




SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO ²⁰²²

MOVILIDAD SOSTENIBLE

25 AÑOS

 elobservatoriocetelem.es
 cetelem.es
 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

OBSERVATORIO
Cetelem

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 



ÍNDICE

El Observatorio Cetelem, 25º Aniversario. Franck Vignard, CEO BNP Paribás Personal Finance en España	03
El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo. Liliana Marsán, Responsable de El Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España	04
Infografía Movilidad Sostenible	05
Movilidad Urbana Sostenible	16
Bicicletas y patinetes	21
Intención de compra	21
Segunda mano	23
Renting	26
Coche eléctrico/ Moto eléctrica	28
Intención de compra de coche	28
Barreras para su compra y máximo esfuerzo económico	29
Intención de compra de moto	32
Ventajas y máximo esfuerzo económico	32
Carsharing/ motosharing	34
Puntos de recarga	34
Entrevista Sergio Escudero, Director Comercial División Auto, BNP Paribas Personal Finance España	37
Entrevista Manuel Camacho, Director Desarrollo Negocio Auto, BNP Paribas Personal Finance España	39
Entrevista Carlos Cilleruelo, Head of Automotive Partnerships, BNP Paribas Personal Finance España	41
Entrevistas:	
Jordi Masferrer, Gerente Biking Point	43
Ángel Solares, Business Development Manager Quadis	45
Álvaro Redondo, CEO y fundador de Ebroh	47
Ficha técnica	49



BIENVENIDOS

FRANCK VIGNARD-ROSEZ

CEO BNP Paribas Personal Finance en España

Desde 1997, los informes y estudios de El Observatorio Cetelem en España han venido analizando con rigor las tendencias y hábitos de consumo de los ciudadanos. Son ya 25 años de análisis del consumo y es tiempo de reflexión y, por supuesto, de celebración. Tiempo de compartir con todos nuestros públicos todo este conocimiento adquirido con el paso del tiempo.

Hemos analizado, de forma constante, diferentes sectores del consumo, desde el amplio sector de la automoción, pasando por la tecnología y la electrónica, hasta llegar a sectores más concretos como la bicicleta y, en resumen, todo lo relacionado con el consumo en los hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre el comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante y, desde el año 2021, cómo la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente afectan a la percepción del consumo y a la toma de decisiones de los consumidores. Estas décadas de esfuerzo han convertido a El Observatorio Cetelem en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, dentro y fuera de nuestras fronteras, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo, las asociaciones patronales, la distribución y la automoción, con los que mantenemos relaciones permanentes.

A día de hoy, El Observatorio Cetelem se ha consolidado como prescriptor sobre el análisis del consumo, convirtiéndose en una herramienta informativa de gran calado social gracias a los diferentes documentos que comparte con distintas audiencias. Con cinco grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo España, Sostenibilidad y Comercio electrónico), ediciones mensuales, índices de consumo y estudios temáticos específicos y estacionales, ofrecemos un amplio abanico que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, un líder del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten periódicamente con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía. Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estas páginas con vosotros e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar toda la información relativa a todos los estudios de El Observatorio Cetelem.

Franck Vignard-Rosez,
CEO BNP Paribas Personal Finance en España



INTRODUCCIÓN

LILIANA MARSÁN

Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España

Cetelem presenta la segunda edición de El Observatorio Cetelem Sostenibilidad. En este nuevo estudio bajo el título: El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad, realizamos un análisis de los hábitos de los españoles en relación a consumo más responsable y sostenible.

Hemos dividido el estudio en cuatro grandes bloques:

- Aspectos generales de sostenibilidad
- Transición energética
- Economía circular
- Movilidad sostenible

Abordamos en cada una de las áreas, una serie de preguntas realizadas a más de 2.000 españoles que nos permiten tener una visión general pero la vez específica,

de los hábitos y comportamientos de los españoles en materia de sostenibilidad.

En esta edición hemos contado con la participación de algunos de nuestros principales partners en materia de sostenibilidad, así como de los principales expertos de nuestra compañía en esta materia, lo cual aporta un valor cualitativo en materia de información, que hace más completo este estudio.

Esperamos que toda la información de El Observatorio Cetelem Sostenibilidad 2022 sea de su interés.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán

Responsable de El Observatorio Cetelem

A man with a backpack is looking at his smartphone while standing on a shared e-scooter. The scene is set at a station with other scooters in the background. The image has a teal overlay.

MOVILIDAD **SOSTENIBLE**

Movilidad sostenible



españoles considera importante o muy importante la Movilidad Urbana Sostenible en su día a día y las acciones de las ciudades para regular y mejorarla

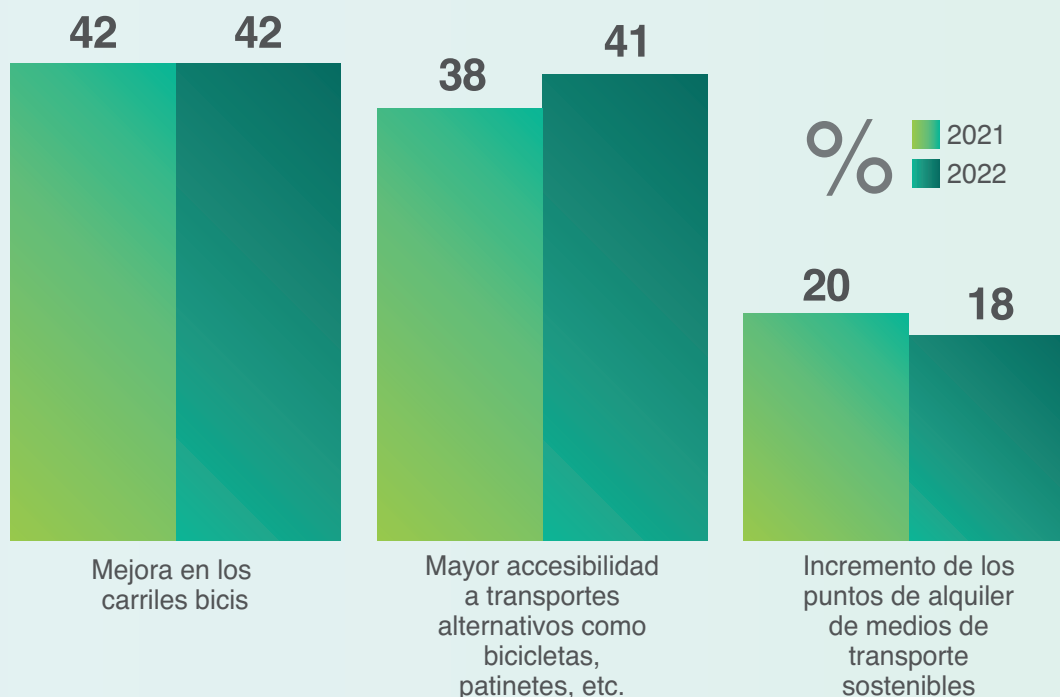


españoles considera importante o muy importante la inversión de las instituciones públicas en medios de transporte ecológicos



españoles ha percibido cambios en su ciudad en las mejoras de la Movilidad Urbana Sostenible en los últimos dos años

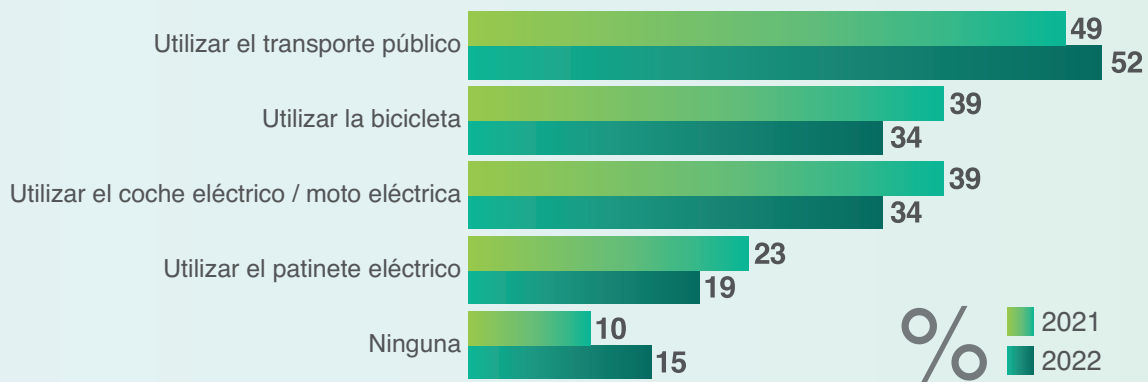
Importancia de los cambios en las mejoras de la Movilidad Urbana Sostenible que has percibido en tu ciudad en los últimos dos años. (Ranking)



2 de cada **5**

españoles se ha planteado el cambio de un transporte privado de combustión por el uso de algún medio de transporte de Movilidad Urbana como la bicicleta o el patinete

¿Cuál/es de las siguientes opciones estarías dispuesto/a a utilizar en tu día a día?
(% Respuesta múltiple)



La distancia a recorrer, unas infraestructuras poco adecuadas y el precio de estos medios de transporte son las barreras o dificultades que encuentran los españoles para su utilización diaria.

