respecto a qué tipo de modalidad elegir a la hora de decantarse por un coche, la creciente tendencia del pago por uso con las alternativas sharing en las grandes ciudades o la penalización al vehículo privado con la entrada en vigor de diferente políticas medioambientales*”, señala **Ana Gómez Arche**, directora general de **PONS Seguridad Vial**.



De este modo, ganan fuerzas alternativas como el renting, que en el último año ha pasado de ser una opción para el 5% a que un 12% se decante por esta forma de movilidad. El auge del renting permite *“que el usuario sienta que tiene un coche en propiedad, ganando tiempo sobre la decisión final de adquisición o no del vehículo en función de las circunstancias personales, y también del entorno”*, señala **Juan Hernández**, director general de Luike.

Medio ambiente y sostenibilidad, motor de la nueva movilidad

El cuidado del medio ambiente aparece como una prioridad para la gran mayoría de la población. Se observa que *“está creciendo la conciencia medioambiental en la sociedad, especialmente en el grupo de edad más joven”*, señala **Gómez Arche**.

Por ello, que los coches sean más respetuosos para el medio ambiente ya es una característica apreciada por casi la mitad de los potenciales compradores. Un 54% de los encuestados afirmaron que se habían planteado la compra de un vehículo menos contaminante.

Las nuevas políticas medioambientales tienen una relación directa con la preferencia e intención de compra de los vehículos, un 67% de los encuestados afirmó que las políticas “anticontaminación” de las Administraciones Públicas son uno de los principales motivos a la hora de decantarse por un vehículo u otro, o de paralizar su decisión de compra, como manifestaron un 44% de los españoles consultados.

Los usuarios prestan especial atención a la etiqueta CERO, ya que un 40% se decantaría por un vehículo con ese distintivo, pero el precio es el factor más determinante que explica la falta de despegue en la compra de este tipo de vehículos. *“Lo que parece estar sucediendo es que hemos creado una ilusión sobre el vehículo eléctrico. Aunque la gente lo demanda, la realidad es que el acceso masivo a este tipo de tecnología está lejos de poder ser accesible para la mayoría de compradores. El potencial comprador llega al concesionario con la intención de compra de un vehículo con etiqueta CERO, pero acaba saliendo con un etiqueta C cuando hace números”*, explica **Hernández**.

El estudio también analiza la percepción que hay sobre el compromiso medioambiental de las principales marcas de los fabricantes. Así, Toyota, con un 41%, junto a Tesla con un 31%, repiten como los fabricantes mejor percibidos en su trabajo por la sostenibilidad medioambiental de sus vehículos. A estas dos compañías le siguen Lexus con un 15%, Kia con un 14% y Hyundai y Renault con un 13% cerrando la lista de las cinco marcas mejor percibidas del sector.

Apoyo a Madrid Central y despegue del fenómeno sharing

En relación con la puesta en marcha de medidas para mejorar la calidad del aire en ciudades como Madrid, cabe destacar que los encuestados se muestran bastante contrarios a las medidas que afectan a la velocidad, mientras que son más receptivos a políticas de incentivos a la movilidad sostenible. Así, un 72% de los usuarios se mostró en contra de reducir a 30 km/h la velocidad máxima en el centro, y un 64% a limitar a 70km/h la velocidad en las vías de acceso a las ciudades como forma de reducir la contaminación en las ciudades.

Por el contrario, las propuestas con mayor apoyo han sido las ayudas a la compra de vehículos menos contaminantes (88%), el aparcamiento gratuito para vehículos CERO (84%), la peatonalización de calles (67%) y la creación de carriles exclusivos para bicicletas (64%). En



esta línea, la creación de zonas restringidas a los vehículos más contaminantes, como Madrid Central es igualmente apoyada tanto por el conjunto de españoles (58%) como por los propios madrileños (59%).

En este contexto, cabe destacar el fenómeno de los servicios *sharing* como nuevas opciones de movilidad. Cada vez más conocido por la sociedad, los datos de la encuesta muestran que el *carsharing* ha pasado, en el último año, de ser un servicio utilizado por un 12% a un 43% de los españoles. Este crecimiento, junto a la preocupación por el medio ambiente, así como los resultados relativos a la intención de compra, muestran el cambio de tendencia que estamos atravesando en relación con cómo movernos. “*Los ciudadanos tienen cada vez menos interés en la adquisición de un vehículo en propiedad y más en el pago por uso*”, señala **Javier Martínez, CEO de WIBLE**.

Con respecto a la bicicleta y el patinete, la sociedad es relativamente consciente de que son alternativas positivas a la movilidad sostenible y que reducen la contaminación, pero todavía no son vistas como una alternativa real de movilidad para un 61% de los encuestados. Los tres principales motivos para un 40% de los encuestados derivan de una falta de legislación específica, de que crean un problema de uso del espacio urbano y que dificultan la movilidad.

En cambio, la moto continúa ganando relevancia como alternativa en la nueva movilidad. Según el Estudio, el porcentaje de encuestados que actualmente no valora la opción de adquirir una moto se ha reducido en un 11% respecto al pasado año y aquellos que sí piensan en comprar una se decantan en su mayoría por las motos scooter (48%), planteando este tipo de vehículos de dos ruedas como una alternativa real al uso del coche en el espacio urbano.

Los resultados del VII Estudio se han presentado en una jornada que, además, contó con una mesa redonda, moderada por **Javier Arús**, director de Autofácil, y en la que participaron **José Portilla**, director General SERNAUTO, **Marta Seoane**, responsable del Área Técnica de Fundación CONAMA, **Javier Martínez**, CEO de WIBLE, **Enrique Centeno**, responsable de RR.II. y vehículo de hidrógeno de TOYOTA, **Román Martín**, director RR.II. de SIGNUS y **Francisco Laverón**, responsable de Prospectiva Energética en la Dirección de Políticas Energéticas y Cambio Climático de IBERDROLA.

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. El Centro cuenta con la colaboración de WIBLE, compañía de carsharing que opera desde 2018 en Madrid y alrededores, y Moovit, plataforma de movilidad con más de 90 millones de usuarios a nivel mundial y casi 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



Lasker (Agencia de Comunicación)

Carlos Cuenca
ccr@lasker.es
696 355 070

Belén Sasiambarrena
bsc@lasker.es
650 59 05 62