

# MOTOR 2020

## EL CONSUMIDOR DEL SECTOR AUTO EN ESPAÑA

# ÍNDICE

Introducción	03
Mi coche actual	04
Mi Marca y Mi concesionario	08
Mi proceso de compra	12
Mi futuro coche	19
Zoom: Nuevas energías en los automóviles	21
Híbridos	
Eléctricos	
Pila de hidrógeno	
GLP	
Nuevas formas de movilidad: Carsharing	57
Ficha técnica	65



# INTRODUCCIÓN

Cetelem presenta la tercera edición de El Observatorio Cetelem del Motor, estudio donde analizamos los hábitos y comportamiento de compra en los sectores del automóvil, la moto y el caravaning, a través de las encuestas realizadas a consumidores españoles. Así mismo, hemos contado con la participación de expertos a través de la realización de entrevistas las cuales pueden leer en las siguientes páginas.

En lo que respecta al sector del automóvil el precio y el servicio postventa son los dos aspectos con más peso a la hora de comprar un coche.

Internet sigue siendo la fuente principal de información y las webs de las propias marcas las páginas más consultadas.

Entre las diferentes opciones de coches sostenibles, los híbridos y eléctricos son los que mayor interés despiertan entre los conductores.

Observamos un incremento importante en el porcentaje de conductores que declara utilizar los servicios de car-sharing o carpooling.

Todos estos datos y muchos más los mostramos a modo de resumen a continuación y con más detalle en el estudio completo que pueden encontrar en nuestra web del Observatorio Cetelem: [www.observatoriocetelem.es](http://www.observatoriocetelem.es)

Esperamos que la información sea de su interés..

Un saludo

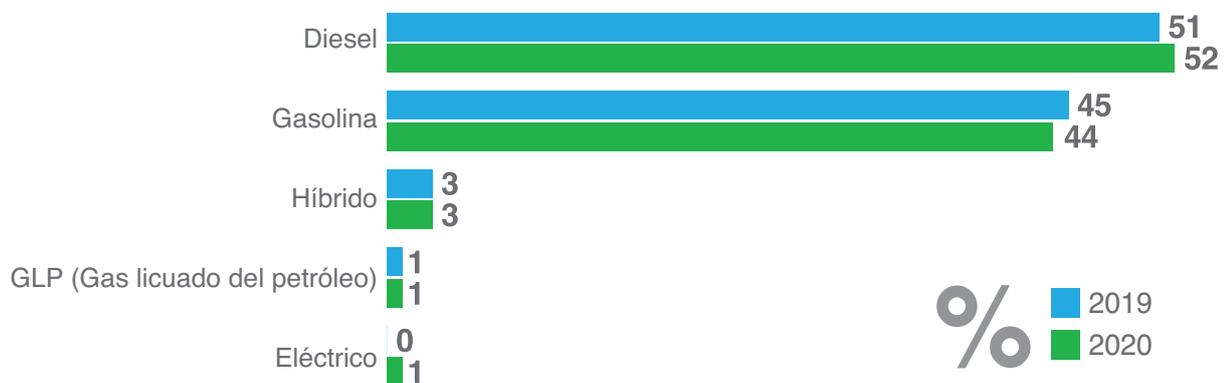
**El Observatorio Cetelem**



# MI COCHE ACTUAL

Una vez mostrados algunos de los principales datos del mercado del automóvil en España pasamos a analizar los datos obtenidos en la encuesta realizada por el Observatorio Cetelem a conductores españoles.

## ¿Qué tipo de carburante utiliza tú automóvil? (% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

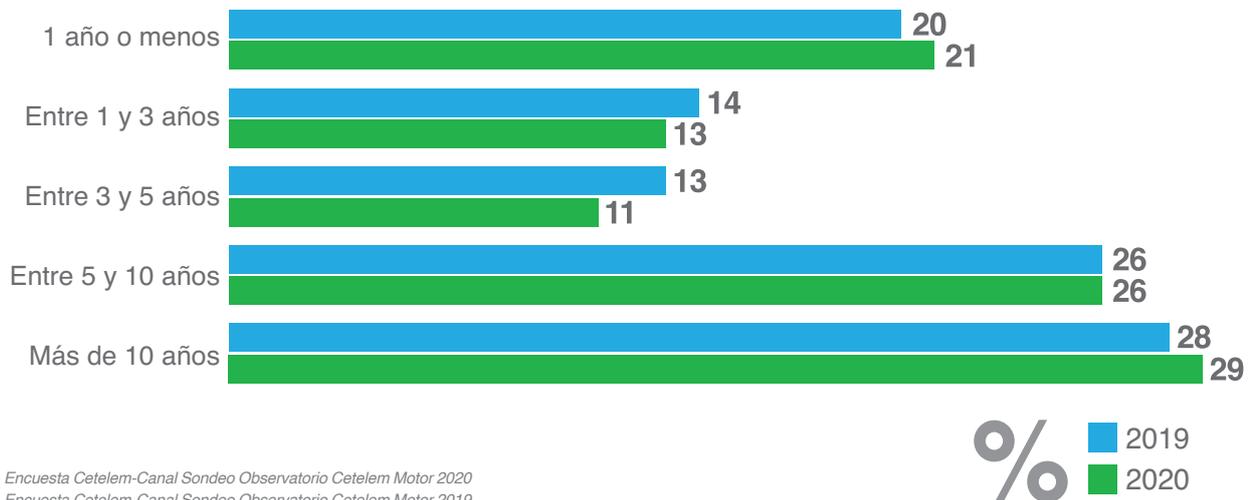
No observamos prácticamente ningún cambio respecto al año anterior respecto al tipo de combustible que en la actualidad utilizan los automóviles de los conductores españoles encuestados.

Sigue existiendo una mayoría de automóviles diésel (52%), con un aumento de 1 punto respecto al 2019 y se observa un descenso de 1 punto porcentual en los de gasolina (44% vs 45%).

En lo que se refiere a los nuevos tipos de energía como el eléctrico y el híbrido, ambos presentan todavía una cuota muy baja en comparación con los combustibles tradicionales pero esta tendencia y según veremos más adelante irá cambiando en los próximos años.

# El consumidor del sector auto en España

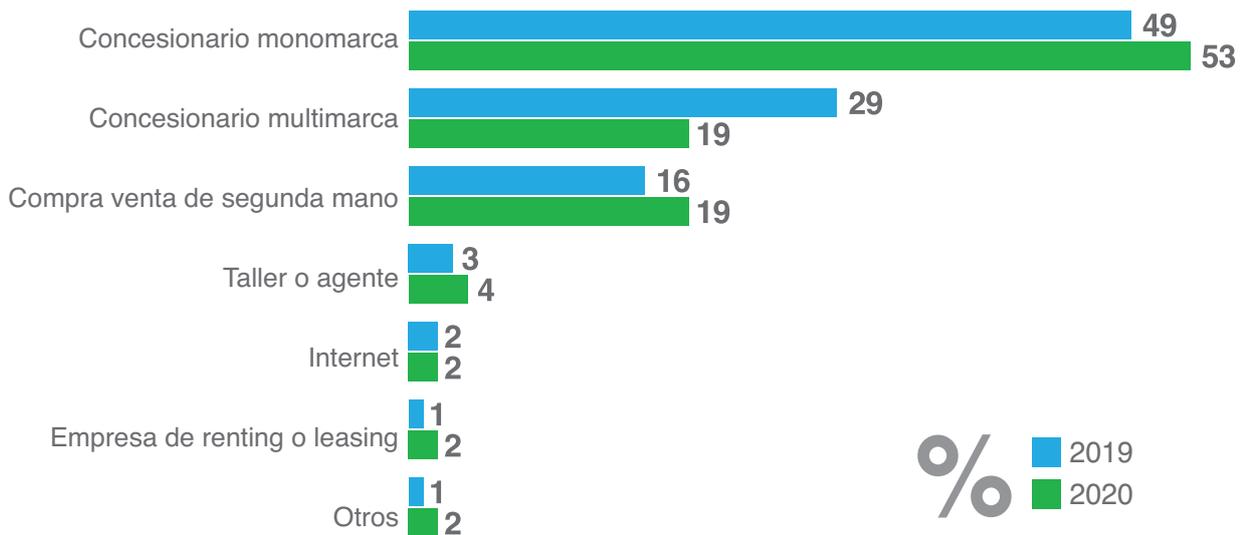
## ¿Cuándo compraste tu automóvil actual? (% Respuesta única)



El 29% de los conductores españoles tiene un coche con una antigüedad superior a 10 años, así lo deducimos de los datos obtenidos de nuestra encuesta, mostrando un incremento de 1 punto porcentual respecto a los datos del año anterior. Le siguen los automóviles comprados entre hace 5 y 10 años con un 26% de menciones, el mismo porcentaje que en 2019.

En el tercer lugar encontramos a un 21% que afirma haber comprado su automóvil hace menos de un año (20% en 2019). Si segmentamos por edades, destacan los conductores más jóvenes entre 18 y 24 años con un 35% de menciones, y aquellos entre 25 y 34 años con un 27%.

## ¿Dónde adquiriste el automóvil que compraste en los últimos 12 meses? (% Respuesta única)



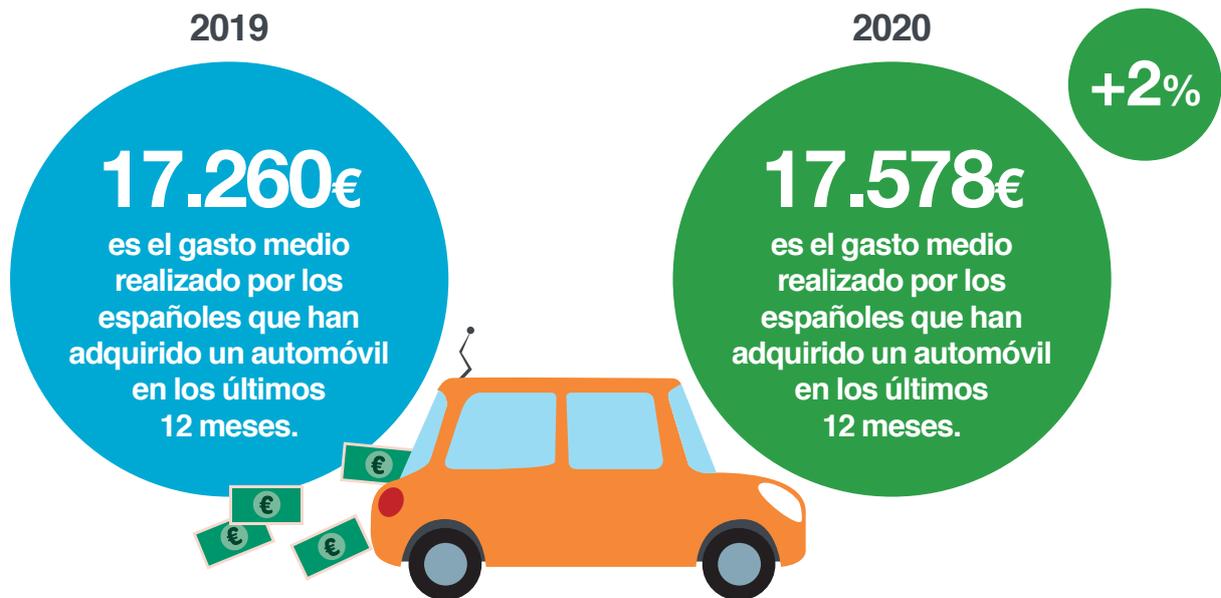
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

En lo que respecta al canal de compra utilizado por los conductores españoles encuestados que han comprado su coche en los últimos 12 meses, el concesionario monomarca es el establecimiento preferido y así lo manifiesta el 53% de ellos (4 puntos más que en 2019), siendo aquellos mayores de 45 años los que destacan por encima de la media con un 63% de menciones.

Como segunda opción nos encontramos el concesionario multimarca con un 19% de menciones pero con un acusado descenso de 10 puntos porcentuales respecto a 2019. (29% vs 19%) y a los compra-venta de segunda mano con un incremento de 3 puntos y un 19% de menciones.

# El consumidor del sector auto en España

**¿Cuánto te gastaste en la compra de tu automóvil en los últimos 12 meses?**  
(Respuesta abierta numérica)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

El gasto medio realizado por los conductores españoles que han comprado un automóvil en los últimos 12 meses ha sido de 17.578€ (+2% respecto a 2019). Si realizamos una segmentación por edades son aquellos conducto-

res con edades comprendidas entre los 35 y 44 años los que destacan por encima de la media con un gasto medio declarado de 18.619€.

# MI MARCA Y MI CONCESIONARIO

¿En qué medida consideras importante la marca en la compra del automóvil?  
(% Respuesta única)



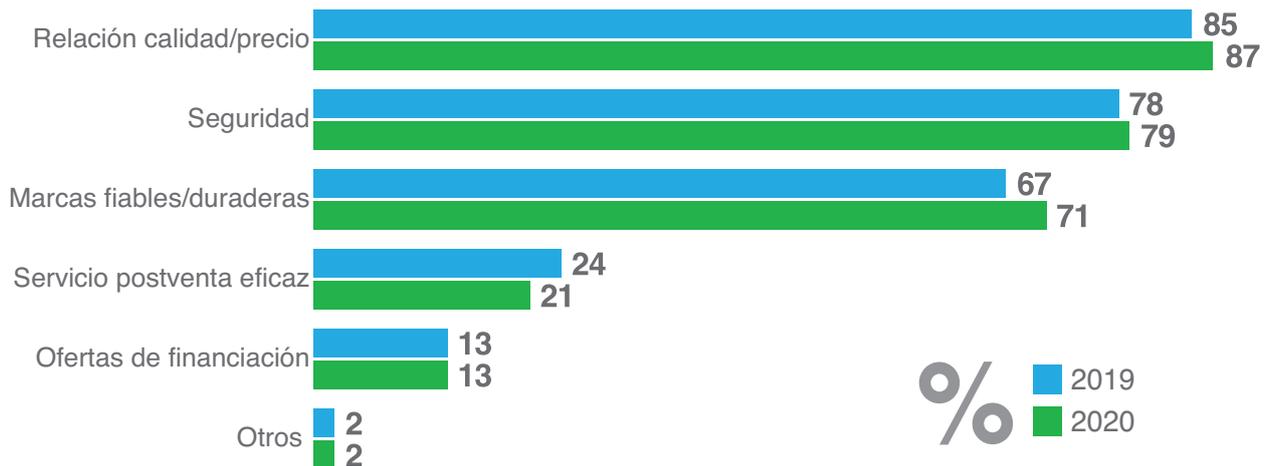
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

La importancia de la marca sigue siendo fundamental entre los conductores españoles. Así lo declara el 93% de los encuestados.

# El consumidor del sector auto en España

## Hablando de las marcas a la hora de comprar un automóvil, ¿cuáles son las 3 principales características que más valoras?

(% Respuesta múltiple) Máximo 3 respuestas.

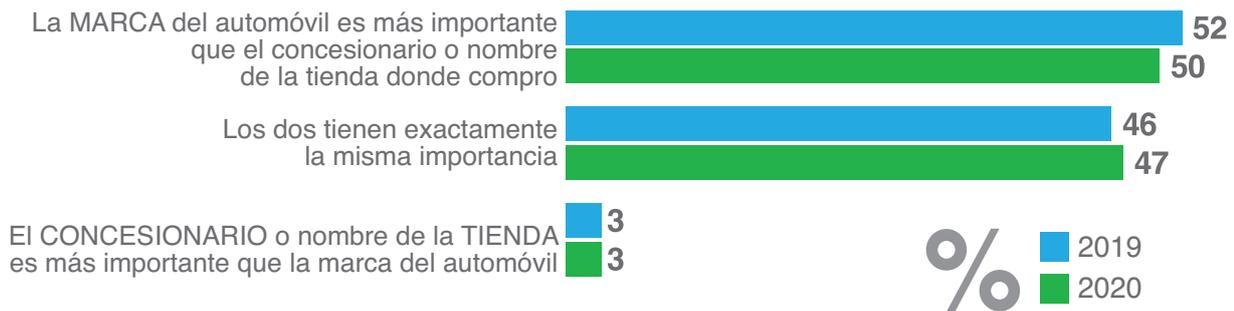


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

Lo más importante para los consumidores españoles relativo a las marcas de automóviles es en primer lugar la relación calidad/precio con un 87% de menciones, dos puntos porcentuales más que el año anterior. La seguridad es también muy importante y así lo manifiestan el 79% de encuestados, siendo aquellos entre 25 y 34 años los que más importancia le dan (83%).

El tercer lugar lo ocupan aquellos que valoran el que sean marcas fiables y duraderas (71%) con un incremento de 4 puntos porcentuales respecto a las declaraciones de 2019.

## Respecto a la importancia de la marca vs concesionario, elije una de las siguientes frases: (% Respuesta única)

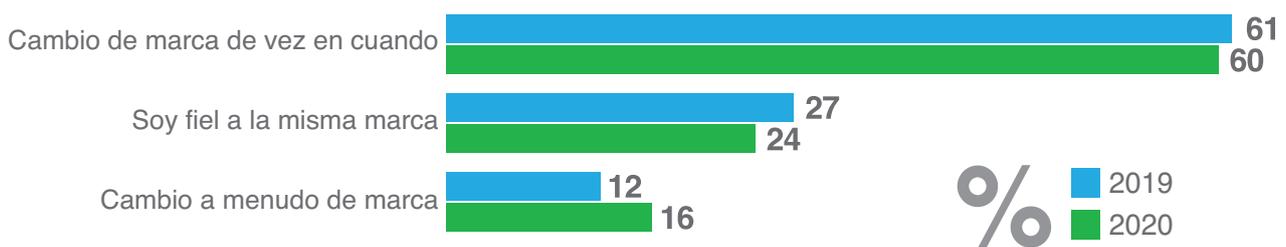


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

Aunque seguimos encontrando que el mayor número de consumidores afirma que la marca continúa siendo más importante que el concesionario a la hora de comprar un automóvil, nos encontramos ante un nuevo cambio de tendencia respecto a los datos obtenidos en lo que res-

pecta a aquellos que declaran que ambos tienen la misma importancia, ya que se incrementa en un punto porcentual, mientras que observamos una disminución de dos puntos en aquellos que consideran la marca más importante.

## A la hora de comprar un automóvil, ¿cuál es la frase con la que más te identificas? (% Respuesta única)



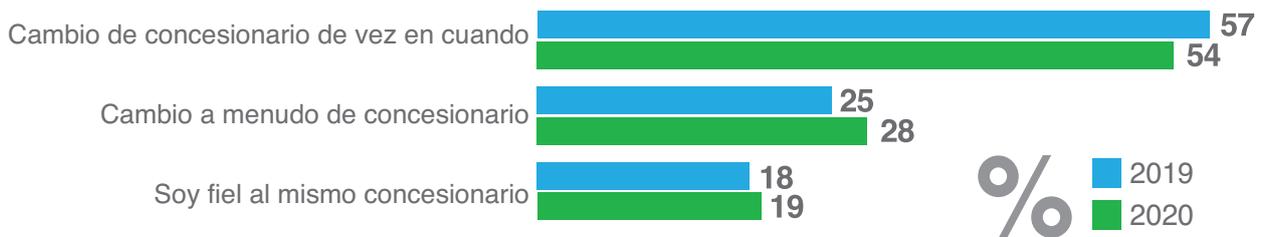
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

La mayoría de conductores encuestados afirman cambiar de marca de vez en cuando con un 60% de menciones frente al 61% del año anterior, La fidelidad a la misma marca se ve ligeramente reducida de un 27% en 2019 a un 24% en 2020.

Se observa un incremento de 4 puntos porcentuales en aquellos que declaran cambiar a menudo de marca (16% vs 12% en 2019).

# El consumidor del sector auto en España

## Y de las siguientes afirmaciones a la hora de comprar un automóvil ¿cuál es la frase con la que más te identificas? (% Respuesta única)

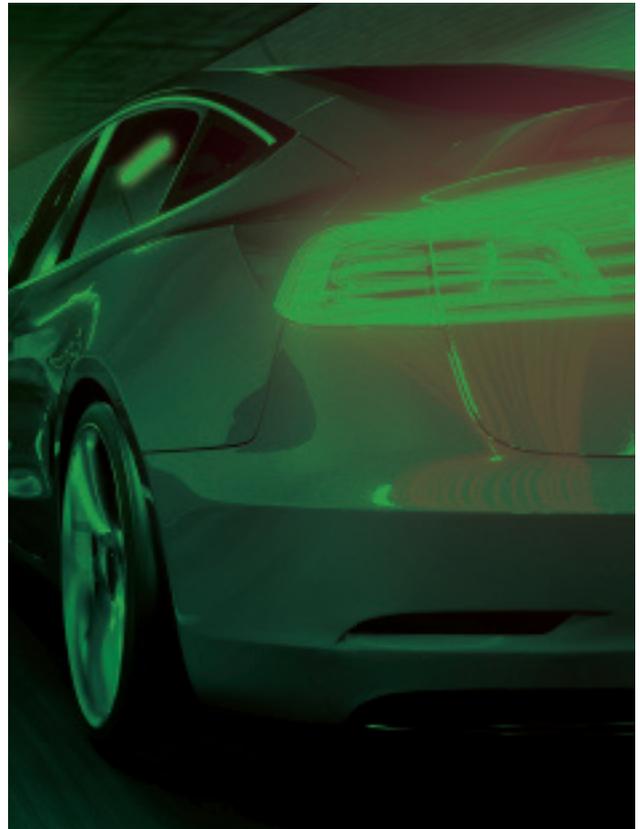


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

Respecto a lo que a la fidelidad al concesionario se refiere, el porcentaje más elevado se encuentra en aquellos que manifiesta que cambia de concesionario de vez en cuando (54% vs 57% en 2019), con un ligero descenso al igual que ocurrió en la edición anterior.

La fidelidad al concesionario aumenta ligeramente en 1 punto porcentual respecto al año anterior (19% vs 18%).

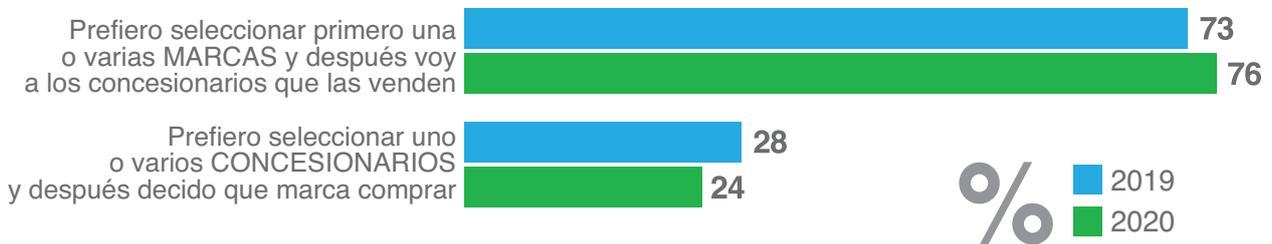
Los más fieles a un concesionario determinado son aquellos conductores con edades entre los 18 y 24 años con un 32% de menciones y 13 puntos porcentuales por encima de la media.





# MI PROCESO DE COMPRA

**A la hora de comprar un automóvil qué seleccionas primero ¿marca o concesionario? (% Respuesta única)**



*Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019*

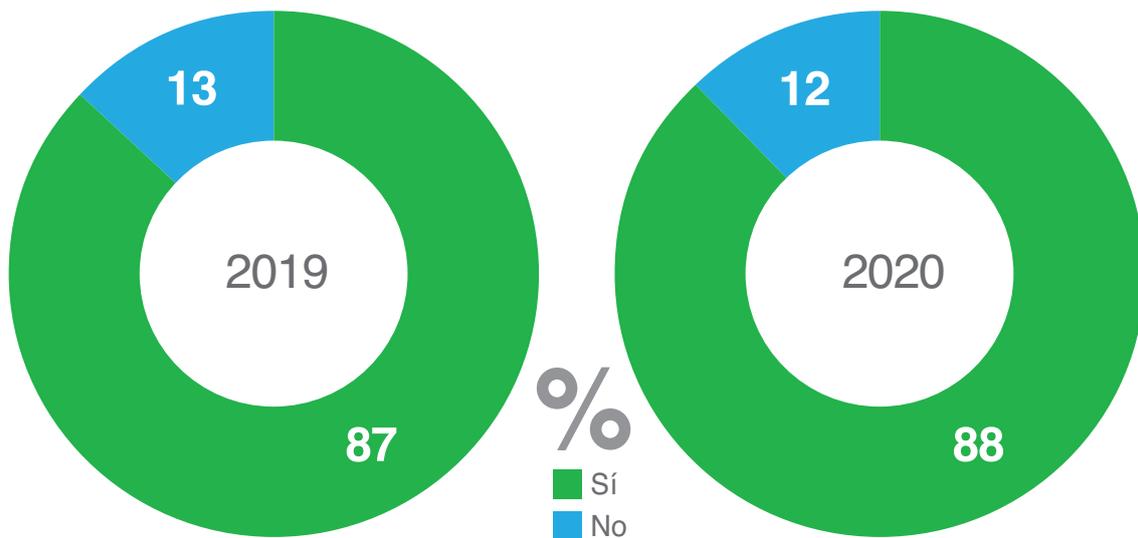
Al igual que el año pasado, en 2020 la mayoría de conductores prefiere seleccionar primero una o varias marcas que desean comprar para después elegir el concesionario donde comprarlo (76%) mostrando un incremento de 3 puntos porcentuales respecto al 2019.

Si segmentamos por edades destacar que los mayores de 45 años destacan por encima de la media en 4 puntos porcentuales en declarar que seleccionan primero una o varias marcas antes de elegir que concesionarios visitar (80% vs 76% media).

## El consumidor del sector auto en España

**¿Utilizas Internet como medio de consulta en el proceso de compra de un automóvil?** (% Respuesta única)

---



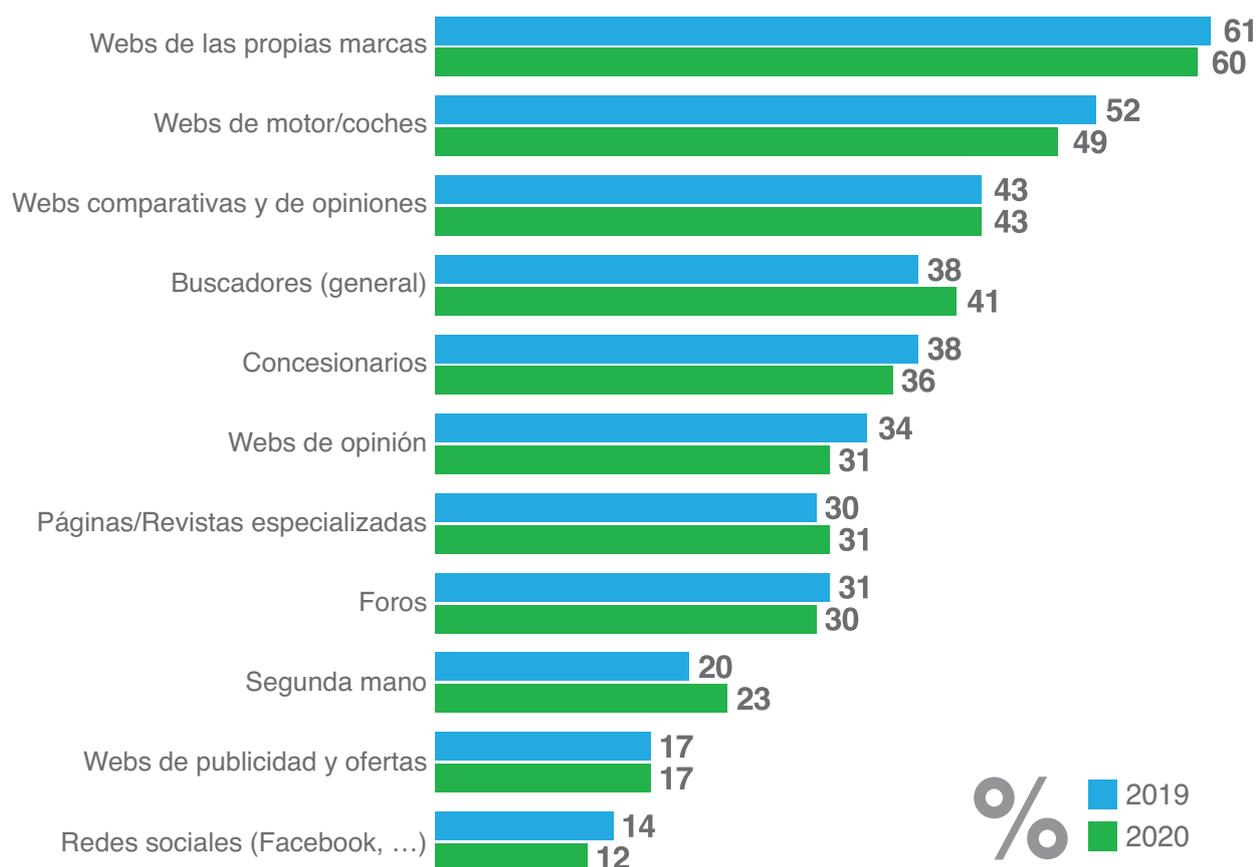
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

---

Las consultas de información a través de internet siguen siendo fundamentales en el proceso de compra de un automóvil (88%). Aquellos con edades comprendidas

entre los 25 y 34 años destacan por encima de la media en 4 puntos porcentuales (92%).

## ¿Qué tipos de páginas WEBS consultas a la hora de conseguir información? (% Respuesta múltiple)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

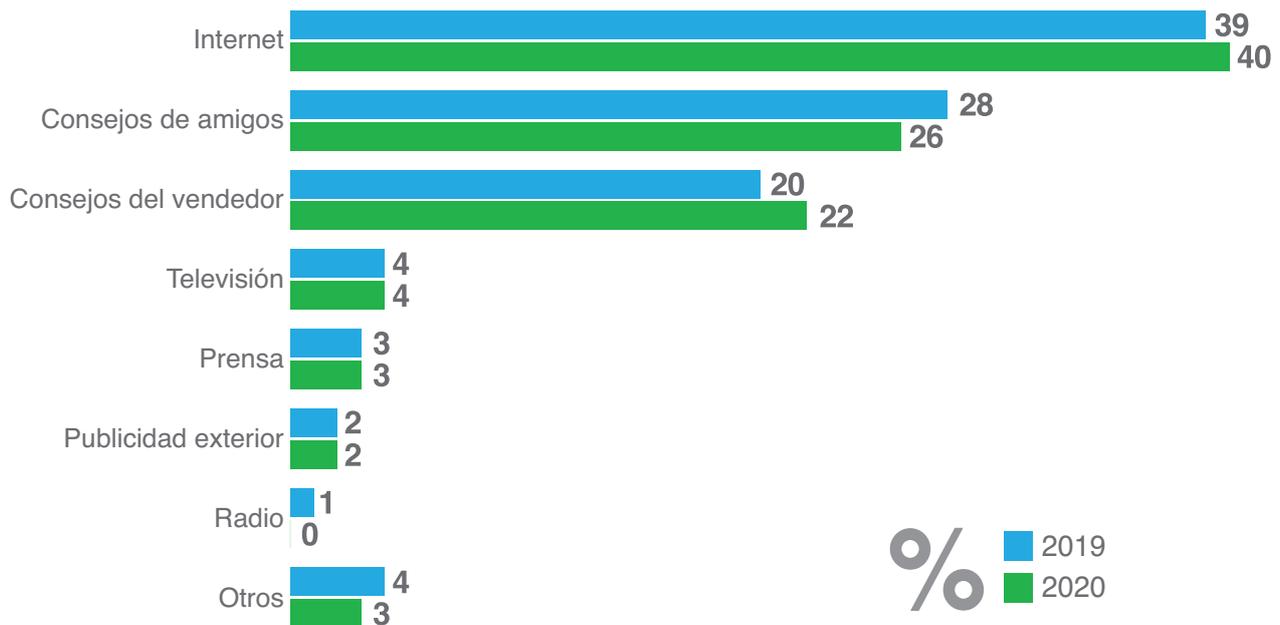
El ranking de páginas más consultadas es prácticamente el mismo que en 2019, con las webs de las propias marcas (60%) las webs de motor (49%) y las webs comparativas y de opiniones (43%), formando el Top 3.

Es destacable el incremento de tres puntos porcentuales en la consulta de buscadores en general (41% vs 38% en 2019).

Los conductores que visitan webs de coches de segunda mano aumentan en 3 puntos (23% vs 20% en 2019), destacando notablemente los más jóvenes entre 18 y 24 años con un 47% de menciones y 24 puntos porcentuales por encima de la media.

## El consumidor del sector auto en España

**A la hora de comprar un automóvil ¿cuál de los siguientes medios de publicidad o información es el que más consultas e influye en tu decisión de compra? (% Respuesta única)**

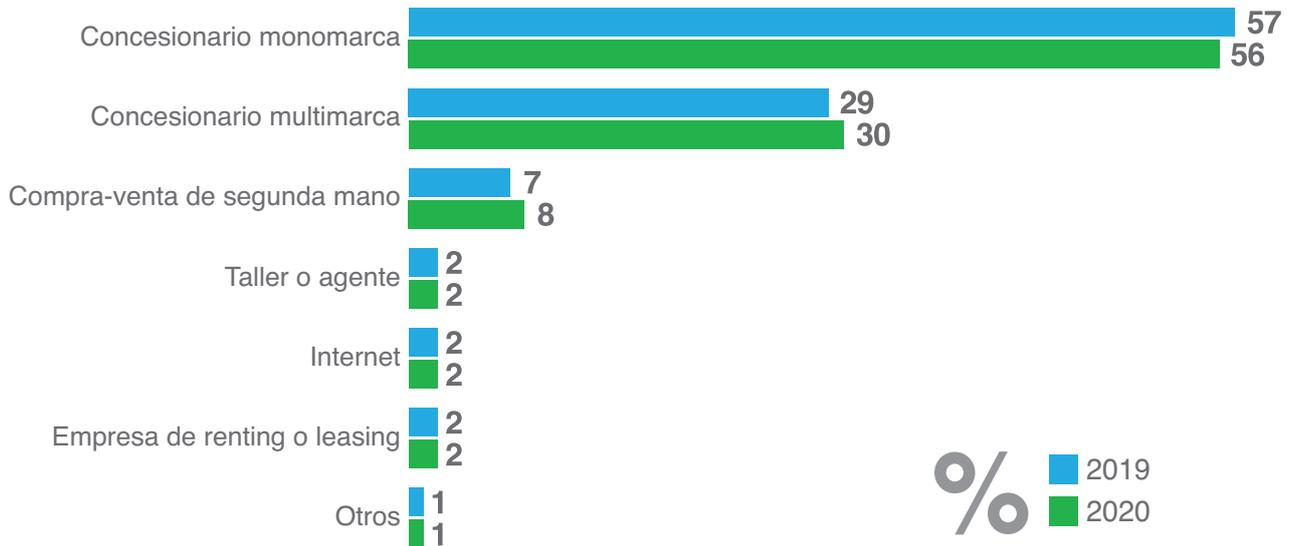


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

Pero no sólo Internet es importante como fuente de información en la decisión de compra de los españoles, los consejos de amigos (26%) y los consejos del vendedor del concesionario (22%), también juegan un papel decisivo, este último con un incremento de 2 puntos porcentuales respecto a 2019.

Si segmentamos por edades es importante destacar que los más jóvenes entre 18 y 24 años valoran muy por encima de la media los consejos de amigos con un 39% de menciones frente al 26% de la media.

¿Dónde prefieres adquirir tu automóvil? (% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
 Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

El concesionario monomarca continúa siendo el canal preferido de compra (56%), seguido del multimarca con 30% y de los compra-venta de segunda mano con un 8%.

Si segmentamos por edades, cabe destacar que aque-

llos conductores mayores de 45 años son los más asiduos a los concesionarios monomarca con un 65% de menciones frente al 56% de la media. Respecto a los multimarca destacan los más jóvenes entre 18 y 24 años (42% vs 30% media) y aquellos entre los 25 y 34 años (41% vs 30% media).

## El consumidor del sector auto en España

### ¿Cuál es el principal motivo por el que compras en uno u otro tipo de establecimiento? (% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

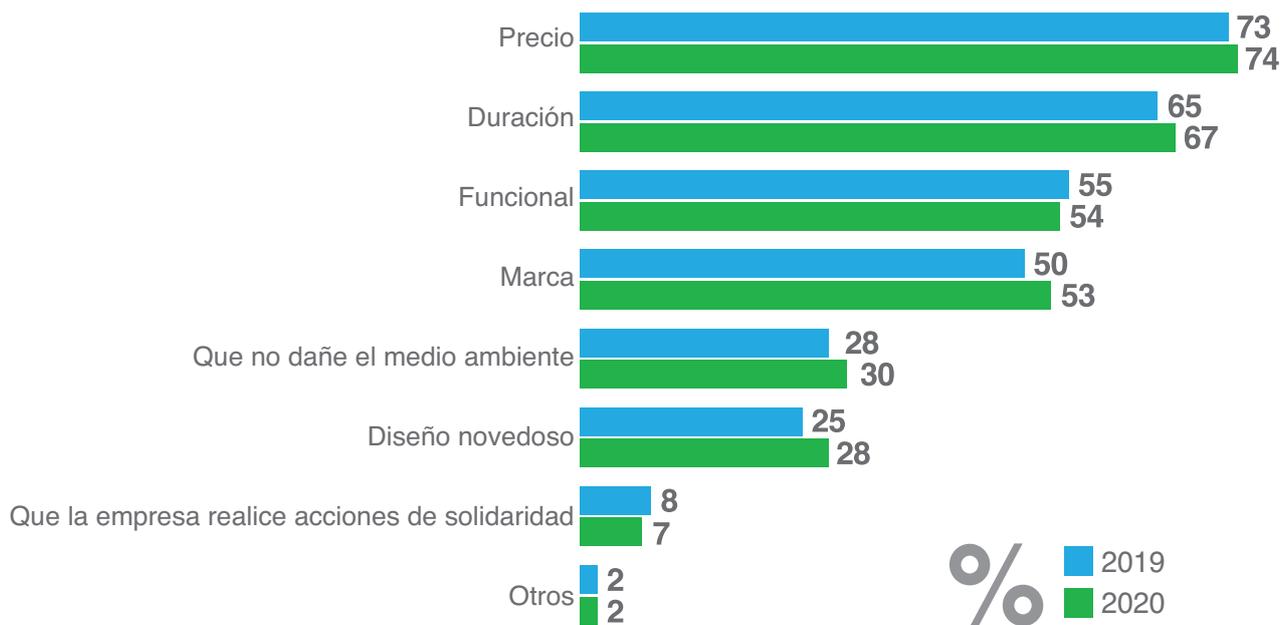
El precio es el factor principal que motiva a los conductores españoles a la hora de comprar en un tipo de establecimiento determinado (35% vs 31% en 2019), destacando por encima de la media los más jóvenes entre 18 y 24 años con un 42% de menciones.

Uno de los cambios respecto a los resultados de la encuesta de 2019 es que en segundo lugar nos encontramos al servicio postventa en lugar de la variedad de

modelos. El 19% de los conductores encuestados valoran el servicio postventa frente al 15% del año anterior. En lo que respecta a la variedad de modelos, observamos un descenso de 5 puntos porcentuales (15% vs 19% en 2019).

Si segmentamos por edades es importante señalar que los conductores más jóvenes entre 18 y 24 años valoran por encima de la media (42% vs 35%) el precio.

**A la hora de comprar un automóvil, ¿cuáles son los aspectos del coche que valoras más? (% Respuesta múltiple)**



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
 Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

El precio (74%) y la duración (67%) son los aspectos más valorados por los conductores españoles a la hora de comprar un automóvil. En ambos casos observamos incrementos respecto a 2019.

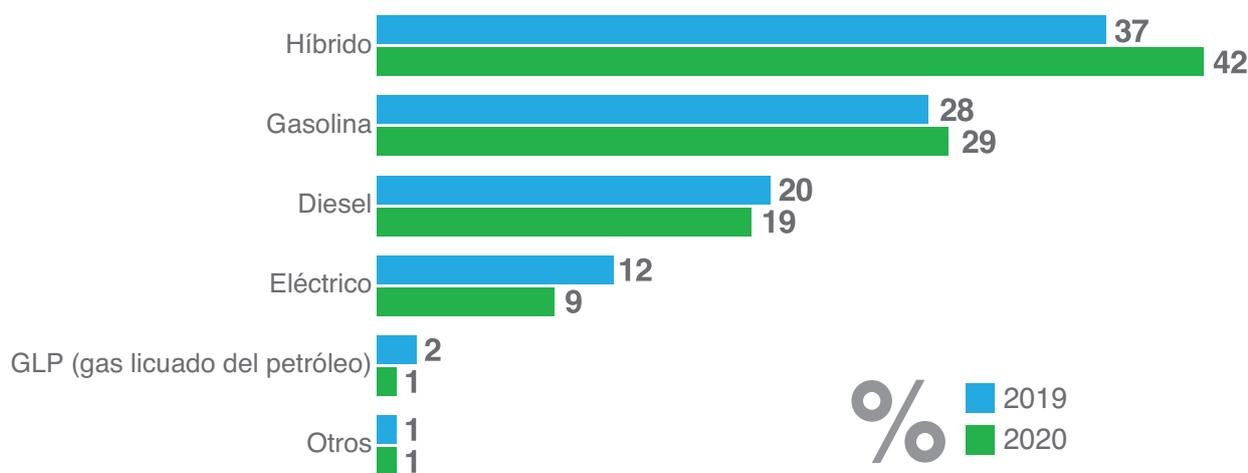
Aspectos como la funcionalidad y la marca son también

importantes con un 54% y un 53% de menciones respectivamente.

Es importante señalar que el hecho de que el vehículo no dañe el medio ambiente aumenta dos puntos con un 30% de menciones frente al 28% en 2019.

# MI FUTURO COCHE

## Tu próximo coche, ¿qué tipo de combustible crees que utilizará? (% Respuesta única)

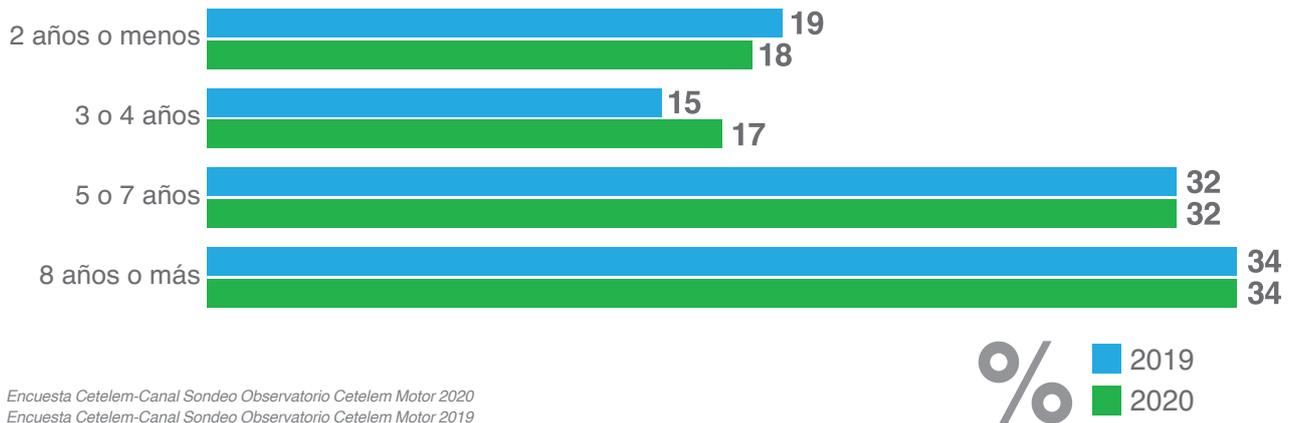


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

En lo que respecta al tipo de combustible que los conductores españoles piensan que tendrá su próximo automóvil continuamos con la tendencia que ya anunciamos en las ediciones pasadas hacia vehículos más sostenibles. El 42% afirma decantarse por un híbrido (37% en 2019). Aunque las energías tradicionales continúan presentes ya que el 29% optaría por un gasolina y el 19% por un diésel.