1 de cada **2**

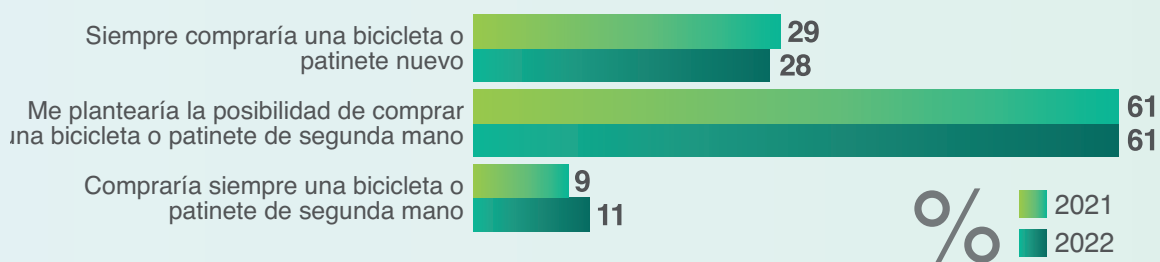
españoles tiene intención de comprar una bicicleta o patinete.

El precio sigue siendo el factor más determinante a la hora de elegir qué bicicleta o patinete comprar.

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022

Movilidad sostenible

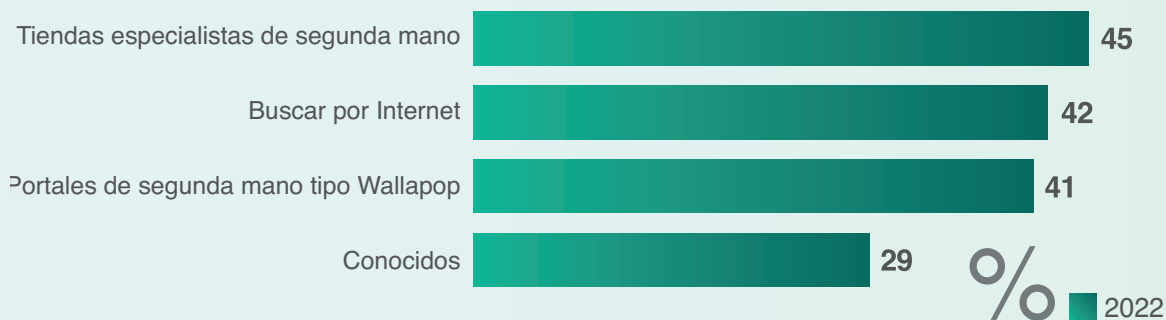
Ante la compra de una bicicleta o patinete... (% Respuesta única)



Cuando quieres comprar una bicicleta nueva, ¿acudes a un distribuidor que acepta como parte de la compra la entrega de la bicicleta usada? (% Respuesta única)



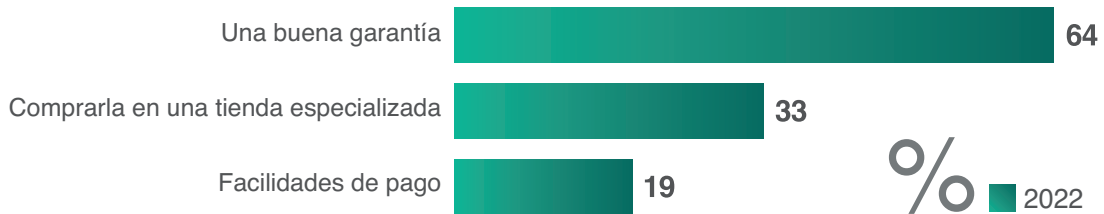
¿Dónde acudirías si quieres comprarte una bicicleta de segunda mano? (% Respuesta única)



El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022

El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

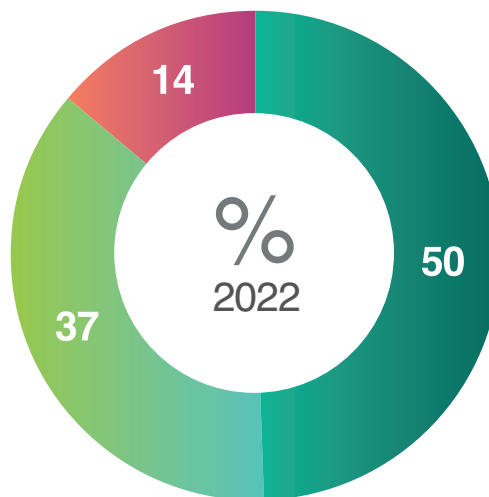
¿Qué más valoras a la hora de comprarte una bicicleta de segunda mano? (% Respuesta múltiple)



3 de cada 5

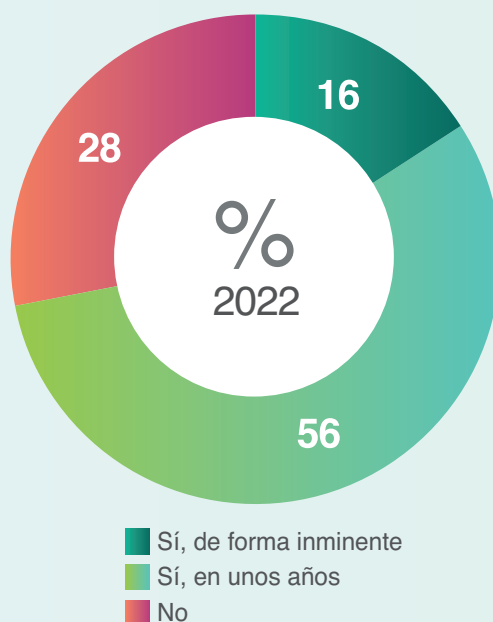
españoles se ha planteado o consideraría adquirir su próxima bicicleta mediante renting

¿Qué es lo que más valoras del renting en bicicletas?
(% Respuesta única)



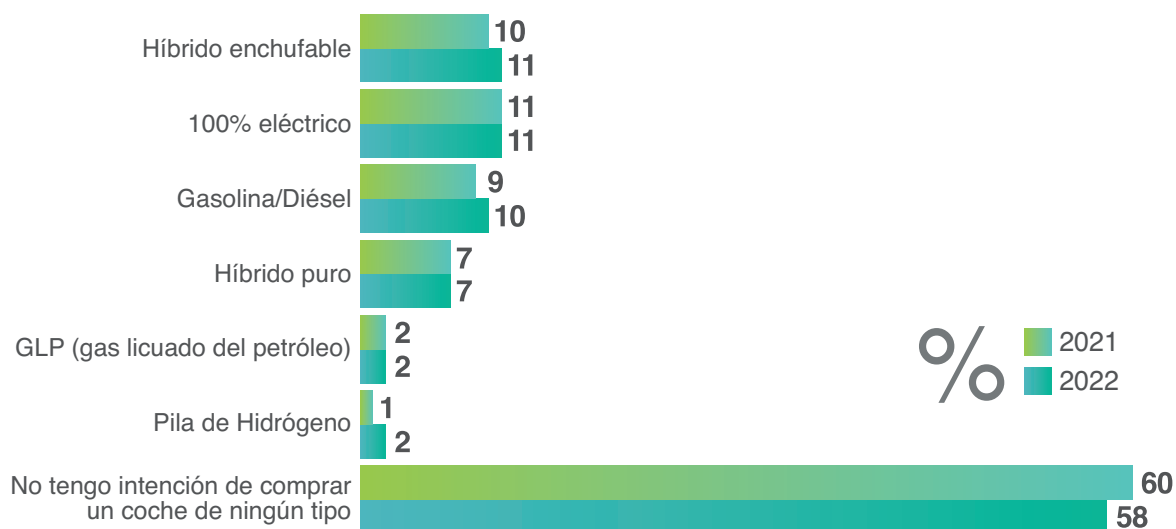
- El poder renovar la bicicleta cada 2 o 3 años
- La comodidad de una cuota fija
- Tener siempre el último modelo

¿Crees que la tendencia del renting en coches y motocicletas llegará al sector de las bicicletas?
 (% Respuesta única)



Coche eléctrico / moto eléctrica

¿Tienes intención de comprar en los próximos 24 meses un coche de alguno de los siguientes tipos?
 (% Respuesta única)



El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022

El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

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

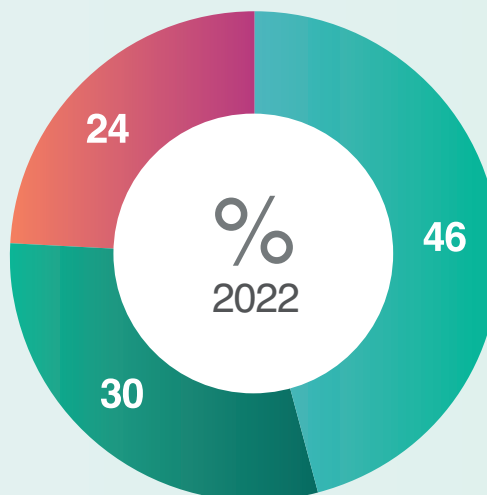


¿Cuál sería el máximo esfuerzo económico que estarías dispuesto/a a realizar para comprar un coche ECO (eléctrico, híbrido, GLP, pila de Hidrógeno) en lugar de un gasolina o diésel? (% Respuesta única)

	2022	Variación 22/21
No pagaría más	33	3
Menos del 10% adicional	30	-1
Entre el 10% y el 30% adicional	29	-3
Entre el 30% y el 50% adicional	6	0
Más del 50% adicional	2	1

Si tuvieses intención de comprar un coche eléctrico, ¿la situación actual del aumento del precio de la electricidad te haría plantearte dicha compra?

(% Respuesta única)



- Sí, de momento retrasaría la compra prevista a la espera de la bajada del precio de la energía
- Sí, optaría por la compra de un coche de combustión tradicional
- No, seguiría adelante con mi compra prevista

1 de cada **10**

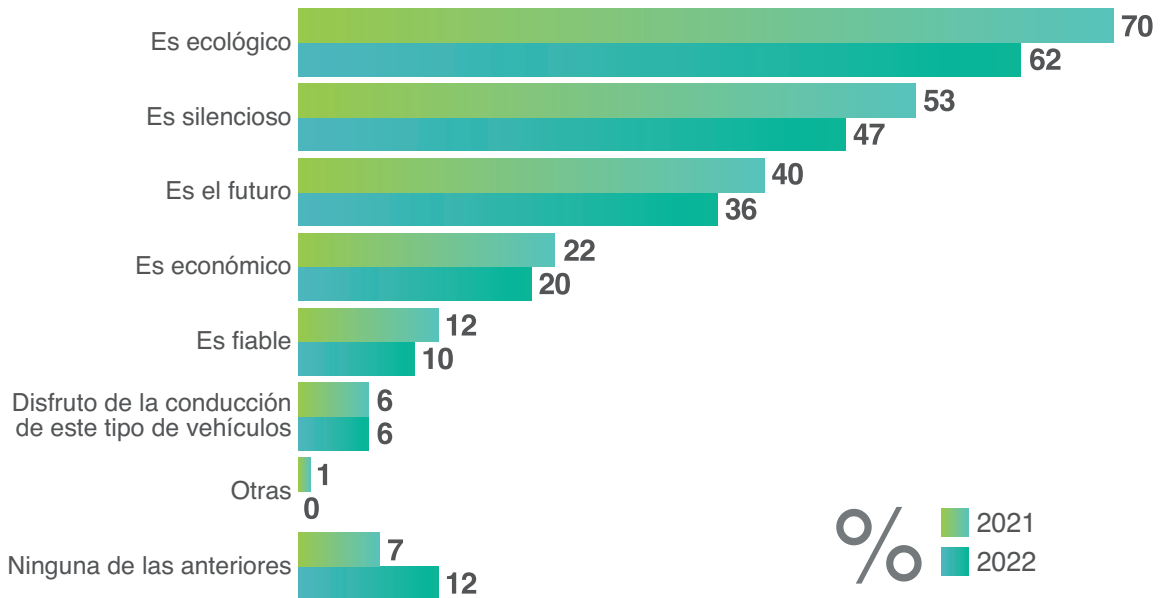
españoles tendría intención de comprar una moto 100% eléctrica en el próximo año.

¿Cuál sería el máximo esfuerzo económico que estarías dispuesto/a a asumir para adquirir una moto eléctrica en lugar de una moto de gasolina? (% Respuesta única)

	2022	Variación 22/21
No pagaría más	57	1
Menos del 10% adicional	23	-1
Entre el 10% y el 30% adicional	15	0
Entre el 30% y el 50% adicional	4	0
Más del 50% adicional	2	0

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022
El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

¿Cuál/es crees que son las ventajas del vehículo eléctrico? (% Respuesta múltiple)



españoles estaría dispuesto/a a dejar de tener coche en propiedad para sustituirlo por el uso de servicios tipo Carsharing



españoles cree que el uso de este tipo de servicios es más económico que tener un vehículo en propiedad y, además, es la mejor solución de futuro para el medio ambiente

Tan solo



conoce el Plan MOVES III de ayudas para instalación de puntos de recarga.

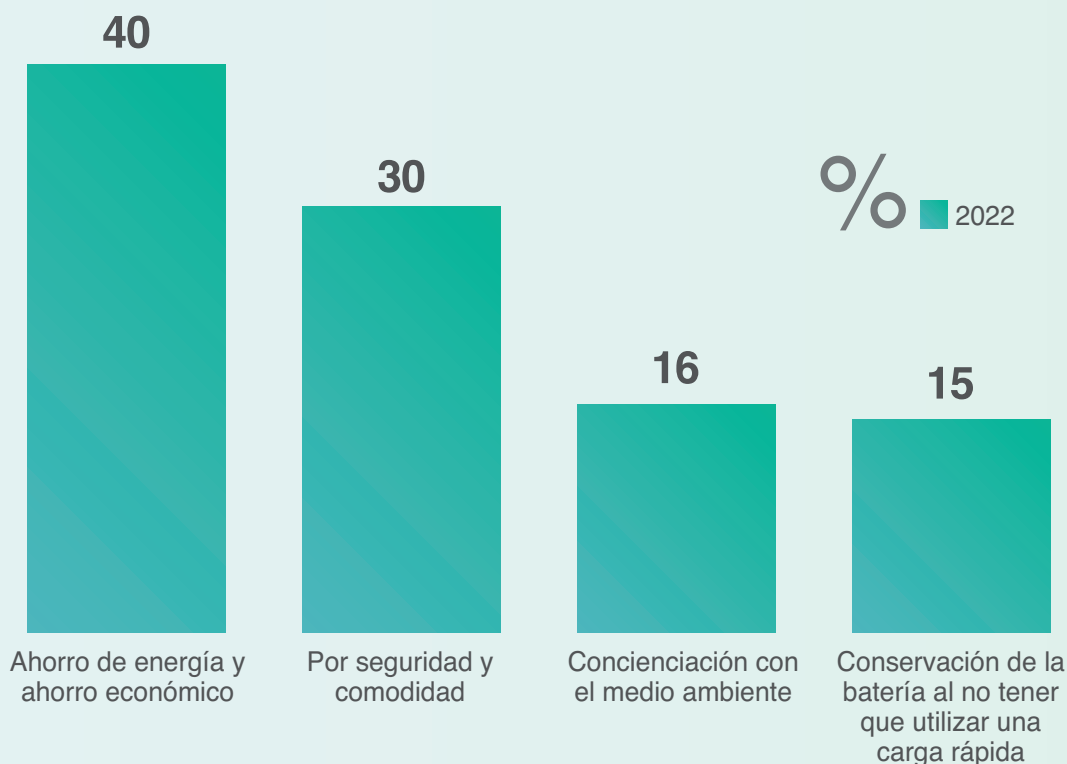


de los españoles que cumplen las condiciones para la instalación de una estación de recarga en su hogar, estaría interesado en instalarla. De este 34%, el 60% dispone de plaza de garaje propia en aparcamiento comunitario y el 40% restante de vivienda unifamiliar.



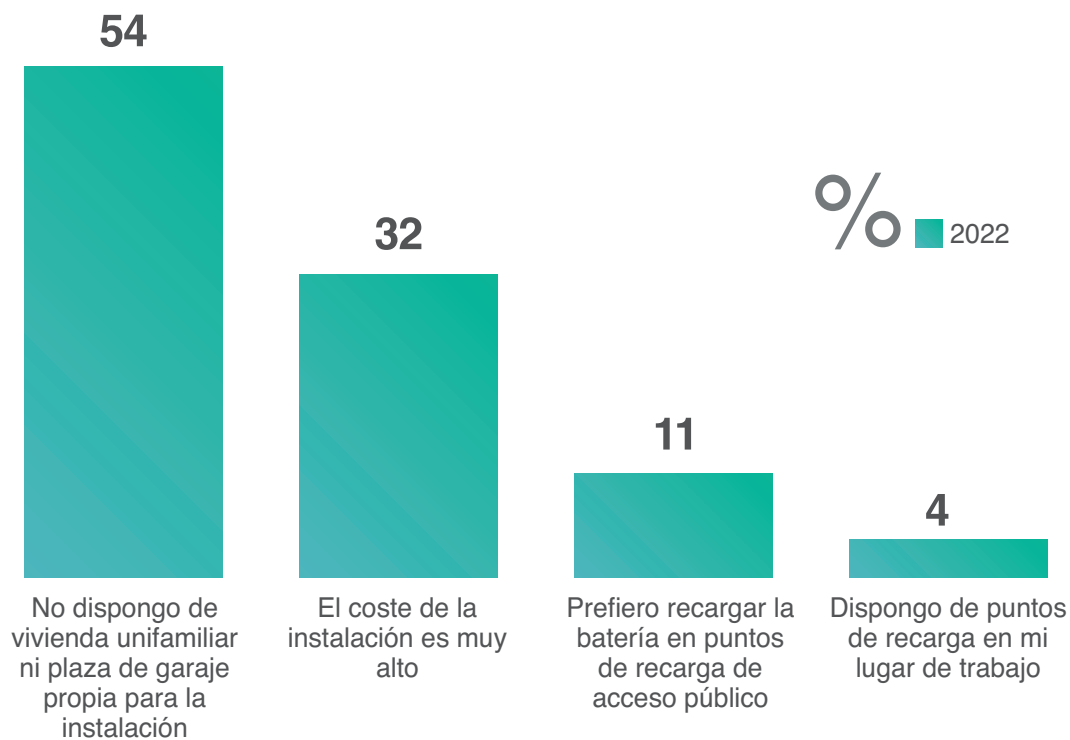
financiaría el coste de la instalación.