Si segmentamos por edades encontramos datos curiosos sobre todo en lo que respecta a los conductores más jóvenes entre 18 y 24 años, ya que en contra de lo que se puede pensar en un principio son los que menos preferencia muestran hacia un vehículo híbrido (13% vs 42% media).

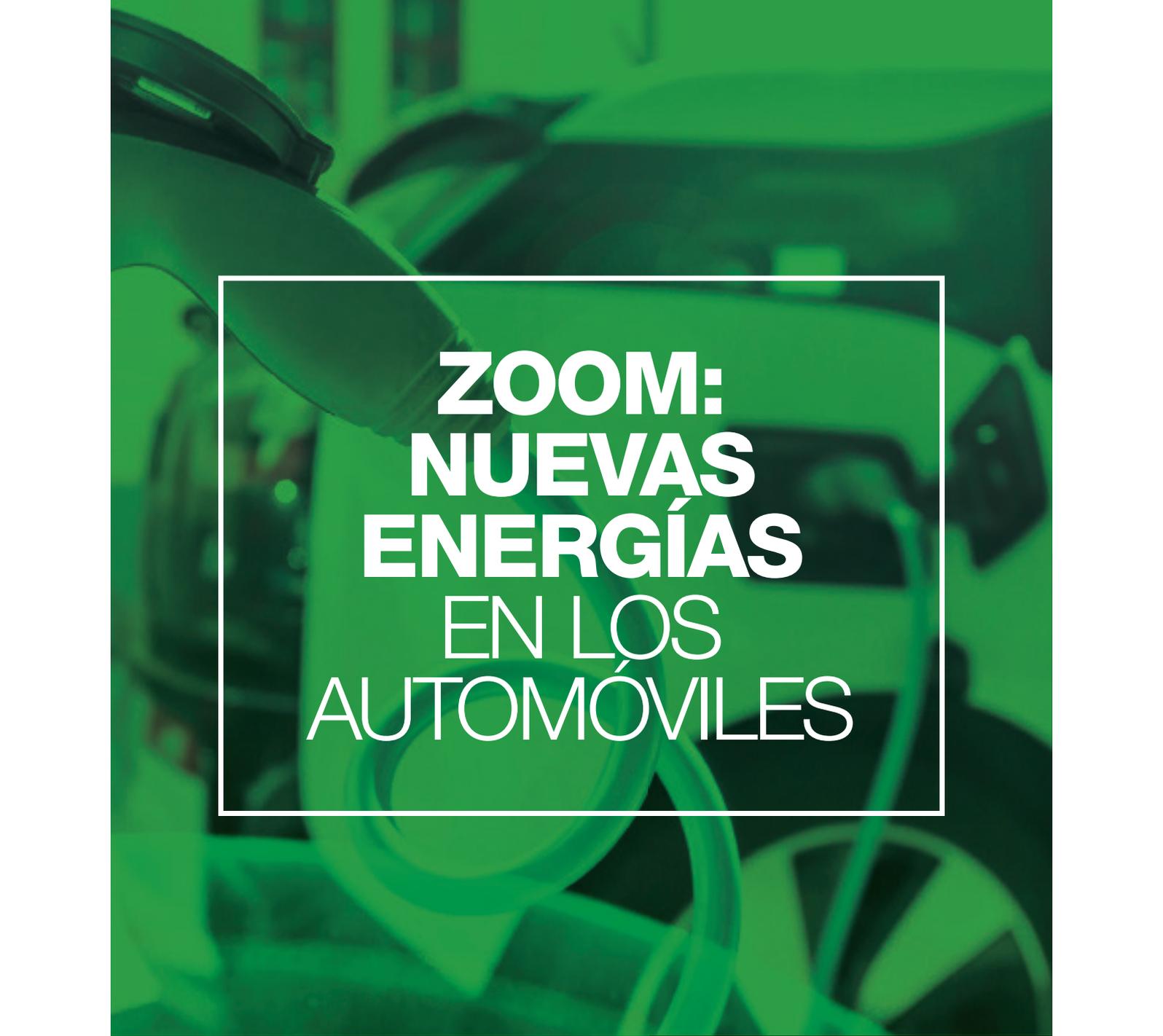
## ¿Cuál es, en tu opinión, el plazo óptimo de renovación de un automóvil? (% Respuesta única)



En 2020 el porcentaje más alto vuelve a ser el de aquellos que piensa que el plazo ideal de renovación de su vehículo es superior a 8 años (34%) manteniéndose respecto a 2019.

Según los resultados obtenidos en el estudio de este año,

se observa un descenso en el porcentaje de conductores encuestados que opina que el plazo de renovación de un automóvil debería ser entre 3 y 4 años con un 17% de menciones frente al 15% de 2019. En este sentido destacan aquellos con edades entre los 25 y 34 años con un 26% de menciones.

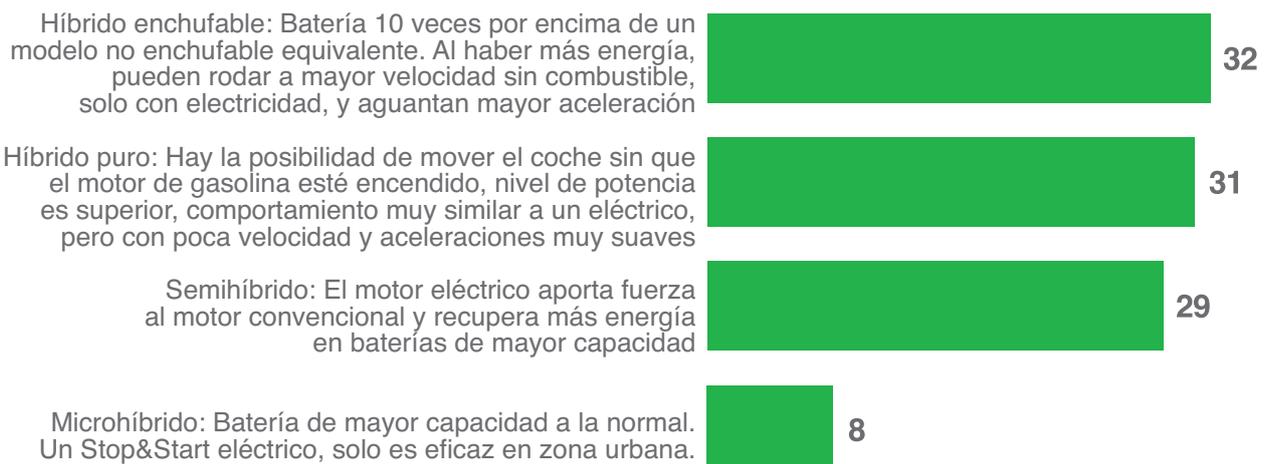


**ZOOM:  
NUEVAS  
ENERGÍAS  
EN LOS  
AUTOMÓVILES**

# HÍBRIDOS

**En el caso de tener intención de comprar un automóvil híbrido en los próximos meses, ¿qué tipo de automóvil híbrido comprarías?**

(% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020



Entre aquellos conductores que tendrían intención de comprar un coche híbrido la mayoría optaría por un híbrido enchufable (32%) e híbrido puro (31%).

Si segmentamos por edades lo más destacable es que en el caso de los microhíbridos, los conductores más jóvenes entre 18 y 24 años destacan por encima de la media (27% vs 8%).

# El consumidor del sector auto en España

## ¿Cuál/es son los motivos por los que no comprarías un vehículo híbrido? (% Respuesta múltiple)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

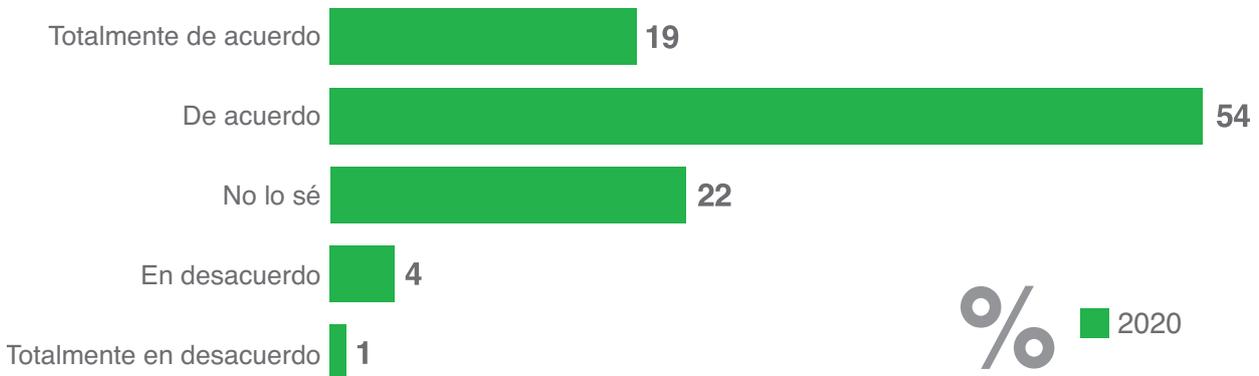
El principal motivo por el que los conductores españoles no comprarían un coche híbrido es que lo consideran demasiado caro, así lo manifiestan el 54% de los encuestados.

Muy de lejos le siguen aquellos que manifiestan no disponer de infraestructuras para enchufarlo (27%). El 20% declara no tener confianza en este tipo de vehículos y el 19% piensa que la autonomía no es suficiente.

## ¿Hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

(Totalmente de acuerdo, de acuerdo, no lo sé, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo)

### El uso masivo de vehículos híbridos en áreas urbanas densas reducirá significativamente la contaminación (partículas finas, óxidos de nitrógeno...)

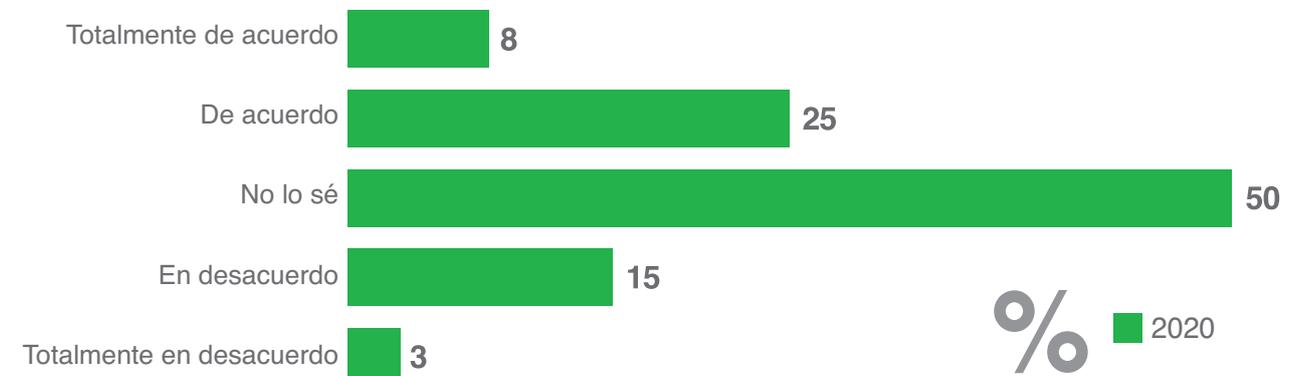


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

El 73% de los conductores españoles encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación de que el uso masivo de coches híbridos en los centros urbanos reducirá notablemente la contaminación.

Si segmentamos por edad, observamos que los conductores más jóvenes están por debajo de la media con un 59% de menciones.

### Requiere menos mantenimiento que un vehículo térmico (gasolina o diésel)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

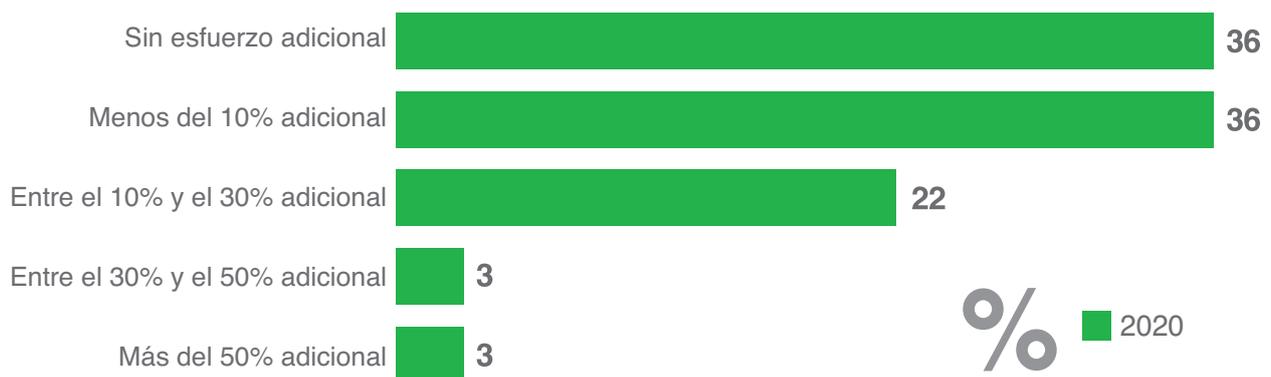
## El consumidor del sector auto en España

En lo que respecta al mantenimiento que requieren este tipo de vehículos, los conductores españoles no parecen tenerlo muy claro ya que el 50% de ellos dicen no saber si los coches híbridos requieren menos mantenimiento que un coche térmico. Los más jóvenes son los que más desconocen el tema con un 59% de menciones, 9 puntos por encima de la media.

El 33% manifiesta estar de acuerdo o totalmente de acuerdo en esta afirmación, siendo los más rotundos aquellos conductores con edades entre los 25 y 34 años con un 40% de menciones.

### ¿Cuál es el máximo esfuerzo financiero que estarías dispuesto a realizar para comprar un vehículo híbrido en lugar de uno gasolina o diésel?

(% Respuesta única)

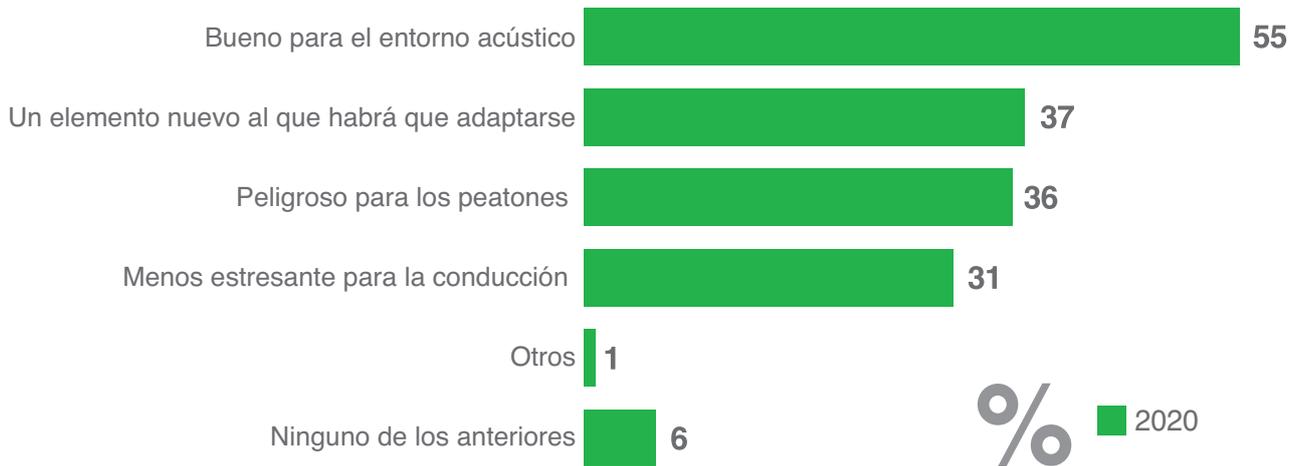


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

El esfuerzo financiero adicional que los conductores españoles estarían dispuestos a realizar por adquirir un vehículo híbrido es para el 36% de los encuestados menos del 10% e incluso ninguno para el 36% también.

El 22% sin embargo estaría dispuesto a realizar un esfuerzo financiero adicional de entre el 10% y el 30%, siendo los más jóvenes entre los 18 y 24 años los que más dispuestos estarían con un 29% de menciones.

## ¿Crees que silencio del vehículo híbrido será...? (% Respuesta múltiple)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

Una de las características de los coches con energías alternativas es que son más silenciosos. Hemos preguntado a los conductores españoles por su opinión al respecto y un 55% lo considera bueno para el entorno acústico.

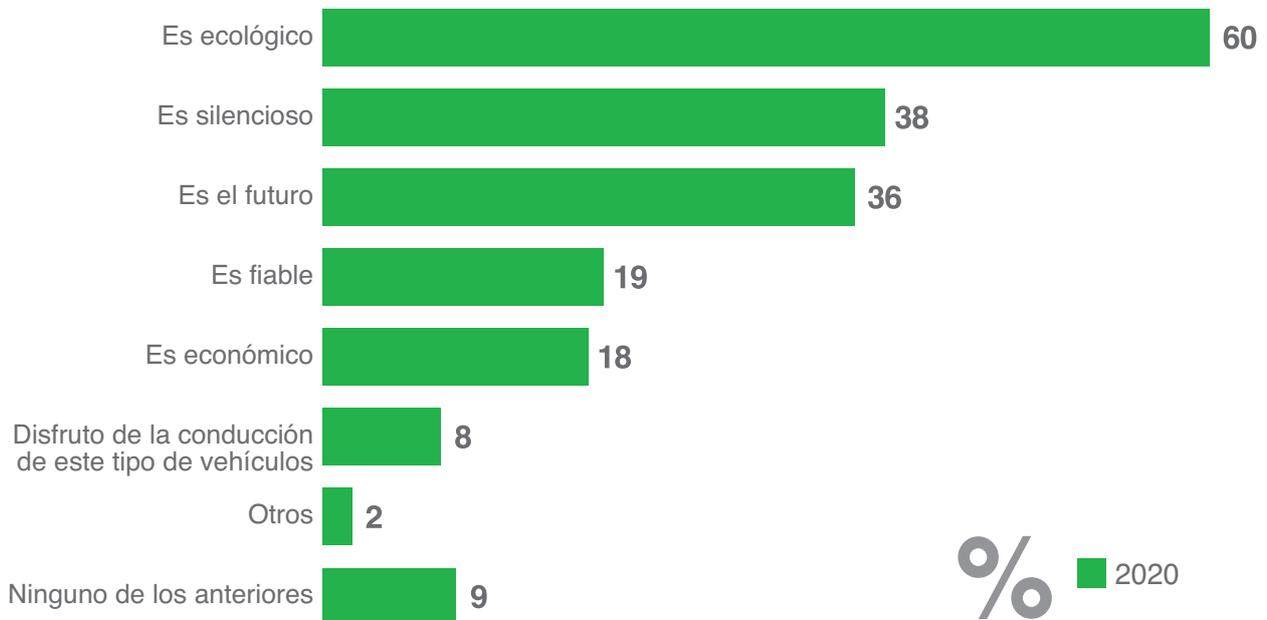
Por otro lado un 37% manifiesta que es un elemento

nuevo al que habrá que adaptarse, destacando en este sentido los conductores mayores de 45 años con un 42% de menciones. Un 36% opina incluso que es peligroso para los peatones.

Un 31% cree que es menos estresante a la hora de conducir.

# El consumidor del sector auto en España

## Las ventajas del vehículo híbrido: (% Respuesta múltiple)



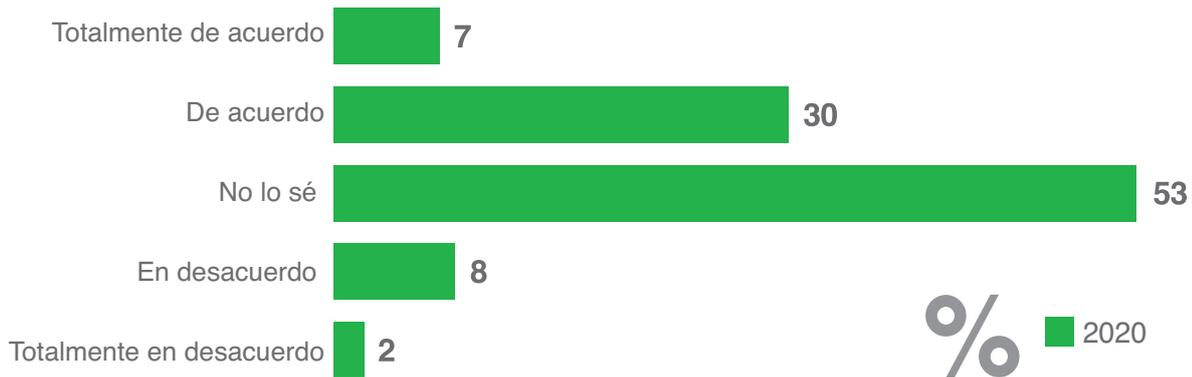
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

La mayoría de los conductores españoles opinan que la principal ventaja de los vehículos híbridos es que son ecológicos. Le sigue la característica de que son silenciosos, manifestada por un 38% de ellos,

En tercer lugar encontramos el hecho de considerar que son el futuro manifestada por el 36%, siendo los más jóvenes entre 18 y 24 años lo que lo tienen más claro con un 45% de menciones (9 puntos por encima de la media).

## El vehículo híbrido reforzará la vinculación del usuario a la marca

(% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

Por último, hemos preguntado si creen que el vehículo híbrido reforzará la vinculación del usuario con la marca y aunque la mayoría no lo tiene claro (53%), hay que destacar que el 37% está de acuerdo o totalmente de

acuerdo con esta afirmación, siendo los conductores con edades entre los 25 y 34 años los que más convencidos están con un 46% de menciones.

# ELÉCTRICOS

### ¿Cuál/es son los motivos por los que NO comprarías un vehículo 100% eléctrico? (% Respuesta múltiple)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

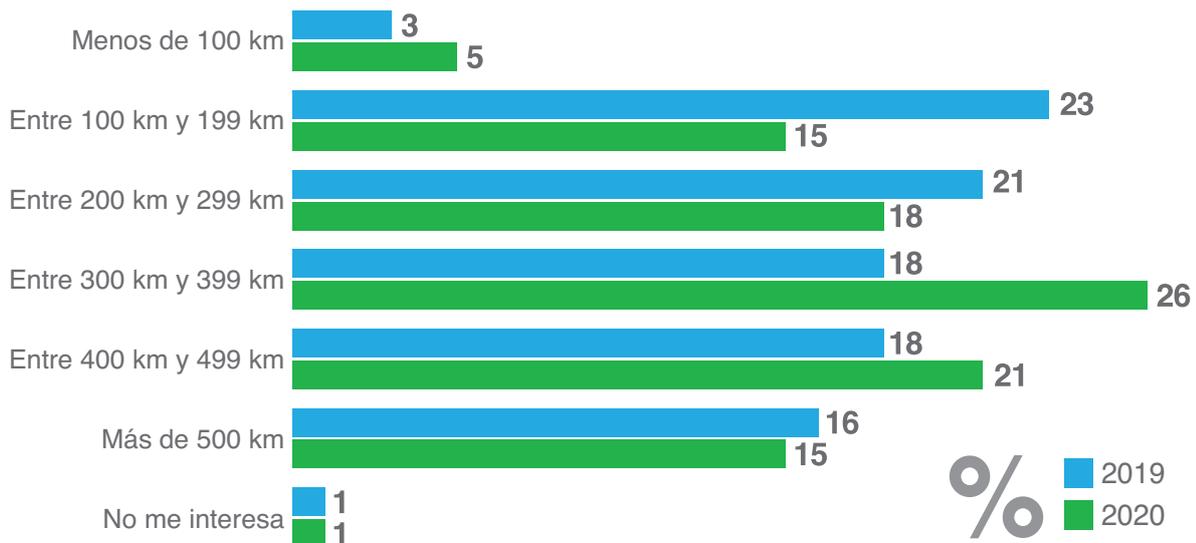
El principal motivo por el que los conductores españoles no comprarían un coche eléctrico es que lo consideran demasiado caro, así lo manifiestan el 66% de los encuestados, 8 puntos porcentuales más que en 2019.

Le siguen aquellos que piensan que la autonomía no es suficiente con un 56% de menciones y un descenso de 3 puntos respecto al año anterior. Si segmentamos por edades se observan diferenciaciones claras entre los conductores más jóvenes entre los 18 y 24 años que con

un 28% de menciones se sitúan 28 puntos porcentuales por debajo de la media, y aquellos mayores de 45 años que por el contrario destacan por encima (65% vs 56% media).

Otros aspectos como la falta de infraestructuras para la recarga y el tiempo necesario para la misma son también muy mencionados por los encuestados (41% y 32% respectivamente), aunque mostrando descensos respecto a 2019.

**Si tuviese intención de comprar un coche eléctrico, ¿A partir de qué nivel de autonomía estarías dispuesto a comprar un vehículo 100% eléctrico?**  
(% Respuesta única)



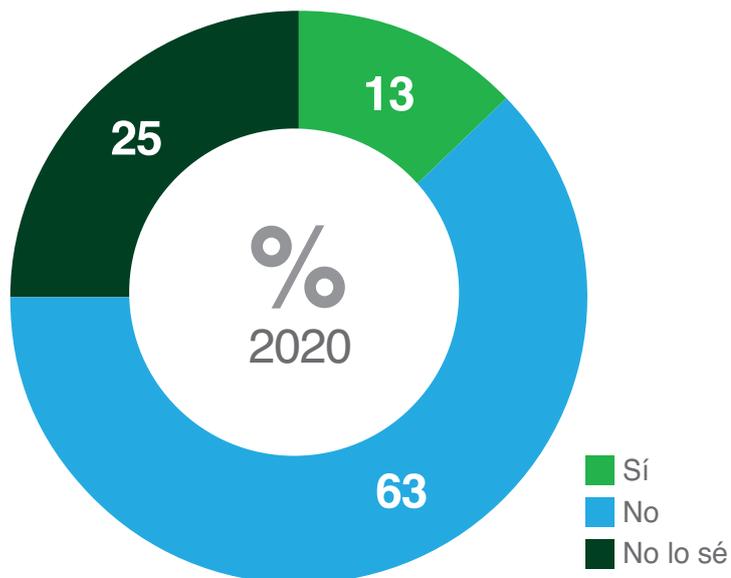
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

Entre aquellos que han declarado plantearse la opción de comprar un coche eléctrico, el 26% estaría dispuesto a hacerlo si el nivel de autonomía está entre los 300 y 399km (8 puntos más que en 2019). Le siguen el 21% que lo compraría si la autonomía estuviese entre los 400 y 499km (3 puntos más que en 2019).

Es importante señalar que en general se observa una mayor exigencia por parte de los conductores ya que disminuye el porcentaje de aquellos que estarían dispuestos a comprar un coche eléctrico de menos de 300Km.

## El consumidor del sector auto en España

¿Dirías que las estaciones de carga públicas para vehículos eléctricos están ubicadas correctamente? (% Respuesta única)

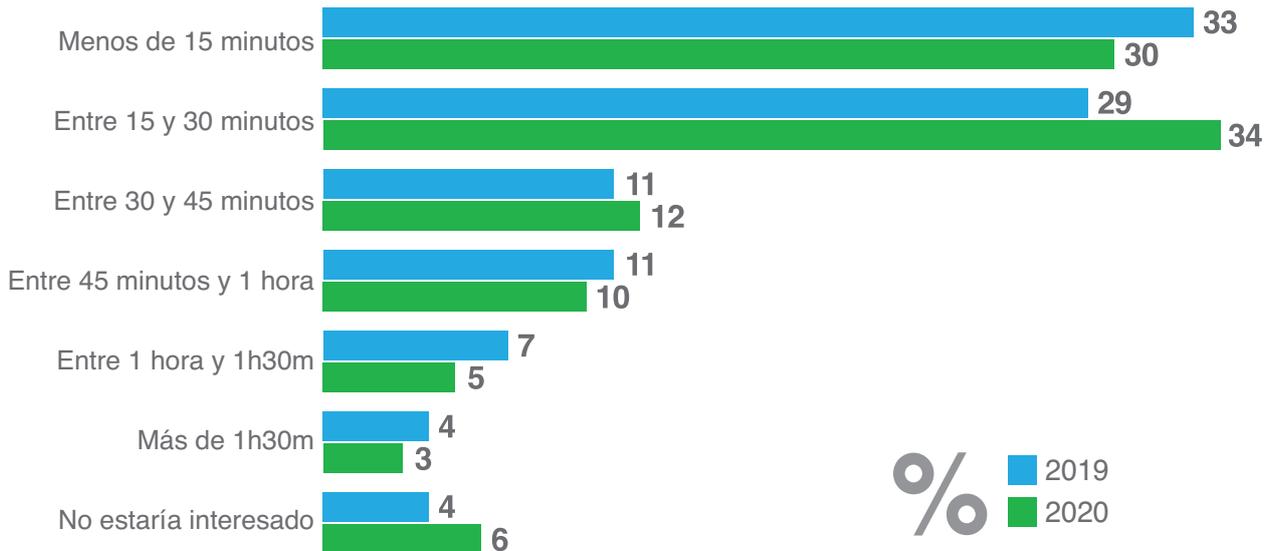


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

El 63% de los conductores encuestados manifiesta que las estaciones de cargas públicas para vehículos eléctricos no están ubicadas correctamente. Sólo el 13%

piensa que sí, siendo los conductores entre 25 y 34 años los que destacan por encima de la media con un 19% de menciones.

**¿Cuál sería el tiempo de carga óptimo de la batería en un puesto de carga de carretera para que estés interesado/a en un vehículo eléctrico?**  
 (% Respuesta única)



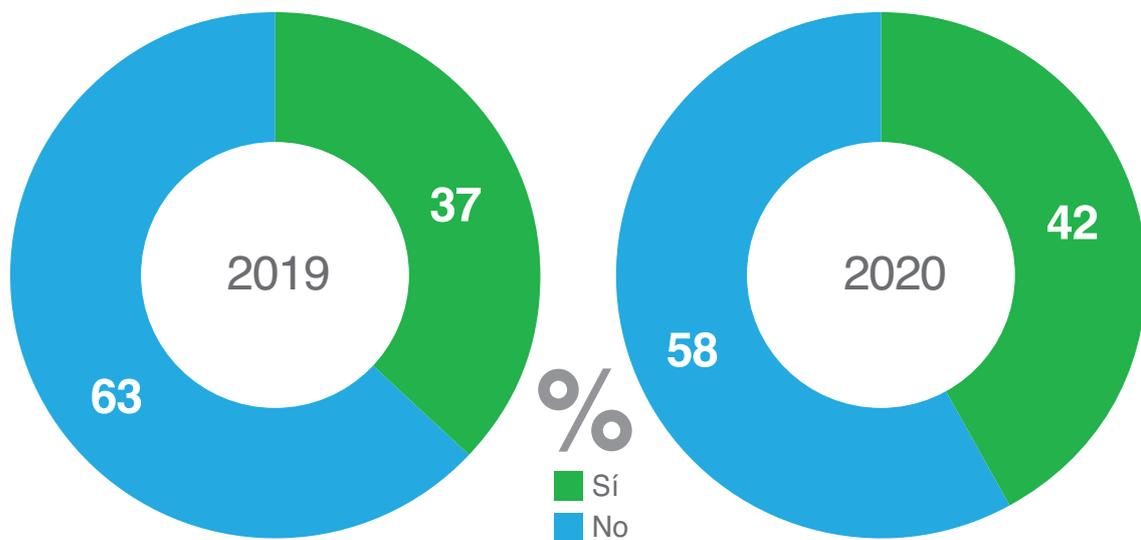
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
 Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

Al igual que el año anterior los porcentajes más elevados se encuentran entre aquellos que solo estarían dispuestos a comprar un coche eléctrico si el tiempo de recarga

fuese inferior a 30 minutos. El 34% optaría a comprarlo con un tiempo de recarga entre 15 y 30m (29% en 2019) y el 30% si fuese menos de 15m (33% en 2019).

## El consumidor del sector auto en España

**¿Conoces la existencia de incentivos para la compra de un vehículo eléctrico? Por ejemplo: prima para renovar vehículos antiguos, bonificaciones fiscales u otras medidas no financieras, como estacionamiento gratuito, acceso a circulaciones reservadas...**  
(% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

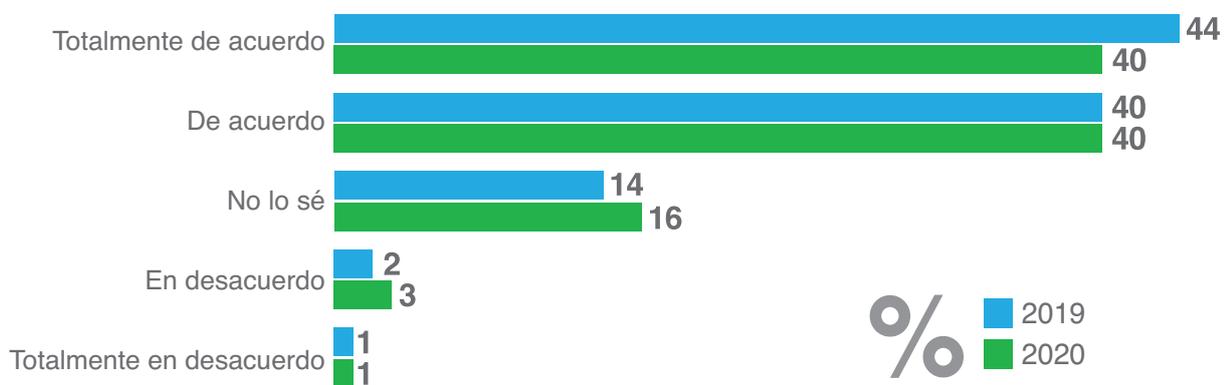
Aunque la mayor parte de los encuestados declara no conocer la existencia de incentivos para la compra de coches eléctricos (58%), se observa un descenso de 5

puntos respecto a 2019, aumentando aquellos que manifiesta ser conocedor (42% vs 37% en 2019).

**¿Hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?**

(Totalmente de acuerdo, de acuerdo, no lo sé, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo)

**El uso masivo de vehículos eléctricos en áreas urbanas densas reducirá significativamente la contaminación (partículas finas, óxidos de nitrógeno...)**

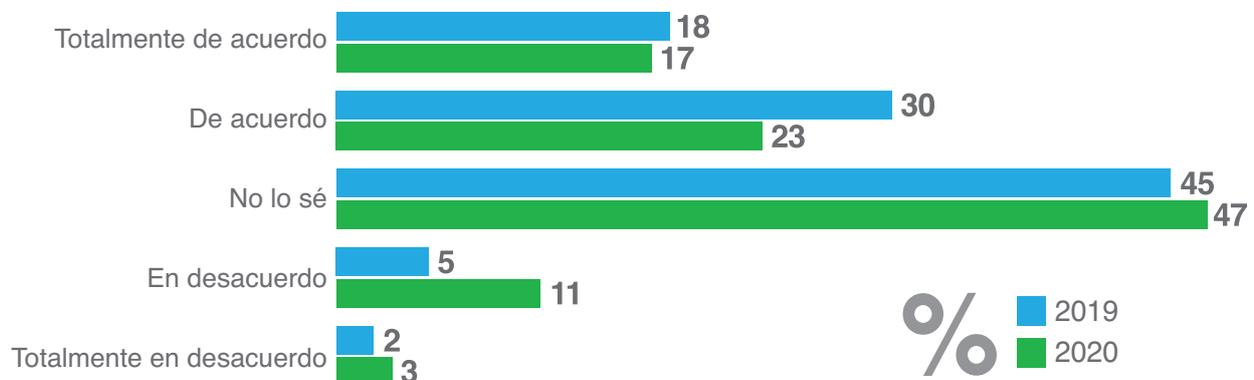


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

Ante la afirmación de que el uso de vehículos eléctricos en áreas urbanas reducirá significativamente la contaminación, los conductores españoles lo tiene claro, el

80% de ellos está de acuerdo o totalmente de acuerdo con dicha afirmación.

**Requiere menos mantenimiento que un vehículo térmico (gasolina o diésel)**



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

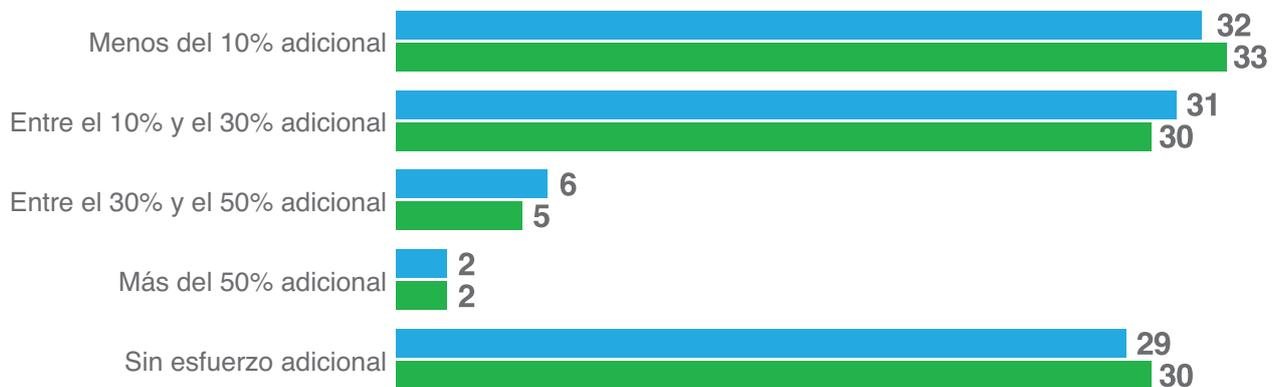
## El consumidor del sector auto en España

Sin embargo a la hora de opinar sobre el mantenimiento de los coches eléctricos no lo tienen tan claro, el 47% declara no saber si requieren menos mantenimiento que los coches de combustión tradicional.

Aunque el porcentaje de los que están de acuerdo con que el mantenimiento es menor en este tipo de coches es superior al de aquellos que opinan que no, hay que señalar que se observa un descenso respecto al año anterior en aquellos que están de acuerdo (40% vs 48%) y un incremento en aquellos que no lo están (14% vs 7%).

### ¿Cuál es el máximo esfuerzo financiero que estarías dispuesto a realizar para comprar un vehículo eléctrico en lugar de un gasolina o diésel)?

(% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

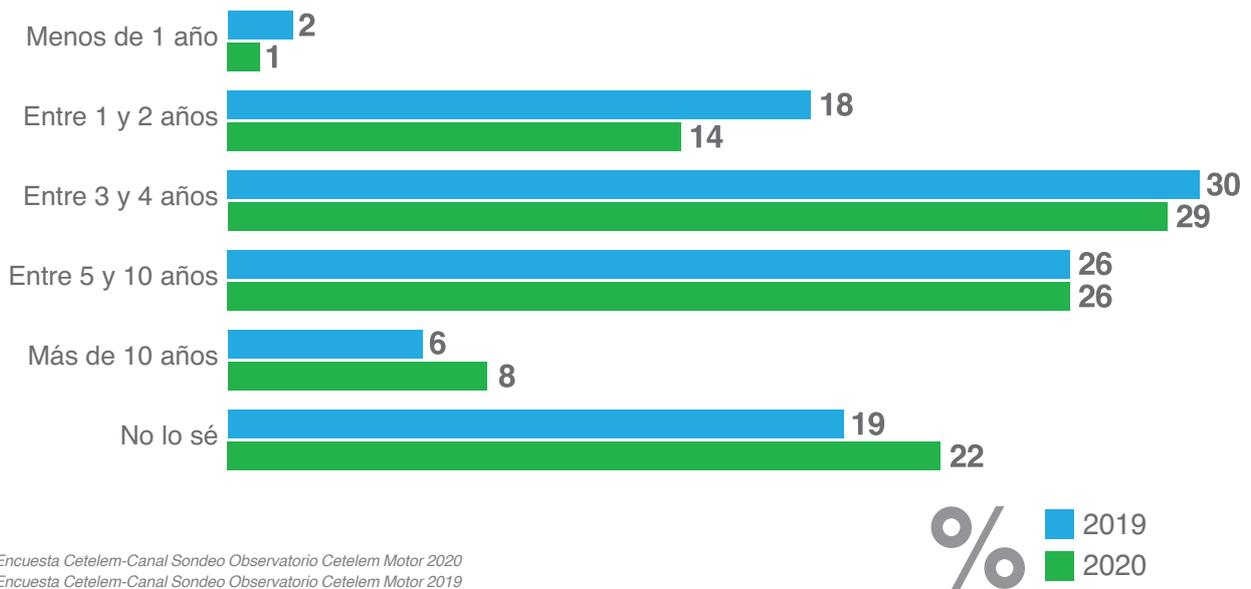


A diferencia de los otros vehículos con energías alternativas a la combustión tradicional en los que destacaban claramente aquellos que no harían ningún esfuerzo adicional para su compra, en el caso de los coches eléctricos encontramos porcentajes más igualados. El 33% declara estar dispuesto a realizar un esfuerzo financiero adicional de menos del 10%, siendo los conductores con edades entre los 35 y 44 años los que destacan por

encima de la media con un 38% de menciones.

Encontramos un empate entre aquellos que no estaría dispuesto a realizar ningún esfuerzo adicional y aquellos que por el contrario se plantearían realizar un gasto adicional de entre el 10 y el 30% (30% de menciones en ambos casos).

**En tu opinión, ¿cuál es la vida útil de una batería?** (% Respuesta única)

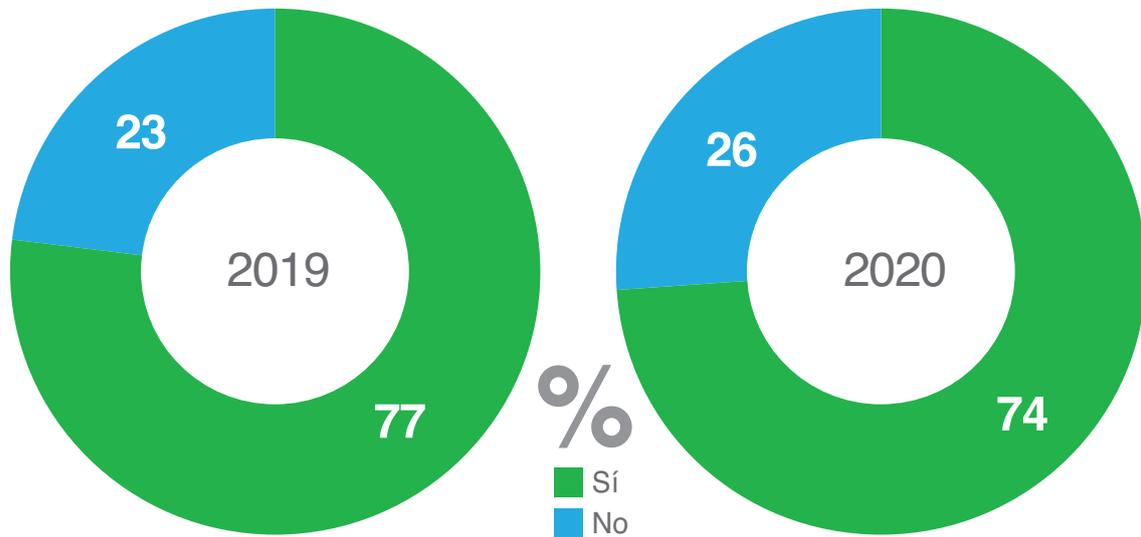


El 29% de conductores encuestados opina que la vida útil de una batería de un coche eléctrico es de entre 3 y 4 años. Le sigue el 26% que es más optimista y piensa que su duración oscila entre los 5 y 10 años.