¿Cuál es la principal razón por la que instalarías un punto de recarga en tu hogar? (% Respuesta única)



El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022
El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

¿Cuál es la principal razón por la que no instalarías un punto de recarga en tu hogar? (% Respuesta única)





MOVILIDAD URBANA SOSTENIBLE



españoles considera importante o muy importante la Movilidad Urbana Sostenible en su día a día y las acciones de las ciudades para regular y mejorarla



españoles considera importante o muy importante la inversión de las instituciones públicas en medios de transporte ecológicos

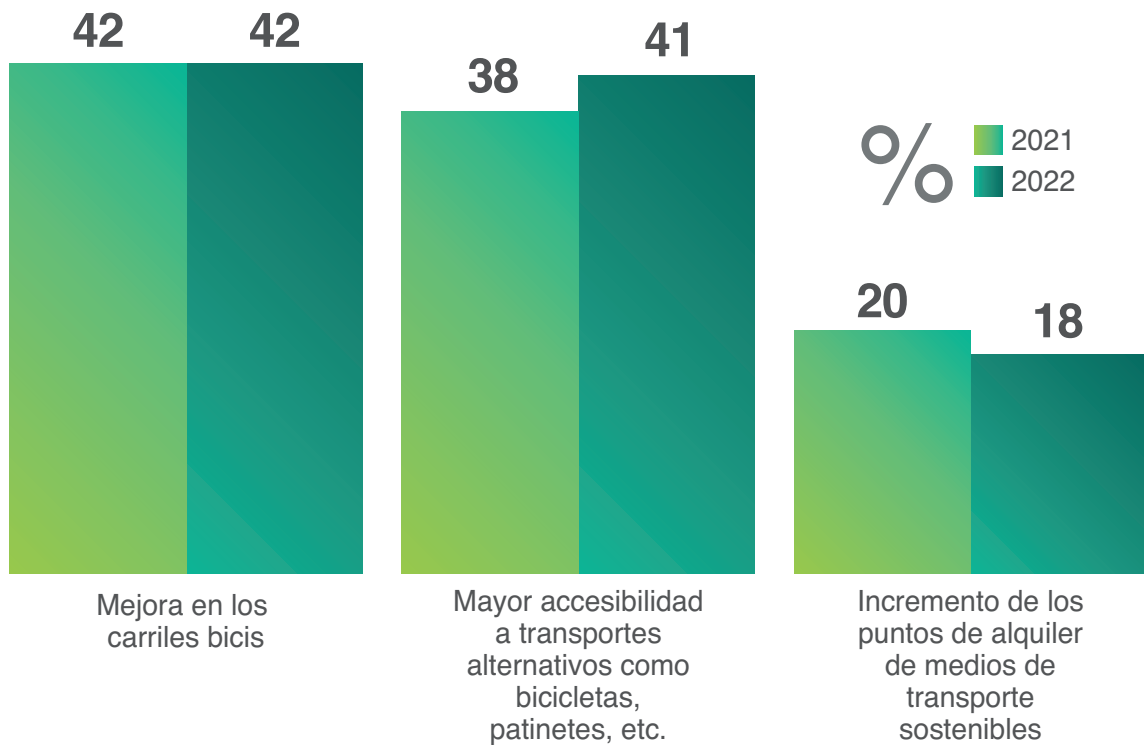


españoles ha percibido cambios en su ciudad en las mejoras de la Movilidad Urbana Sostenible en los últimos dos años

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022
El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

Ordena de mayor a menor importancia los cambios en las mejoras de la Movilidad Urbana Sostenible que has percibido en tu ciudad en los últimos dos años. (Ranking)

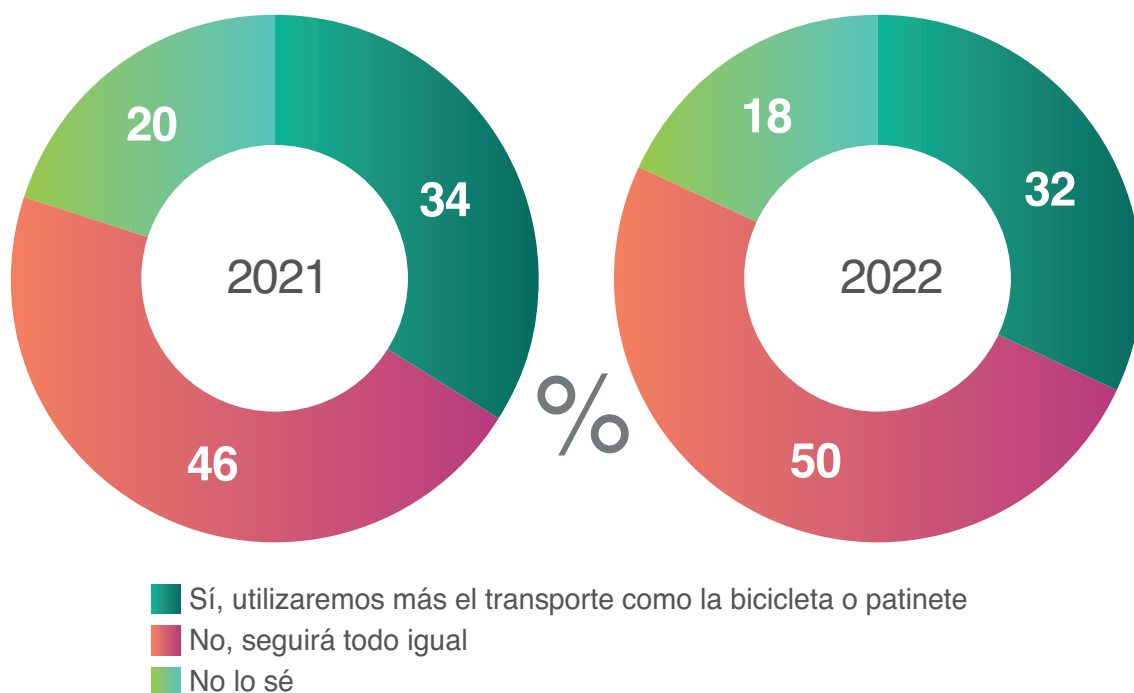


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

Igual que ocurría el año anterior, las mejoras en los carriles bici son las más importantes para el 42% de los encuestados, seguidas muy de cerca de una mayor

accesibilidad a transportes alternativos como bicicletas o patinetes con un 41% de menciones (+3 puntos porcentuales respecto a 2021).

¿Crees que el transporte en las ciudades cambiará tras la pandemia hacia un transporte más sostenible para evitar aglomeraciones? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

Aunque un 50% de los encuestados cree que el transporte en las ciudades no cambiará tras la pandemia, un reseñable 32% piensa que utilizaremos más los medios

de transporte como la bici o el patinete. Entre estos últimos destacan por encima de la media los encuestados de entre 25 y 34 años con un 39% de menciones.



españoles se ha planteado el cambio de un transporte privado de combustión por el uso de algún medio de transporte de Movilidad Urbana como la bicicleta o el patinete

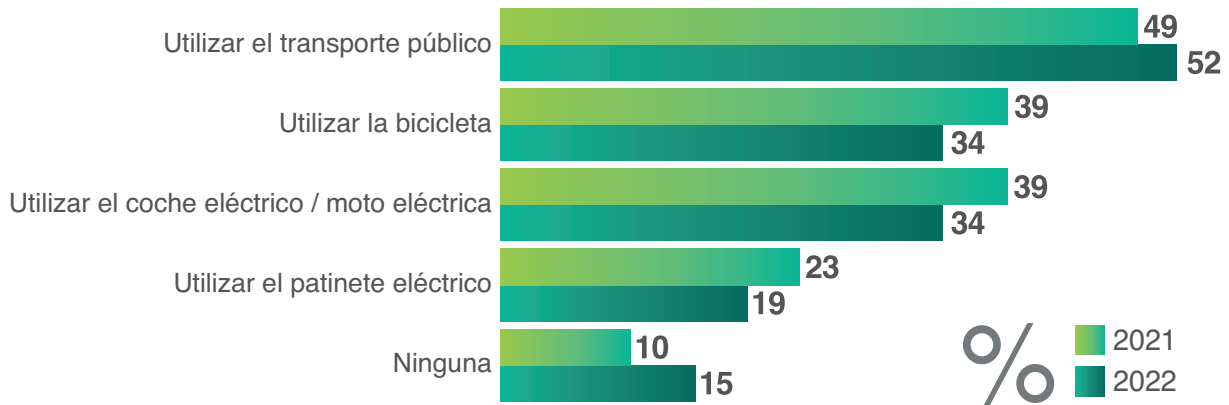
Los encuestados de 25 a 34 años destacan por encima de la media con un 53% de menciones positivas. En cambio, los encuestados de más de 45 años destacan

por el lado contrario con un 66% de menciones negándose a este cambio.

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022

El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

¿Cuál/es de las siguientes opciones estarías dispuesto/a a utilizar en tu día a día? (% Respuesta múltiple)

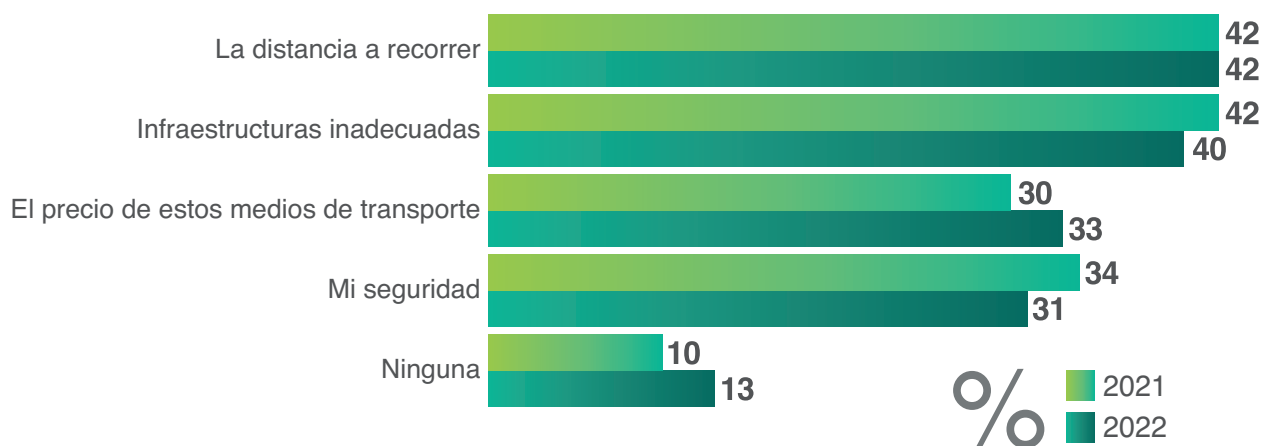


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

El uso del transporte público en su día a día es la opción más elegida por los encuestados con un 52% (destacan los mayores de 45 años con un 57% de menciones), seguida por el uso de coches/motos eléctricas y el uso

de la bici, ambos con un 34%. El uso de patinetes eléctricos se encuentra muy por debajo con un 19%, aunque cabe destacar que los más jóvenes de entre 18 y 24 años eligen esta opción en un 25% de los casos.