Es importante señalar que el 22% manifiesta desconocer cuál es la vida útil de una batería, aumentando 3 puntos respecto a 2019.

# El consumidor del sector auto en España

¿Crees en el futuro del vehículo eléctrico? (% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

El 74% de encuestados confía en que el coche eléctrico es el futuro, siendo los más jóvenes entre 18 y 24 años los que lo tienen más claro con un 78% de menciones.

## ¿Crees que el silencio del vehículo eléctrico será...?

(Totalmente de acuerdo, de acuerdo, no lo sé, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo)



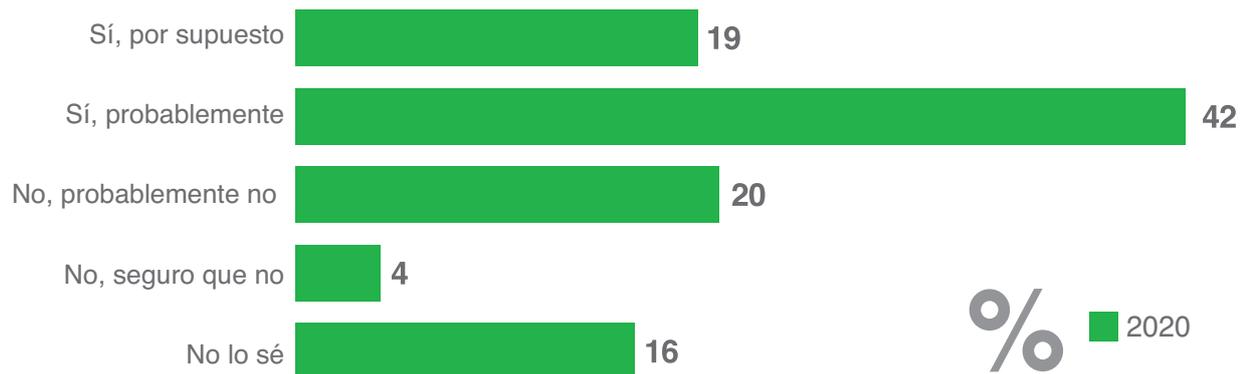
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

El silencio del vehículo eléctrico es considerado por el 56% de conductores españoles bueno para el entorno

acústico. Aunque el 42% opina que puede ser algo peligroso para los peatones.

## El consumidor del sector auto en España

**¿Crees que el vehículo eléctrico permite reducir los costes de utilización (es decir, mantenimiento, consumo...) en comparación con su homólogo térmico? (% Respuesta única)**



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

Los españoles lo tienen claro, los costes de utilización del coche eléctrico son menores que los de los coches

diésel o gasolina. El 61% de los encuestados opina positivamente en este sentido.

## Las ventajas del vehículo eléctrico

(Totalmente de acuerdo, de acuerdo, no lo sé, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

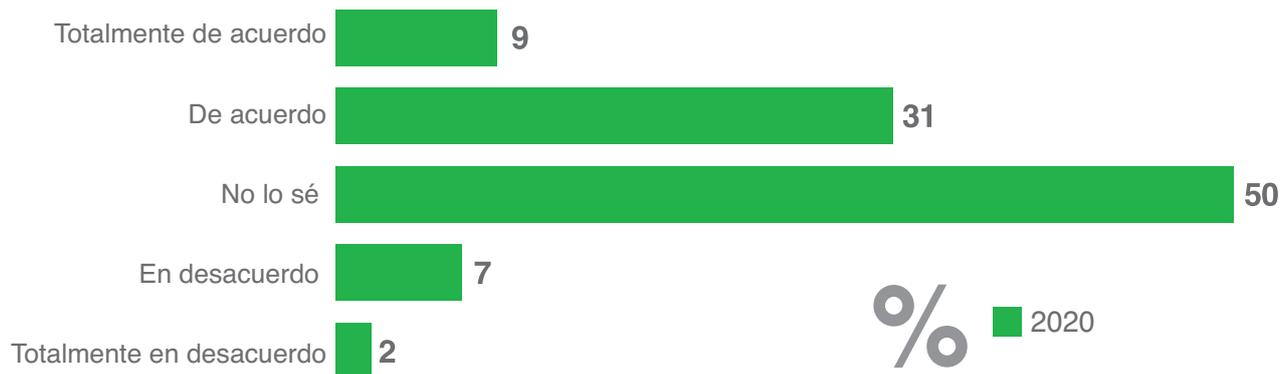
El 74% de conductores encuestados opina que la principal ventaja de los coches eléctricos es que son ecológicos.

Le sigue el 54% que dice que son económicos y el 44% que los consideran el futuro.

# El consumidor del sector auto en España

## El vehículo eléctrico reforzará la vinculación del usuario a la marca

(% Respuesta única)



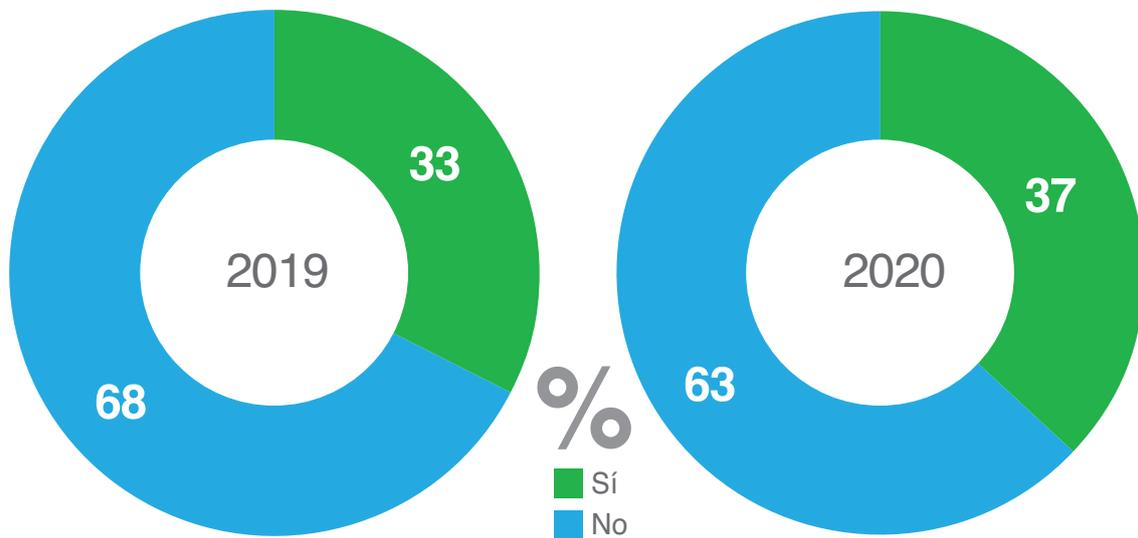
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

En lo que respecta a la vinculación a la marca, el 50% de los encuestados declara no saber si el vehículo eléc-

trico reforzará la vinculación del usuario a la marca. Pero hay que destacar que el 40% si lo tiene claro.

# PILA DE HIDRÓGENO

¿Conoces la pila de hidrógeno? (% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

El 37% de los conductores encuestados afirman conocer los coches de pila de hidrógeno. Aunque la mayoría

no se plantea por el momento comprar un vehículo de estas características.

# El consumidor del sector auto en España

## ¿Cuál/es son los motivos por los que no comprarías un vehículo de hidrógeno? (% Respuesta múltiple)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

El motivo principal por el que los españoles no comprarían un vehículo de hidrógeno es la falta de confianza, así lo manifiestan el 38% de los encuestados, destacando por encima de la media los conductores entre los 35 y 44 años con un 43% de menciones.

El siguiente motivo más mencionado (30%) es que lo consideran demasiado caro, siendo los conductores más jóvenes entre 18 y 24 años los que se sitúan por encima

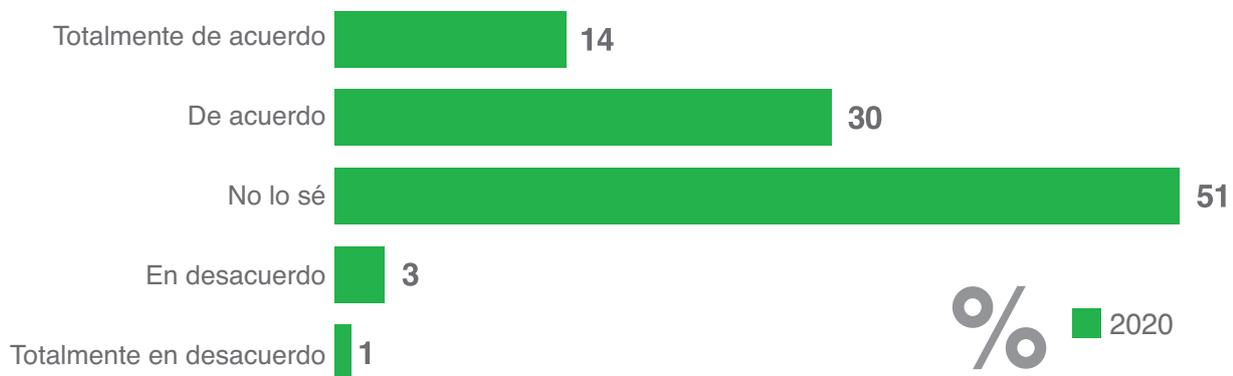
de la media con un 34%.

El hecho de que no exista una oferta con modelos suficientes para poder comparar es el tercer inconveniente más nombrado por los encuestados, así lo declaran un 24% de ellos. En este sentido son los conductores varones de más de 45 años los que destacan por encima de la media.

**¿Hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?**

(Totalmente de acuerdo, de acuerdo, no lo sé, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo)

**El uso masivo de vehículos de hidrógeno en áreas urbanas densas reducirá significativamente la contaminación (partículas finas, óxidos de nitrógeno...).**

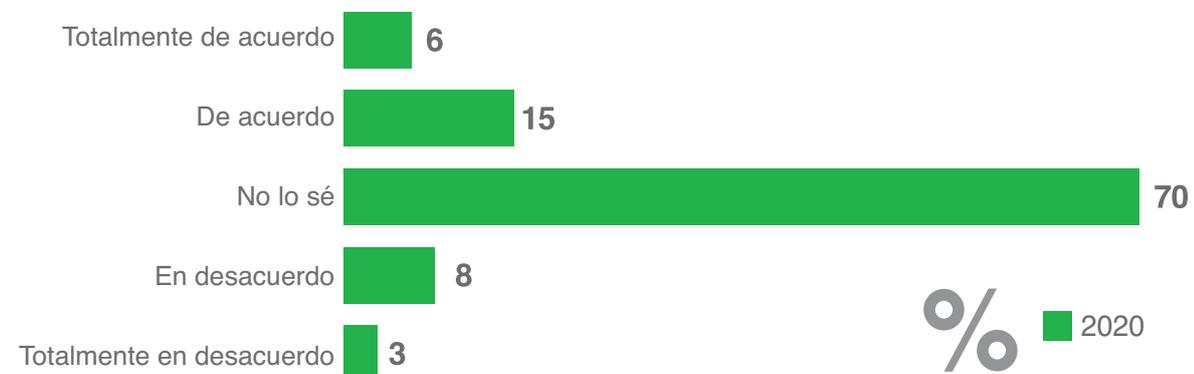


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

El 44% de los conductores españoles encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación de que el uso masivo de coches de hidrógeno en los centros urbanos reducirá notablemente la contamina-

ción. Los hombres destacan 10 puntos porcentuales por encima de la media en estar de acuerdo con esta afirmación.

**Requiere menos mantenimiento que un vehículo térmico (gasolina o diésel)**



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

## El consumidor del sector auto en España

El 54% de los conductores españoles no estaría dispuesto a realizar ningún esfuerzo financiero adicional para comprar un coche de hidrógeno.

El 27% estaría dispuesto a realizar un esfuerzo financiero adicional de menos de un 10%, siendo los más jóvenes entre los 18 y 24 años los que más dispuestos estarían con un 39% de menciones.

### ¿Crees que silencio del vehículo de hidrógeno será...?

(Totalmente de acuerdo, de acuerdo, no lo sé, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

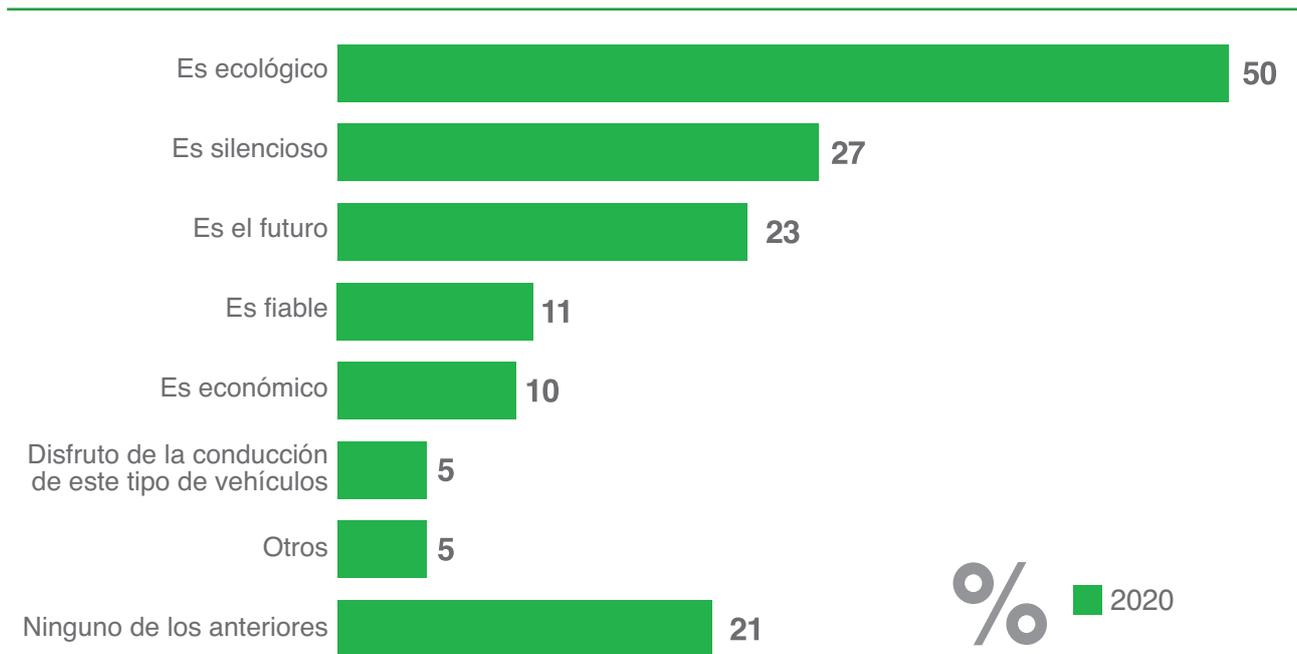
Una de las características de los coches con energías alternativas es que son más silenciosos. Hemos preguntado a los conductores españoles por su opinión en lo que se refiere a los coches de hidrógeno y un 41% lo considera bueno para el entorno acústico.

Un 36% manifiesta que el silencio es un elemento nuevo al que habrá que adaptarse, destacando en este sentido los conductores mayores de 45 años con un 40% de menciones.

Por otro lado un 25% opina que el que sean más silencioso es peligroso para los peatones.

## Las ventajas del vehículo de pila de hidrógeno:

(Totalmente de acuerdo, de acuerdo, no lo sé, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

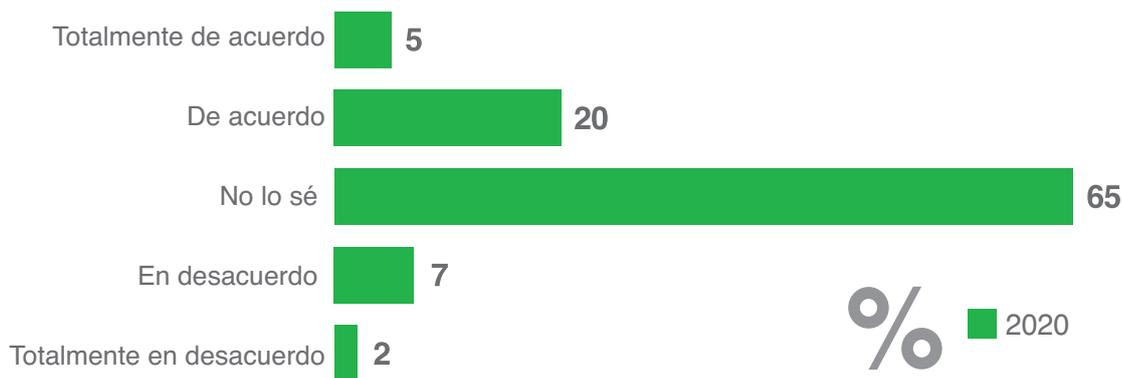
La mayor parte de los conductores españoles encuestados (50%) opinan que la principal ventaja de los vehículos de hidrógeno es que son ecológicos. Es importante señalar que si segmentamos por edades, aquellos conductores más jóvenes con edades entre los 18 y 24 años se sitúan muy por debajo de la media. Sólo el 28% de ellos considera que son ecológicos (22 puntos porcen-

tuales por debajo de la media)

Le sigue la característica de que son silenciosos, manifestada por un 27% de encuestados y en tercer lugar encontramos el hecho de considerar que son el futuro manifestada por el 23%.

# El consumidor del sector auto en España

## El vehículo de hidrógeno reforzará la vinculación del usuario a la marca (% Respuesta única)



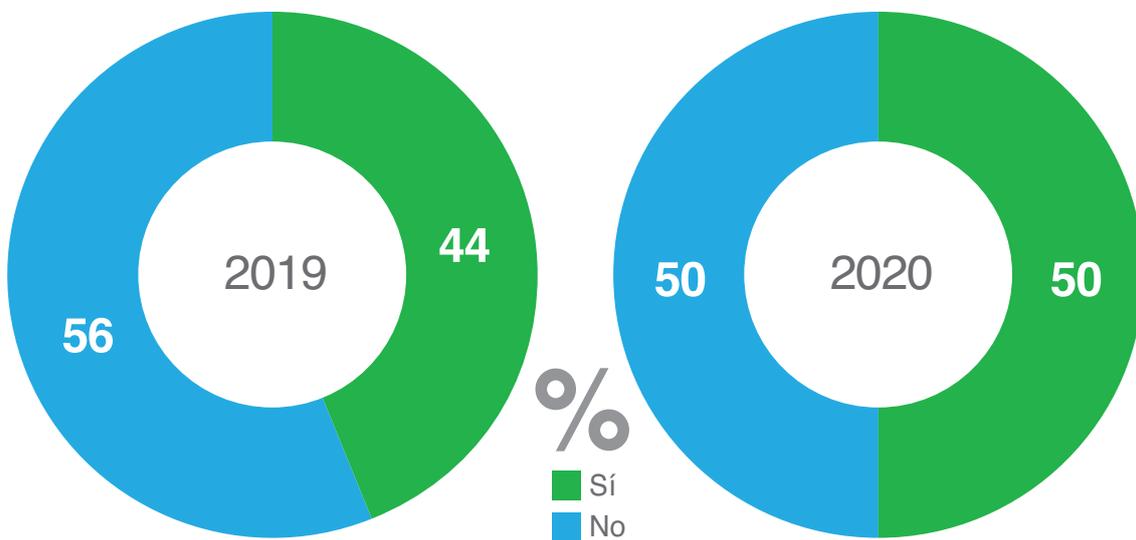
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

Por último, hemos preguntado si creen que el vehículo de hidrógeno reforzará la vinculación del usuario con la marca y la mayoría no lo tiene claro (65%), siendo los más jóvenes entre 18 y 24 años los que más dudas tienen (71%).

El 25% de los encuestados lo tiene más claro y manifiesta estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con el hecho de que este tipo de vehículos reforzará la vinculación a la marca, siendo los conductores entre 25 y 34 años los que destacan por encima de la media con un 32% de menciones.

# GLP: GAS LICUADO

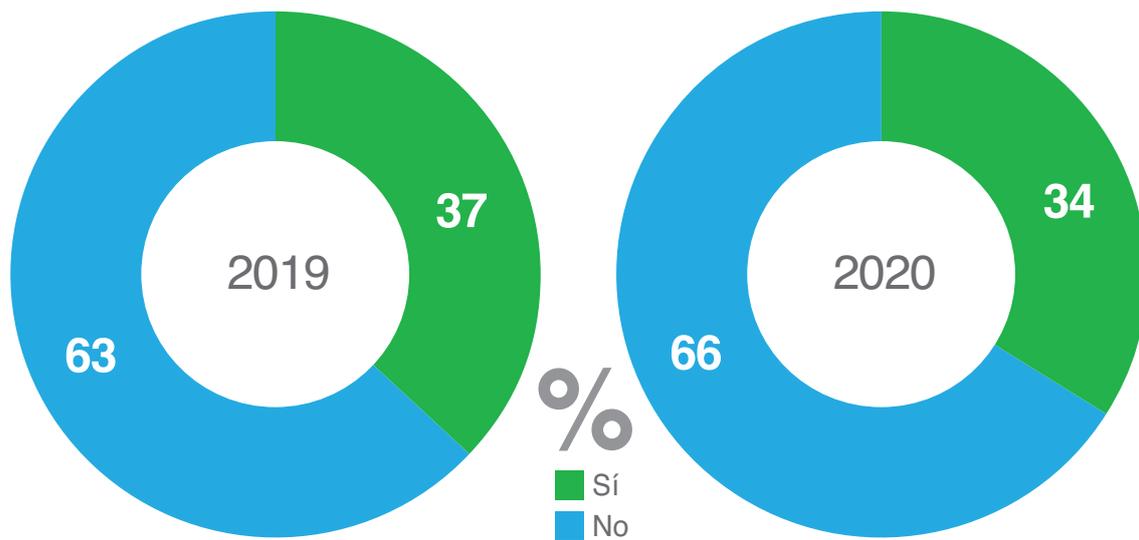
¿Conoces el GLP (gas licuado del petróleo)? (% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

## ¿Instalarías GLP (gas licuado del petróleo) en tu vehículo?

(% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019

El 50% de los conductores encuestados afirman conocer lo que es el GLP (gas licuado de petróleo) con un incremento de cuatro puntos porcentuales respecto al año anterior. Destacan por encima de la media los conductores varones mayores de 45 años.

Sin embargo se observa un descenso en el porcentaje de aquellos que estarían dispuestos a instalar GLP en su vehículo con un 34% de menciones frente al 37% del 2019, siendo aquellos con edades comprendidas entre los 25 y 34 años los que destacan por encima de la media con un 40% de menciones.

## El consumidor del sector auto en España

### ¿Cuál/es son los motivos por los que no comprarías un vehículo de GLP? (% Respuesta múltiple)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

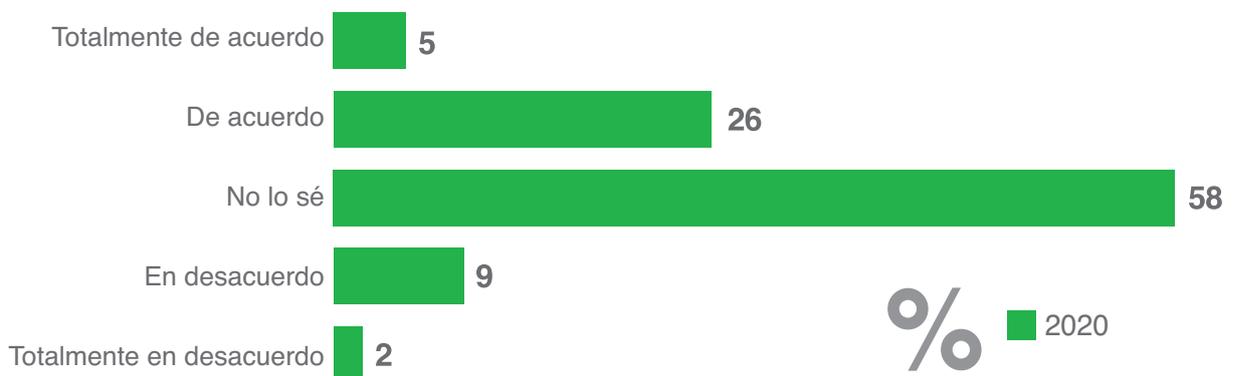
Los principales motivos por los que los conductores españoles no comprarían un vehículo de gas son principalmente la falta de confianza (39%) y la preferencia por un vehículo híbrido (25%).

Otro de los motivos importantes es el precio, ya que un 19% lo considera elevado, destacando los conductores más jóvenes entre los 18 y 24 años los que destacan por encima de la media con un 28% de menciones.

## ¿Hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

(Totalmente de acuerdo, de acuerdo, no lo sé, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo)

### El uso masivo de vehículos de GLP en áreas urbanas densas reducirá significativamente la contaminación (partículas finas, óxidos de nitrógeno...).

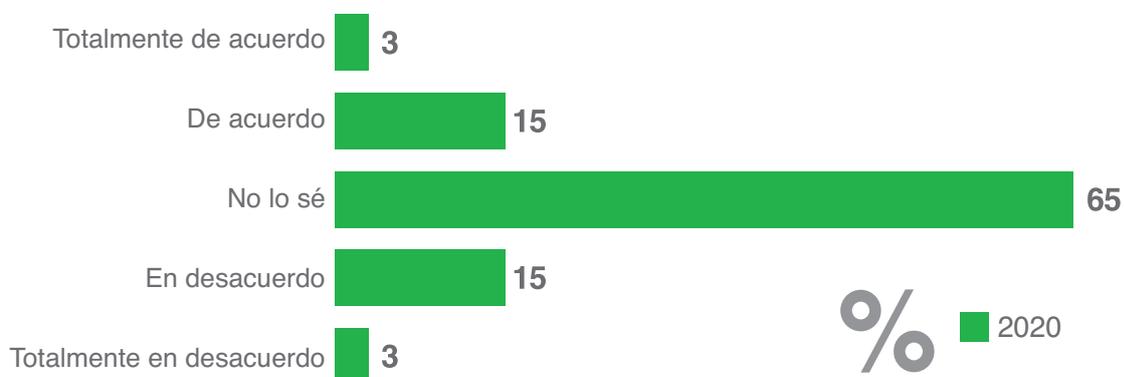


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

Más de la mitad de los conductores españoles encuestados muestra un desconocimiento acerca de si el uso de coches GLP en centros urbanos reducirían la contaminación significativamente, ya que el 58% declara no

saberlo. Pero el 31% parece tenerlo más claro y declara estar totalmente de acuerdo o de acuerdo con esta afirmación.

### Requiere menos mantenimiento que un vehículo térmico (gasolina o diésel)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

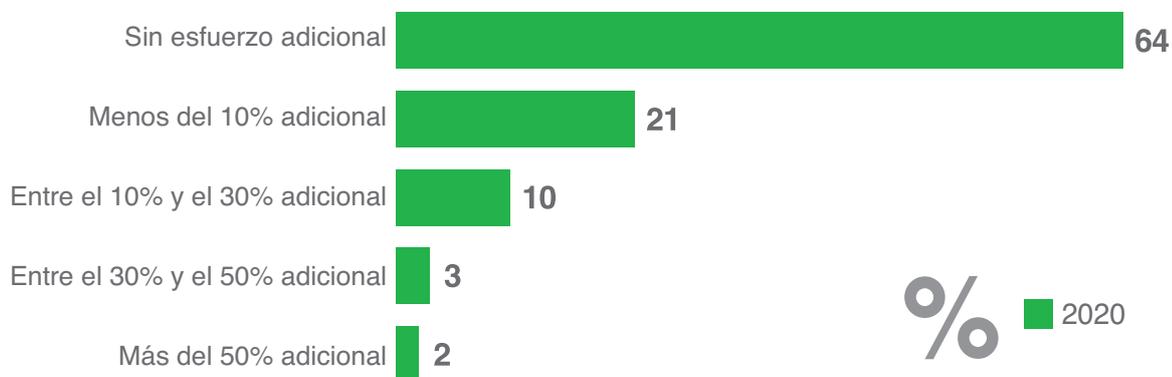
## El consumidor del sector auto en España

Respecto al mantenimiento que requieren este tipo de vehículos respecto a los térmicos vuelven a destacar aquellos que declaran no tenerlo claro, ya que un 65% de ellos declara no saber si los vehículos GLP necesitan menos mantenimiento que los gasolina o diésel.

Entre aquellos que declaran estar totalmente de acuerdo o de acuerdo (18%) destacan los conductores con edades 25 y 34 años con un 25% de menciones.

### ¿Cuál es el máximo esfuerzo financiero que estarías dispuesto a realizar para comprar un vehículo de GLP en lugar de uno gasolina o diésel?

(% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

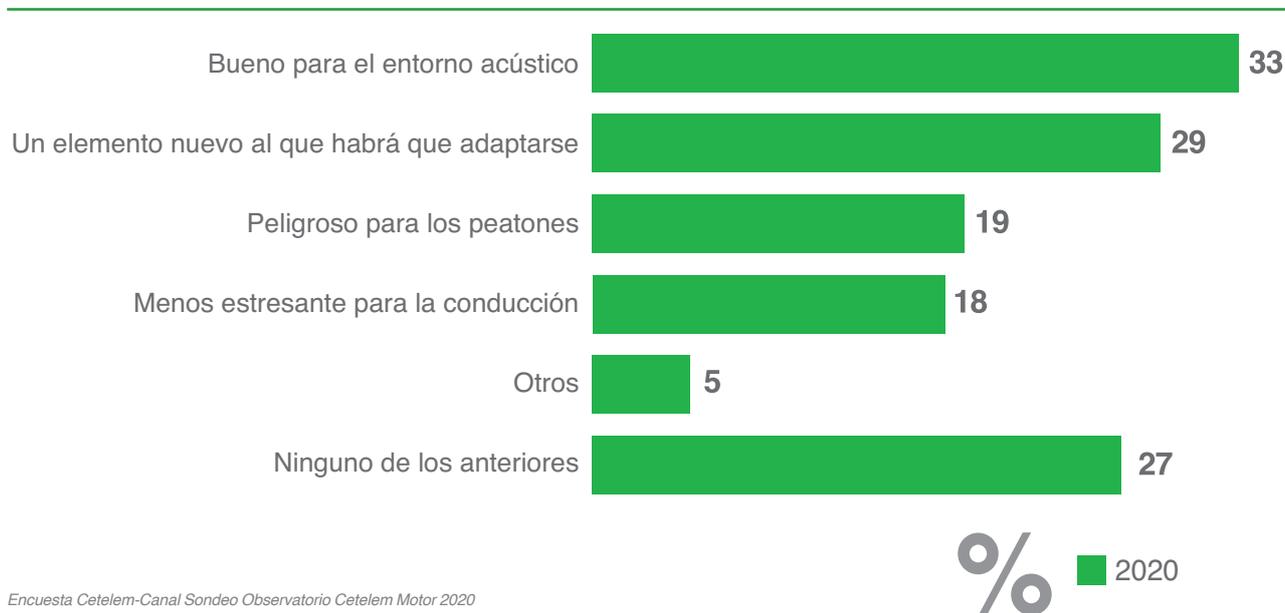
El 64% de los conductores españoles no realizaría ningún esfuerzo financiero adicional para adquirir un vehículo GLP.

El 21% declara que estaría dispuesto a realizar un esfuerzo pero de menos del 10% siendo los más jóvenes

entre 18 y 24 años los más dispuestos con un 29% de menciones.

Sólo el 10% de encuestados realizaría un gasto adicional de entre el 10% y el 30%.

## ¿Crees que silencio del vehículo de GLP será...? (% Respuesta múltiple)

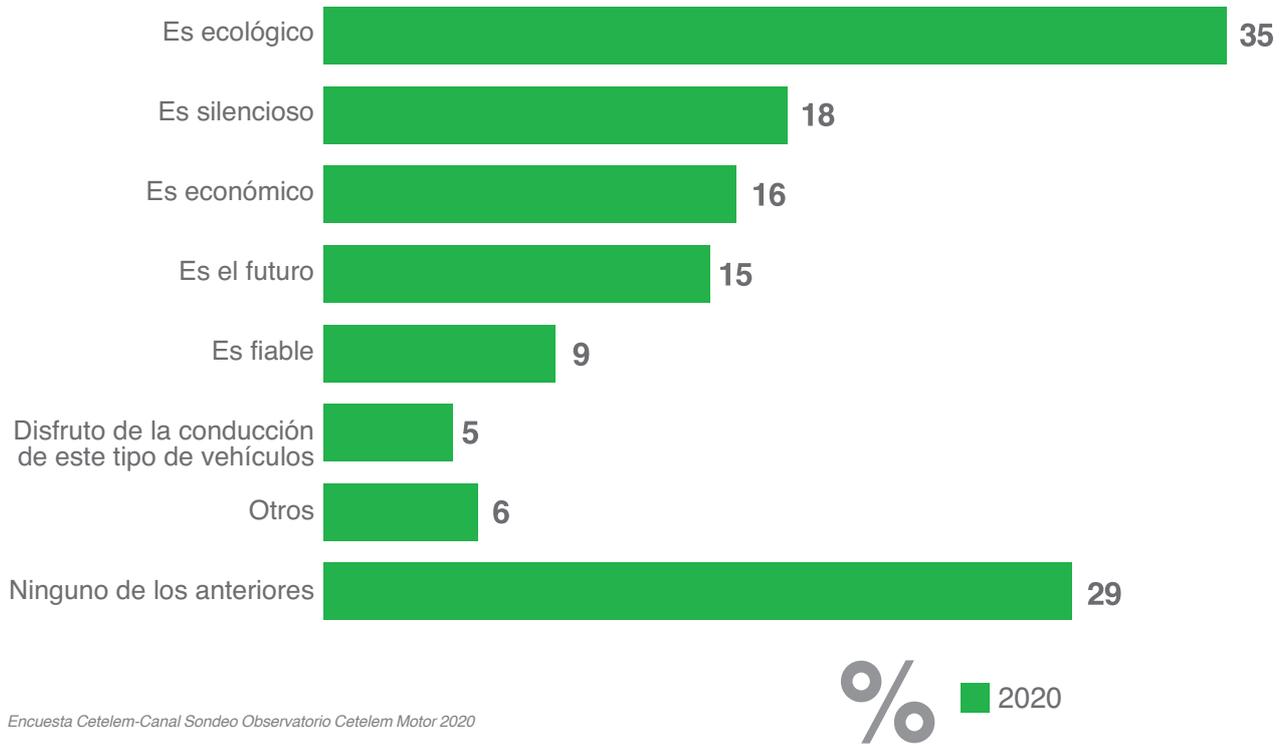


Una de las características de los coches con energías alternativas es que son más silenciosos. Hemos preguntado a los conductores españoles por su opinión

al respecto y en el caso del GLP un 33% lo considera bueno para el entorno acústico y un 29% un nuevo elemento al que habrá que adaptarse.

# El consumidor del sector auto en España

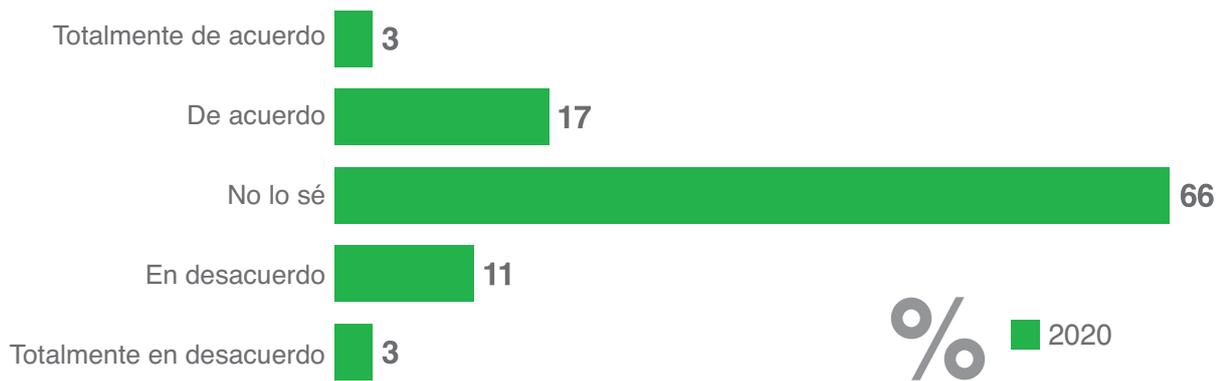
## Las ventajas del vehículo de GLP: (% Respuesta múltiple)



Un 35% de encuestados opina que la principal ventaja de los vehículos GLP es que son ecológicos. En este sentido los conductores más jóvenes entre 18 y 24 años

son los que menos de acuerdo están con esta afirmación ya que sólo el 24% de ellos está de acuerdo (9 puntos porcentuales por debajo de la media).

## El vehículo de GLP reforzará la vinculación del usuario a la marca (% Respuesta única)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

Por último, hemos preguntado si creen que el vehículo GLP reforzará la vinculación del usuario con la marca y la mayoría no lo tiene claro (66%). Sólo el 20% tiene lo

tiene claro, destacando por encima de la media en 8 puntos porcentuales los conductores entre 25 y 34 años con un 28% de menciones.

## El consumidor del sector auto en España



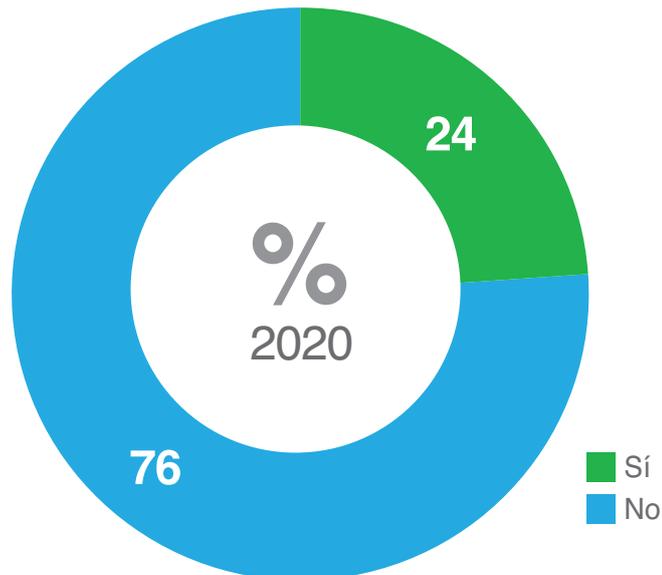
# NUEVAS FORMAS DE MOVILIDAD: CARSHARING, CARPOOLING O SERVICIO DE SUSCRIPCIÓN

Para finalizar el estudio abordamos a continuación las nuevas formas de movilidad como el Carsharing, Car-

pooling o servicios de suscripción, las cuales han evolucionado mucho en los últimos años.

## El consumidor del sector auto en España

**¿Has utilizado en los últimos 12 meses algún servicio de Carsharing, Carpooling o servicio de suscripción (BlaBlaCar, Car2go, e-mov, Cabify, Uber, etc.)? (% Respuesta única)**

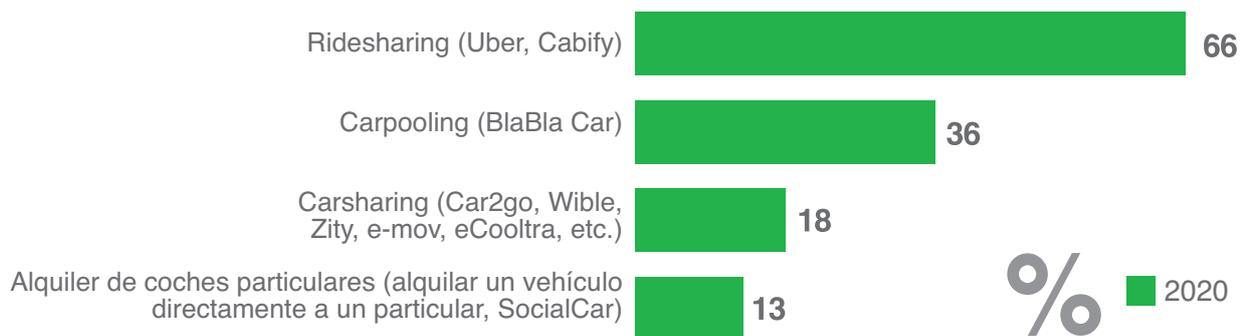


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

El 24% de los conductores encuestados afirma haber utilizado alguno de estos servicios en los últimos 12 meses, destacando en general aquellos más jóvenes

entre los 18 y 24 años con un 38% de menciones (14 puntos por encima de la media). A continuación veremos con más detalle el tipo de servicio utilizado.

## Has respondido que has utilizado este tipo de servicios, ¿Cuál de ellos? (% Respuesta múltiple)



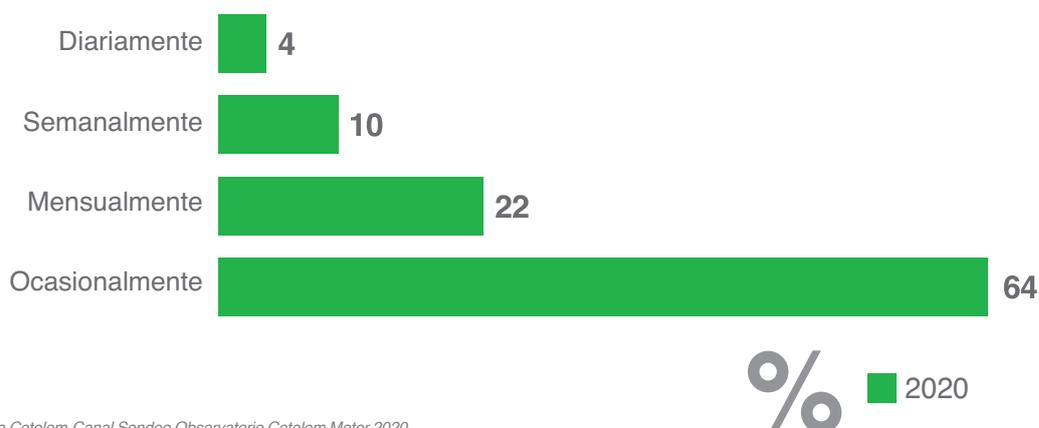
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

Entre el 24% de los conductores que afirman haber utilizado alguno de los diferentes servicios por los que hemos preguntado, la mayoría ha usado servicios de suscripción con vehículos con conductor privado (66%), destacando por encima de la media aquellos conductores con edades entre los 35 y 44 años con un 72% de menciones.

Le sigue el carpooling con un 36% de menciones donde destacan claramente los usuarios más jóvenes (entre 18 y 24 años) con un 55% de menciones.

En lo que respecta al carsharing un 18% de los encuestados afirma haberlo utilizado, siendo los mayores de 45 años los más asiduos con un 22% de respuestas.

## ¿Con que frecuencia usas este tipo de servicios? (% Respuesta única)



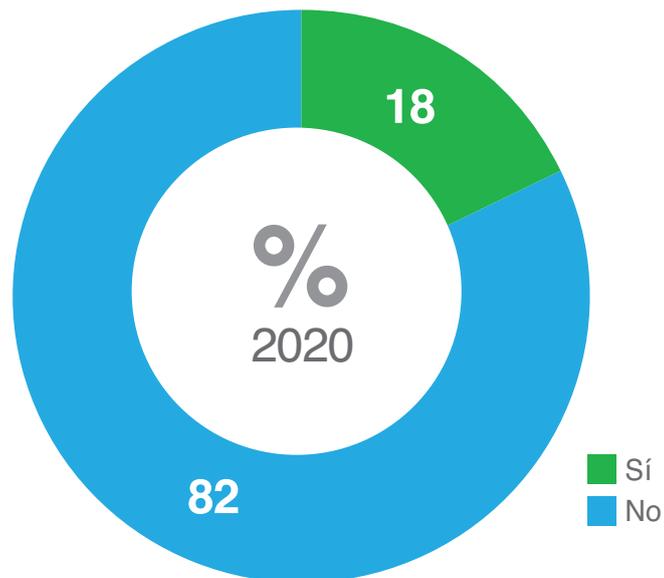
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

La mayoría de los conductores que afirma haber utilizado estos servicios lo hace ocasionalmente (64%). El 22% lo

hace mensualmente, el 10% semanalmente y sólo el 4% lo hace a diario.

## El consumidor del sector auto en España

**¿Estarías dispuesto/a a dejar de tener coche en propiedad para sustituirlo por el uso de estos servicios (Carsharing, Carpooling o servicio de suscripción)?** (% Respuesta única)



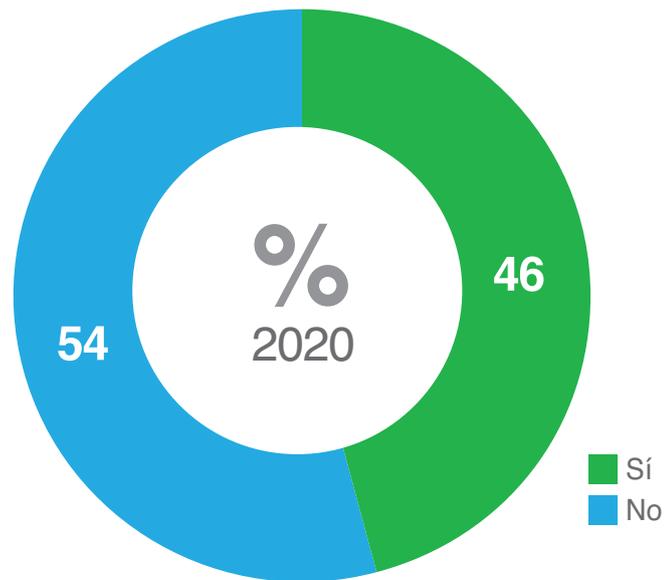
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

Ante la tesitura planteada a los usuarios de estos servicios sobre si estarían dispuestos a dejar de tener coche en propiedad para sustituirlo por el uso de estos servi-

cios, el 18% responde afirmativamente siendo los más jóvenes (entre 18 y 24 años) los que lo tienen más claro con un 21% de menciones.

**¿Crees que el uso de este tipo de servicio es más económico que tener un vehículo en propiedad?** (% Respuesta única)

---



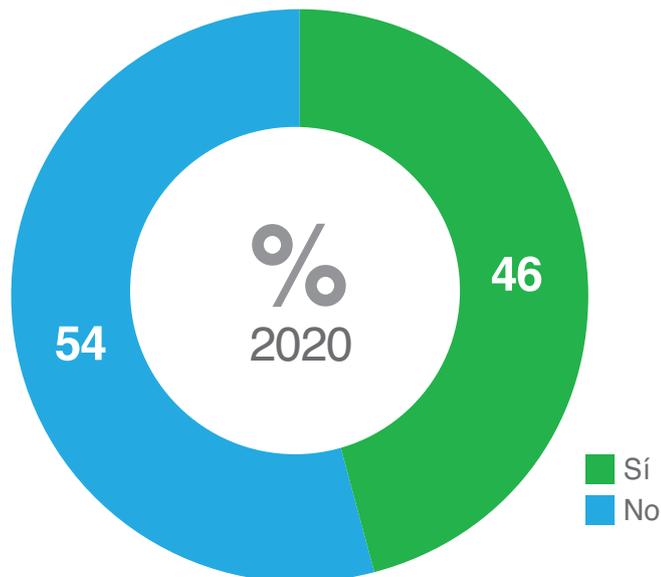
*Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020*

---

A pesar de que sólo el 18% estaría dispuesto a renunciar al vehículo en propiedad, el 46% piensa que el uso de este tipo de servicios es más económico.

## El consumidor del sector auto en España

**¿Crees que el uso de este tipo de servicios en lugar de un vehículo privado es la mejor solución de futuro para el medio ambiente? (% Respuesta única)**

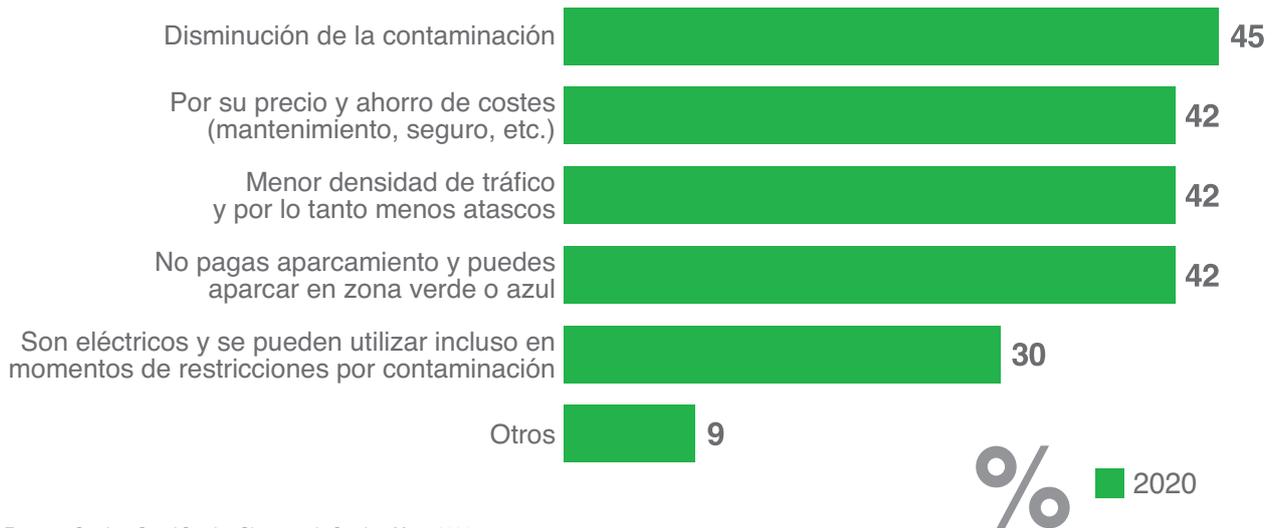


Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

El 46% opina que el uso de estos servicios en lugar de tener un vehículo privado es mejor solución para el futuro del medioambiente, donde los conductores más jóvenes (entre 18 y 24 años vuelven a destacar por encima de la media con un 53%).

Sin embargo hay que tener en cuenta que el porcentaje de los que piensan lo contrario es superior (54% vs 46%).

## Menciona tres principales ventajas del uso de este tipo de servicios: (% Respuesta múltiple)



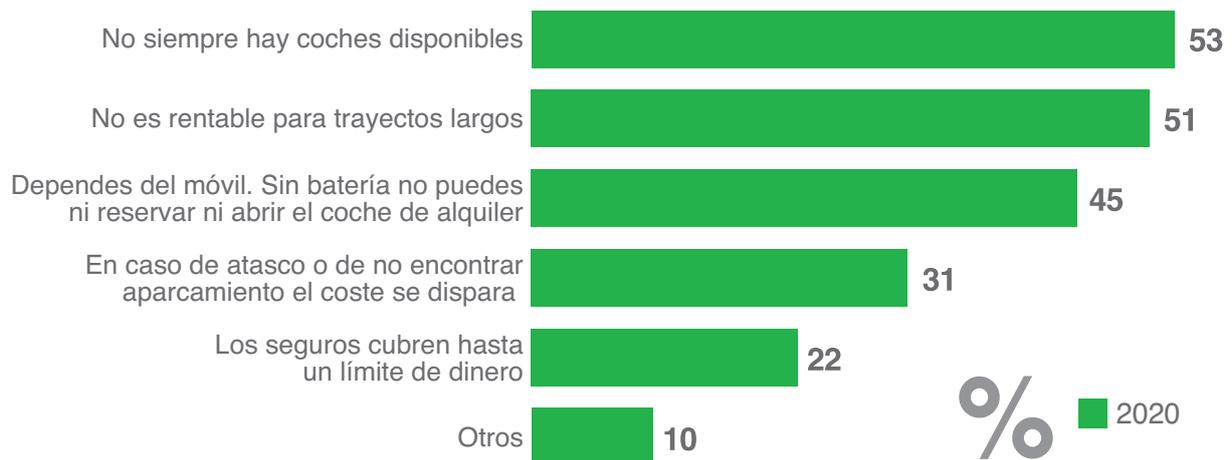
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

En general entre todos los conductores encuestados, la principal ventaja del uso de estos servicios es la disminución de la contaminación, así lo manifiesta un 45% de ellos. Le siguen muy de cerca el precio y ahorro

de costes, la menor densidad de tráfico y la posibilidad de no pagar aparcamiento, con un 42% en los tres casos.

## El consumidor del sector auto en España

### Menciona tres principales desventajas del uso de este tipo de servicios: (% Respuesta múltiple)



Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

En lo que respecta a los inconvenientes, el 53% menciona el hecho de que no siempre hay coches disponibles, que no es rentable para trayectos largos (51%)

y que dependes del Smartphone ya que sin batería no puedes realizar ninguna acción (45%)

# FICHA TECNICA

## El Observatorio Cetelem del Motor 2020. Auto y Moto

### Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

#### Universo:

Hombres y mujeres que hayan comprado un coche o moto en el último año o que tengan intención de comprar en los próximos dos años.

#### Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores

#### Muestra:

Se han realizado 1.500 encuestas, representativas de la población. Datos CCAA representativos de España según censo INE

#### Error Muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo  $p=q=50\%$ , el margen de error para datos totales es de un  $\pm 2,53\%$

**Método muestreo.** El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

#### Trabajo de campo:

**Trabajo de campo.** Realizado entre el 10 al 28 de febrero de 2020 por la empresa CANAL SONDEO

## El Observatorio Cetelem del Motor 2019. Auto y Moto

### Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

#### Universo:

Hombres y mujeres que hayan comprado un coche o moto en el último año o que tengan intención de comprar en los próximos dos años.

#### Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores

#### Muestra:

Se han realizado 1.500 encuestas, representativas de la población. Datos CCAA representativos de España según censo INE

#### Error Muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo  $p=q=50\%$ , el margen de error para datos totales es de un  $\pm 2,53\%$

**Método muestreo.** El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

#### Trabajo de campo:

**Trabajo de campo.** Realizado entre el 21 de enero y el 18 de febrero de 2019 por la empresa CANAL SONDEO

2020  
El Observatorio  
Cetelem • MOTOR



**BNP PARIBAS**  
PERSONAL FINANCE



# MOTOR 2020

## EL CONSUMIDOR DEL SECTOR CARAVANING EN ESPAÑA

 [elobservatoriocetelem.es](http://elobservatoriocetelem.es)

 [cetelem.es](http://cetelem.es)

 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

El Observatorio  
Cetelem

# ÍNDICE

Introducción	03
Evolución de las matriculaciones de caravanas y autocaravanas en España	04
Mi caravana/autocaravana actual	05
Mi Marca y Mi concesionario	11
Mi proceso de compra	14
Alquiler de caravanas y autocaravanas	29
Financiación	33
Intención de compra	35
Renting	38
Ficha técnica	43



# INTRODUCCIÓN

Cetelem presenta la tercera edición de El Observatorio Cetelem del Motor, estudio donde analizamos los hábitos y comportamiento de compra en los sectores del automóvil, la moto y el caravanning, a través de las encuestas realizadas a consumidores españoles.

En lo que respecta al sector del caravanning lo más destacable es que las autocaravanas perfiladas e integrales son las más demandadas por los usuarios de este sector.

La funcionalidad, la duración y diseño son los aspectos más valorados a la hora de comprar este tipo de vehículos.

Esperamos que la información sea de su interés.

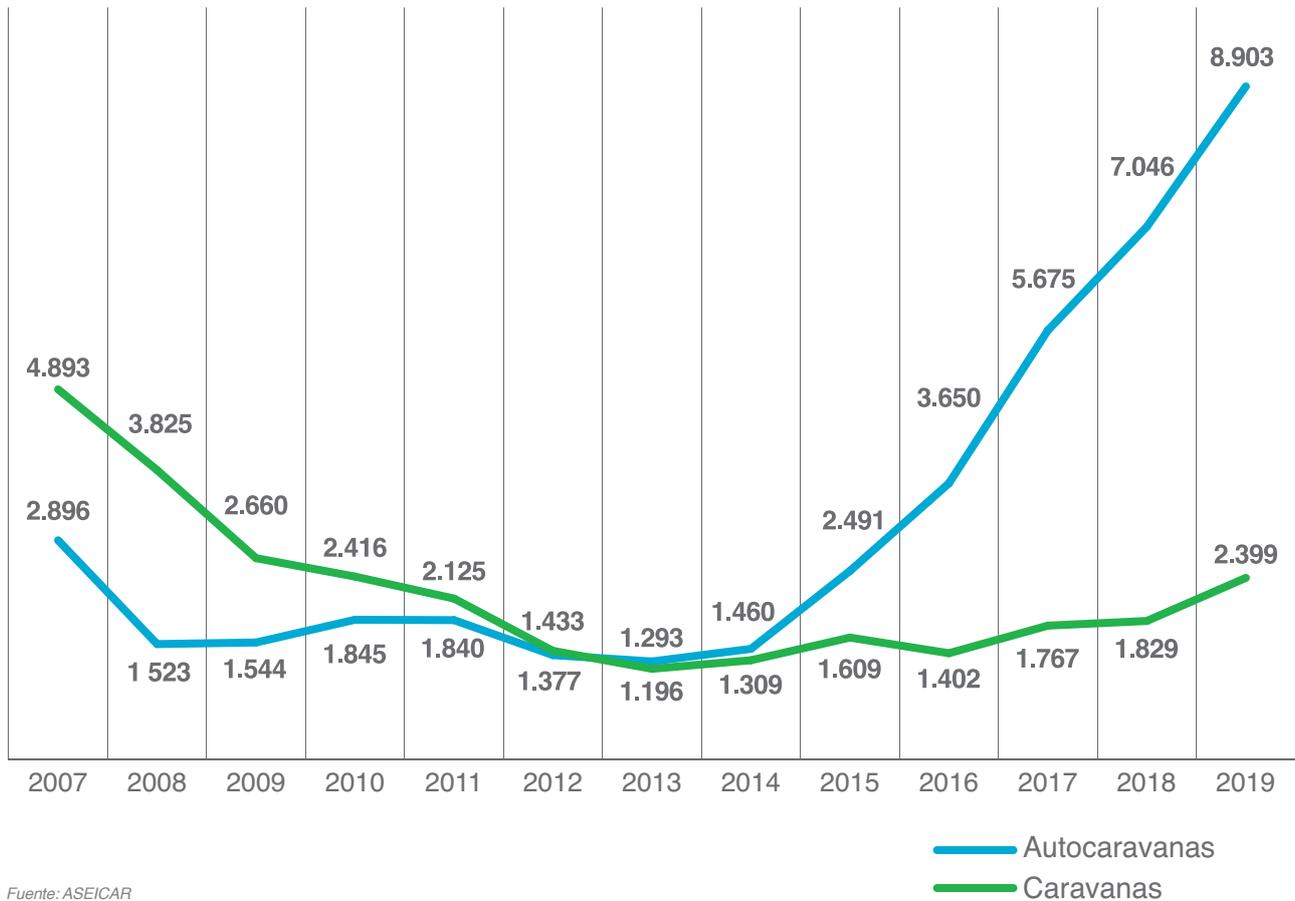
Un saludo

**Liliana Marsán**

Responsable de El Observatorio Cetelem

---

## Evolución de las matriculaciones de caravanas y autocaravanas en España



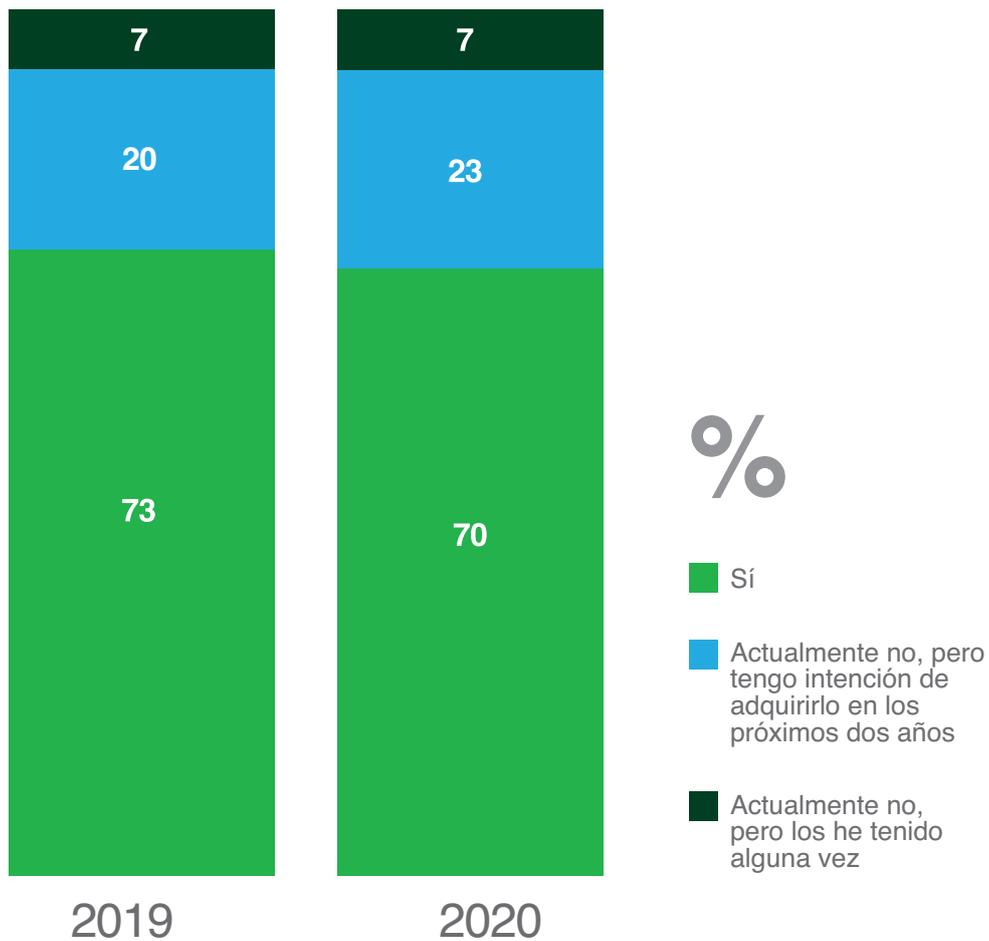
Las matriculaciones de caravanas han crecido de las 1.829 unidades en 2018 a las 2.399 en 2019, lo que supone un crecimiento del 31%.

Por su parte, las autocaravanas han pasado de las 7.046 unidades en 2018 a las 8.903 en 2019, creciendo significativamente en un 26%.



# MI CARAVANA/ AUTOCARAVANA ACTUAL

¿Tienes un elemento de “caravanning” en la actualidad? (% Respuesta única)

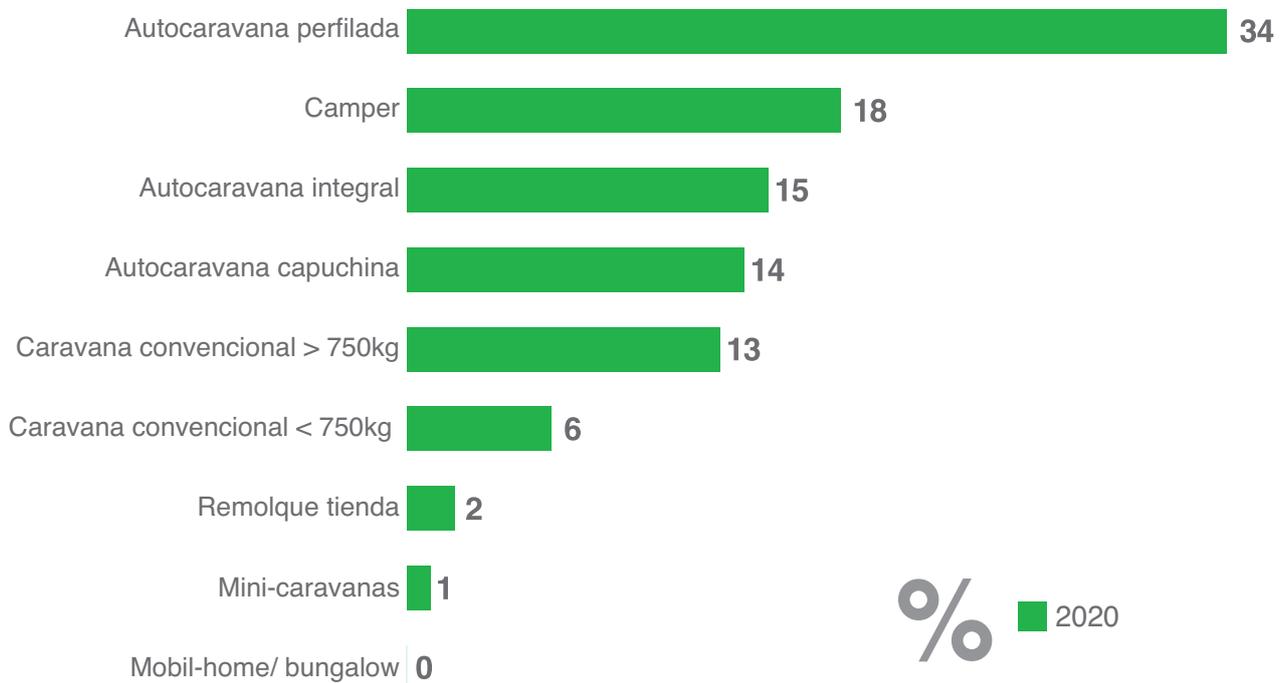


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 70% de los usuarios de caravanning encuestados afirma tener actualmente algún elemento de caravanning (vs 73% de 2019), seguidos del 23% que a día de hoy no tienen pero pretenden adquirir en los próximos dos años (vs

20% de 2019). Los que anteriormente han tenido algún elemento de caravanning pero en la actualidad no, son el 7% de los usuarios (mismo porcentaje que en 2019).

## ¿Qué tipo/s de elemento/s de “caravanning” tienes? (% respuesta múltiple)



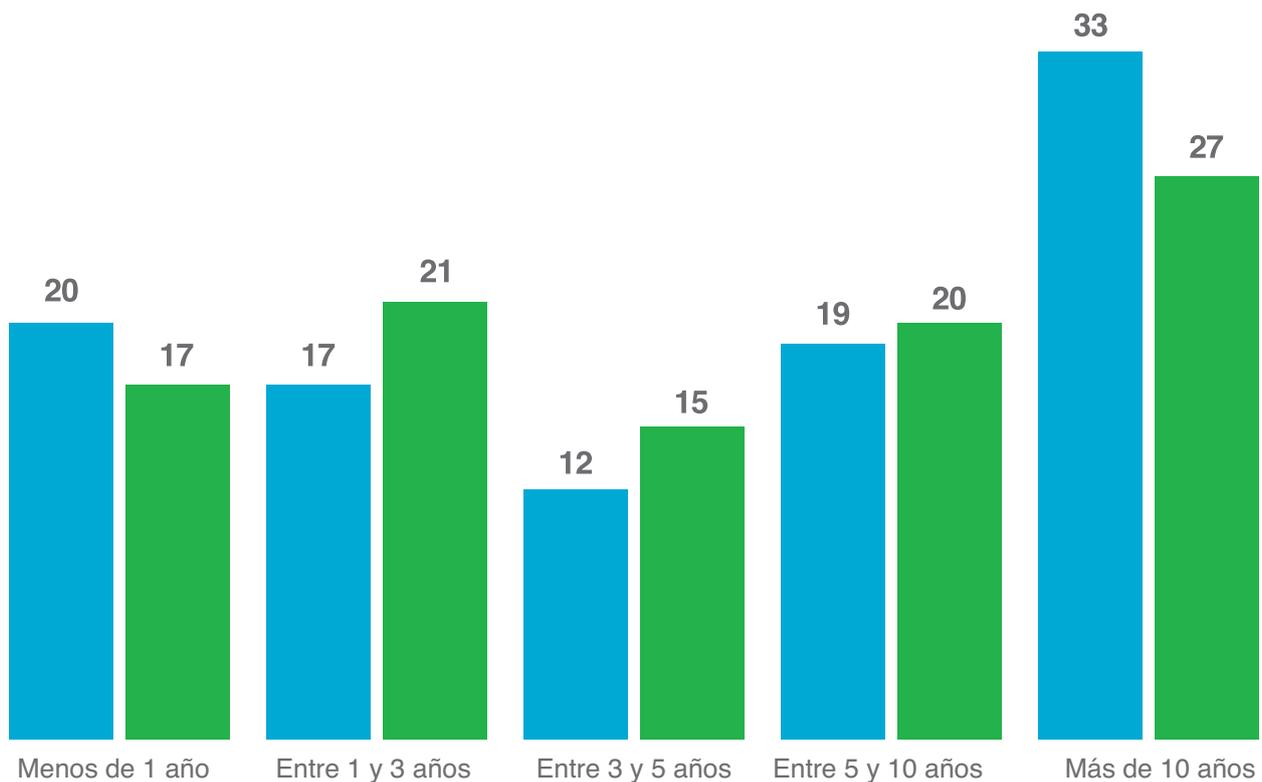
Fuente: Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Entre los encuestados que tienen actualmente algún elemento de caravanning, el 34% son propietarios de una autocaravana perfilada, seguidos por el 18% que son propietarios de camper (con un 26% de menciones por

parte de los usuarios menores de 45 años) y, en tercer lugar aparecen las autocaravanas integrales con el 15%.

# El consumidor del sector caravaning en España

## ¿Cuánto tiempo hace que tienes tu/s caravana/s o autocaravana/s? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.



En cuanto al tiempo que hace que los usuarios encuestados tienen sus caravanas o autocaravanas, observamos que el 27% la tiene desde hace más de 10 años (33% el año anterior) y el 20% desde hace entre 5 y 10

años. Los que tienen su caravana o autocaravana desde hace menos de un año son el 17% de los usuarios con un porcentaje 3 puntos inferior al del año anterior.

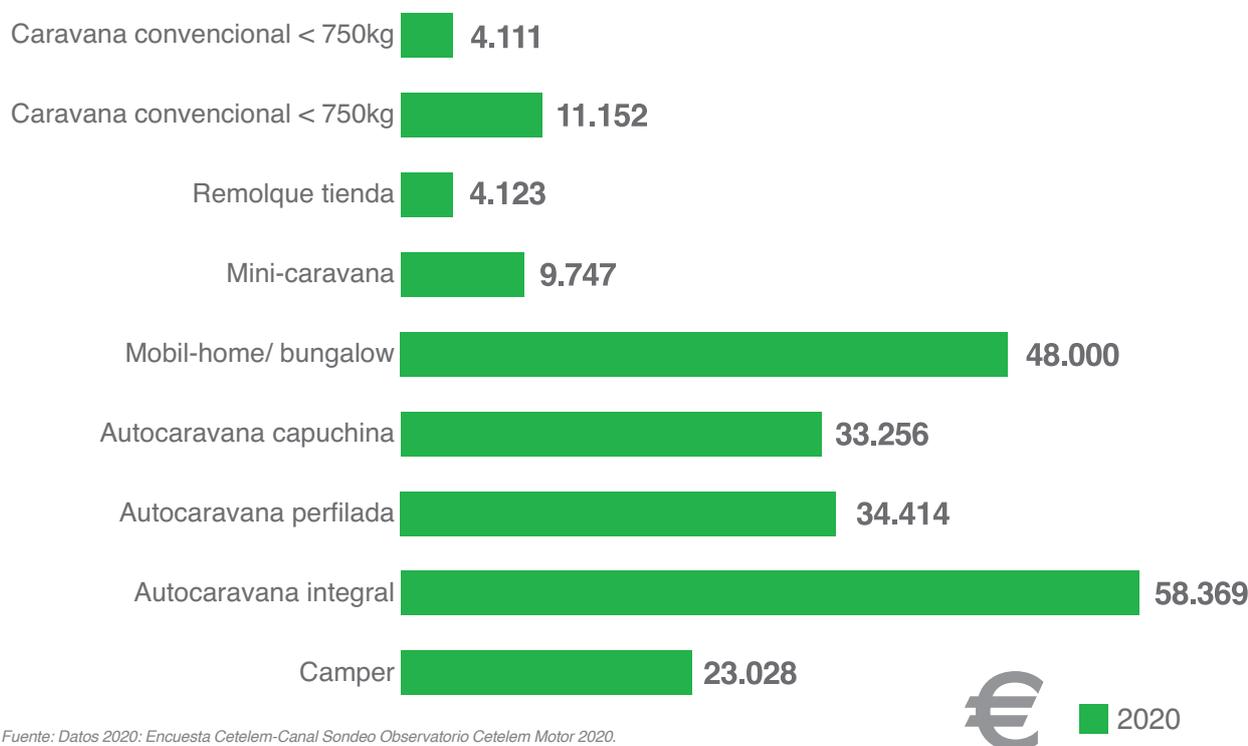
## ¿Cuánto te gastaste en tu/s caravana/s o autocaravana/s aproximadamente? (Respuesta abierta numérica) Media



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El gasto medio realizado por los usuarios encuestados que tienen algún elemento de caravaning fue de 42.231€. El gasto de este año es unos 3.350€ superior al de 2019, por lo que aumenta en un 9%.

Los mayores de 45 años realizaron un gasto medio de 43.358€, por su parte, los menores de 45 llegaron hasta los 37.977€ de media.



Fuente: Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

En cuanto al gasto medio por tipo de caravana o autocaravana, destacan por encima del resto las autocara-

vanas integrales con 58.369€, las mobil-home/bungalow con 48.000€ y las perfiladas con 34.414€.

# El consumidor del sector caravaning en España

## ¿Con quién realizas tus viajes en caravana o autocaravana?

(% respuesta múltiple)

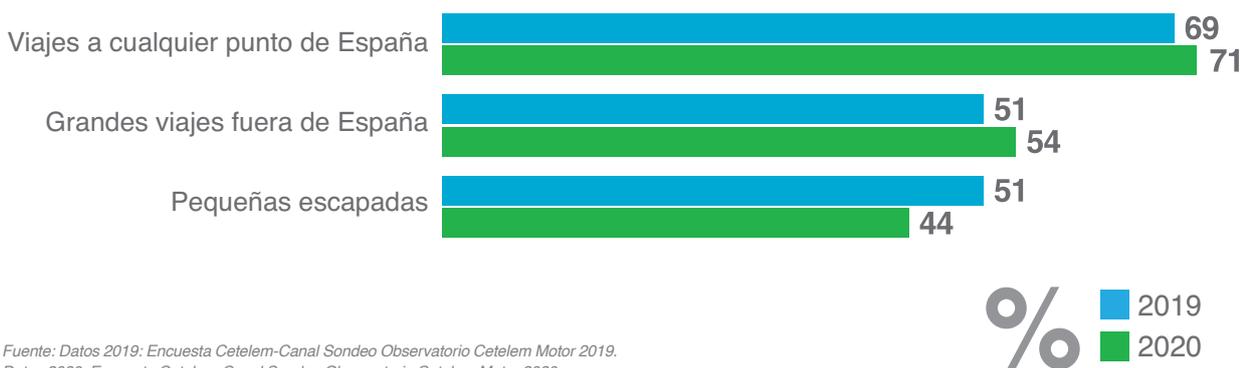


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 55% de los usuarios realiza sus viajes en pareja (destacan los mayores de 45 años con el 60% de menciones

en este apartado) y el 49% con la familia (donde destacan los menores de 45 años con el 67% de menciones).

## ¿Qué tipo de viajes sueles hacer? (% respuesta múltiple)

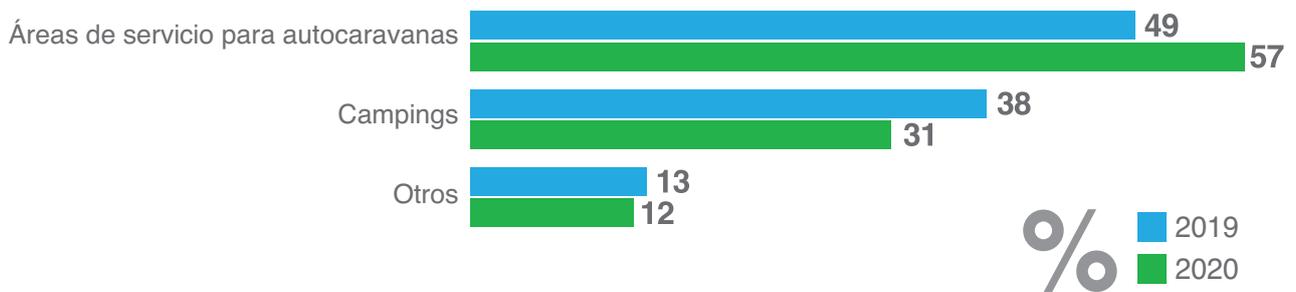


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Los viajes a cualquier punto de España es el tipo de viaje que más realizan los usuarios con un 71% de las menciones. Por detrás quedan los grandes viajes fuera de España y las pequeñas escapadas, con un 54% y un 44% de menciones respectivamente.

Los menores de 45 años destacan por encima de la media a la hora de hacer pequeñas escapadas con un 66% de menciones, 22 puntos por encima de la media.

## ¿Dónde sueles pernoctar? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 57% de los usuarios afirma pernoctar en áreas de servicio para autocaravanas, seguido por los que eligen pernoctar en campings con un 31% de menciones. Observando los datos por rangos de edad, son los meno-

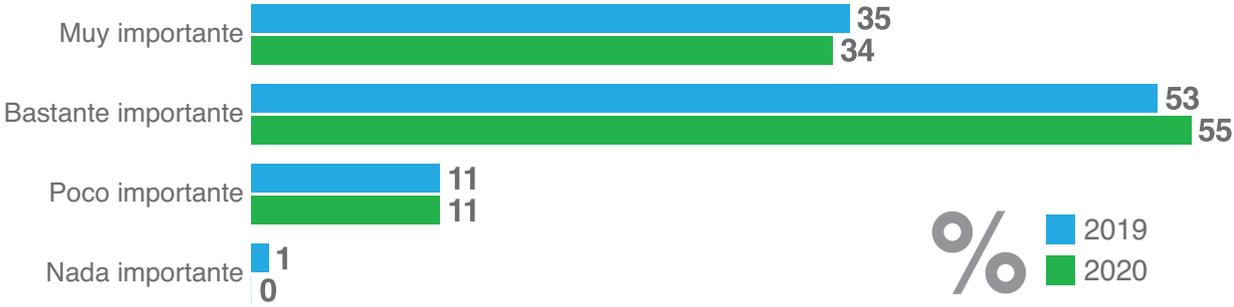
res de 45 años los que en mayor medida eligen los campings (33%) y son los mayores de 45 los que en mayor medida eligen las áreas de servicio (60%).





# MI MARCA Y MI CONCESIONARIO

¿Hasta qué punto consideras importante la MARCA en la compra de una caravana o autocaravana? (% Respuesta única)

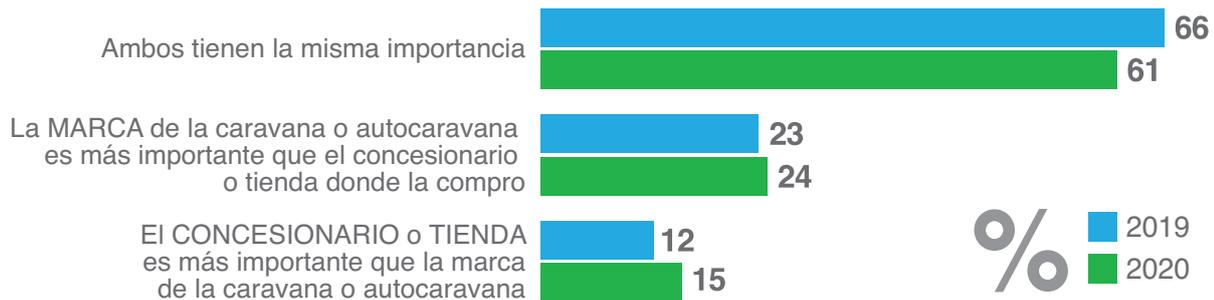


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

La gran mayoría de los usuarios consideran importante la marca a la hora de comprar su caravana o autocaravana (89%). Tan solo el 11% considera que la marca es poco importante.

## ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo?

(% Respuesta única)



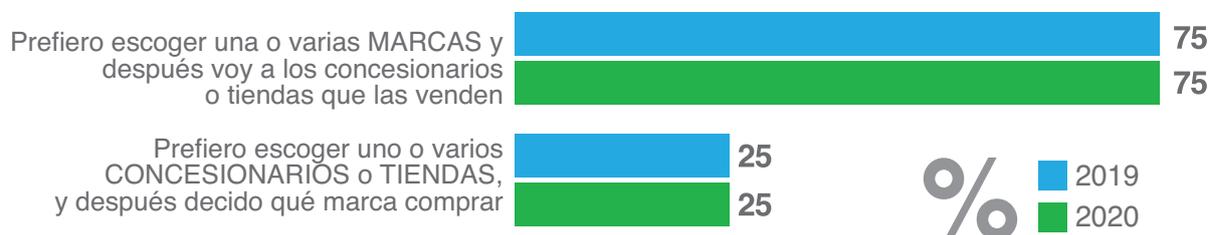
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 61% de los usuarios afirma que, tanto la marca de la caravana o autocaravana como el concesionario donde se compra tienen la misma importancia (5 puntos por debajo del año anterior). Los que opinan que la marca

es más importante que el concesionario son el 24%, y los que creen que el concesionario o tienda es más importante que la marca son el 15%.

## A la hora de comprar una caravana o autocaravana, ¿qué escoges primero?

(% Respuesta única)



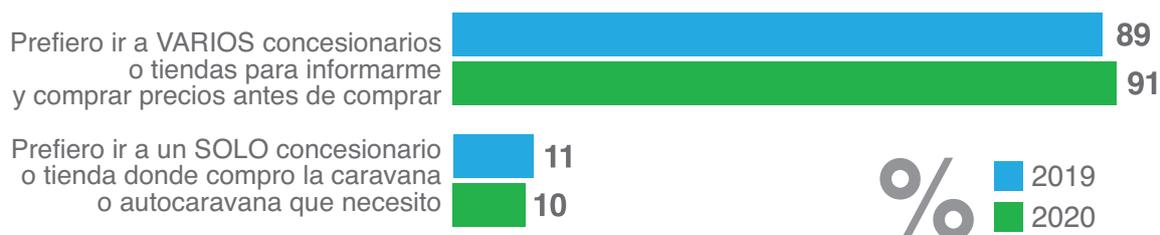
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 75% de los usuarios prefieren escoger una o varias marcas y, a partir de ahí, acudir después a los concesionarios que las venden. En cambio el 25% restante pre-

fieren hacer lo contrario, elegir uno o varios concesionarios y en ellos decidir que marca comprar.

## El consumidor del sector caravaning en España

### Una vez has escogido la MARCA o MARCAS, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo? (% Respuesta única)

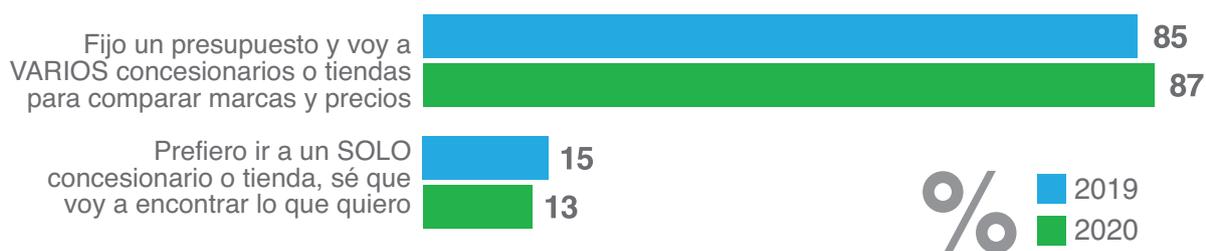


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Entre los usuarios que prefieren elegir primero la marca, el 91% ha contestado que prefiere ir a varios concesionarios para informarse y comparar precios en lugar de ir directamente a uno a comprar su caravana. En este último

aspecto destacan los menores de 45 años ya que solo el 4% de ellos prefiere ir a un solo concesionario.

### Has dicho que escoges el CONCESIONARIO o TIENDA antes que la marca, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

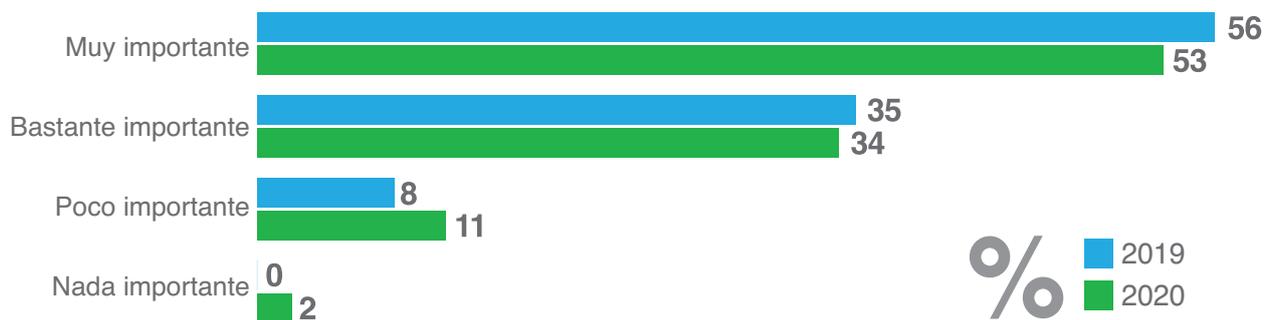
Entre los usuarios que prefieren elegir primero el concesionario, el 87% ha contestado que, tras fijar un presupuesto, prefiere ir a varios concesionarios para comparar

marcas y precios en lugar de ir directamente a uno a comprar su caravana.



# MI PROCESO DE COMPRA

**¿Hasta qué punto es importante para ti que la tienda donde compras una caravana o autocaravana tenga página web? (% Respuesta única)**



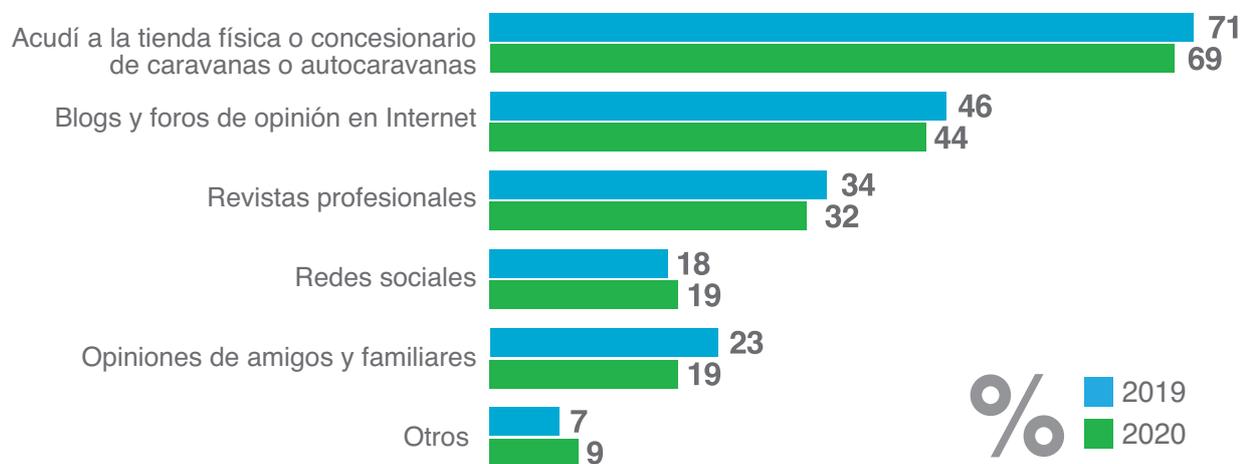
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

La gran mayoría de los usuarios encuestados ven importante que la tienda donde compran su caravana o autocaravana tenga página web (87%). Tan solo el 11% lo

ve poco importante, y el 2% lo considera nada importante.