¿Qué barreras o dificultades encuentras para utilizar medios de transporte sostenible en tu día a día? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

La distancia y unas infraestructuras inadecuadas siguen siendo las mayores barreras que encuentran los espa-

ñoles a la hora de utilizar medios de transporte sostenibles en su día a día.



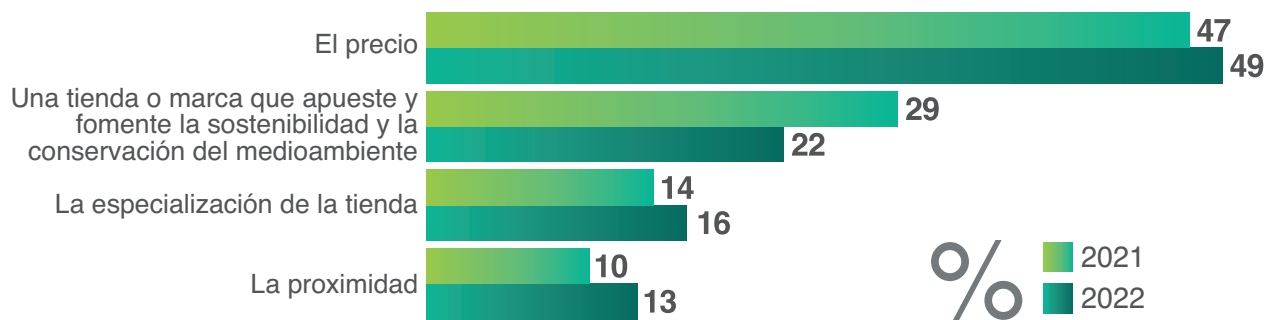
BICICLETAS Y PATINETES

Intención de compra

22% tiene intención de comprar un patinete o bicicleta

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

Ordena de mayor a menor los factores más determinantes para ti en la elección de compra de una bicicleta o patinete. (Ranking)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

A la hora de comprar una bici o un patinete eléctrico, los consumidores dan más importancia al precio en el 49% de los casos, seguido de que la tienda o marca apueste por la sostenibilidad con un 22% de menciones.

Cuando quieres comprar una bicicleta nueva, ¿acudes a un distribuidor que acepta como parte de la compra la entrega de la bicicleta usada?

(% Respuesta única)



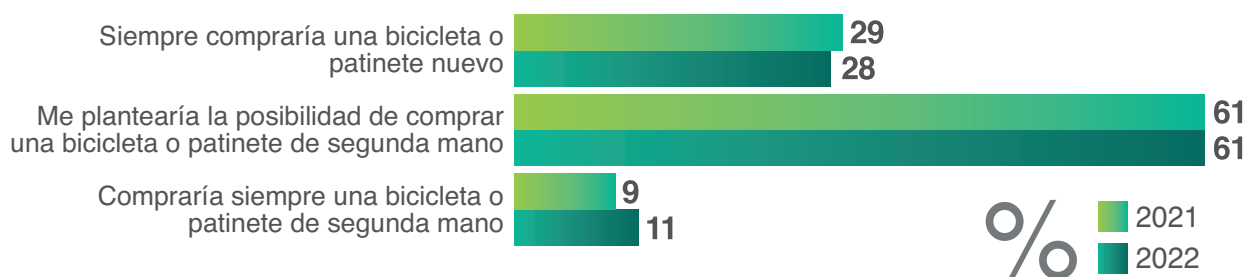
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

Un 25% de los encuestados dice que esta posibilidad es muy importante en su decisión, aunque un 37% dice que no lo tiene en cuenta, destacando entre ellos los más jóvenes de 18 a 24 años con un 51% de menciones.

Segunda mano

Ante la compra de una bicicleta o patinete...

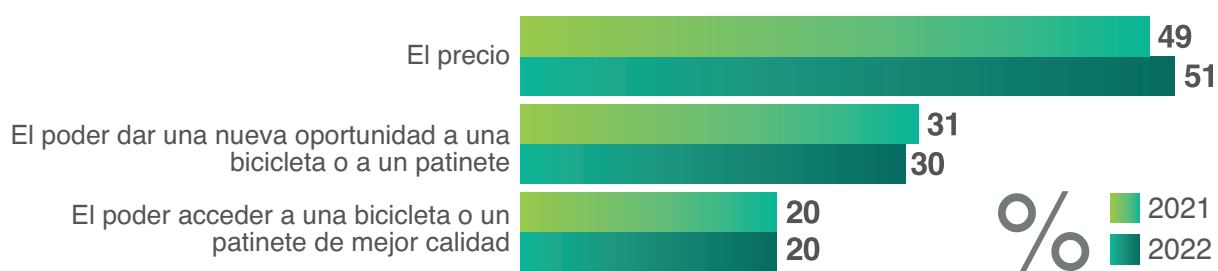
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

El 61% de los consumidores españoles se plantearían comprar una bici o patinete de segunda mano. El 28% dice que siempre compraría una bici o patinete nuevo.

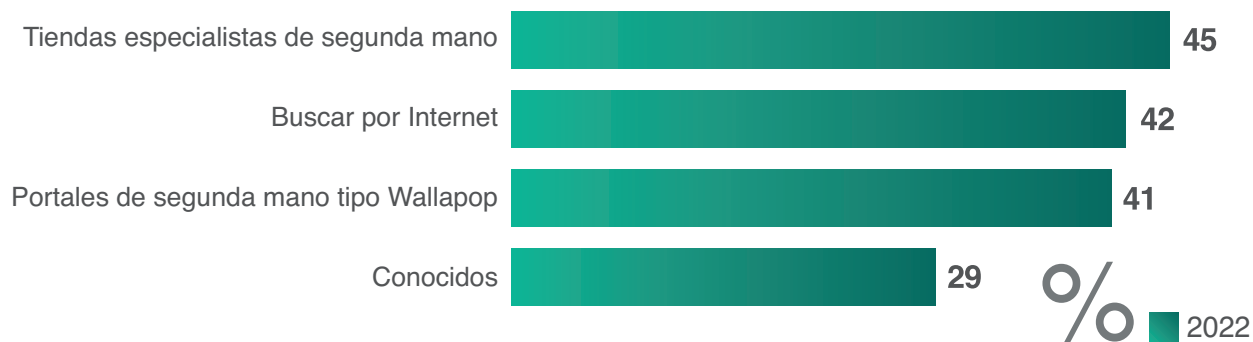
¿Cuál de los siguientes factores influiría más en tu decisión de comprar una bicicleta o patinete de segunda mano? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

A la hora de comprar una bici o patinete de segunda mano, los factores que más influirían son el precio, con un 51% de menciones, y el poder dar una segunda vida a la bici o patinete, con un 30% de menciones.

¿Dónde acudirías si quieres comprarte una bicicleta de segunda mano? (% Respuesta múltiple)



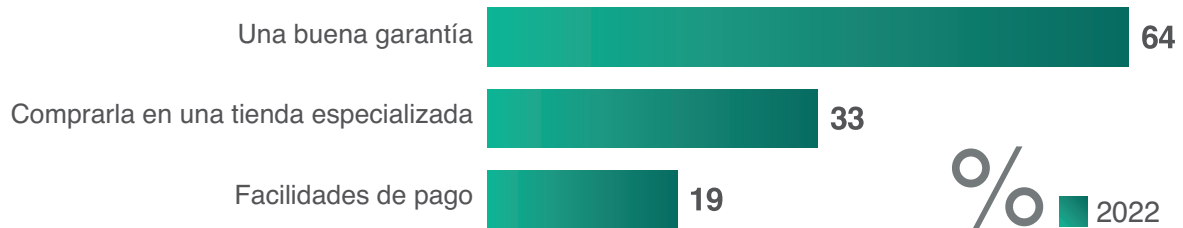
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

El 45% acudiría a las tiendas especialistas de segunda mano (destacan los mayores de 45 años con un 51%), aunque la diferencia es mínima con los que dicen que buscarían por internet y portales como Wallapop.

Un **68%** se plantearía comprar la próxima vez una bicicleta de segunda mano

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022
El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

¿Qué valoras más a la hora de comprarte una bicicleta de segunda mano?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

Una buena garantía es otro de los aspectos que más valoran los encuestados a la hora de comprar su bici de segunda mano. Las facilidades de pago son más valo-

radas por los encuestados más jóvenes con un 31% frente al 19% de la media.

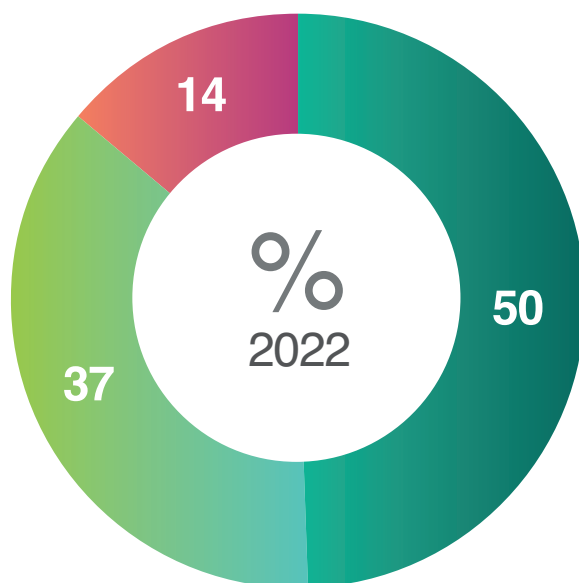
Renting sector bici



españoles se ha planteado o consideraría adquirir su próxima bicicleta mediante renting

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

¿Qué es lo que más valoras del renting en bicicletas? (% Respuesta única)

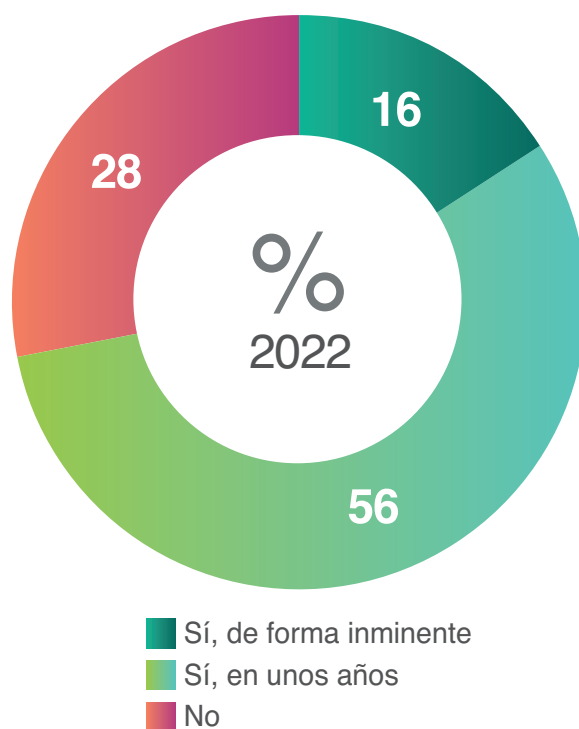


- El poder renovar la bicicleta cada 2 o 3 años
- La comodidad de una cuota fija
- Tener siempre el último modelo

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

La posibilidad de cambiar de bicicleta cada 2 o 3 años es la más valorada con un 50% de menciones. Le sigue un 37% de los que se decantan por la comodidad de pago de cuota fija.

¿Crees que la tendencia del renting en coches y motocicletas llegará al sector de las bicicletas? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

El 56% cree que en unos años la tendencia del renting en coches y motos se establecerá también en el sector

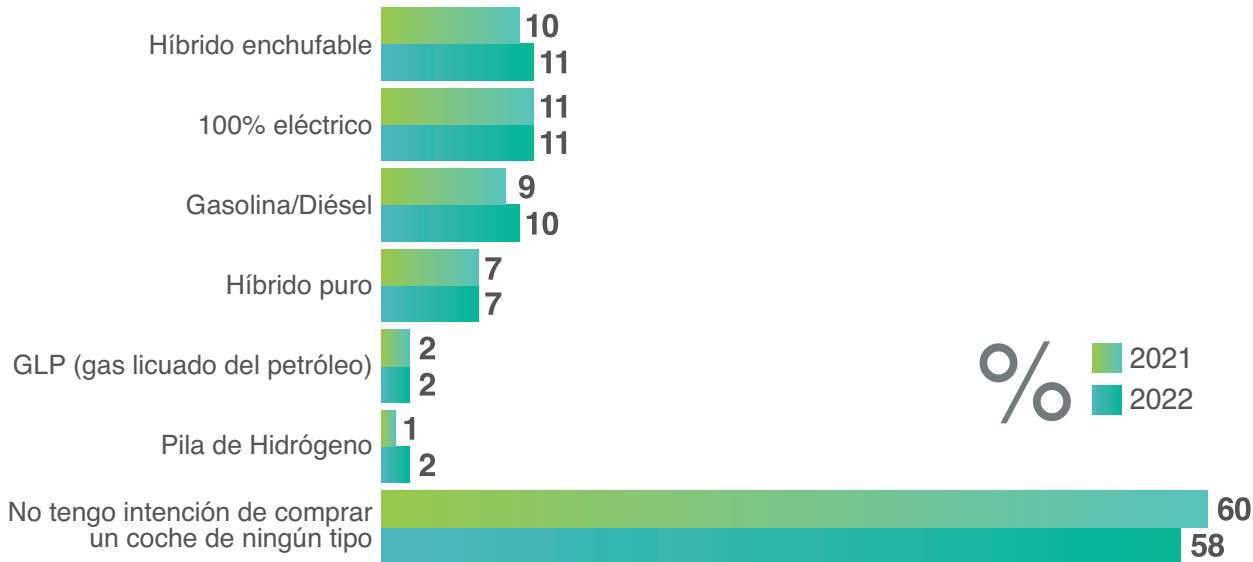
de la bici. El 16% cree que será de forma inminente y el 28% nos dice que no sucederá.



COCHE ELÉCTRICO/ MOTO ELÉCTRICA

Intención de compra de coche

¿Tienes intención de comprar en los próximos 24 meses un coche de alguno de los siguientes tipos? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

El 11% de los encuestados tiene intención de comprar un coche 100% eléctrico en los próximos 2 años (destacan los más jóvenes de 18 a 24 años con un 14% de

menciones), también con un 11% encontramos a los que pretenden comprar híbridos enchufables y con un 10% a los que pretenden comprar gasolina/diésel.

Barreras para su compra y máximo esfuerzo económico

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

Los mayores frenos a la hora de comprar un coche eléctrico son su alto precio (50%), la poca autonomía (36%) y la falta de puntos de recarga (40%). Todos estos por-

centajes descienden respecto al año anterior pero siguen manteniéndose a un nivel muy elevado.

¿Cuál sería el máximo esfuerzo económico que estarías dispuesto/a a realizar para comprar un coche ECO (eléctrico, híbrido, GLP, pila de Hidrógeno) en lugar de un gasolina o diésel? (% Respuesta única)

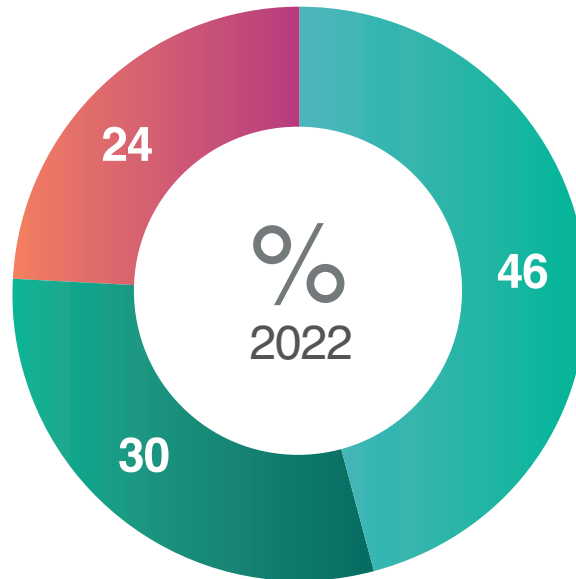
	2022	Variación 22/21
No pagaría más	33	3
Menos del 10% adicional	30	-1
Entre el 10% y el 30% adicional	29	-3
Entre el 30% y el 50% adicional	6	0
Más del 50% adicional	2	1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

El 30% de los encuestados dice que el mayor esfuerzo económico que estaría dispuesto a realizar para comprar un coche ECO sería de menos de un 10% adicional. Es

importante destacar que un 33% no estaría dispuesto a realizar ningún esfuerzo económico adicional, destacando los mayores de 45 años con un 39%.

Si tuvieses intención de comprar un coche eléctrico, ¿la situación actual del aumento del precio de la electricidad te haría plantearte dicha compra?
(% Respuesta única)



- Sí, de momento retrasaría la compra prevista a la espera de la bajada del precio de la energía
- Sí, optaría por la compra de un coche de combustión tradicional
- No, seguiría adelante con mi compra prevista

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

La actual situación del precio de la electricidad haría que un 46% de los encuestados retrasase su compra prevista esperando una bajada del precio de la energía. Un 30% dice que cambiaría su compra por la de un coche de

combustión tradicional (destacando por encima de la media los más jóvenes de 18 a 24 años con un 37% de menciones) y solo un 24% seguiría adelante con su compra prevista de coche eléctrico.

Intención de compra de moto



españoles tendría intención de comprar una moto 100% eléctrica en el próximo año.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

Ventajas y máximo esfuerzo económico

¿Cuál sería el máximo esfuerzo económico que estarías dispuesto/a a asumir para adquirir una moto eléctrica en lugar de una moto de gasolina?
(% Respuesta única)

	2022	Variación 22/21
No pagaría más	57	1
Menos del 10% adicional	23	-1
Entre el 10% y el 30% adicional	15	0
Entre el 30% y el 50% adicional	4	0
Más del 50% adicional	2	0