## El consumidor del sector caravaning en España

### En el proceso de compra de tu vehículo, ¿qué fuentes de información utilizas / has utilizado? (% respuesta múltiple)

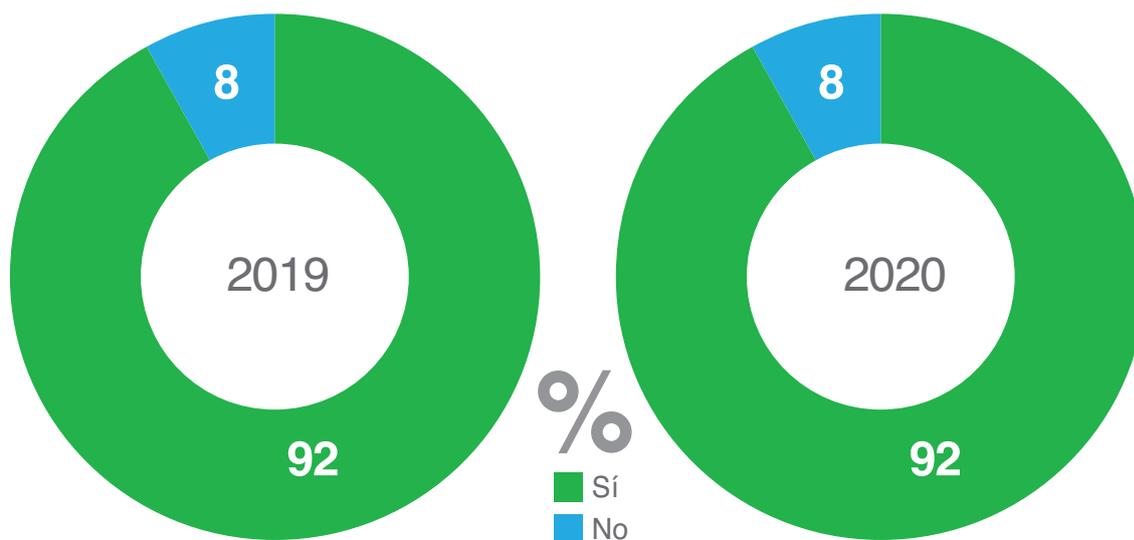


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

A la hora de buscar información en el proceso de compra de la caravana o autocaravana, el 69% se informa en el concesionario (2 puntos menos que en 2019), segui-

dos por el 44% que busca información en blogs y foros de internet y por los que buscan en revistas profesionales con el 32%.

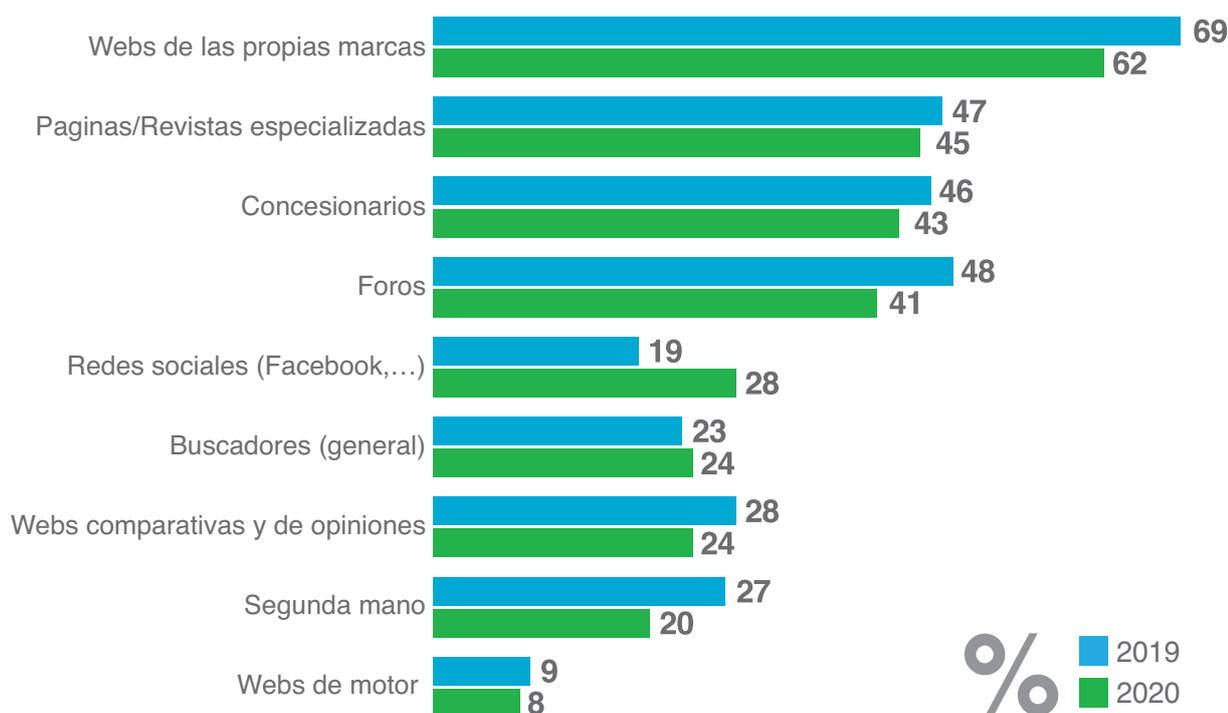
### ¿Utilizas internet como medio de consulta en el proceso de compra de una caravana o autocaravana? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 92% de los usuarios encuestados utilizan internet como medio de consulta durante el proceso de compra de su caravana o autocaravana.

## ¿En qué tipos de páginas WEBS consultas información a la hora de comprar una caravana o autocaravana? (% respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Los principales tipos de páginas web en las que los usuarios realizan sus consultas durante el proceso de compra de su caravana o autocaravana son parecidos a los del año anterior, en primer lugar, las web de las propias marcas con el 62% de menciones, seguidas de las páginas

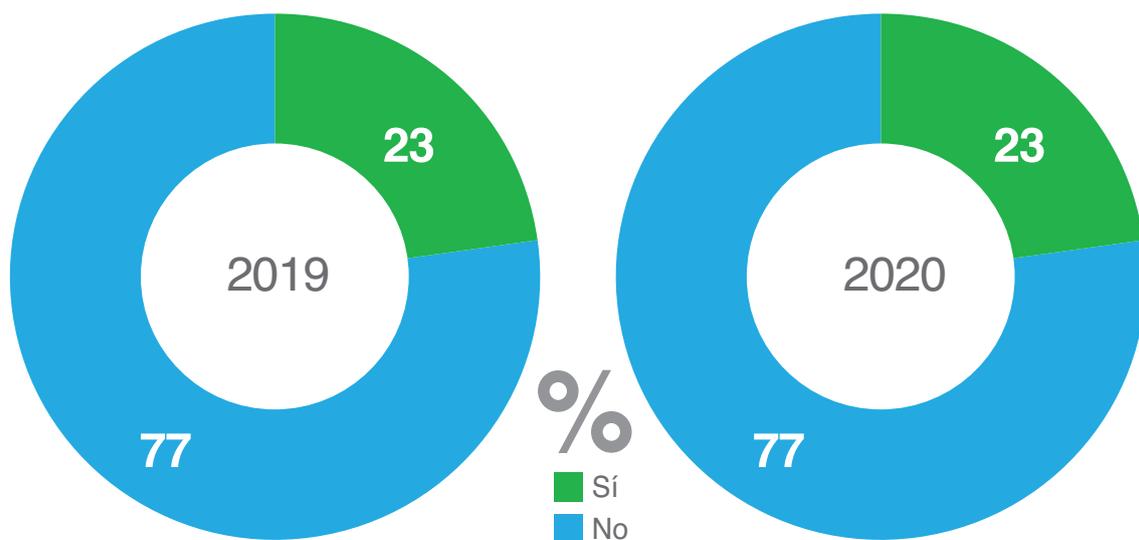
o revistas especializadas con el 45% y de los concesionarios con el 43%.

Destacan muy por encima de la media los menores de 45 años en el uso de las redes sociales como fuente de información con un 56% frente al 28% de la media total.

## El consumidor del sector caravaning en España

**Imagina que te ofrecen una autocaravana de una marca desconocida a un precio muy competitivo, con la seguridad y calidades básicas, pero sin la estética y equipamiento tecnológico habitual. ¿La comprarías?**

(% Respuesta única)

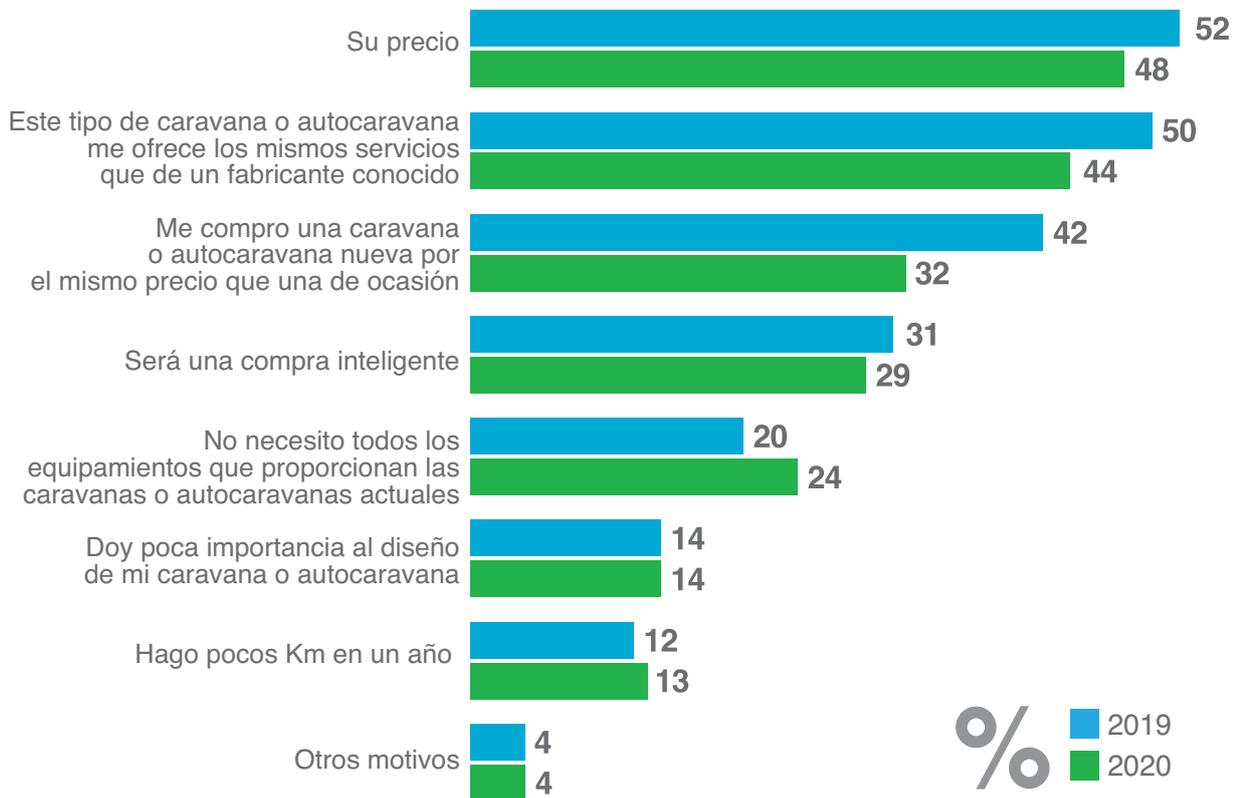


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Solo el 23% de los usuarios encuestados aceptarían comprar una autocaravana de marca desconocida a precio muy competitivo. En este caso los menores de 45 años

serían algo más proclives a aceptar (36%) que los mayores de 45 (19%).

## ¿Por qué razones comprarías este tipo de autocaravana? (% respuesta múltiple)



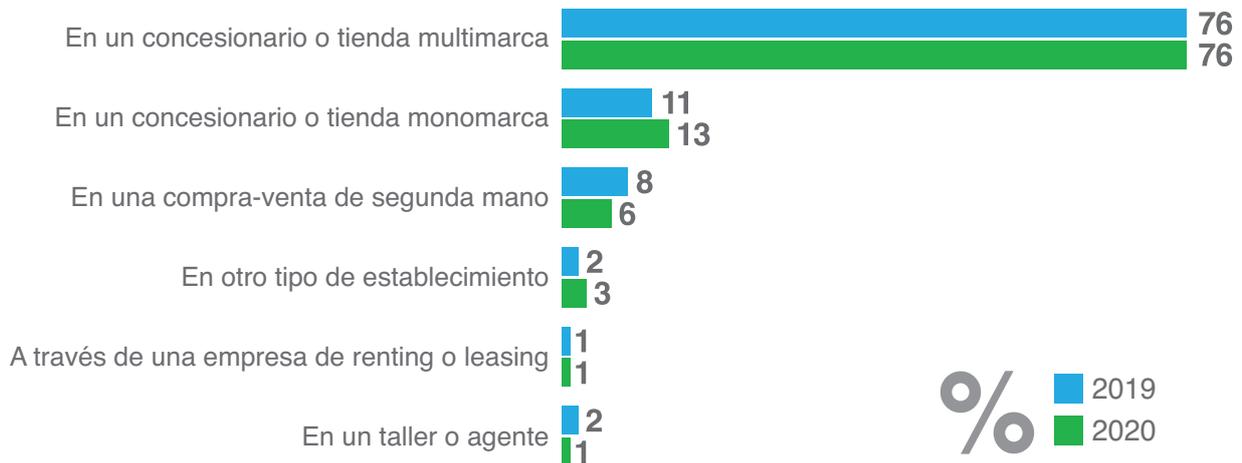
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Entre los que han dicho que sí comprarían ese tipo de autocaravana, el 48% lo haría por su precio, el 44% por que le ofrece los mismos servicios que la de un fabricante

conocido y el 32% porque estaría comprando una autocaravana nueva a precio de una de ocasión.

# El consumidor del sector caravaning en España

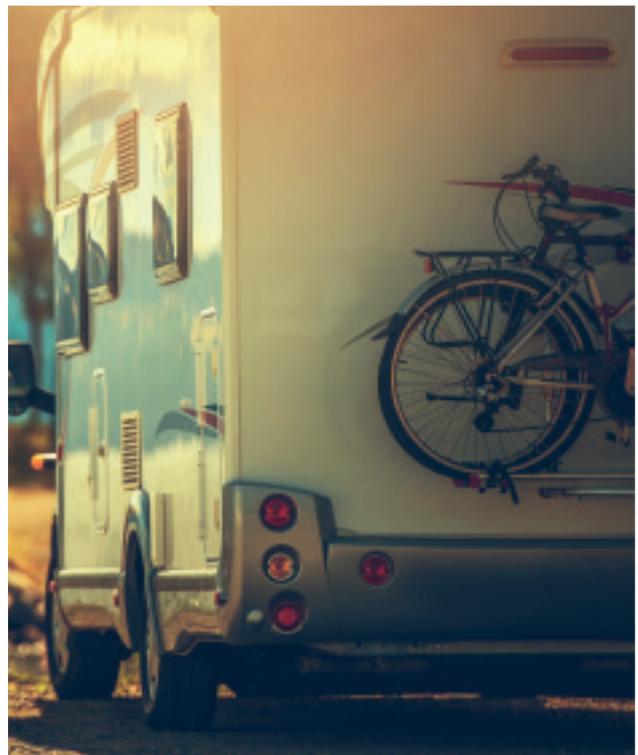
## ¿Dónde prefieres adquirir una caravana o autocaravana? (% Respuesta única)



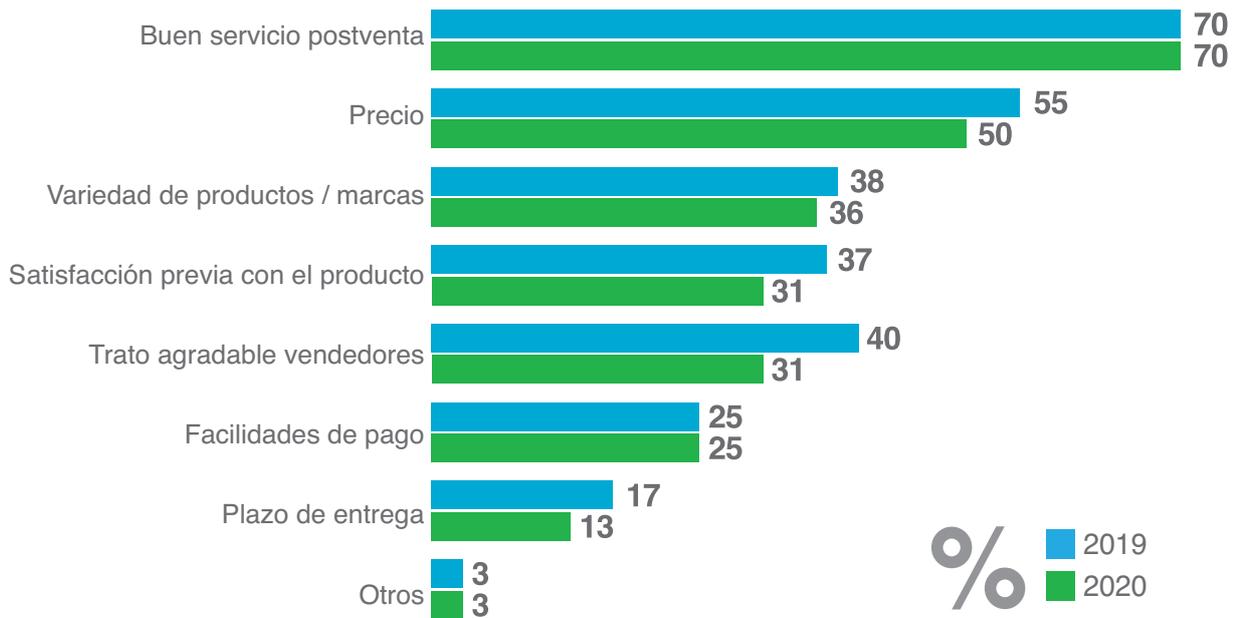
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Los usuarios encuestados prefieren claramente adquirir su caravana o autocaravana en un concesionario o tienda multimarca con un 76% que así lo afirma. Muy por debajo

encontramos con un 13% a los que prefieren los concesionarios o tiendas monomarca y con un 6% a los que prefieren un compra-venta de segunda mano.



**¿Cuáles son los motivos por los que optarías por comprar en un establecimiento concreto? (% respuesta múltiple)**



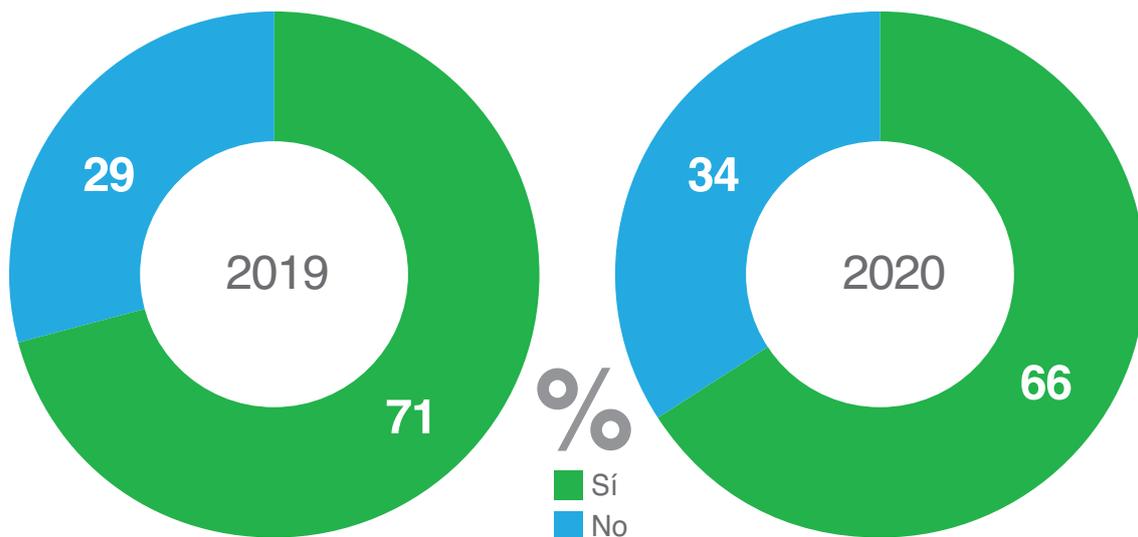
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Entre los motivos por los que comprarían en un establecimiento concreto, destacan con un 70% de menciones el buen servicio de postventa (mismo porcentaje que el

de 2019), seguido del precio con el 50% y de la variedad de productos con el 36%.

## El consumidor del sector caravaning en España

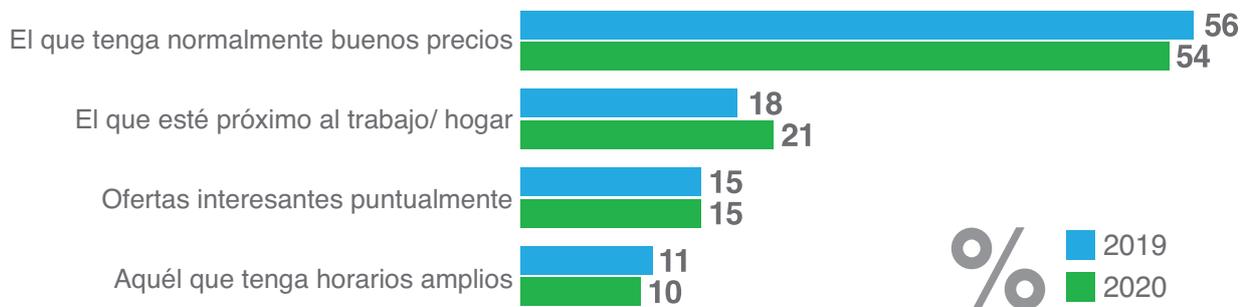
**¿Tienes intención de volver al establecimiento donde compraste tu última caravana o autocaravana? (% Respuesta única)**



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 66% de los usuarios encuestados tiene intención de volver al establecimiento donde compró su última caravana o autocaravana.

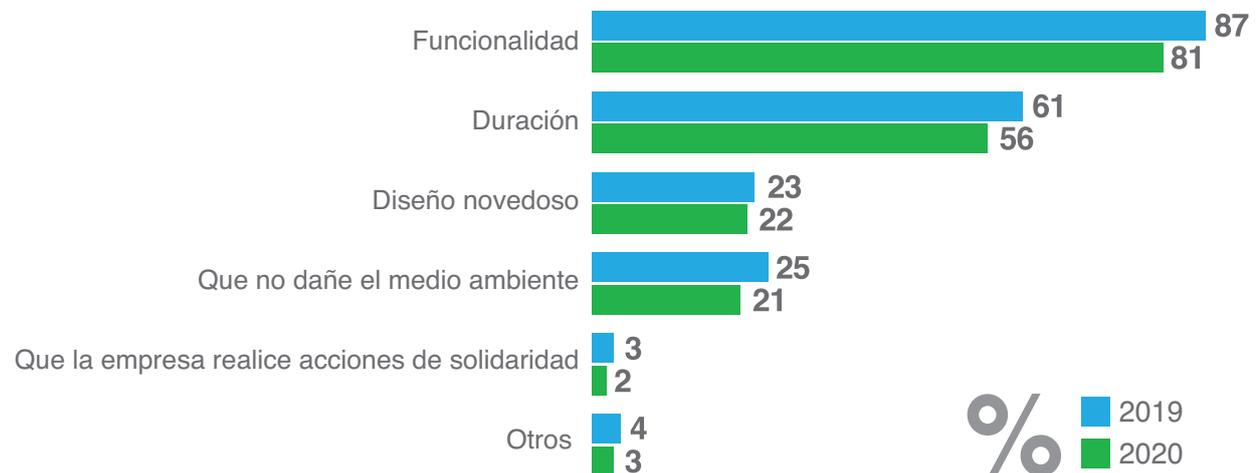
## ¿Qué tipo de establecimiento prefieres? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 54% de los usuarios prefiere un establecimiento que normalmente tenga buenos precios (2 puntos por debajo del dato de 2019), muy por delante de los que tengan horarios amplios u ofertas de forma puntual.

## A la hora de comprar una caravana o autocaravana, ¿qué aspecto/s valoras más? (% respuesta múltiple)



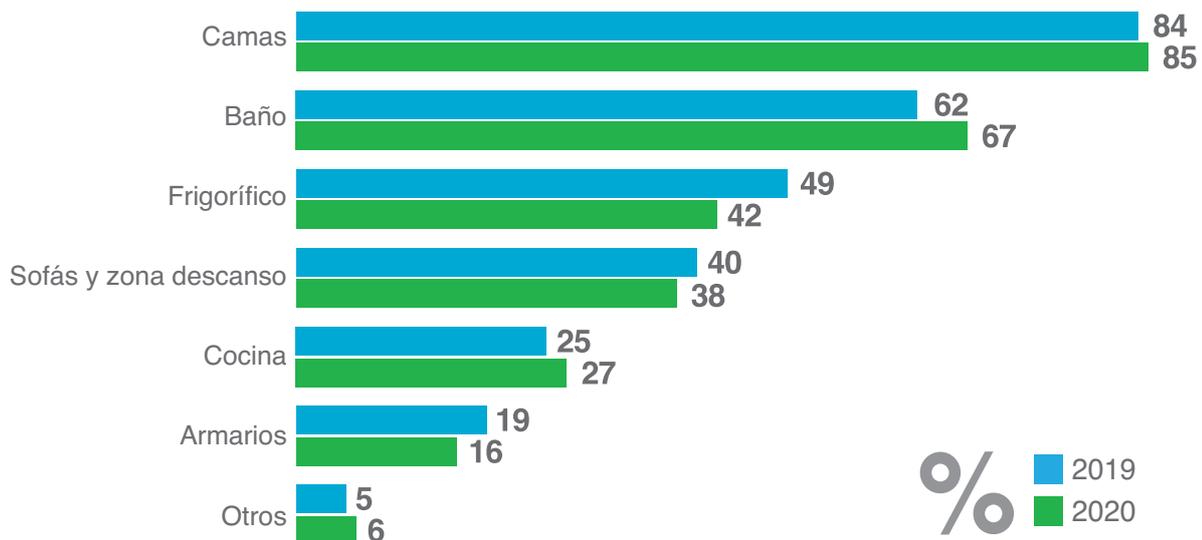
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, la funcionalidad es el aspecto más valorado por los usuarios encuestados con un 81% que así lo afirma, la duración con el 56% es el siguiente aspecto más valorado.

En un segundo plano, los diseños novedosos o que no dañe el medio ambiente son valorados con un 22% y un 21% respectivamente.

# El consumidor del sector caravaning en España

## ¿Qué partes del equipamiento interior son más importantes para ti? (% respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

En cuanto al equipamiento interior, lo más indispensable para los usuarios son claramente las camas (85% en 2020 frente al 84% en 2019), seguido por el baño (67% en 2020 frente al 62% en 2019) y el frigorífico (42% en

2020 frente al 49% en 2019). Los armarios y la cocina están bastante por debajo con un 16% y un 27% de menciones respectivamente.

## ¿Qué tipo de camas prefieres en tu caravana o autocaravana?

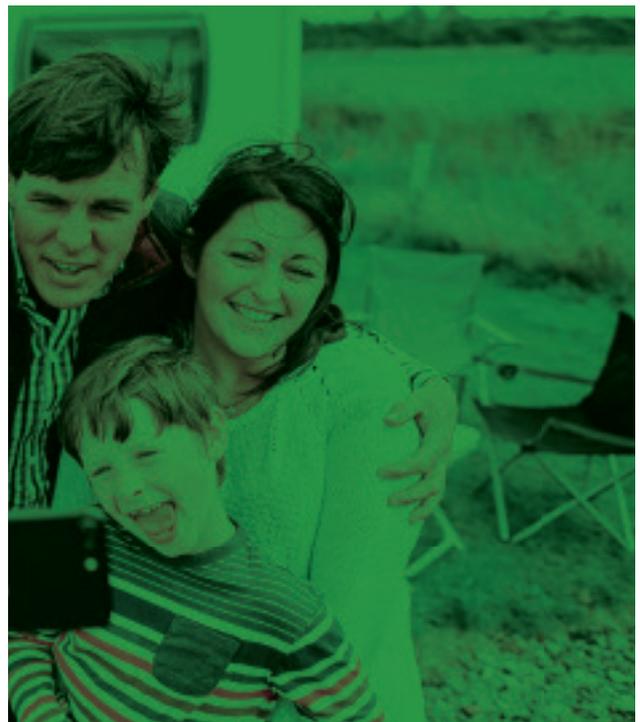
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

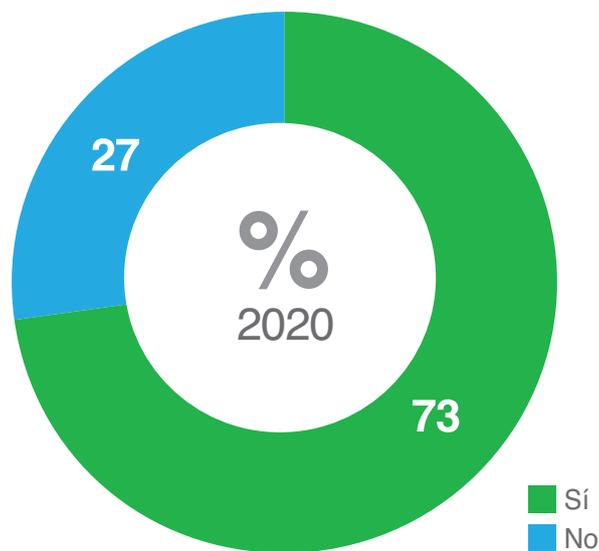
El tipo de cama preferido por la mayoría de los usuarios encuestados es la cama grande central con el 53% de menciones. Le sigue de lejos la opción de camas trase-

ras separadas con un 18% y los demás tipos que se encuentran entre el 5% y el 12%.



## El consumidor del sector caravaning en España

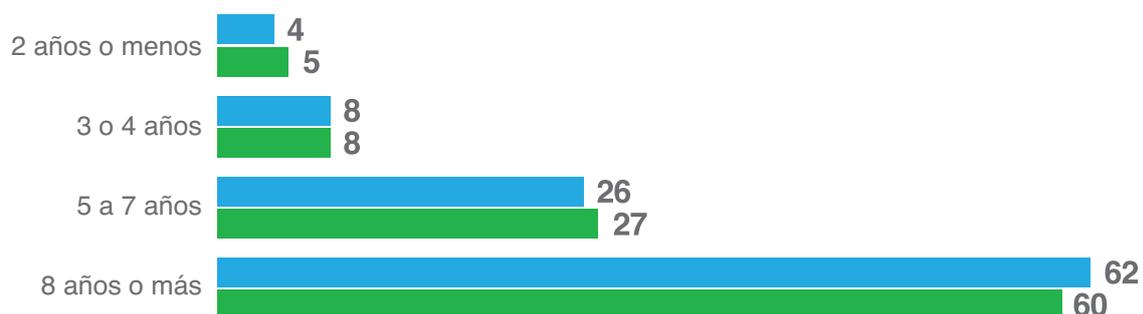
### ¿Tienes pensado comprar un vehículo nuevo, kilómetro 0 de segunda mano? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 73% de los usuarios encuestados compraría una autocaravana km 0 en lugar de una nueva.

### ¿Cuál es, en tu opinión, el plazo óptimo de renovación de un elemento de caravaning? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

% 2019 2020

El 60% de los usuarios opina que el plazo óptimo para la renovación de la caravana o autocaravana es de 8 o más años. Por otro lado, el 27% opina que lo recomen-

dable sería renovarla entre 5 y 7 años, y el 13% restante lo haría antes de los 5 años.

## Consideras la caravana o autocaravana como... (% respuesta múltiple)

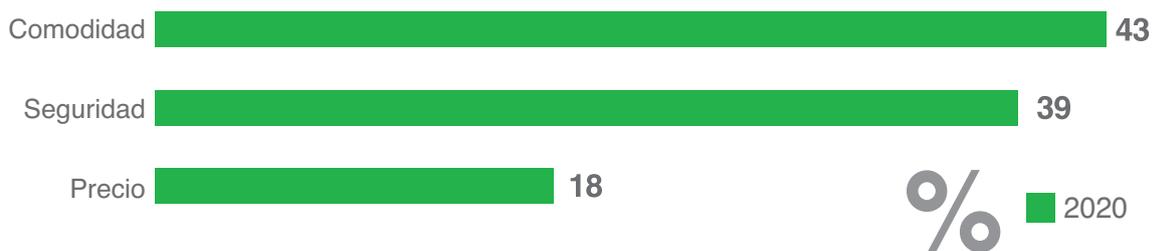


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Un instrumento para disfrutar, así consideran las caravanas o autocaravanas el 79% de los usuarios. El 62% considera que es un instrumento de viaje y el 33% lo ve como

un espacio para escapar de la monotonía (en este caso los menores de 45 años se encuentran por encima de los mayores de 45 años, 40% vs 30%).

## A la hora de comprar una caravana o autocaravana, ¿qué valoras más? (% Respuesta única)

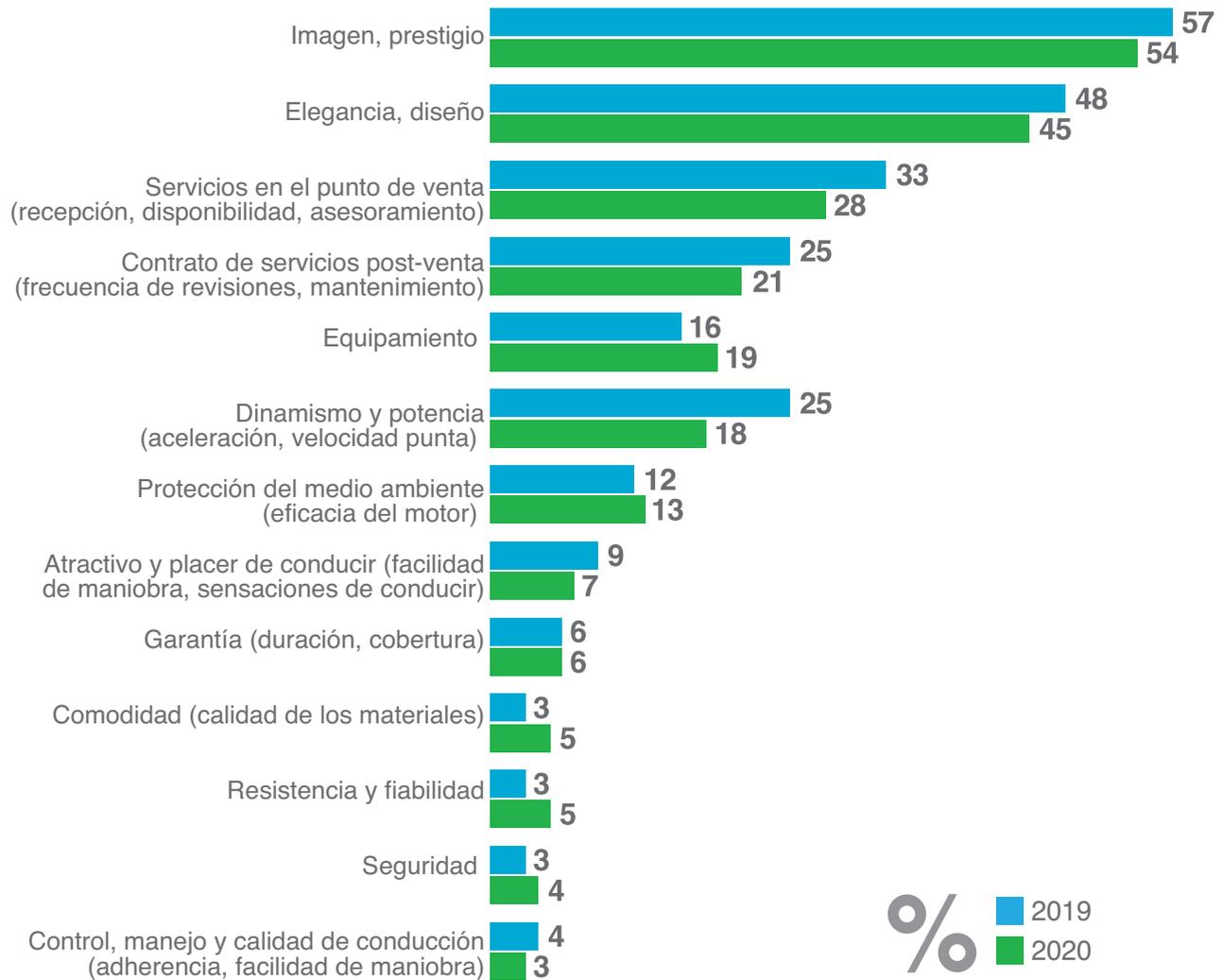


Fuente: Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, el 43% de los usuarios valora más la comodidad que la seguridad y el precio.

## El consumidor del sector caravaning en España

**Para acceder a precios más bajos en la compra de una caravana o autocaravana, ¿en qué aspectos estarías dispuesto/a a reducir el nivel de las prestaciones? (% respuesta múltiple)**

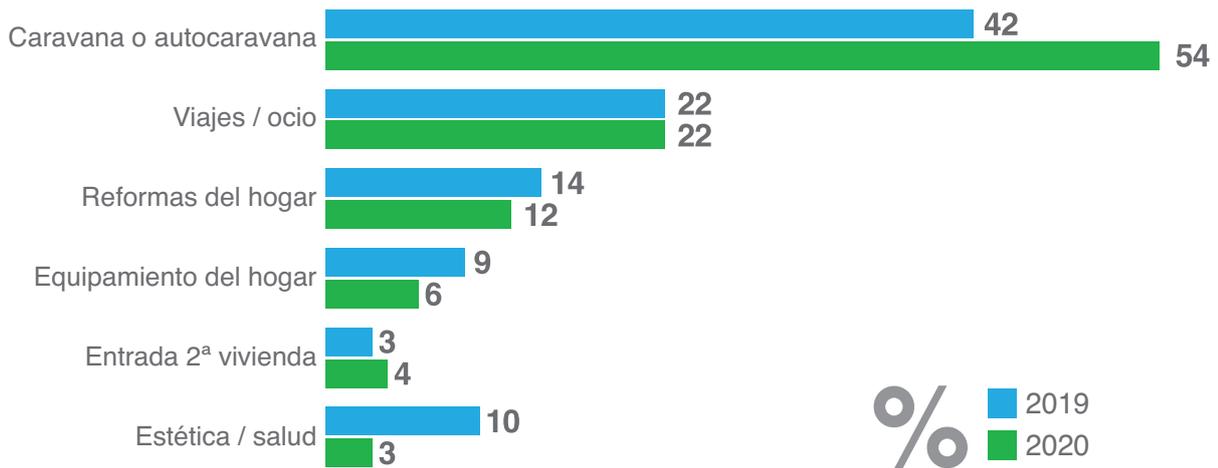


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

La imagen (54%), el diseño (45%) y los servicios en el punto de venta (28%), son las principales prestaciones que los usuarios encuestados estarían dispuestos a redu-

cir para acceder a precios más bajos, coincidiendo en este top 3 con los datos del año anterior.

**Si dispusieras de un presupuesto “extra” determinado, ¿qué productos o servicios priorizarías para comprar? Ordena los siguientes según orden de importancia (Ranking)**



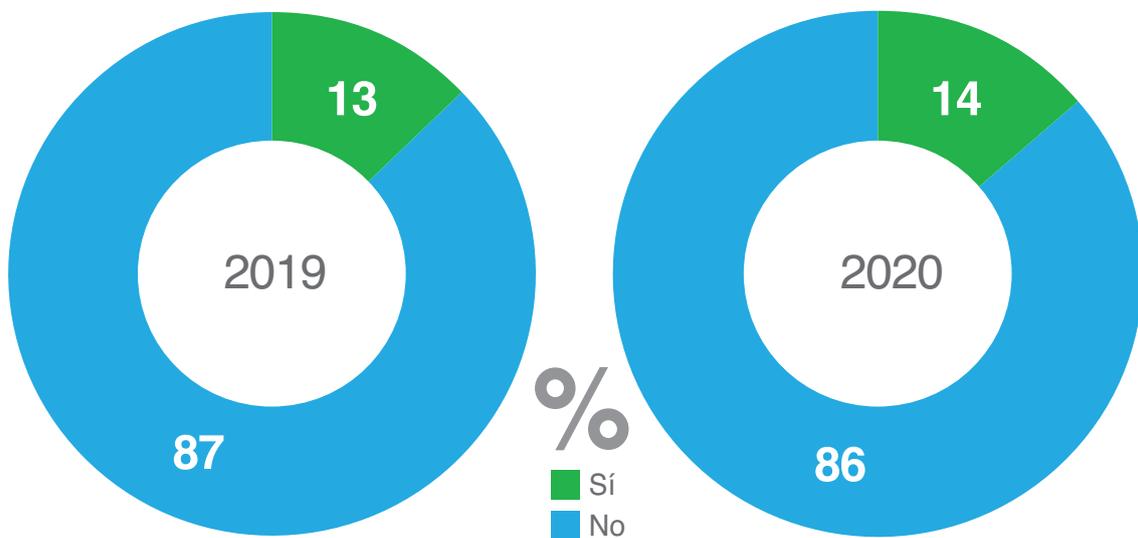
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Si dispusieran de un presupuesto extra, la caravana o autocaravana sería el producto que los usuarios encuestados priorizarían comprar con un 54% de menciones.

Los viajes (22%), las reformas del hogar (12%) y el equipamiento del hogar (6%) serían los siguientes.

# ALQUILER DE CARAVANAS Y AUTOCARAVANAS

¿Has alquilado en los últimos 12 meses alguna autocaravana o camper?  
(% Respuesta única)

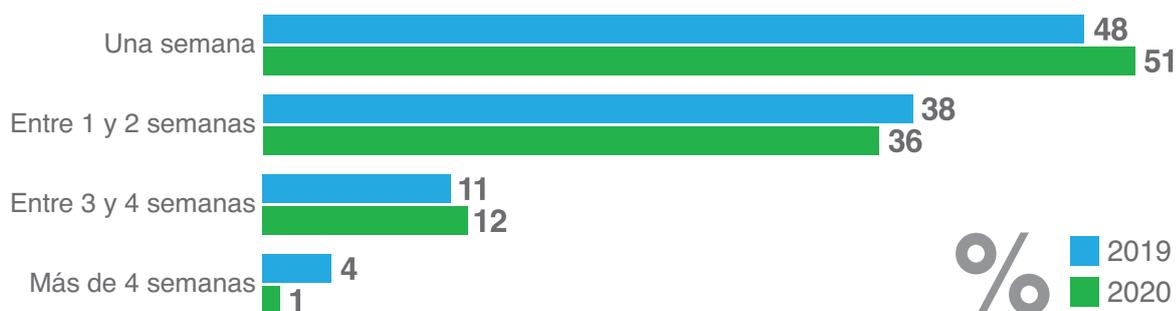


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 14% de los usuarios encuestados afirma haber alquilado alguna autocaravana o camper durante los últimos

12 meses, destacando por encima de la media los menores de 45 años con un 26% de respuestas.