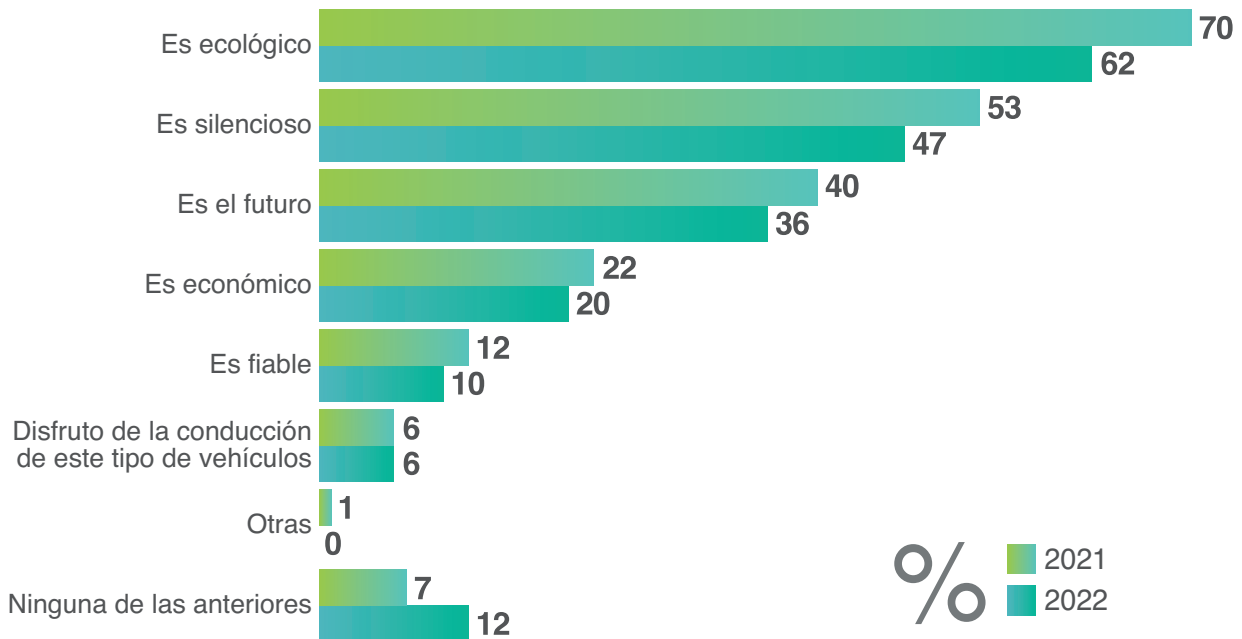
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

El 23% de los encuestados dice que el mayor esfuerzo económico que estaría dispuesto a realizar para comprar una moto eléctrica sería de menos de un 10% adicional.

Es importante destacar que un 57% no estaría dispuesto a realizar ningún esfuerzo económico adicional, destacando los mayores de 45 años con un 65%.

¿Cuál/es crees que son las ventajas del vehículo eléctrico?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

En cuanto al top 3 de ventajas del vehículo eléctrico para los encuestados, encontramos, en primer lugar, que es ecológico (62%), que es silencioso (47%) y que es el

futuro (36%). Tan solo un 6% menciona como ventaja disfrutar de la conducción de este tipo de vehículos.

Carsharing/ motosharing



españoles estaría dispuesto/a a dejar de tener coche en propiedad para sustituirlo por el uso de servicios tipo Carsharing



españoles cree que el uso de este tipo de servicios es más económico que tener un vehículo en propiedad y, además, es la mejor solución de futuro para el medio ambiente

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

Puntos de recarga

Tan solo



conoce el Plan MOVES III de ayudas para instalación de puntos de recarga.



de los españoles que cumplen las condiciones para la instalación de una estación de recarga en su hogar, estaría interesado en instalarla. De este 34%, el 60% dispone de plaza de garaje propia en aparcamiento comunitario y el 40% restante de vivienda unifamiliar.

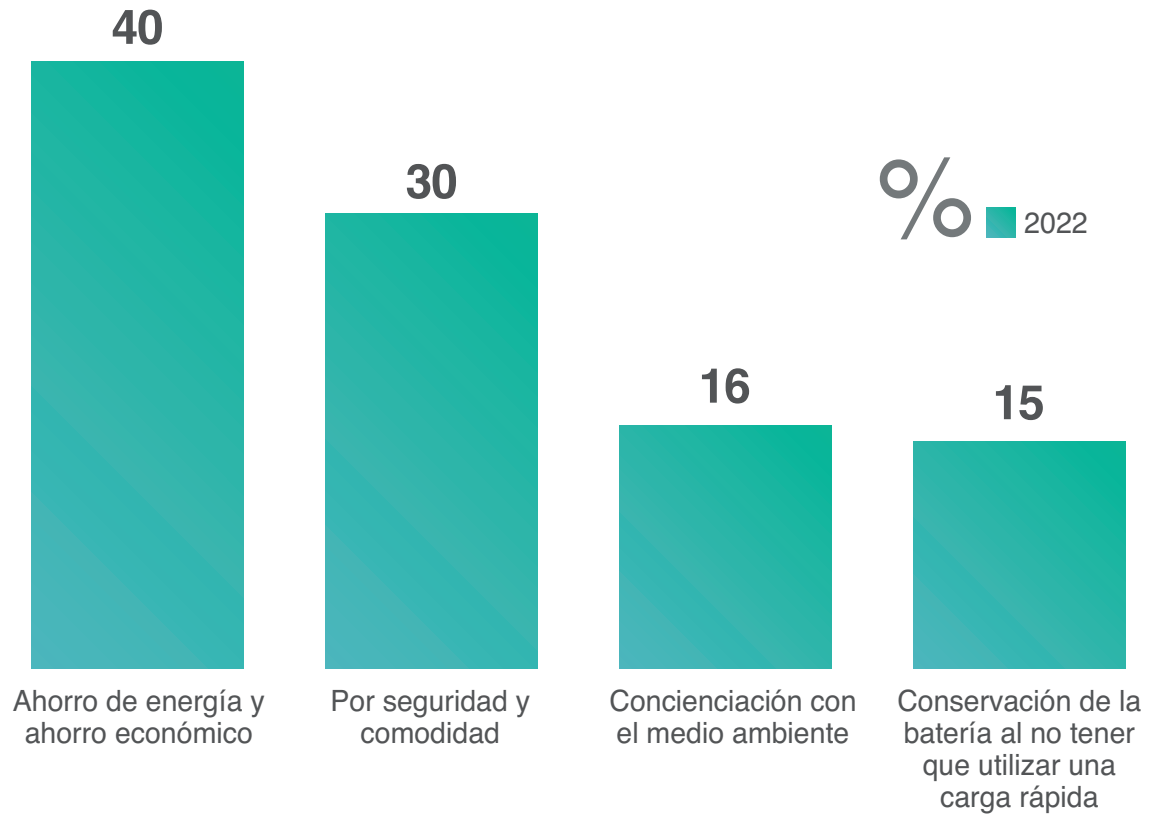


financiaría el coste de la instalación.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022
El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

¿Cuál es la principal razón por la que instalarías un punto de recarga en tu hogar? (% Respuesta única)

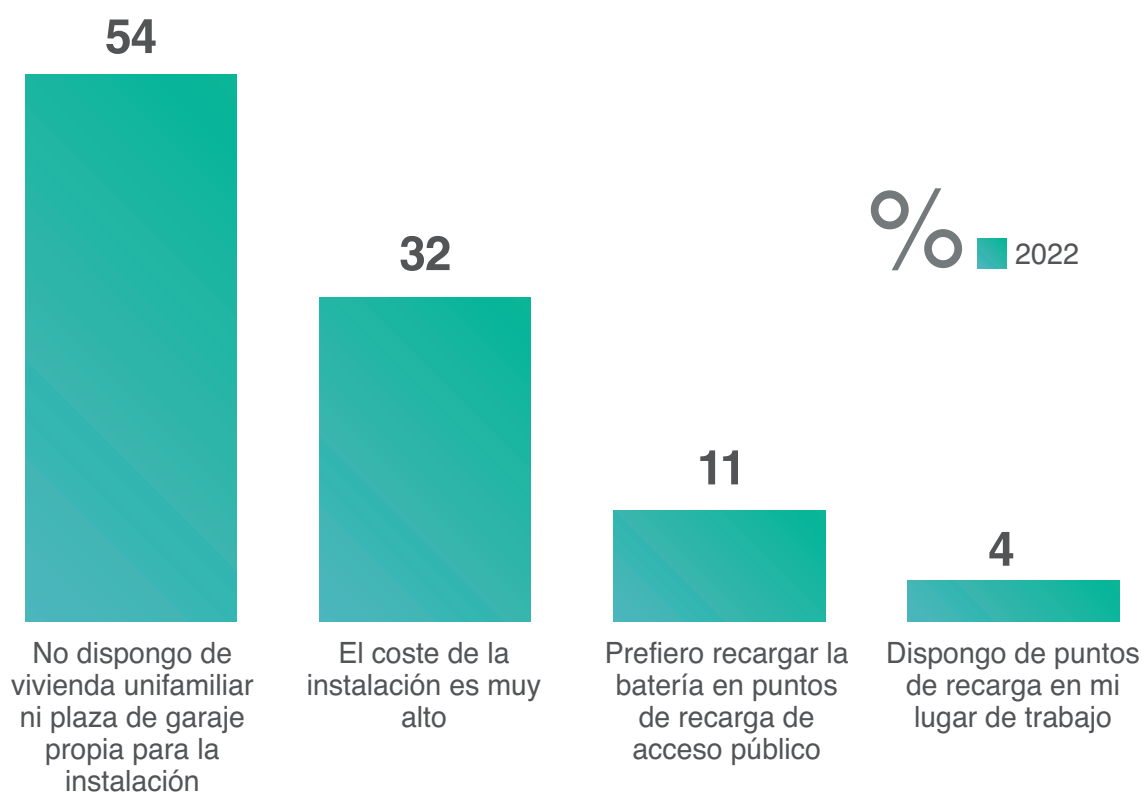


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

Las principales razones por las que los encuestados instalarían un punto de recarga en su hogar son: el ahorro de energía y el ahorro económico (40%), la seguridad y

comodidad (30%), y en menor medida la concienciación con el medio ambiente y la conservación de la batería del vehículo.

¿Cuál es la principal razón por la que no instalarías un punto de recarga en tu hogar? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2021
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022

En cuanto a las razones por las que no instalarían un punto de recarga, encontramos en primer lugar a un significativo 54% que no dispone de vivienda unifamiliar ni plaza de garaje propia para poder llevar a cabo la insta-

lación, seguidos por un 32% que dice que el coste de instalación es muy alto y un 11% que prefiere recargar la batería en puntos de acceso público.