## ¿Qué duración tuvo dicho alquiler? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 51% de los que alquilaron autocaravanas o camper durante el último año lo hizo para el plazo de una semana, seguido por el 36% que afirma que la alquiló para un

plazo de entre una y dos semanas. Tan solo un 1% alquiló una autocaravana o camper para un mes o más.

## ¿Cuál fue el gasto destinado para el alquiler de la autocaravana o camper? (Semiabierta – Numérica)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Los encuestados que alquilaron una autocaravana o camper, destinaron una media de 1.134€ para dicho alquiler durante el último año.

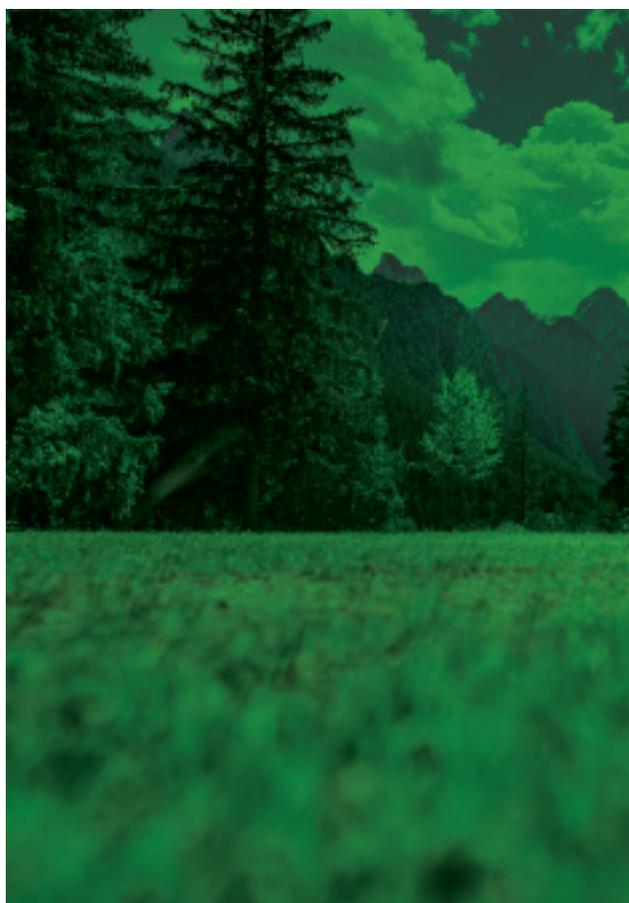
## El consumidor del sector caravaning en España

**Cuando alquilas una autocaravana o camper, ¿lo haces a una empresa o a un particular?** (% Respuesta única)



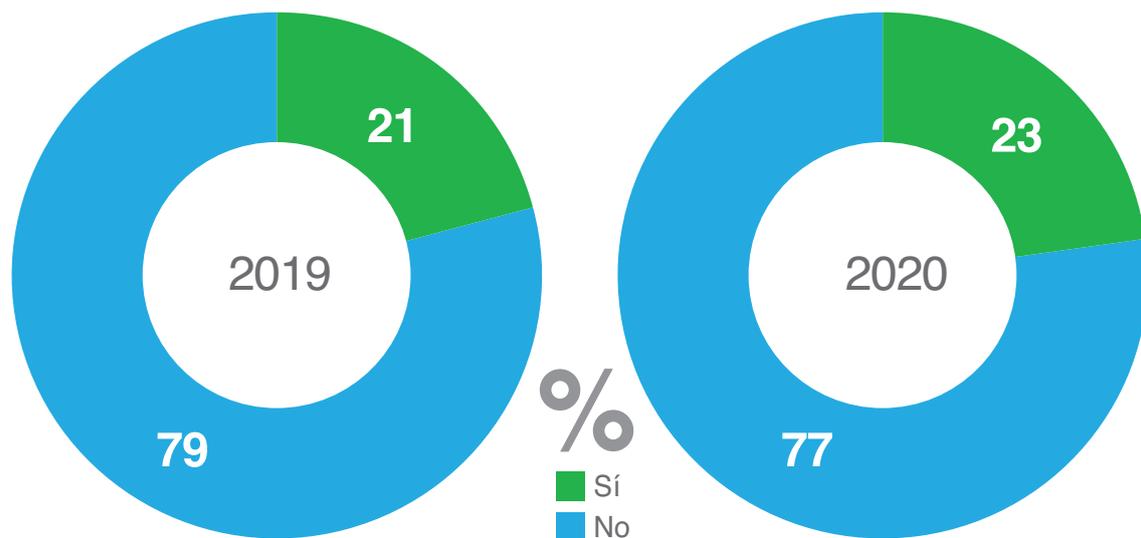
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 85% de los encuestados que alquilaron una autocaravana o camper, lo hizo a través de una empresa de alquiler.



**¿Tienes intención de alquilar una caravana o autocaravana en los próximos 12 meses?** (% Respuesta única)

---



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

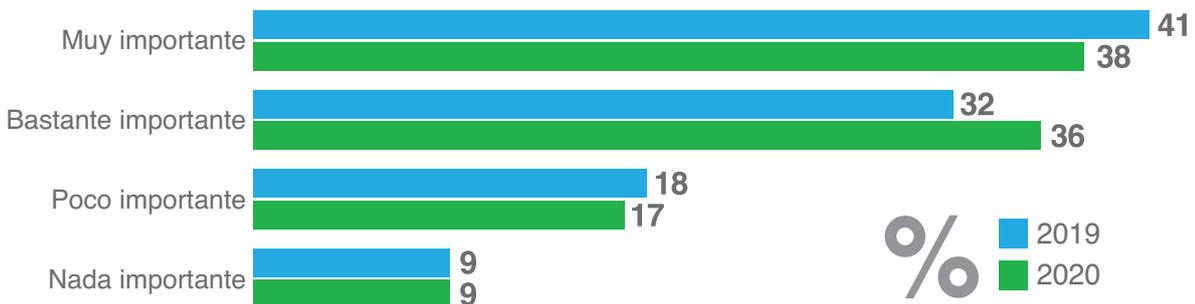
---

El 23% de los usuarios encuestados pretende alquilar una caravana o autocaravana en los próximos 12 meses.



# FINANCIACIÓN

En tu opinión, ¿cómo es de importante la oferta de financiación a la hora de realizar la venta de una caravana o autocaravana? (% Respuesta única)



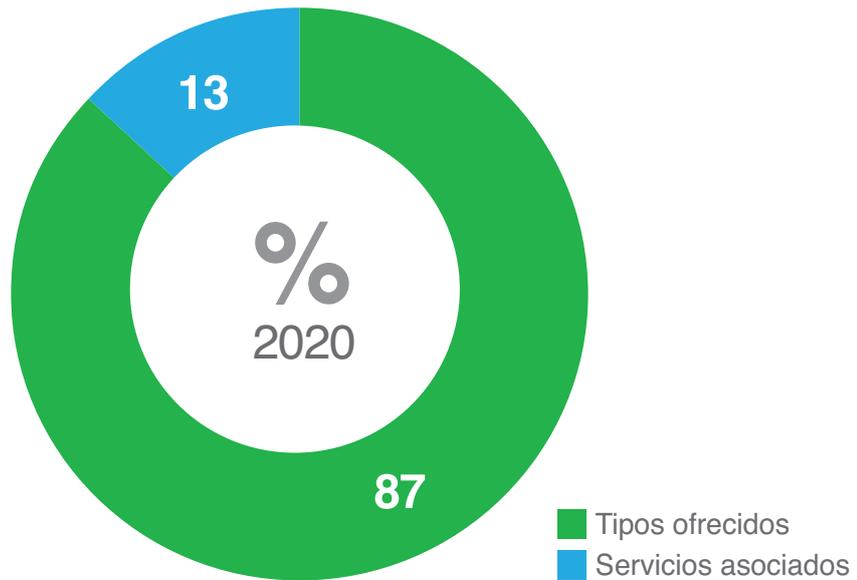
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, la oferta de financiación es considerada muy importante o

bastante importante por el 74% de los encuestados. Tan solo el 9% la consideran nada importante.

**En caso de pedir un crédito para comprar una caravana o autocaravana, ¿a cuál de las dos variables siguientes prestarías más atención?**

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

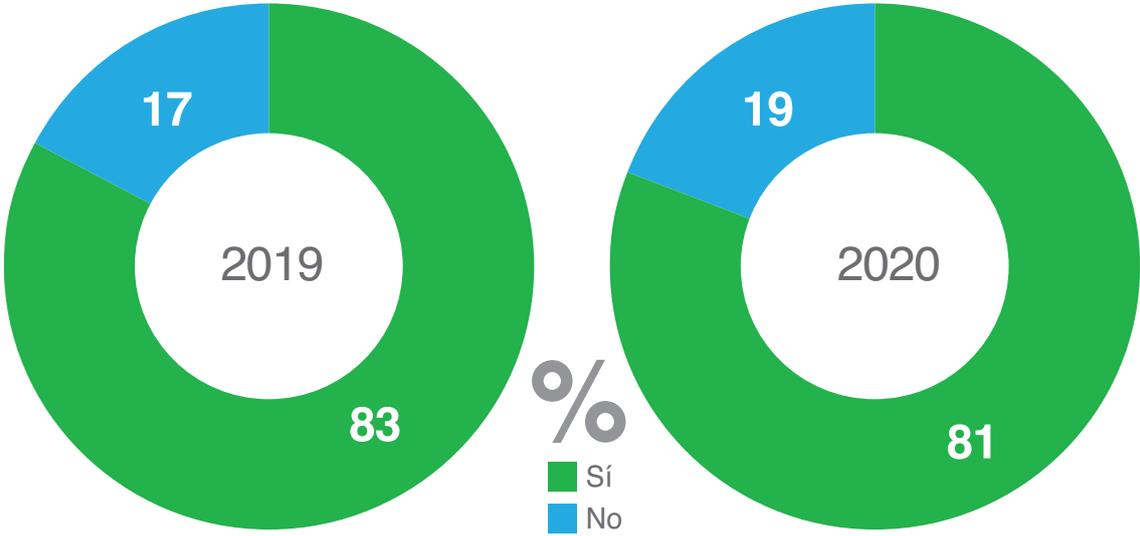
Los tipos ofrecidos a la hora de pedir un crédito es la variable a la que más atención prestaría el 87% de los

usuarios (72% en 2019), muy por encima de los servicios asociados, elegidos solo por el 13%.



# INTENCIÓN DE COMPRA

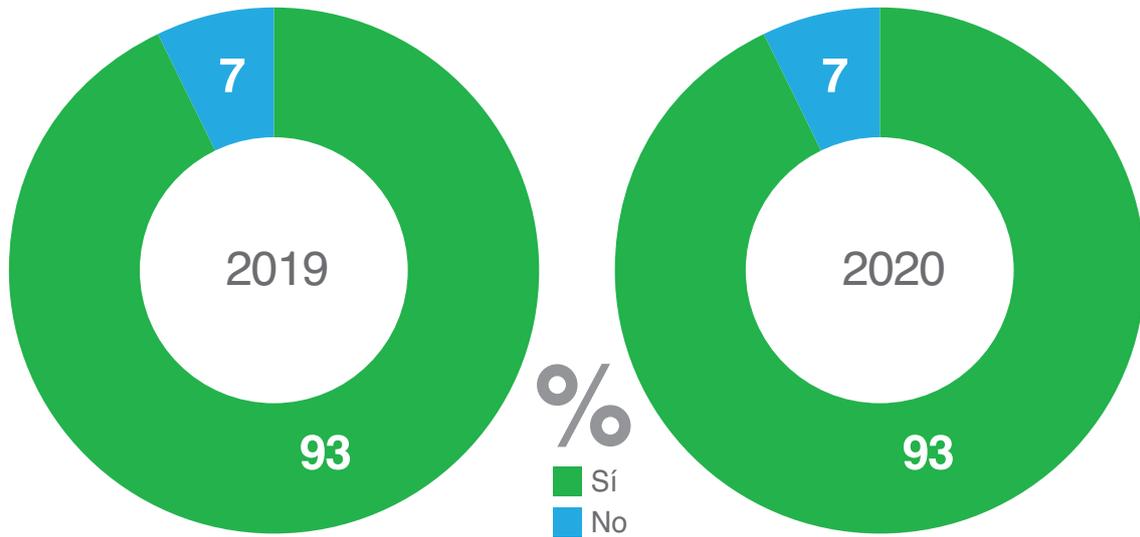
En la elección de tu próximo elemento de “caravanning” ¿prestarás atención a que sea poco contaminante? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 81% de los usuarios valorará que su próximo elemento de caravanning sea poco contaminante.

**¿Y tendrás en cuenta el consumo de carburante?** (% Respuesta única)



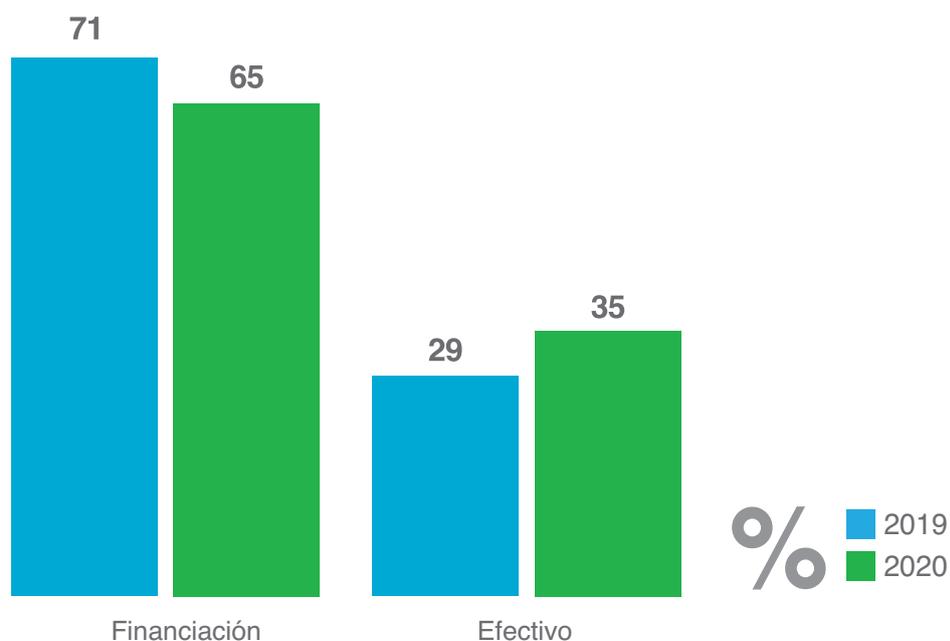
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 93% de los usuarios valorará el consumo de carburante a la hora de comprar su próximo elemento de caravaning.



## El consumidor del sector caravaning en España

### ¿Cómo tienes pensado pagar la compra de la caravana o autocaravana? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

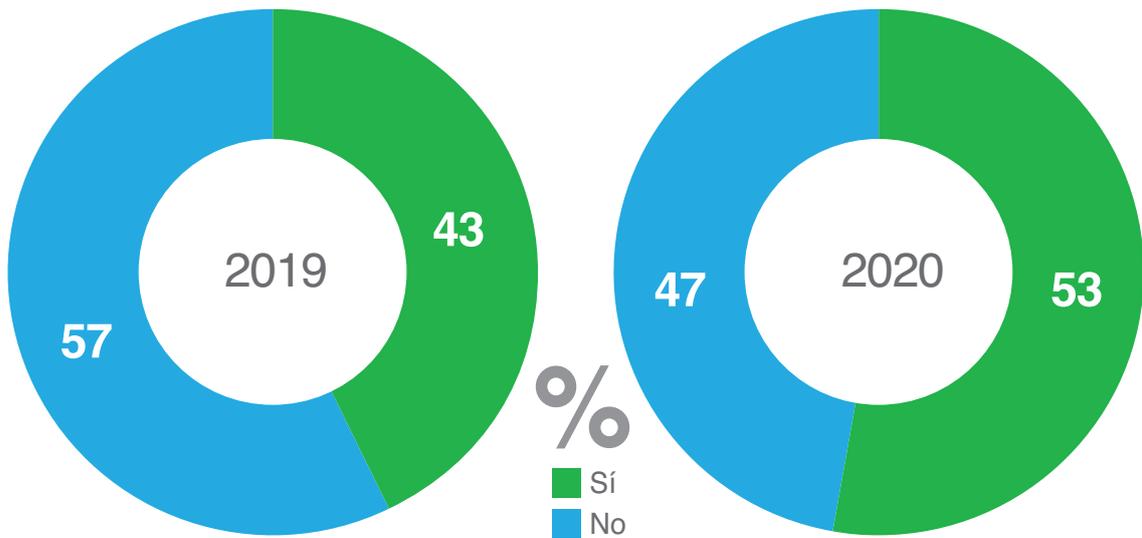
El 65% de los usuarios con intención de comprar una caravana o autocaravana, tiene intención de pagar su compra mediante financiación, en mayor medida los

menores de 45 años con un 69% de menciones en el pago mediante financiación.



# RENTING

¿Conoces el renting a particulares? (% Respuesta única)



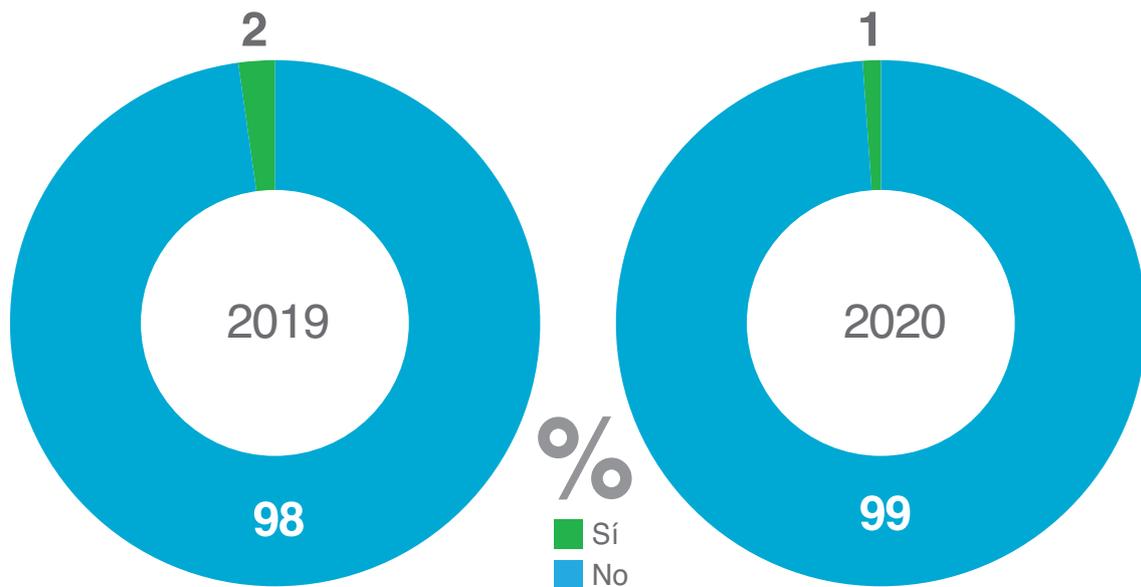
Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 53% de los usuarios conoce el renting a particulares.

# El consumidor del sector caravaning en españa

## ¿Has adquirido tu caravana/autocaravana a través de renting?

(% Respuesta única)

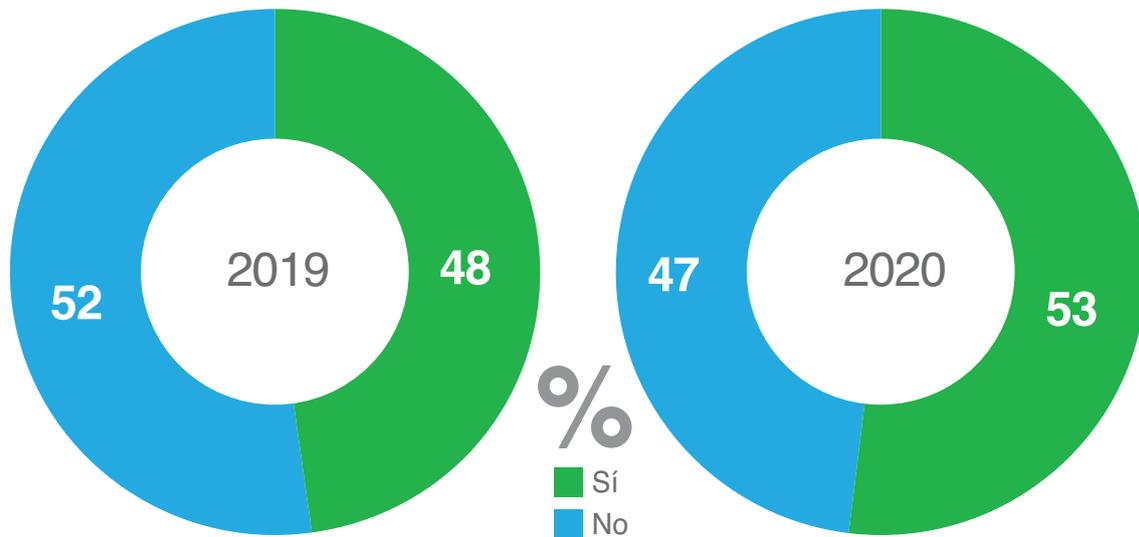


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Tan solo el 1% de este 53% de los usuarios ha adquirido su caravana o autocaravana a través de renting.



**¿Estarías dispuesto a adquirir tu caravana/autocaravana a través de renting?**  
(% Respuesta única)

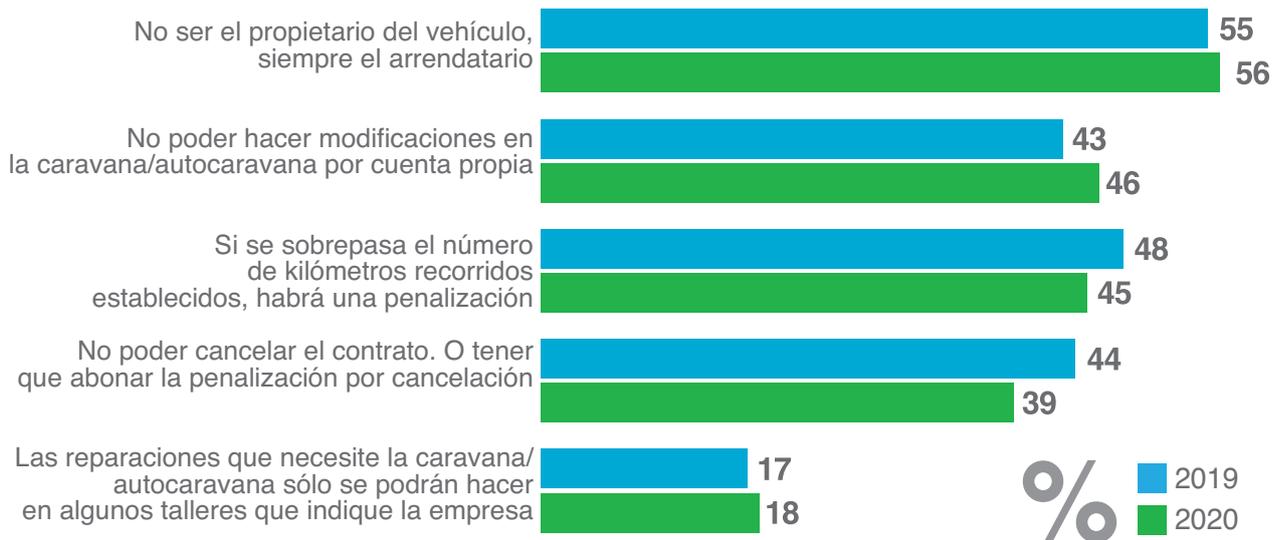


Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

El 53% de los usuarios que conocen el renting a particulares estaría dispuesto a adquirir su caravana o autocaravana mediante este medio.

## El consumidor del sector caravaning en España

### Y, ¿cuáles crees que son los puntos negativos de adquirir tu caravana/ autocaravana a través de renting? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Los principales puntos negativos para adquirir su caravana o autocaravana mediante renting son: en primer lugar, no ser el propietario del vehículo (56%), seguido

por la imposibilidad de realizar modificaciones por cuenta propia (46%) y por la limitación de kilómetros establecida en el contrato (45%).

**¿Cuáles crees que son los puntos positivos de adquirir tu caravana/ autocaravana a través de renting? (% Respuesta múltiple)**



Fuente: Datos 2019: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019.  
 Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020.

Por el contrario, los principales puntos positivos para adquirir su caravana o autocaravana mediante renting son: en primer lugar, tener incluido en la cuota todas las reparaciones, averías, mantenimiento, seguro, etc. (62%),

seguido por la inexistencia de una cuota de entrada (45%) y por la posibilidad de un cambio de vehículo según las necesidades del usuario (45%).



# FICHA TECNICA

## El Observatorio Cetelem del Motor 2020. Caravaning

### Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

#### Universo:

Hombres y mujeres que tengan o hayan tenido algún elemento de caravaning o que tengan intención de comprarlo en los próximos dos años.

#### Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores

#### Muestra:

Se han realizado 620 encuestas a la base de datos de la Editorial Peldaño.

#### Error Muestral:

Para un nivel de confianza del 95% y en las condiciones habituales de muestreo  $p=q=50\%$ , el margen de error para datos totales es de un  $\pm 3,94\%$ .

**Método muestreo.** El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

#### Trabajo de campo:

**Trabajo de campo.** Realizado entre el 3 y el 24 de febrero de 2020 por la empresa CANAL SONDEO

## El Observatorio Cetelem del Motor 2019. Caravaning

### Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

#### Universo:

Hombres y mujeres que tengan o hayan tenido algún elemento de caravaning o que tengan intención de comprarlo en los próximos dos años.

#### Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores

#### Muestra:

Se han realizado 800 encuestas a la base de datos de la Editorial Peldaño.

#### Error Muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo  $p=q=50\%$ , el margen de error para datos totales es de un  $\pm 3,46\%$ .

**Método muestreo.** El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

#### Trabajo de campo:

**Trabajo de campo.** Realizado entre el 1 y el 25 de febrero de 2019 por la empresa CANAL SONDEO

2020  
El Observatorio  
Cetelem · MOTOR



**BNP PARIBAS**  
PERSONAL FINANCE



# MOTOR 2020

## EL CONSUMIDOR DEL SECTOR MOTO EN ESPAÑA



 [elobservatoriocetelem.es](http://elobservatoriocetelem.es)

 [cetelem.es](http://cetelem.es)

 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

El Observatorio  
Cetelem



# ÍNDICE

Introducción	03
Evolución de las matriculaciones de motos en España	04
Mi moto actual	07
Mi Marca y Mi concesionario	17
Mi proceso de compra	19
Mi futura moto	28
La moto eléctrica	31
Renting	35
Ficha técnica	39



# INTRODUCCIÓN

Cetelem presenta la tercera edición de El Observatorio Cetelem del Motor, estudio donde analizamos los hábitos y comportamiento de compra en los sectores del automóvil, la moto y el caravaning, a través de las encuestas realizadas a consumidores españoles. Así mismo, hemos contado con la participación de expertos a través de la realización de entrevistas las cuales pueden leer en las siguientes páginas.

En lo que respecta al sector de la moto lo más destacable es el aumento de la importancia de la marca a la hora de decidir la compra, disminuyendo la importancia del concesionario

El precio, el buen servicio postventa y la satisfacción previa con el producto continúan siendo los tres aspectos

más valorados, aunque hay que señalar que mientras el precio cobra más importancia los otros dos disminuyen el porcentaje de menciones.

Todos estos datos y muchos más los mostramos a modo de resumen a continuación y con más detalle en el estudio completo que pueden encontrar en nuestra web del Observatorio Cetelem: [www.observatoriocetelem.es](http://www.observatoriocetelem.es)

Esperamos que la información sea de su interés.

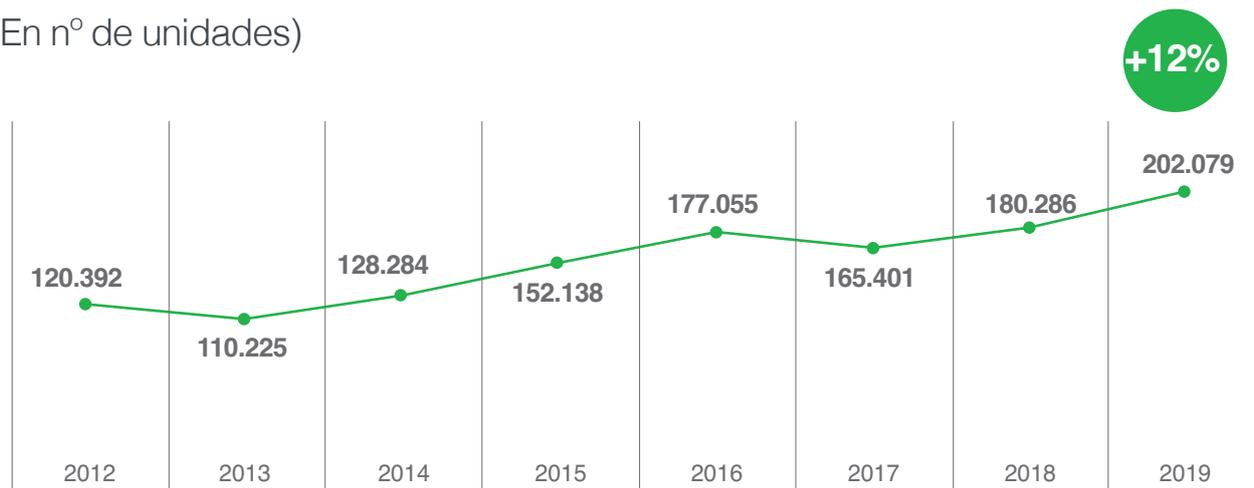
Un saludo

**Liliana Marsán**

Responsable de El Observatorio Cetelem

## Evolución de las matriculaciones de motos en España

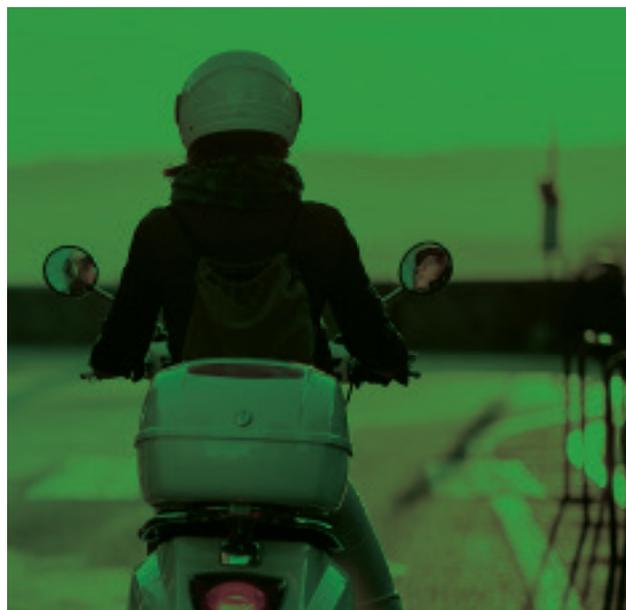
(En nº de unidades)



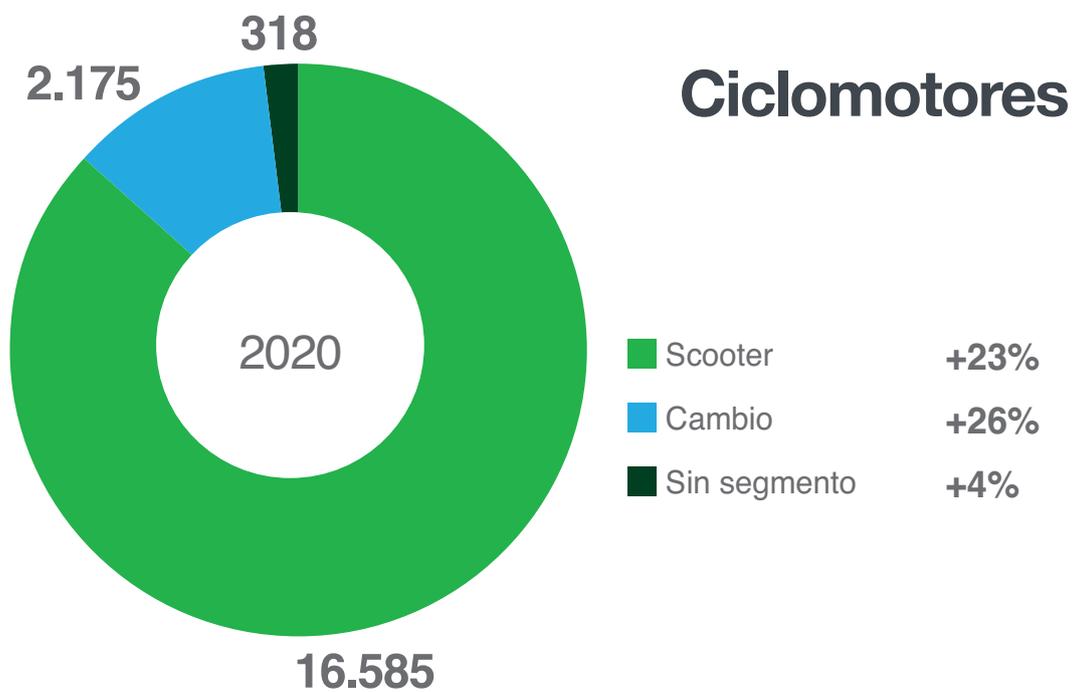
Fuente: Anesdor (Incluye: motocicletas, ciclomotores y otros vehículos ligeros)

El mercado total de motos (incluyendo otros vehículos ligeros) alcanzó las 202.079 matriculaciones con un crecimiento del 12%. Si tenemos en cuenta la clasificación por los diferentes segmentos, las motocicletas con

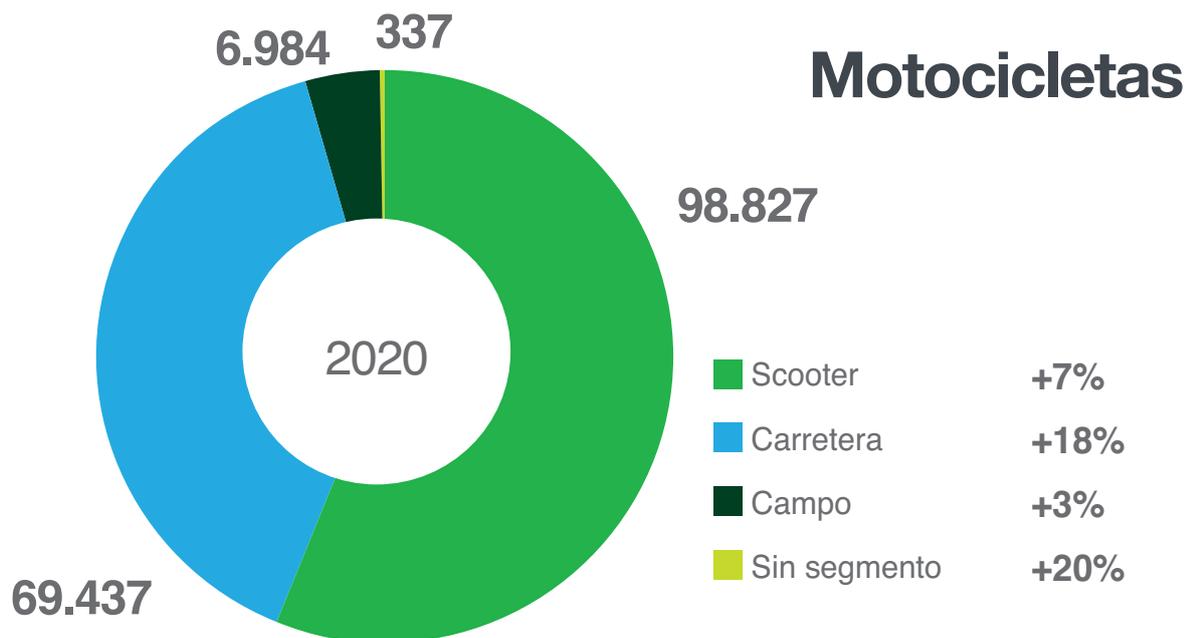
175.585 unidades matriculadas son las que más peso tienen con un crecimiento del 11%. Los ciclomotores presentan una subida del 23% con 19.078 unidades.



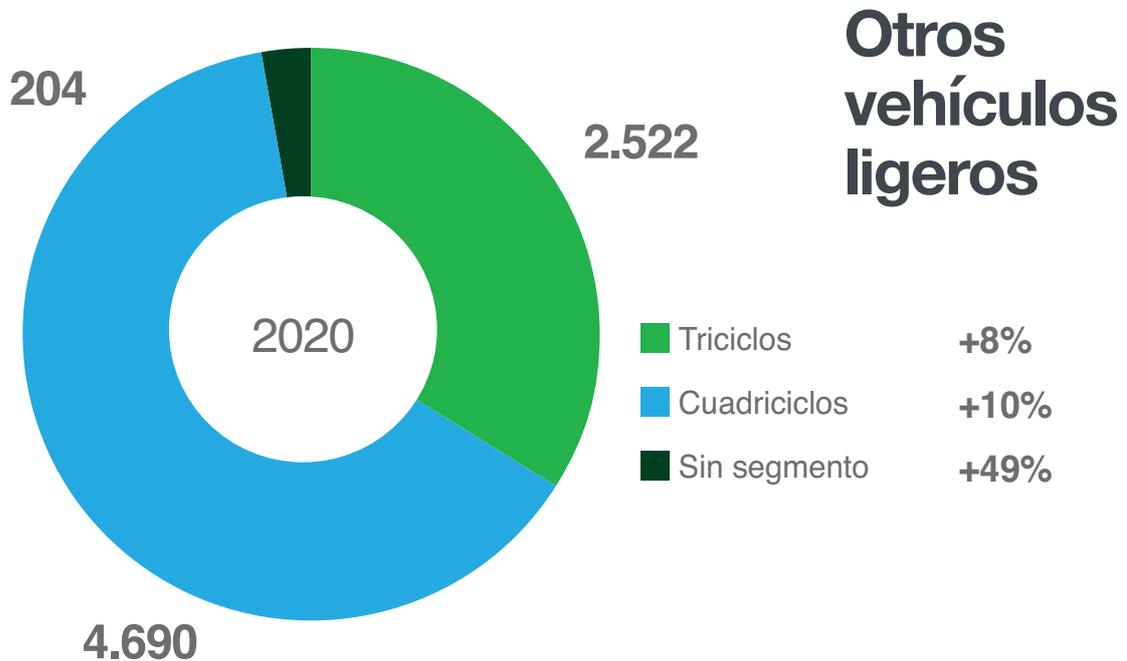
## Matriculaciones por tipo de moto



Fuente: Anesdor



Fuente: Anesdor

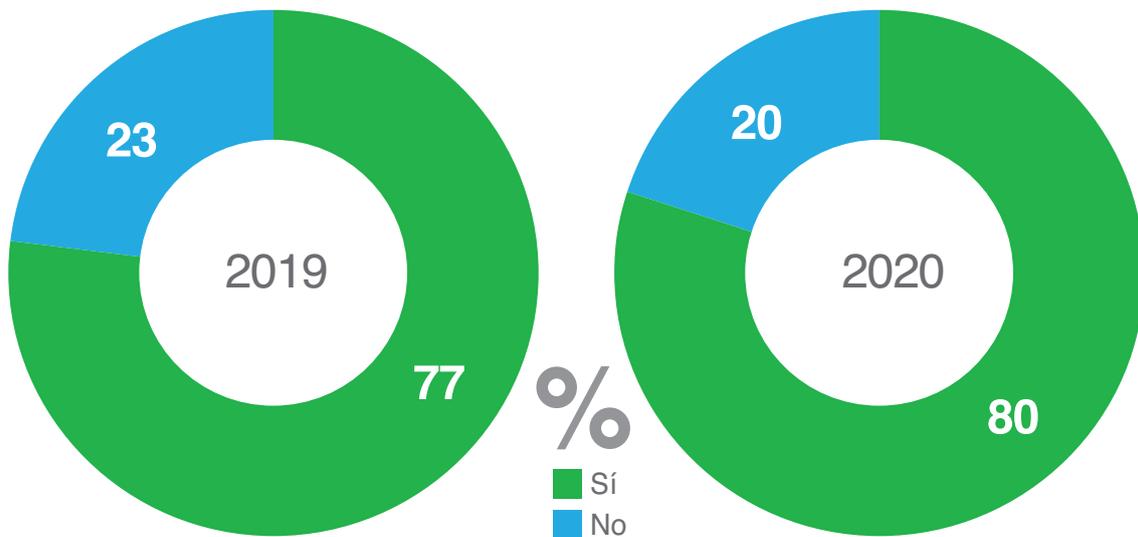


Las principales conclusiones publicadas por Anesdor son la aceleración del crecimiento del mercado de dos ruedas en (+12%) y una previsión de crecimiento estable en 2020 de aproximadamente el 3%.

A continuación abordamos los resultados de la encuesta realizada a conductores españoles, donde pretendemos mostrar los aspectos más relevantes en lo que a los hábitos y comportamientos de compra en el sector de la moto se refiere. Agradecemos la colaboración de Anesdor (Asociación Nacional de empresas del sector de dos ruedas) en la elaboración del contenido de dicha encuesta.



**¿Tienes actualmente un ciclomotor o motocicleta?** (% Respuesta única)

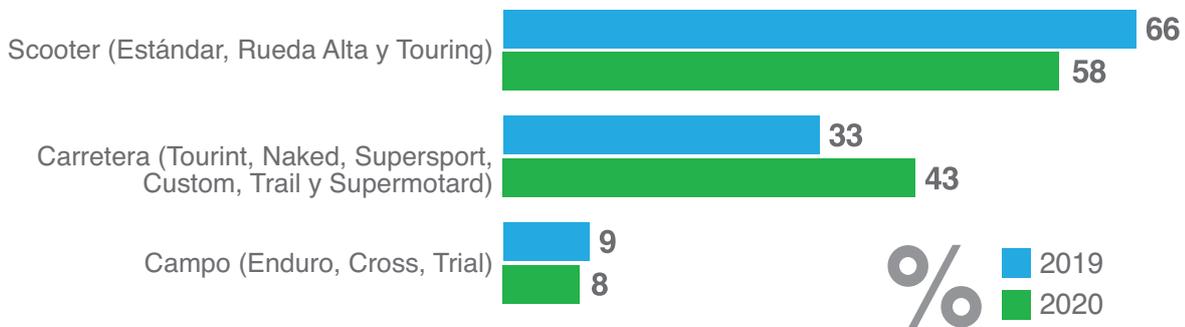


Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Entre los españoles encuestados que tienen o pretenden comprar una motocicleta o ciclomotor en los próximos 2 años, nos encontramos con que un 80% posee actual-

mente una moto, 3 puntos porcentuales más que las declaraciones de 2019.

## ¿Qué tipos de ciclomotor o motocicleta tienes? (% Respuesta múltiple)

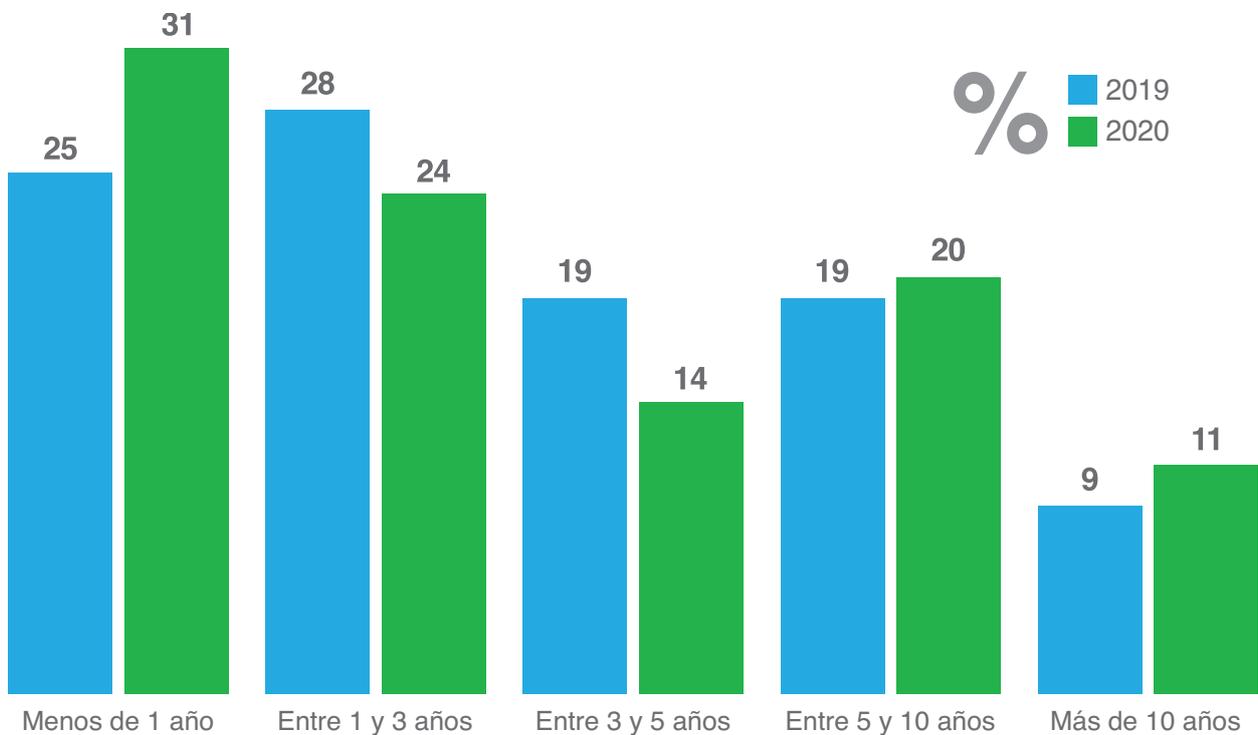


Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El 58% de los españoles encuestados que poseen actualmente una motocicleta o un ciclomotor, afirma tener una moto tipo Scooter, seguidos del 43% que afirma tener

una moto de carretera y por último el 8% que posee motos de campo.

## ¿Cuándo compraste tu ciclomotor o motocicleta actual? (% Respuesta única)



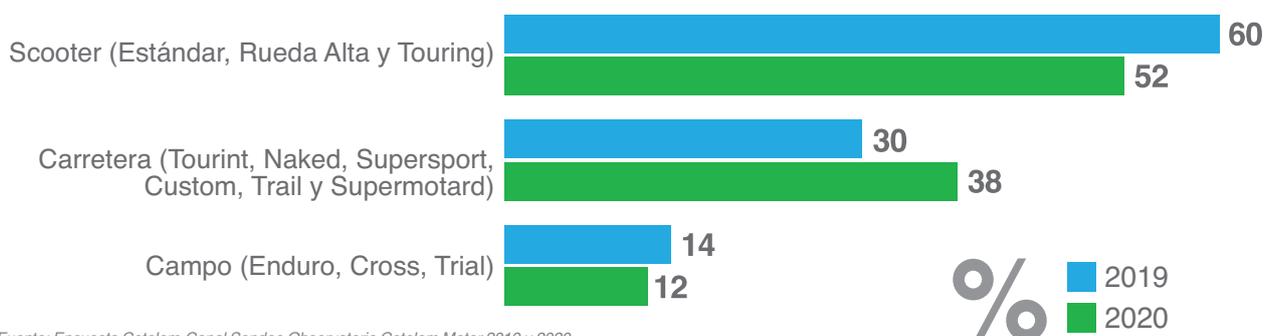
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El 31% de los conductores españoles encuestados afirma haber comprado su moto hace 1 año o menos. El 24% afirma haberla comprado hace entre 1 y 3 años (aque-

llos entre 18 y 24 años están por encima de la media un 54% de menciones), y el 11% hace más de 10 años.

# El consumidor del sector moto en España

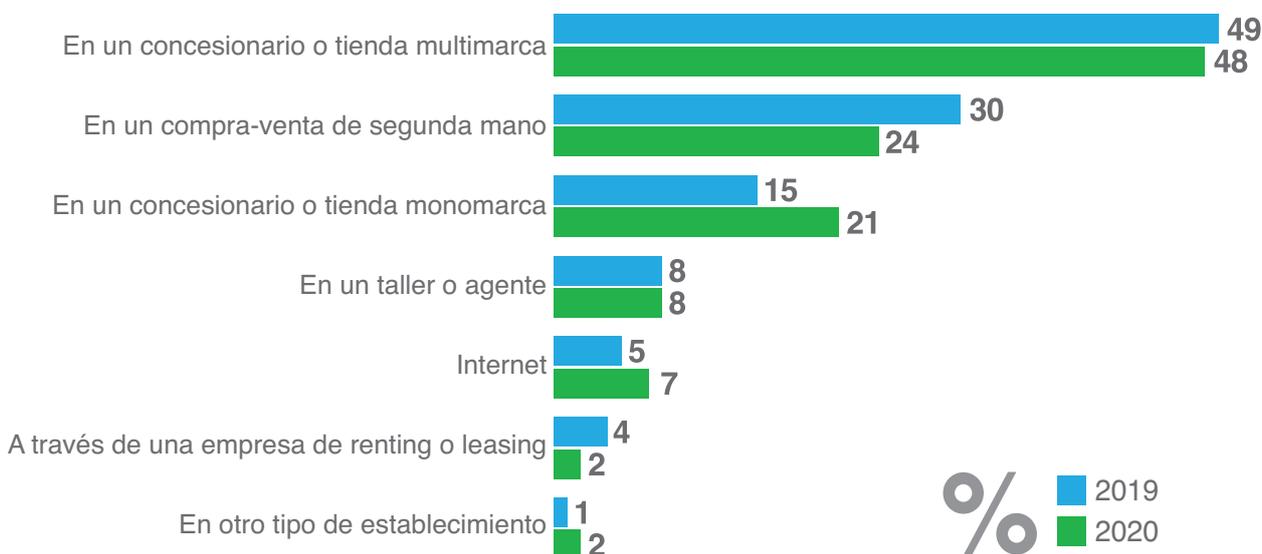
## ¿Qué tipo de ciclomotor o motocicleta compraste en los últimos 12 meses? (% Respuesta múltiple)



Entre el 31% los españoles que compraron su moto durante el último año, el 52% adquirieron una moto tipo Scooter, con un descenso de 8 puntos porcentuales respecto a 2019.

El 38% compraron motos de carretera aumentando en 8 puntos respecto al año anterior, hecho que hemos visto reflejado anteriormente en los datos de matriculaciones publicados por Anesdor.

## ¿Dónde adquiriste la/s motocicleta/s / ciclomotor/es que compraste en los últimos 12 meses? (% Respuesta única)



El 48% de los ciudadanos encuestados ha comprado su moto en un concesionario o tienda multimarca, seguidos del 24% que lo ha hecho en un compraventa de segunda mano. En tercer lugar, con menos representación, encon-

tramos a los consumidores que han comprado su moto en un concesionario o tienda monomarca (21%) pero con un incremento de 6 puntos respecto a 2019.

## ¿Cuánto te gastaste? (Respuesta abierta numérica)

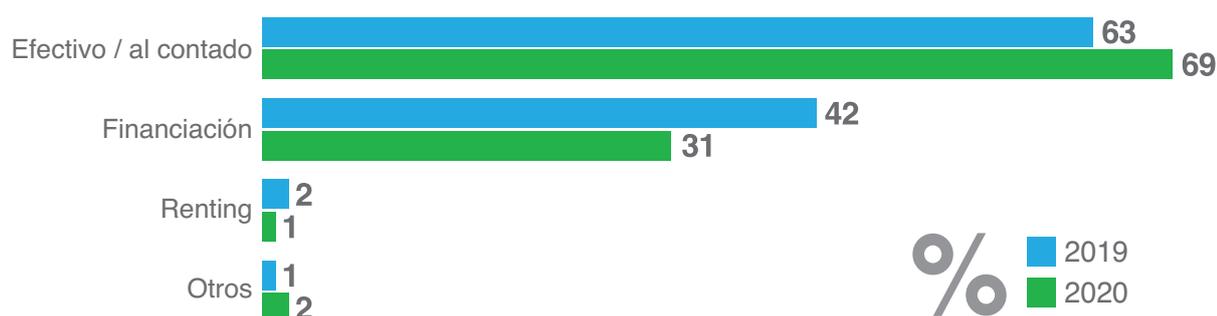
	2019	2020	Variación 2020/2019
Scooter	3.676 €	3.480 €	-5%
Carretera	7.042 €	7.938 €	13%
Campo	5.893 €	4.755 €	-19%
<b>MEDIA TOTAL</b>	<b>4.952 €</b>	<b>5.264 €</b>	<b>6%</b>

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El gasto medio realizado por aquellos que compraron algún tipo de moto en 2019 fue de 5.264€. Los que más desembolso realizaron fueron los que adquirieron una moto de carretera con un gasto medio de unos 7.938€, **destacando aquellos con edades entre los 35 y 44 años que llegaron a gastar 8.200€.**

La compra de una scooter es más económica y aquellos que la compraron destinaron un importe de prácticamente 3.480€, un 5% menos que lo declarado en 2019.

## ¿Qué medios de pago utilizaste para la compra de tu/s ciclomotor/es o motocicleta/s? (% Respuesta múltiple)

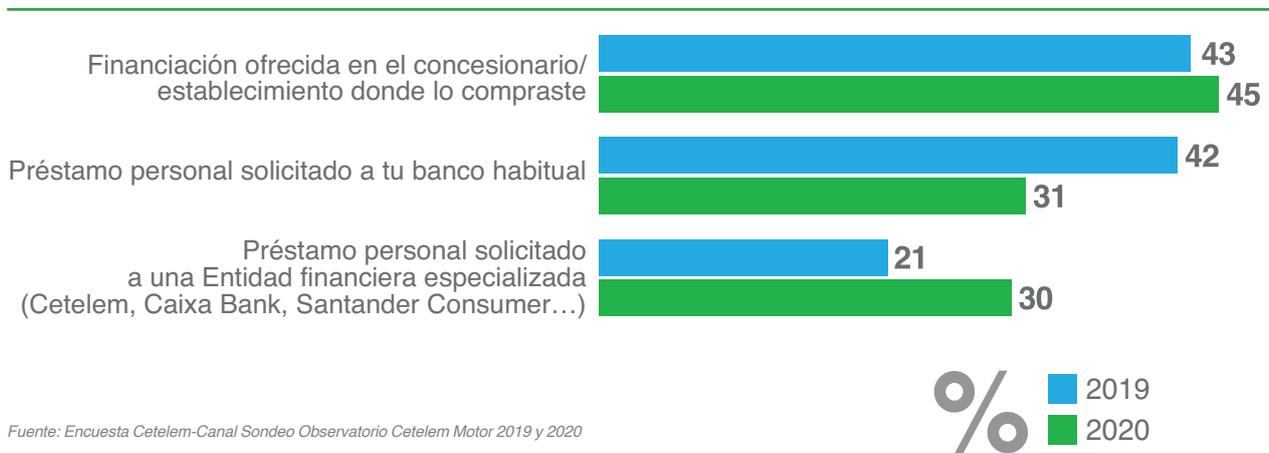


Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El medio de pago más utilizado por los compradores de ciclomotor o motocicleta ha sido el pago en efectivo con un 69% de menciones, destacando los más jóvenes entre

18 y 24 años con un 79%. El 31% optó por la financiación.

## El consumidor del sector moto en españa

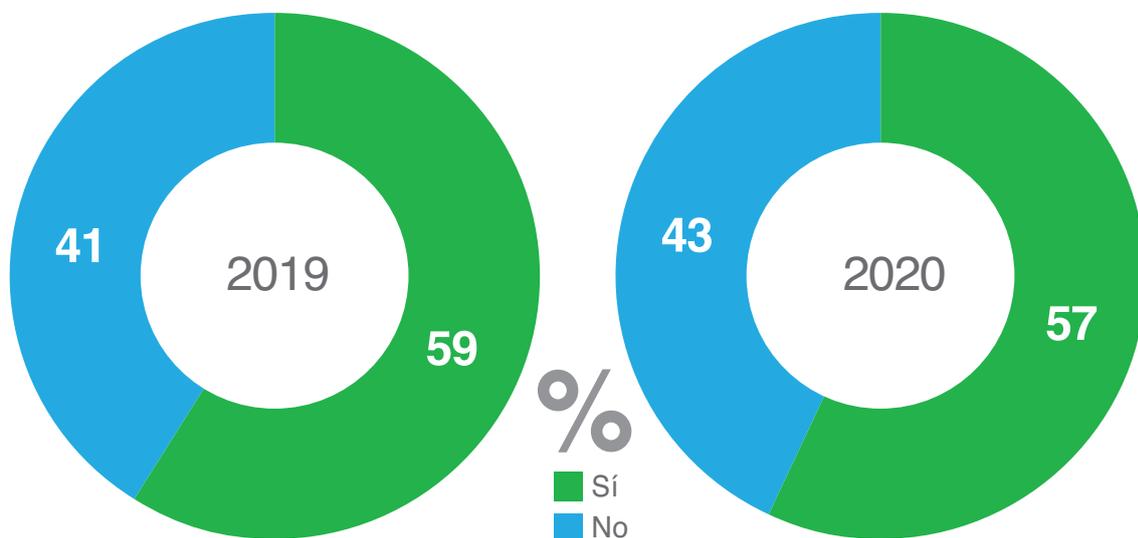


Entre aquellos que financiaron, destacar que el tipo de financiación más solicitada fue la ofrecida en el concesionario con un 45% de menciones frente al 43% del año

anterior, mostrando un ligero crecimiento de 2 puntos porcentuales. El crédito demandado a su banco habitual desciende de un 42% a un 31%.

### ¿Has comprado accesorios de moto en los últimos 12 meses?

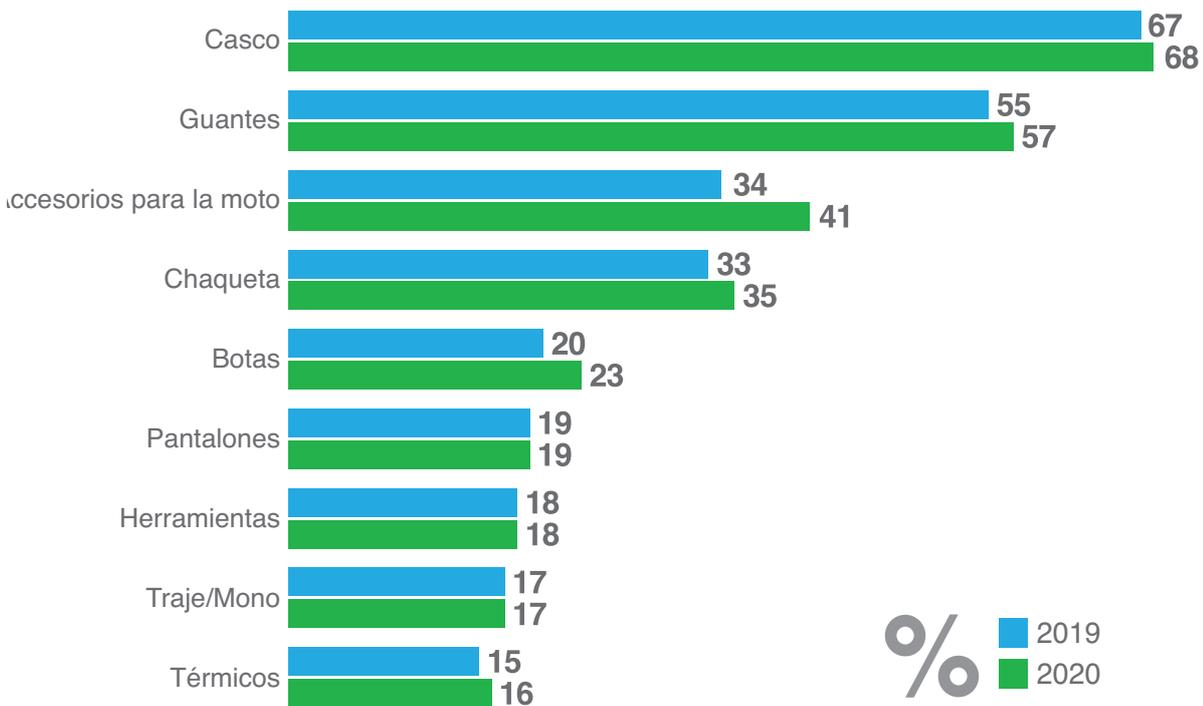
(% Respuesta única)



El 57% de los consumidores que tienen o pretenden comprar una moto en los próximos 2 años, afirman haber comprado accesorios para la moto en los últimos 12 meses, lo que supone un descenso respecto al año ante-

rior de 2 puntos porcentuales. Son aquellos con edades entre los 25 y 34 años los que destacan por encima de la media en la compra de accesorios con un 68% de menciones.

**¿Qué tipo de accesorios de moto compraste en los últimos 12 meses?**  
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Entre el 57% de encuestados que afirman haber comprado accesorios en el último año, encabezan el ranking los que han comprado cascos con un 68% de las menciones (destacan con un 85% de menciones los consumidores de entre 18 a 24 años), seguidos por las compras

de guantes con el 57% y las compras de accesorios para la moto con el 41%.

Hay que señalar que la compra aumenta ligeramente en todas las categorías.

## El consumidor del sector moto en españa

### ¿Dónde adquiriste los accesorios para la moto que compraste en los últimos 12 meses? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El 54% de los que han comprado accesorios de moto afirma haberlos adquirido en un concesionario o tienda física multimarca, con un fuerte descenso de 21 puntos porcentuales. El siguiente canal de compra preferido por los consumidores es internet con un 35% de menciones,

con un aumento de 5 puntos respecto a 2019.

Señalar que todos los canales de compra muestran un aumento respecto al año anterior.

## ¿Cuánto te gastaste en la compra de los accesorios para la moto?

(Respuesta abierta numérica)

	2019	2020	Variación 2020/2019
Casco	202 €	188 €	-7%
Guantes	78 €	55 €	-30%
Chaqueta	197 €	195 €	-1%
Botas	145 €	122 €	-16%
Pantalones	118 €	116 €	-2%
Traje / Mono	232 €	277 €	19%
Térmicos	103 €	73 €	-29%
Accesorios para la moto	231 €	217 €	-6%
Herramientas	164 €	83 €	-49%
<b>GASTO MEDIO TOTAL</b>	<b>163 €</b>	<b>150 €</b>	<b>-8%</b>

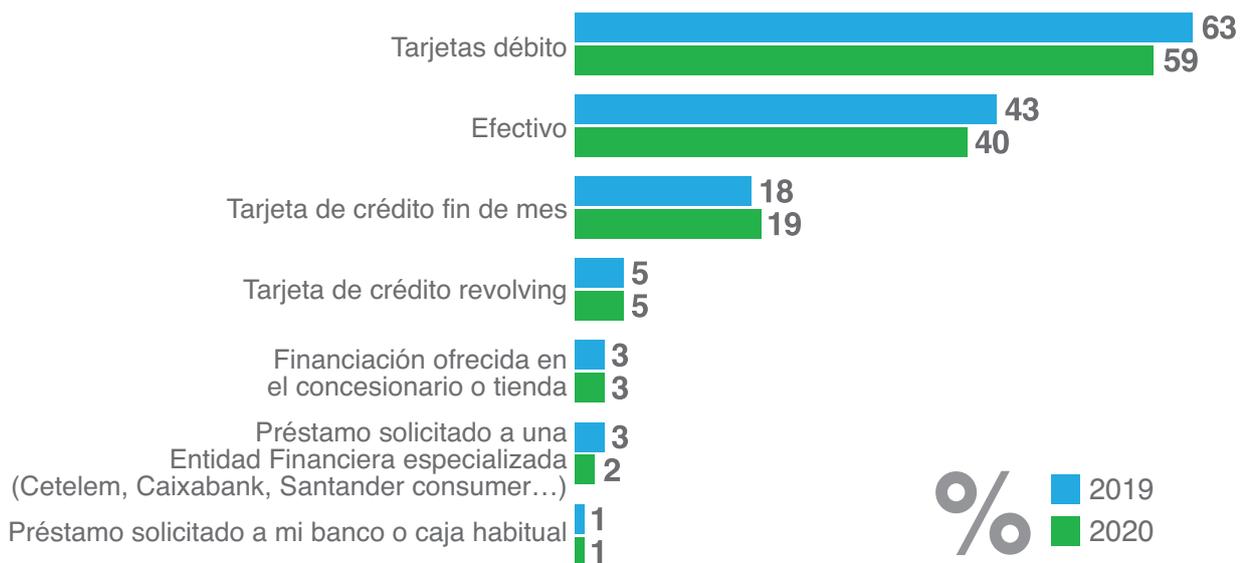
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El ranking de gasto en accesorios cambia poco respecto a 2019. En 2020 el mayor desembolso se ha realizado en las compras de trajes con 277€, accesorios con 217€ y chaquetas con 195€.

Es importante señalar el fuerte descenso del gasto en herramientas que pasa de 164€ en 2019 a 83€ en 2020, lo que supone una caída del 49%.

## El consumidor del sector moto en españa

### ¿Qué medios de pago utilizaste para la compra de tus accesorios para la moto? (Respuesta abierta numérica)

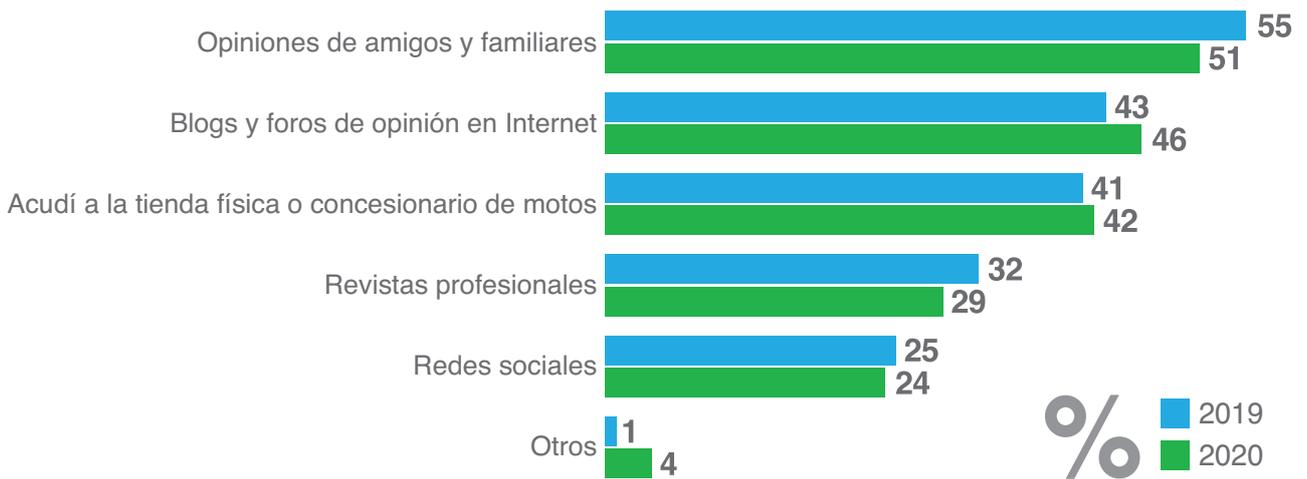


Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El medio de pago más utilizado a la hora de comprar accesorios para la moto ha sido el pago mediante tarjeta de débito con el 59% de las menciones, siendo los

encuestados entre 18 y 24 años los que destacan por encima de la media con un 74%. El pago en efectivo es el siguiente en el ranking con un 40% de declaraciones.

**En el proceso de compra de tu ciclomotor, motocicleta y/o accesorios ¿Qué fuentes de información utilizaste? (% Respuesta múltiple)**



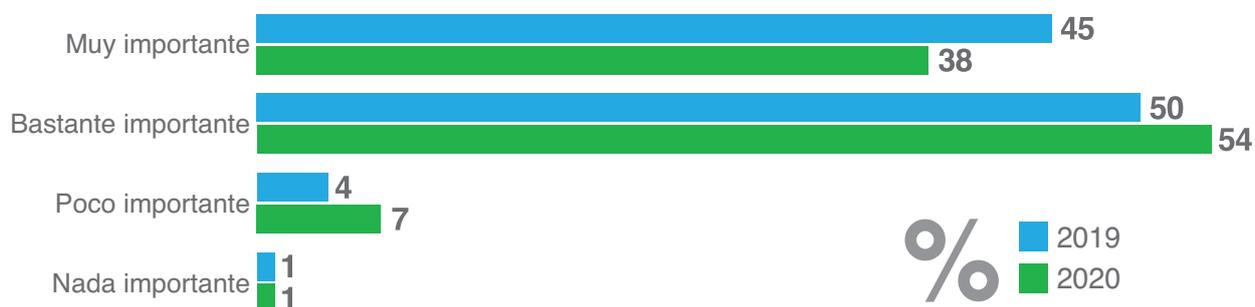
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Las opiniones de amigos y familiares y los blogs y foros de internet son las fuentes de información más valoradas por los compradores de motos y accesorios, con un 51%

y un 46% de menciones respectivamente. Con un 42% encontramos a los que acuden físicamente a la tienda o concesionario a pedir consejo.

# MI MARCA Y MI CONCESIONARIO

¿En qué medida consideras importante la MARCA en la compra de la motocicleta /ciclomotor? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Casi la totalidad de los encuestados considera la marca importante a la hora de comprarse una motocicleta o

ciclomotor. Tan solo es el 7% el que lo considera poco importante y el 1% el que los considera nada importante.

## ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo?

(% Respuesta única)

	2019	2020
Ambos tienen la misma importancia	56%	52%
La MARCA de la motocicleta /ciclomotor es más importante que el concesionario o tienda donde la compré	41%	44%
El CONCESIONARIO o TIENDA es más importante que la marca de la motocicleta /ciclomotor	3%	4%

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Comparando la importancia que se le da a la marca y al concesionario, la opinión mayoritaria de los encuestados españoles es que ambos tienen la misma importancia con un 52%, 4 puntos por debajo del año anterior. Los

que opinan que la marca de la moto es más importante que el concesionario o tienda donde la compran son el 44%. Por último, tan solo el 4% piensa que el concesionario o tienda es más importante que la marca.

## A la hora de comprar una motocicleta /ciclomotor, ¿qué escoges primero?

(% Respuesta única)

	2019	2020
Prefiero escoger una o varias marcas y después voy a los concesionarios o tiendas que las venden	53%	57%
Prefiero escoger uno o varios concesionarios o tiendas, y después decido qué marca comprar	47%	43%

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

A la hora de comprar una moto, el 57% prefiere escoger una o varias marcas y después ir a los concesionarios o tiendas que las vendan, 4 puntos por encima del año

anterior. En este aspecto destacan los mayores de 45 años con un 66% de menciones.



# MI PROCESO DE COMPRA

Una vez has escogido la MARCA o MARCAS, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo? (% Respuesta única)

	2019	2020
Prefiero ir a varios concesionarios o tiendas para informarme y comparar precios antes de comprar	85%	81%
Prefiero ir a un solo concesionario o tienda donde compro la motocicleta /ciclomotor que necesito	15%	19%

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

La gran mayoría de los consumidores que optan por escoger antes la marca, siguen prefiriendo ir a varios concesionarios o tiendas para informarse y comparar precios antes de comprar la moto.

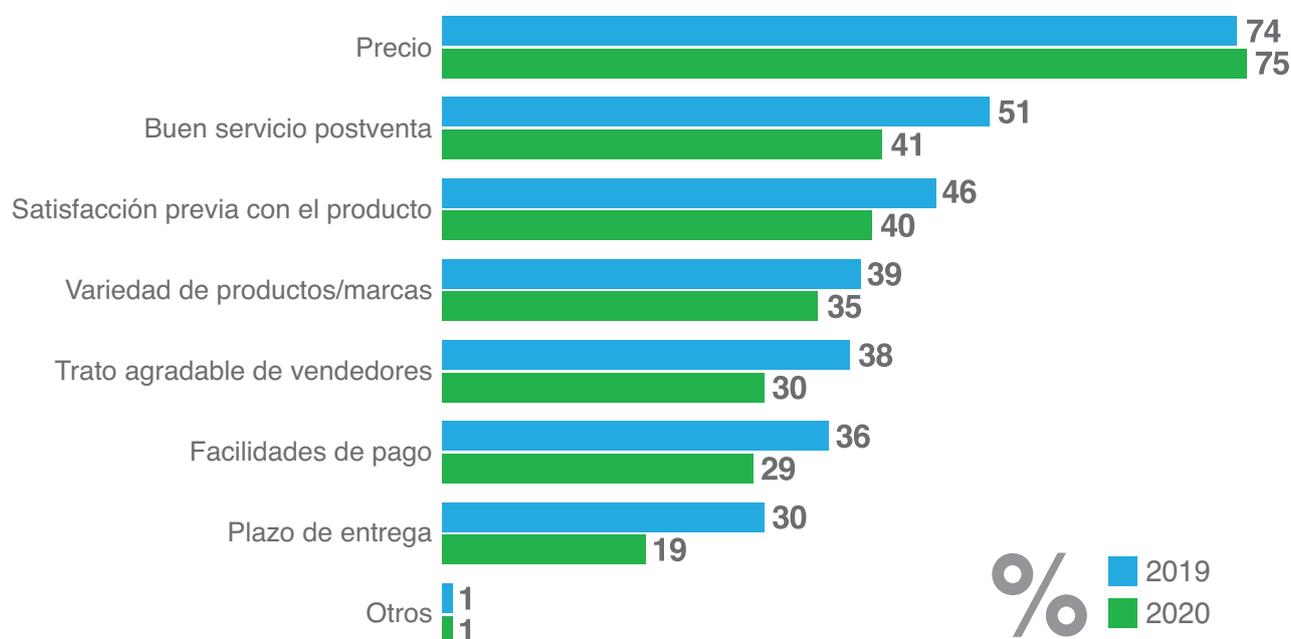
## Has dicho que escoges el concesionario o tienda antes que la marca. ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo? (% Respuesta única)

	2019	2020
Prefiero ir a un solo concesionario o tienda, sé que voy a encontrar lo que quiero	51%	56%
Fijo un presupuesto y voy a varios concesionarios o tiendas para comparar marcas y precios	49%	44%

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Por otra parte, el 56% de los consumidores que optan por elegir antes el concesionario o tienda, prefieren ir a un solo concesionario sabiendo que van a encontrar lo que buscan.

## ¿Cuáles son los motivos por los que optarías por comprar en un establecimiento concreto? (% Respuesta múltiple)

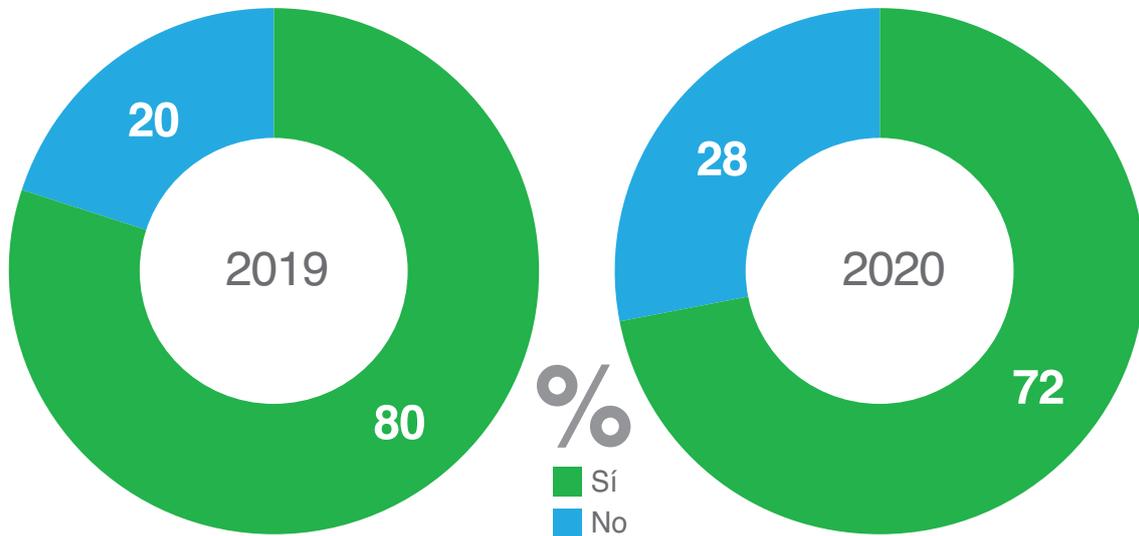


Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Igual que ocurría en 2019, el precio con el 75% es el motivo principal por el que los consumidores optarían por comprar en un establecimiento concreto. Le siguen con un 41% el buen servicio de postventa y con un 40% la satisfacción previa con el producto.

## El consumidor del sector moto en españa

**¿Tienes intención de volver al establecimiento donde compraste la última moto?** (% Respuesta única)

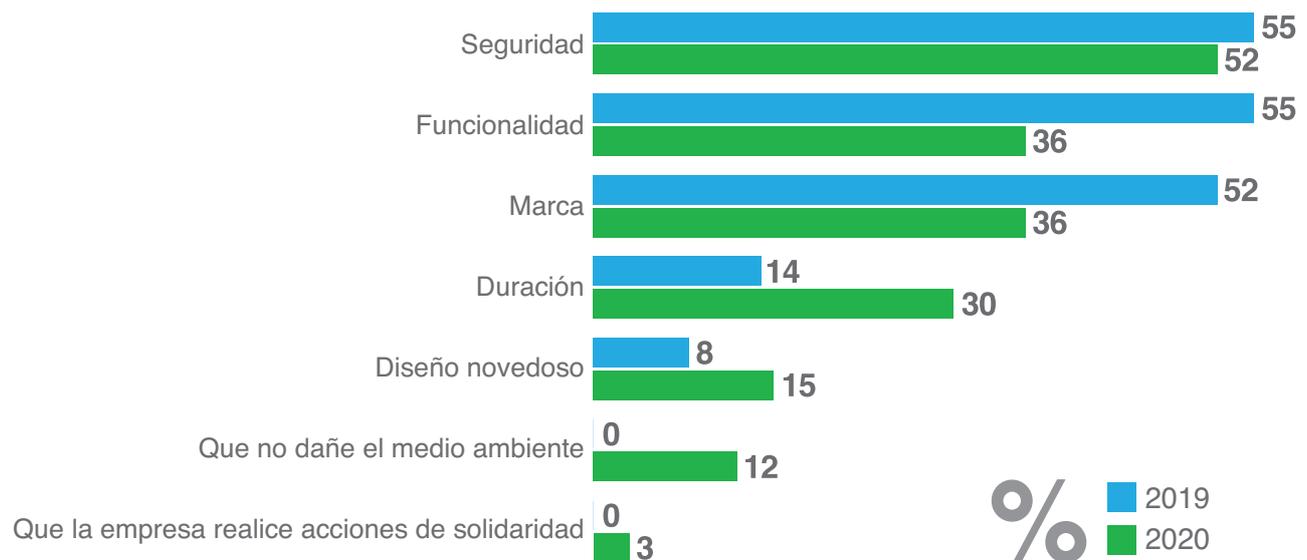


Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El 72% de los consumidores encuestados tiene intención de volver a comprar al establecimiento donde compró

la última moto, descendiendo en 8 puntos porcentuales respecto a 2019.

**A la hora de comprar una moto, elige los dos aspectos que más valoras entre los siguientes:** (% Respuesta múltiple)

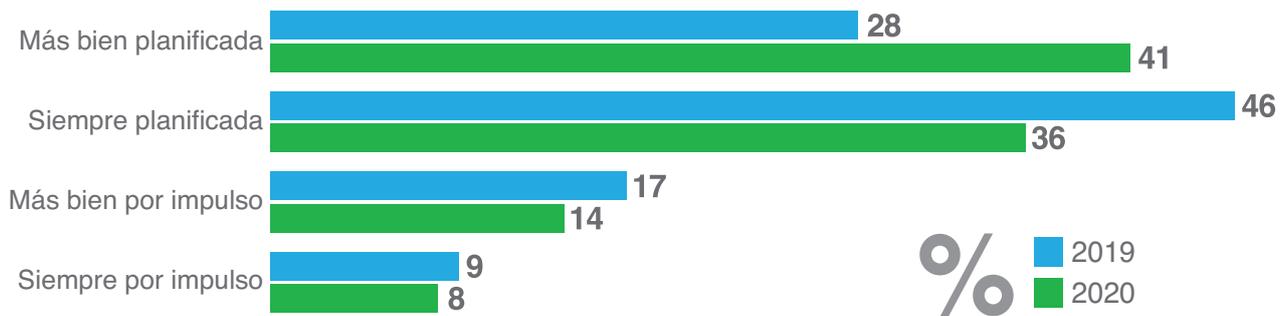


Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Los aspectos más valorados por los consumidores a la hora de comprar una moto son, en primer lugar, la seguridad con un 52% (destacando los mayores de 45 años

en este aspecto con un 57%), la funcionalidad con un 36% de menciones y la marca con otro 36%.

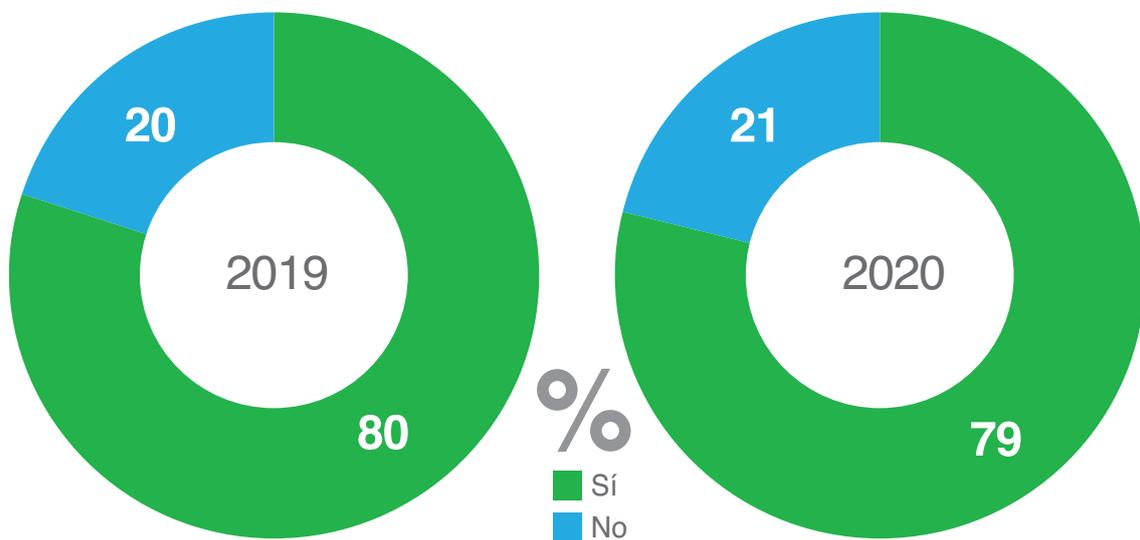
**A la hora de comprar una moto, ¿haces compras imprevistas, por impulso o planificadas? (% Respuesta única)**



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

La mayor parte de los consumidores en general, tiene sus compras planificadas cuando se trata de comprar una moto.

**¿Compraría una moto Km 0 en lugar de una nueva? (% Respuesta única)**



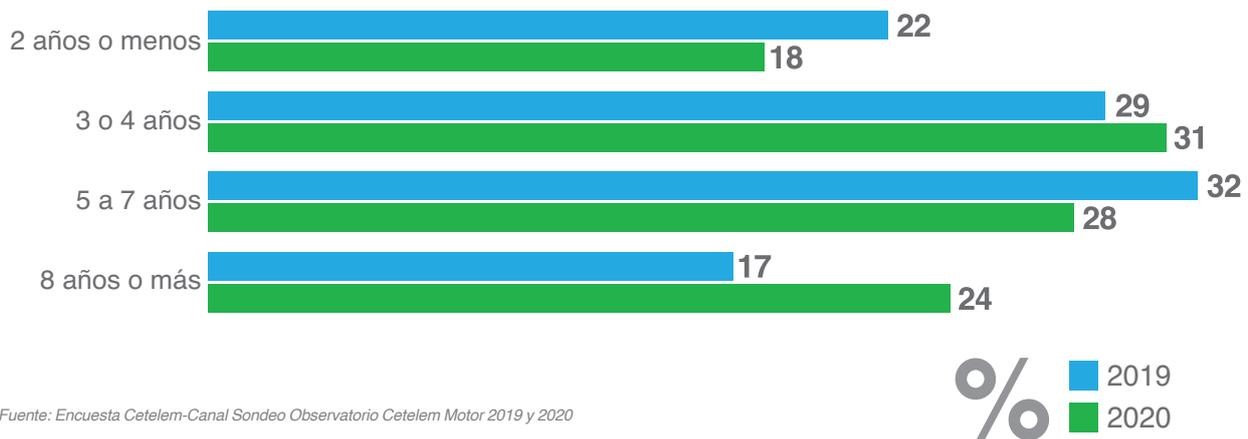
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El 79% de los consumidores compraría una moto km 0 en lugar de una nueva, porcentaje 1 punto menor al mostrado el año anterior.

# El consumidor del sector moto en españa

## ¿Cuál es, en tu opinión, el plazo óptimo de renovación de una moto?

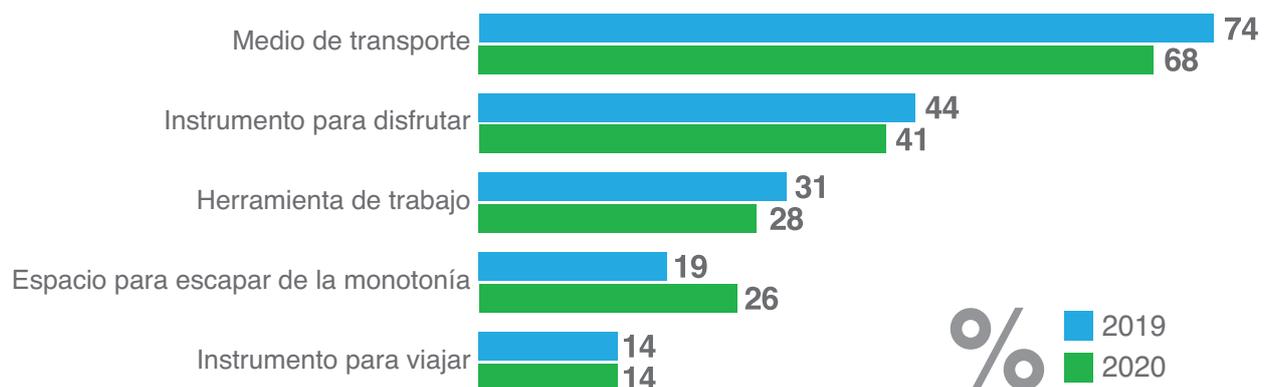
(% Respuesta única)



3 o 4 años es el plazo óptimo de renovación de una moto para el 31% de los usuarios en general. Centrándonos

en los rangos de edad, los usuarios de más de 45 años prefieren esperar más de 8 años para renovar.

## Consideras la moto como... (% Respuesta múltiple)

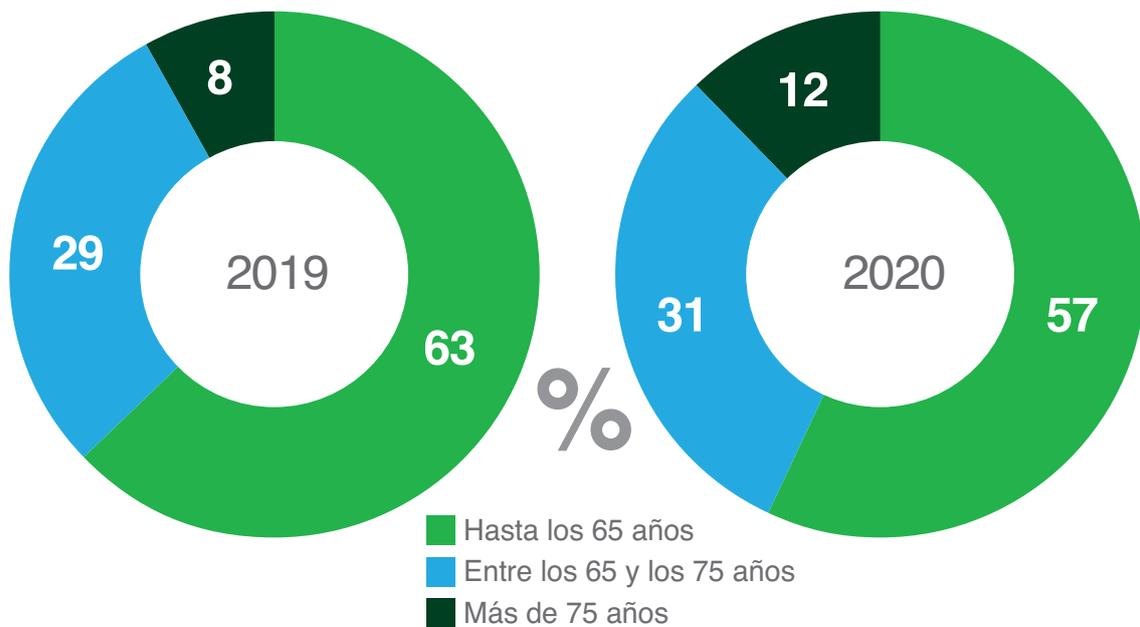


Para el 68% de los usuarios encuestados la moto es un medio de transporte (74% en 2019). Con un 41% aparecen los usuarios que consideran la moto como un instru-

mento para disfrutar (44% en 2019) y para un 28% es tan solo una herramienta de trabajo (31% en 2019).

**¿Hasta qué edad estimas que seguirás conduciendo tu moto?**

(% Respuesta única)

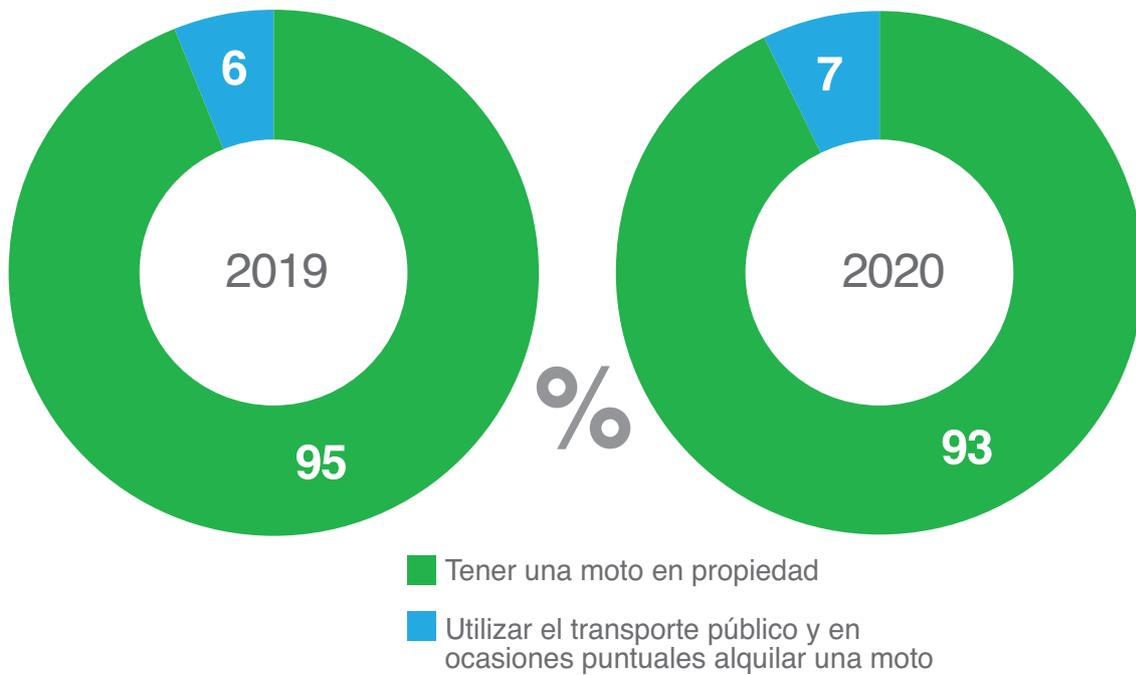


Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

La mayoría de los usuarios (57%) cree que seguirá conduciendo su moto hasta los 65 años. Tan solo el 12% cree que seguirá conduciendo después de los 75 años.

## El consumidor del sector moto en españa

Entre las siguientes opciones ¿cuál prefieres? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Igual que ocurría el año anterior, casi la totalidad de usuarios (93%) prefiere tener una moto en propiedad a utilizar el transporte público y alquilar motos en ocasiones puntuales.

## En la elección de tu próxima moto, ¿prestarás atención a que sea poco contaminante? (% Respuesta única)

---

	2019	2020
Sí	82%	78%
No	18%	22%

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

---

## Y, ¿tendrás en cuenta el consumo de carburante? (% Respuesta única)

---

	2019	2020
Sí	89%	85%
No	11%	15%

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

---

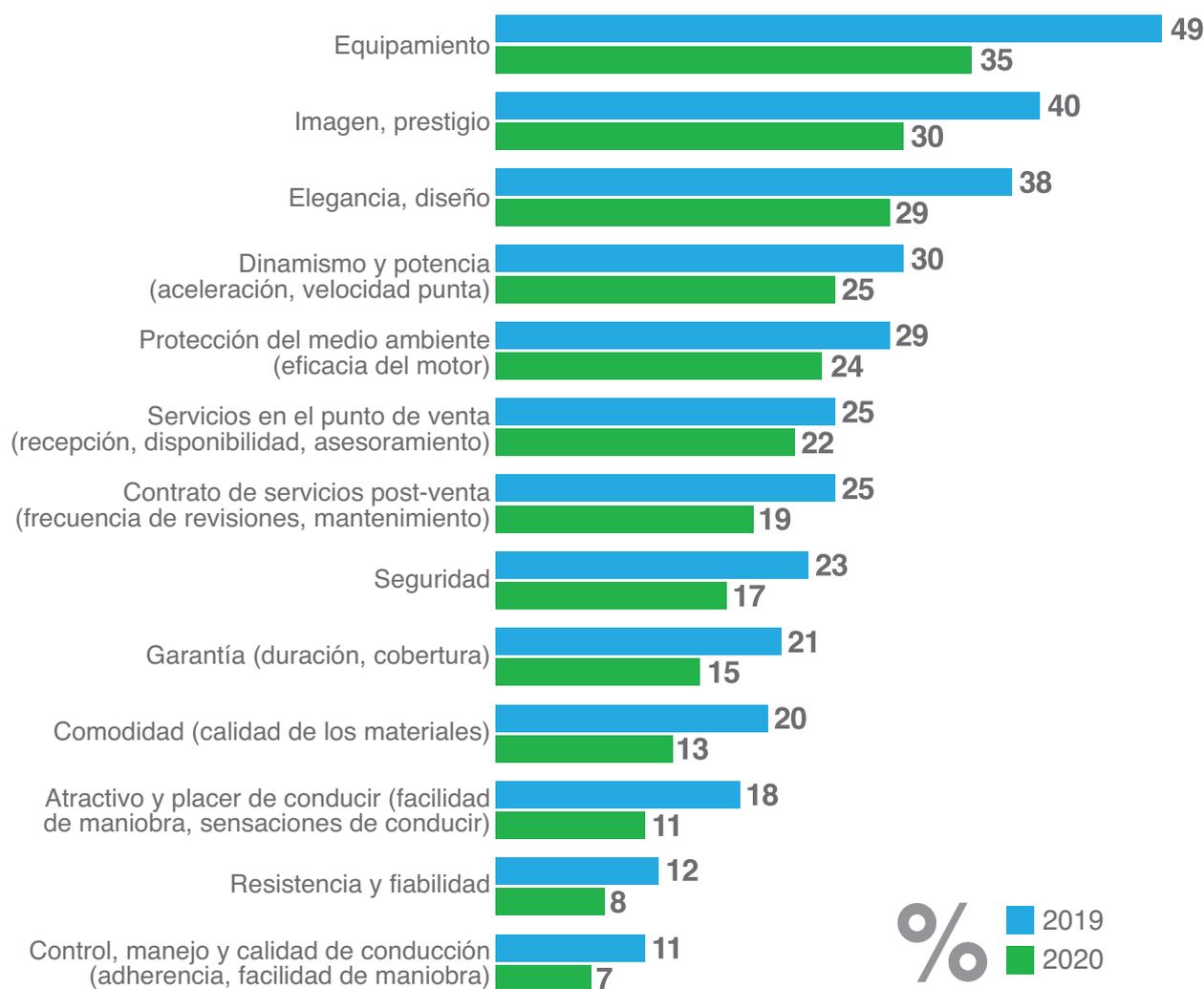
La gran mayoría de los usuarios (78%) tendrá en cuenta la contaminación que provoque su próxima moto antes de comprarla. También tendrán en cuenta el consumo

de carburante el 85% de los usuarios encuestados. En ambos casos, los usuarios de entre 25 y 34 años son los que muestran más interés.

## El consumidor del sector moto en españa

### Para acceder a precios más bajos en la compra de una moto, ¿en qué aspectos estarías dispuesto a reducir el nivel de las prestaciones?

(% Respuesta múltiple)



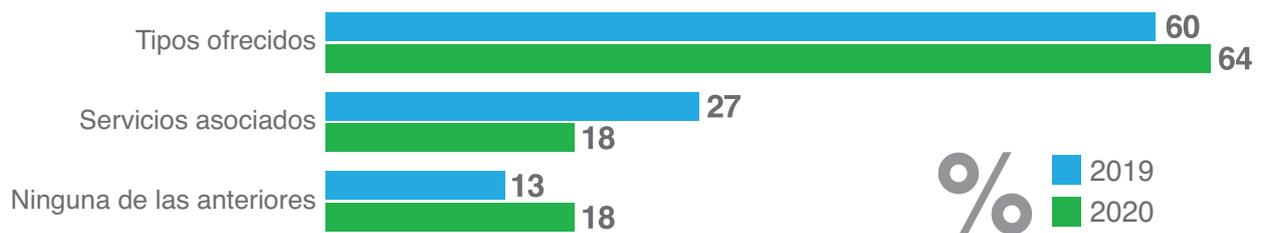
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Los 3 aspectos en los que los usuarios estarían dispuestos a reducir el nivel de las prestaciones para poder acceder a precios más bajos coinciden con los mencionados

el año anterior, y son, en primer lugar, equipamiento (35%), imagen y prestigio (30%) y elegancia y diseño (29%).

# MI FUTURA MOTO

En caso de pedir un crédito para comprar una moto, ¿A cuál de las siguientes variables prestarías atención? (% Respuesta única)



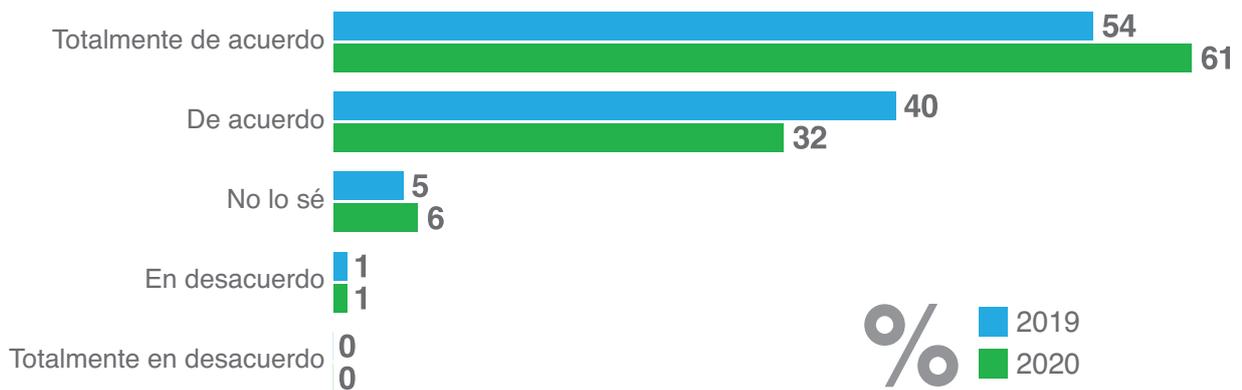
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Los tipos ofrecidos es la variable que más destaca para el 64% de los usuarios encuestados, sobre todo para los mayores de 45 años con un 70%. En cambio los más jóvenes de 18 a 24 años se encuentran por encima de

la media a la hora de valorar los servicios asociados al pedir un crédito con un 26% de menciones, 8 puntos por encima de la media.

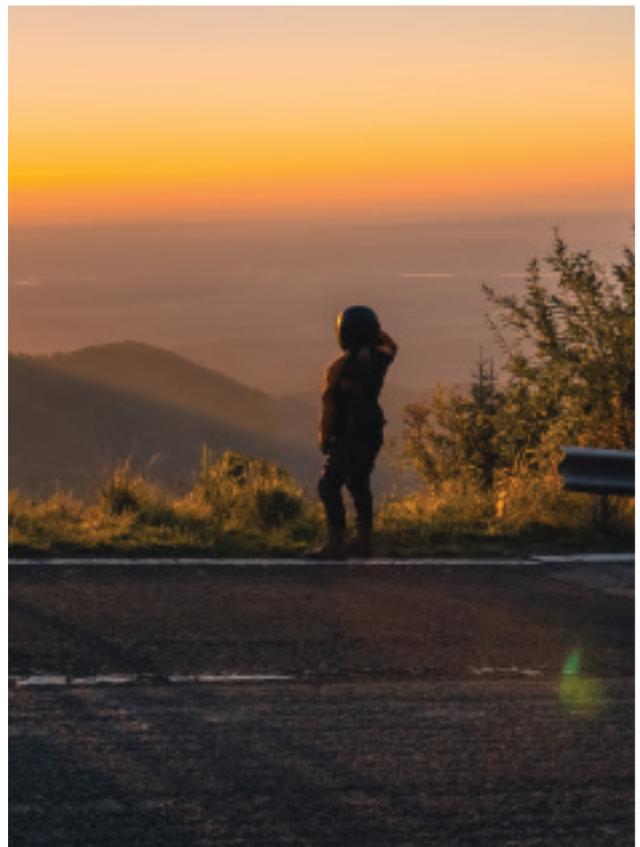
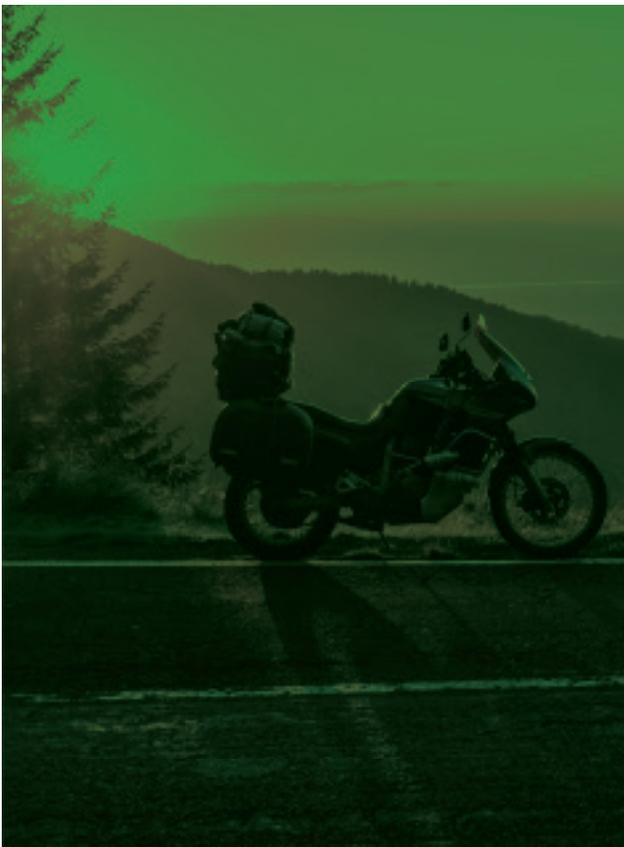
# El consumidor del sector moto en españa

## ¿Hasta qué punto estás de acuerdo con que la moto es una buena alternativa en las zonas urbanas? (% Respuesta única)

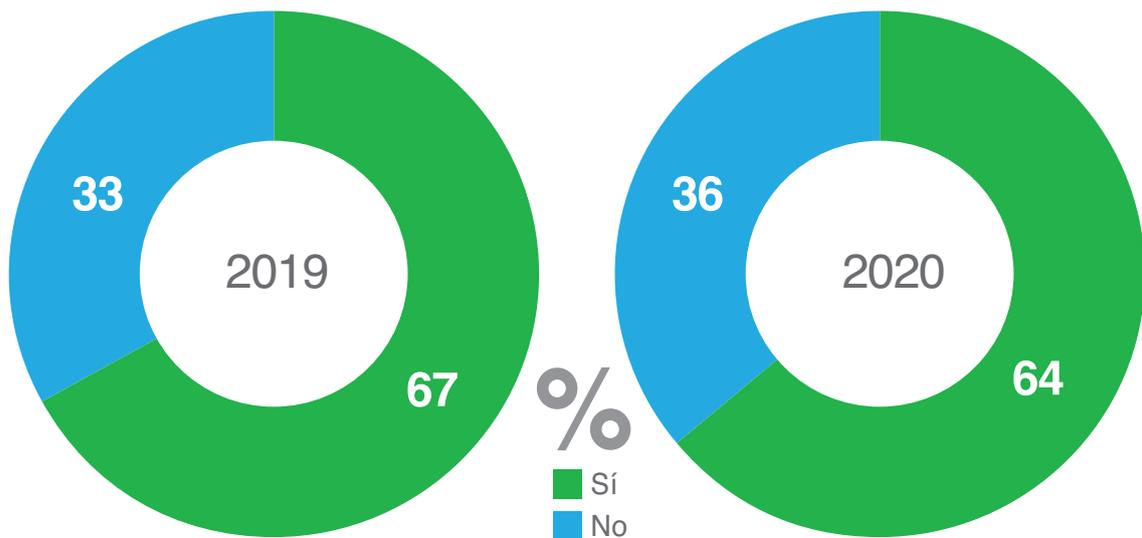


Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Casi la totalidad de los usuarios encuestados creen que la moto es una buena alternativa en zonas urbanas, tan solo un 1% está en desacuerdo con esta opción.



**¿Y estarías dispuesto a comprar una moto en lugar de un coche?**  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

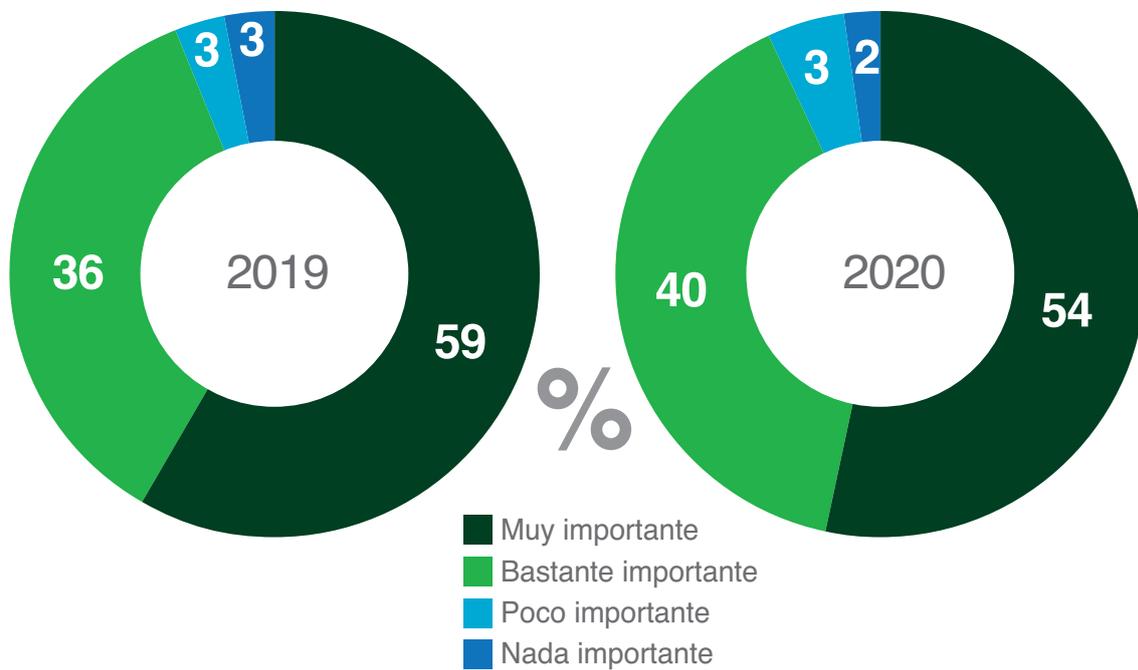
Un 64% de los usuarios encuestados estaría dispuesto a elegir la moto por delante del coche, destacando entre

ellos los más jóvenes de 18 a 24 años con un 72% de menciones.



# LA MOTO ELÉCTRICA

La instalación de puntos de recarga rápida en la vía pública es...  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Casi la totalidad de los usuarios encuestados (94%) cree que la instalación de puntos de recarga en la vía pública es muy importante o bastante importante.

## ¿Cuál sería el tiempo de carga óptimo de la batería en un puesto de carga para que estés interesado en un vehículo eléctrico? (% Respuesta única)

	2019	2020
Menos de 15 minutos	26%	23%
Entre 15 y 30 minutos	29%	30%
Entre 30 y 45 minutos	13%	11%
Entre 45 minutos y 1 hora	13%	20%
Entre 1 hora y 1h30m	12%	6%
Más de 1h30m	5%	6%
No estaría interesado	4%	4%

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Para el 30% de los encuestados el tiempo de carga óptimo de la batería debería ser de 15 a 30 minutos. Muy de cerca les siguen los usuarios más exigentes con un

23% para los que el tiempo de recarga debería ser inferior a los 15 minutos.

## ¿Conoces la existencia de incentivos para la compra de una moto eléctrica? Por ejemplo: prima para renovar motos antiguas, bonificaciones fiscales u otras medidas no financieras, como estacionamiento gratuito, acceso a circulaciones reservadas... (% Respuesta única)

**El 32% de los conductores encuestados conoce la existencia de los incentivos para la compra de una moto eléctrica**

(- 4 pp vs 2019)

2020

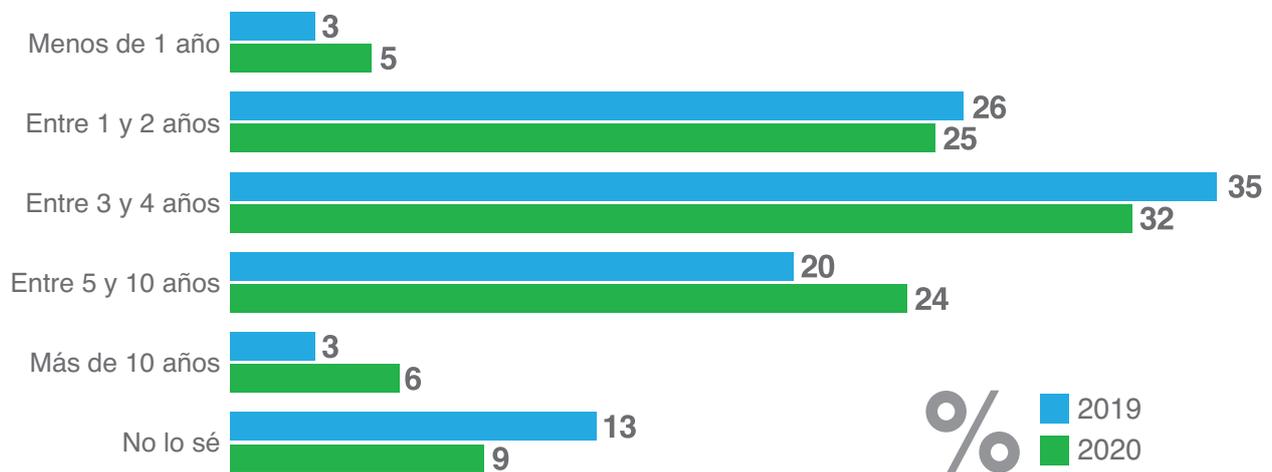
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Tan solo el 36% de los encuestados conoce la existencia de incentivos para la compra de motos eléctricas, encontrando a los jóvenes de 18 a 24 años como el rango

de edad mejor informado, con un 51% de estos que afirma conocer estos incentivos.

# El consumidor del sector moto en españa

## En tu opinión, ¿cuál es la vida útil de una batería? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El 32% de los encuestados cree que la vida útil de una batería de moto es de 3 a 4 años, seguido por el 25%

que opina que su duración es de 1 a 2 años y por el 24% que cree que durarán entre 5 y 10 años.

## ¿Crees que la moto eléctrica permite reducir los costes de utilización, (mantenimiento, consumo...) en comparación con una moto de gasolina/combustión? (% Respuesta única)

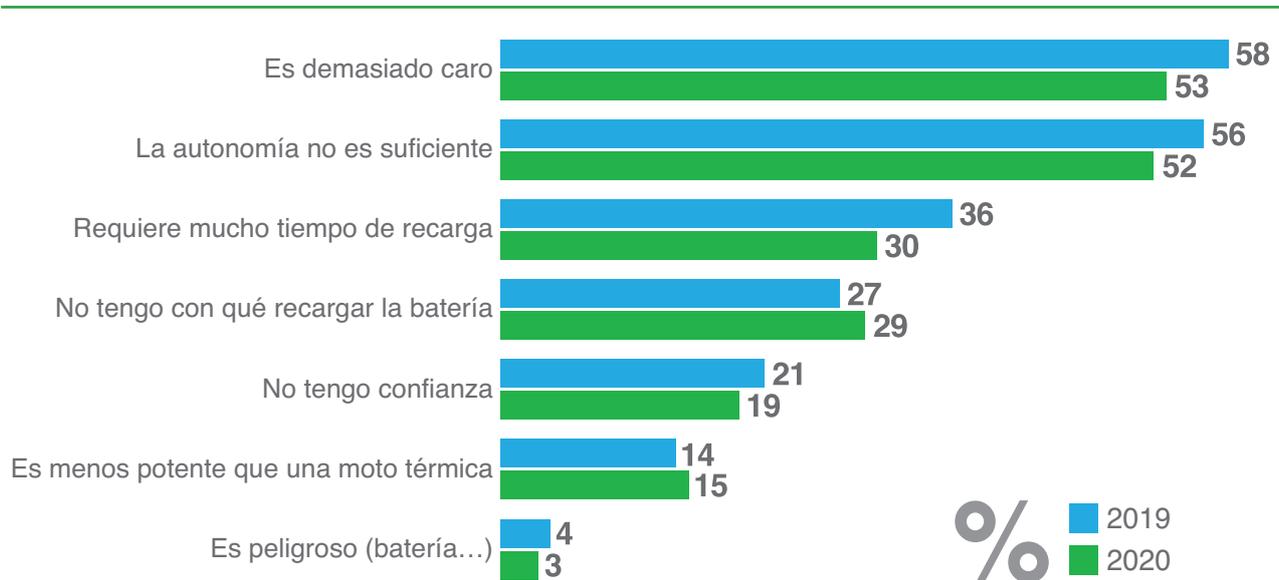
**El 71% de los conductores encuestados cree que la moto eléctrica permite reducir los costes de utilización y mantenimiento**

**(-3 pp vs 2019)**

2020

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

**¿Cuál/es son los motivos por el que no comprarías una moto 100% eléctrica?**  
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Los motivos para no comprar una moto eléctrica más mencionados por nuestros usuarios encuestados son: en primer lugar, la poca autonomía con un 53%, seguido

por el elevado precio de estas motos con un 52% y por el excesivo tiempo de recarga con un 30%.

**¿Estarías interesado en utilizar una moto eléctrica mediante un sistema de alquiler?** (% Respuesta única)

**El 50% de los conductores encuestados estaría interesado en utilizar una moto eléctrica mediante un sistema de alquiler**

(-7 pp vs 2019)

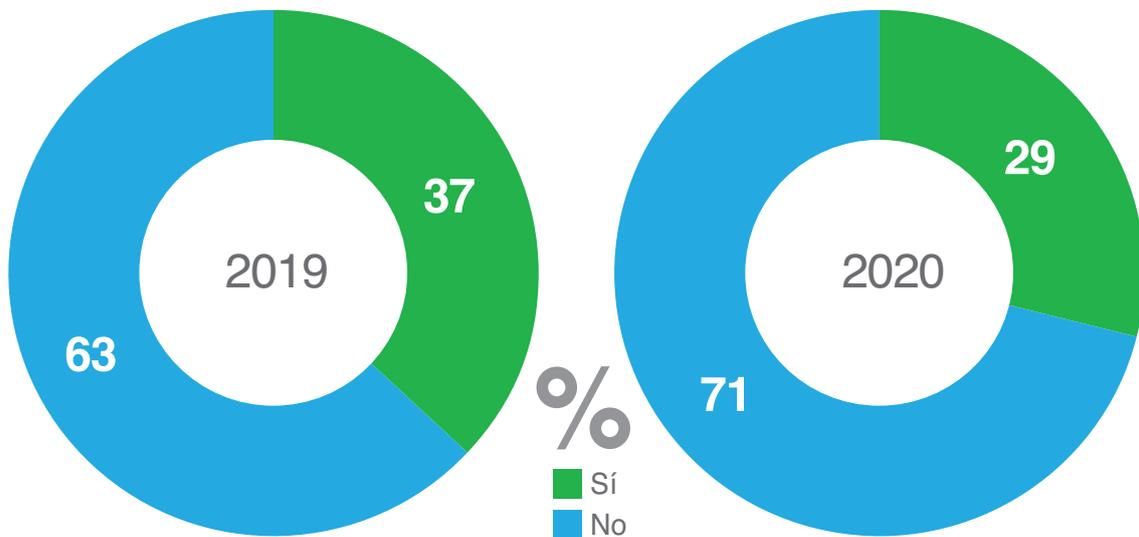
2020

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020



# RENTING

¿Conoces el renting a particulares para moto? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El 29% de los usuarios conoce el renting a particulares para moto, destacando por encima de la media los más

jóvenes de 18 a 24 con un 41% de menciones.

# El consumidor del sector moto en españa

¿Has adquirido tu moto a través de renting? (% Respuesta única)

El 24% de los conductores que afirma conocer el renting afirma haber adquirido su moto a través de este sistema.

(-19 pp vs 2019)

2020

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020



## ¿Cuáles son los puntos positivos y negativos de adquirir tu moto a través de renting? (% Respuesta múltiple)

¿Cuáles son los puntos positivos de adquirir tu moto a través de renting? (Respuesta múltiple)	2019	2020
Tanto las reparaciones, averías, mantenimiento, neumáticos y seguro están incluidos en la cuota.	67%	53%
No pagar entrada, solo cuotas mensuales	52%	45%
Cambio de moto según las necesidades.	43%	25%
La cuota de coste fijo te facilitará la planificación de los gastos.	36%	17%
Se tiende a elegir las flotas más ecológicas y eficientes.	34%	11%
Las motos suelen incluir más sistemas de seguridad que la media.	18%	9%

Y, ¿cuáles son los puntos negativos de adquirir tu moto a través de renting? (Respuesta múltiple)	2019	2020
No poder cancelar el contrato. O tener que abonar la penalización por cancelación.	48%	49%
No ser el propietario de la moto, siempre el arrendatario.	39%	44%
Si se sobrepasa el número de kilómetros recorridos establecidos, habrá una penalización.	38%	33%
Las reparaciones que necesite la moto sólo se podrán hacer en algunos talleres que indique la empresa.	25%	27%
No poder hacer modificaciones en la moto por cuenta propia.	14%	25%
Las motos suelen incluir más sistemas de seguridad que la media.	18%	9%

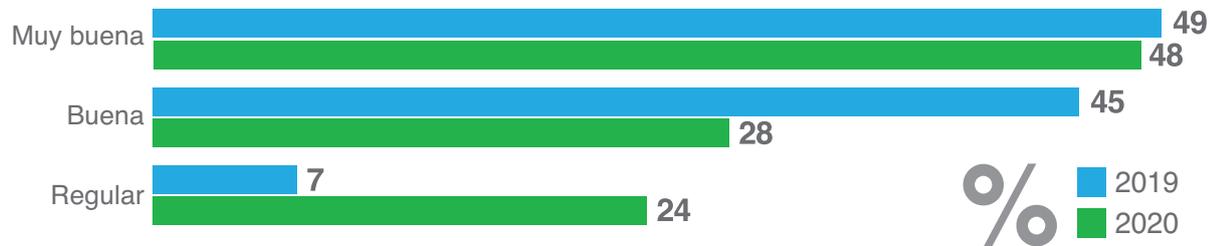
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

Los 3 principales puntos positivos de adquirir tu moto a través de renting son: en primer lugar, las reparaciones y mantenimiento sin coste adicional con un 53%, seguido por la ausencia de cuota de entrada con un 45% y poder cambiar de moto según tus necesidades con un 25%.

Por otra parte, los 3 principales puntos negativos de adquirir tu moto a través de renting son: en primer lugar, no poder cancelar el contrato o abonar la penalización con un 49%, seguido por no ser el propietario de la moto con un 44% y por el límite establecido de kilómetros que puedes recorrer al año con un 33%.

# El consumidor del sector moto en españa

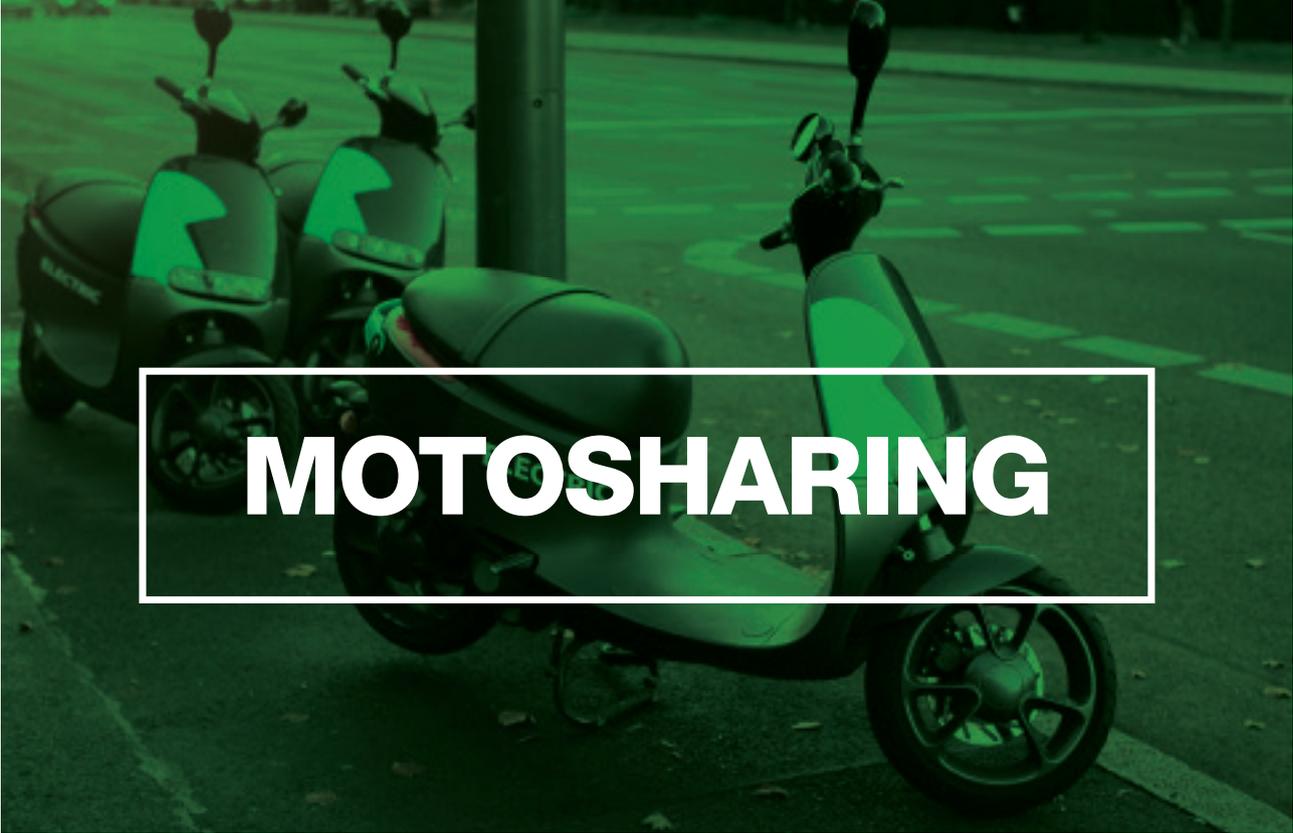
## ¿Cómo valoras tu experiencia con el renting? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2019 y 2020

El 76% de los que han adquirido su moto a través del renting valora su experiencia como buena o muy buena.

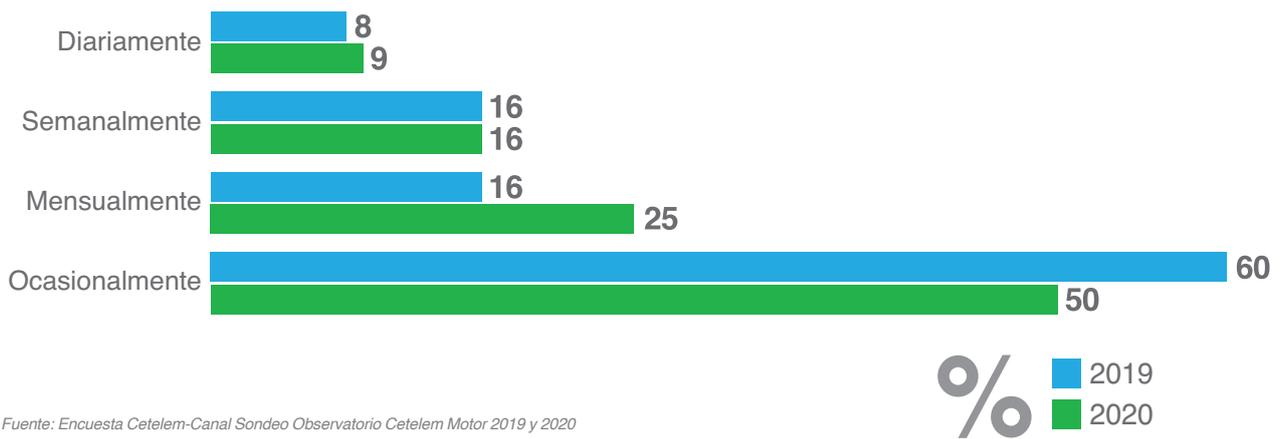




# MOTOSHARING

El 9% de los conductores encuestados afirman haber utilizado en alguna ocasión el motosharing y el 37% de ellos afirma haber comprado una moto tras usar este servicio.

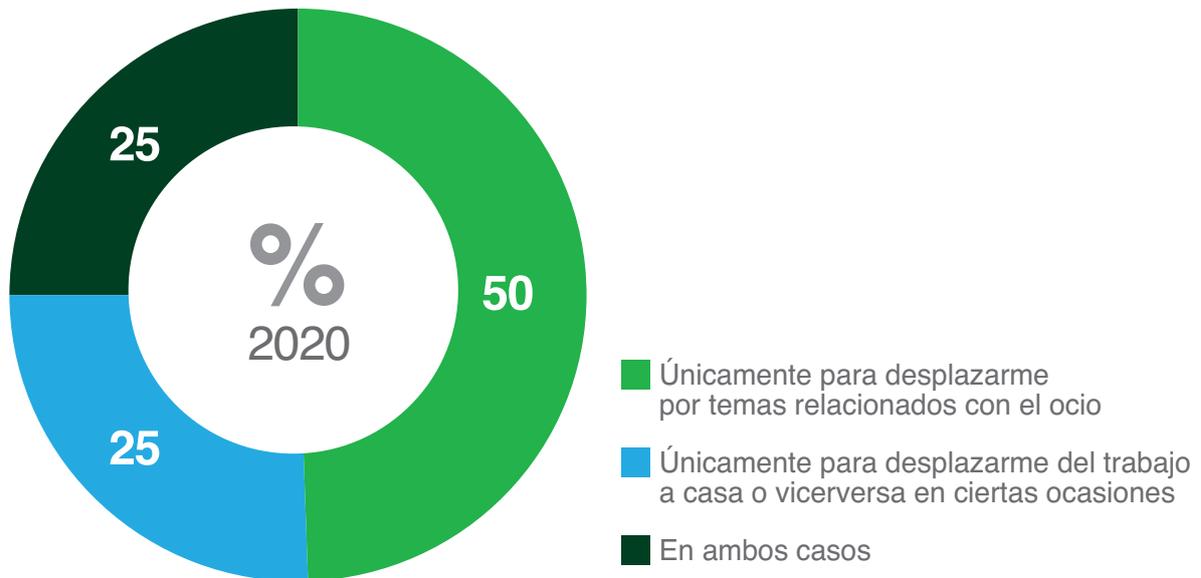
## ¿Con qué frecuencia utilizas el motosharing? (% Respuesta única)



El 50% de los que han utilizado este servicio afirma hacerlo de forma ocasional.

## El consumidor del sector moto en españa

### ¿Para qué utilizas el motosharing? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2020

El 50% lo utiliza únicamente para desplazamientos por temas relacionados con el ocio, el 26% para ir al trabajo y el 25% para ambos casos.



# FICHA TECNICA

## El Observatorio Cetelem del Motor 2020. Auto y Moto

### Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

#### Universo:

Hombres y mujeres que hayan comprado un coche o moto en el último año o que tengan intención de comprar en los próximos dos años.

#### Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores

#### Muestra:

Se han realizado 1.500 encuestas, representativas de la población. Datos CCAA representativos de España según censo INE

#### Error Muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo  $p=q=50\%$ , el margen de error para datos totales es de un  $\pm 2,53\%$

**Método muestreo.** El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

#### Trabajo de campo:

**Trabajo de campo.** Realizado entre el 10 al 28 de febrero de 2020 por la empresa CANAL SONDEO

## El Observatorio Cetelem del Motor 2019. Auto y Moto

### Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

#### Universo:

Hombres y mujeres que hayan comprado un coche o moto en el último año o que tengan intención de comprar en los próximos dos años.

#### Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores

#### Muestra:

Se han realizado 1.500 encuestas, representativas de la población. Datos CCAA representativos de España según censo INE

#### Error Muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo  $p=q=50\%$ , el margen de error para datos totales es de un  $\pm 2,53\%$

**Método muestreo.** El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

#### Trabajo de campo:

**Trabajo de campo.** Realizado entre el 21 de enero y el 18 de febrero de 2019 por la empresa CANAL SONDEO

2020

# El Observatorio Cetelem • MOTOR



**BNP PARIBAS**  
PERSONAL FINANCE