ENTREVISTA

SERGIO ESCUDERO

Director Comercial División Auto,
BNP Paribas Personal Finance España

Qué nos puedes decir sobre el MANIFESTO de BNP Paribas Personal Finance? ¿Cuál es el propósito de PF?

Es un poco teórico, pero la razón de ser de BNP Paribas Personal Finance –es estar al servicio de nuestros clientes y nuestros socios, promover el acceso a un consumo más responsable y sostenible.

Esto se expresa a través de varios compromisos y se materializa concretamente en el acceso a soluciones de equipamiento más sostenibles y asequibles, desarrollando estas soluciones con partners que comparten nuestros principios y objetivos de sostenibilidad.

Pero también se materializa en el fomento de un crédito cada vez más responsable, en toda la cadena de valor, desde la adquisición a los equipos de postventa etc..., practicar crédito responsable es no sobreendugar a las familias, pero también acompañarles en todos los momentos

Uno de los compromisos dentro del Manifesto de PF es transformar nuestros modelos y ofertas comerciales y operativos. ¿Qué nos puedes decir al respecto dentro de la División de Auto?

Nosotros hemos apostado por ser un referente en la construcción de ofertas comerciales,

Nos caracterizamos por esto, nuestros productos para empezar son transparentes, comprensibles, fáciles.

Después, intentamos aportar valor, tanto al cliente final, con servicios, como al partner, a quien tratamos como un verdadero socio desde la creación de producto, hasta su comercialización, con transparencia, y enfocando muchos recursos y esfuerzos a la formación.

En resumen. El consumo responsable se muestra hoy más necesario que nunca, para evolucionar como sociedad y ser una alternativa económicamente viable a problemas actuales.

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022

El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

El propósito de BNP Paribas Personal Finance, es promover un consumo más responsable y sostenible para apoyar a nuestros clientes y partners. ¿Cómo lo ponéis en práctica desde el área de Auto?

Para contribuir a un crecimiento mucho más sostenible, en BNP Paribas Personal Finance somos muy rigurosos en general, y con una especial atención a no sobre endeudar a las familias. En concreto, desde el área de Auto, hemos desarrollado productos financieros con plazos más largos que permitan pagar una mensualidad más baja y más asequible para nuestros clientes, como es el caso del sector de Caravaning.

Desde una perspectiva más de marketing y comercial, estamos continuamente innovando y lanzando productos y acciones nuevas. En definitiva, se trata de ofrecer a nuestros partners, un producto financiero atractivo que le permita atraer a sus clientes. Un ejemplo de nuestra oferta es el producto de multiopción el cual te permite renovar la gama, de tal manera que logramos acortar los plazos de renovación y con ello contribuimos a no envejecer más el parque automovilístico de nuestro país.

Cetelem se ha distinguido por escuchar las necesidades de sus clientes y partners, anticipándose siempre a aportar soluciones financieras. ¿Cómo han cambiado estas necesidades en los últimos años? ¿Y qué ha hecho BNP Paribas Personal Finance para acompañar a sus clientes en este momento tan complicado?

Desde el primer momento, pusimos el foco en el tratamiento del cliente final con mucha flexibilidad, ya que era un momento complicado para toda la sociedad. Pero también un foco comercial donde estuvimos muy pendientes de nuestros partners, permaneciendo a su lado y trabajando con ellos durante todo el confinamiento y especialmente en el mes de abril 2020, de cara a la salida de esta crisis, mediante una operativa deslocalizada y totalmente digital.

En mi opinión, fuimos bastantes valientes a la hora de armonizar y de alguna manera modular toda la gama de productos que teníamos, para dar al producto de nuestros partners un poco más de “gancho”, y darles una mayor ventaja competitiva. Por ejemplo, con algunos de ellos realizamos “campañas de aplazamientos”, mediante las cuales el cliente pagaba el primer recibo de la financiación unos meses después de haber realizado la compra del vehículo. Esta medida les ayudo a retomar el pulso.



ENTREVISTA

MANUEL CAMACHO

Director Desarrollo Negocio Auto
BNP Paribas Personal Finance España

¿Qué nos puedes decir sobre el MANIFESTO de BNP Paribas Personal Finance? ¿Cuál es el propósito de PF?

Me parece una obligación ética que BNP Paribas PF, como entidad referente internacional en financiación, promueva y lidere el movimiento hacia hábitos de consumo sostenibles de todos los ciudadanos de los países donde operamos, favoreciendo su inclusión financiera y contribuyendo a una gestión responsable de sus presupuestos y de sus finanzas. Para ello, creo que, por ejemplo, la labor que hace el grupo desde los programas de educación financiera para jóvenes en colegios e institutos resulta clave y fundamental para las siguientes generaciones.

Uno de los compromisos dentro del Manifiesto de PF es transformar nuestros modelos y ofertas comerciales y operativos. ¿Qué nos puedes decir sobre las acciones dentro del sector Moto y Caravaning?

Cetelem en España tiene un largo recorrido de años en el liderazgo de la financiación de vehículos de los mercados de moto y caravaning, por lo que somos una entidad de referencia para estos sectores. En los últimos tiempos hemos hecho evolucionar nuestra gama de productos y nuestros procesos para contribuir a un desarrollo sostenible del negocio. Por ejemplo, a nivel de procesos, se puede decir que todo el customer journey en la fase de contratación de la operación desde el punto de venta con del cliente final es completamente digital en estos sectores. Sin la presencia de papel. Además, potenciamos acciones comerciales tácticas y promocionales más ventajosas para los clientes si compran y financian vehículos eléctricos en lugar de vehículos de combustión. Por último mencionar nuestra prioridad estratégica para cerrar acuerdos de colaboración con las principales marcas eléctricas de motocicleta que están implantándose en el mercado. Un ejemplo de ello es el reciente caso de Silence.

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022

El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

¿Qué te gustaría destacar sobre las principales acciones que están realizando nuestros partners del sector moto en relación a la movilidad sostenible? ¿Y en el sector caravaning?

En términos generales, en el sector de la moto, la movilidad eléctrica va mucho más rápida que en el coche. Sobre nuestro partners, Grupo Piaggio lanzó el año pasado su modelo de scooter eléctrico Piaggio 1 vinculado a una campaña de financiación de Cetelem en su publicidad. Así mismo, Yamaha España comenzará este verano a comercializar su nuevo producto eléctrico Neo, apoyado exclusivamente en la propuesta financiera de Cetelem. Destacar también el consorcio internacional creado entre 4 grandes fabricantes como Yamaha-Piaggio-Honda-KTM para promover la instalación de estaciones de recarga.

Respecto al sector del caravaning, es un mercado que está viviendo un boom de ventas espectacular con la fabricación de vehículos eléctricos con cada vez mayor autonomía. Nuestro partner Trigano es protagonista principal con una cuota de mercado de más del 50% entre

todas sus marcas. Caravaning y sostenibilidad van de la mano pues el consumo eléctrico de estos vehículos es inferior al de una habitación de hotel, por ejemplo. También la instalación de paneles solares en el propio vehículo es una iniciativa cada vez más destacada.

Hablando de sostenibilidad y mirando al futuro ¿Cómo ves la situación de las empresas en general? ¿Y la de BNP Paribas Personal Finance en concreto?

Debemos ser capaces como sociedad de satisfacer nuestras necesidades actuales sin comprometer el futuro del planeta ni el de las siguientes generaciones. Por tanto, la búsqueda de un equilibrio entre Desarrollo Económico, cuidado del Medioambiente y Progreso Social debe ser un compromiso de todos. Empresas, individuos y Administraciones Públicas. Todo esto requiere recursos, determinación en la toma de decisiones y mucha ambición. Creo que nuestro Grupo en la parte que le corresponde ya está dando muestras de ese compromiso y desarrollando programas y acciones concretas en la dirección adecuada.



ENTREVISTA

CARLOS CILLERUELO

Head of Automotive Partnerships,
BNP Paribas Personal Finance España

Uno de los compromisos dentro del Manifiesto de PF es transformar nuestros modelos y ofertas comerciales y operativos. ¿Qué nos puedes decir sobre las acciones que estamos llevando a cabo dentro del sector Auto y en concreto en relación a los acuerdos con las principales marcas?

Afortunadamente nuestro manifiesto, es “común” al de nuestros partners. Los acuerdos de París, persiguen en materia de CO2, que las marcas de vehículos sean neutrales antes de 2050, todas las marcas con las que BNP tiene acuerdo están acortando esta carrera. “Somos parte del Problema” por ello todos debemos ser también parte de la solución.

VOLVO está en el camino en el que toda su gama sea eléctrica, ya tiene una versión 100% eléctrica de cada modelo y acaban de lanzar un modelo que nace exclusivamente en su versión eléctrica el NUEVO C40.

Nuestro Nuevo acuerdo, Polestar nace directamente en versiones eléctricas y con un compromiso ineludible con la sostenibilidad.

HYUNDAI única marca con todas las tecnologías electrificadas, además cuenta con un modelo como es el NEXO que utiliza hidrógeno para circular. Qué decir del IONIK 5 su eléctrico 100% que está rompiendo en el mercado

KIA está avanzando enormemente, liderando el mercado en particular con una clara apuesta por la electrificación, igualmente el EV6 que nace 100% eléctrico está dejando a todo el que lo prueba con la boca abierta, por su autonomía diseño y prestaciones

Desde Cetelem apoyamos firmemente todas estas medidas, posicionando nuestro pricing en estos segmentos y apostando por nuevos productos, como es la anticipación del PLAN MOVES del estado, la financiación de cargadores eléctricos, o los productos Ballon, en los que incluimos al cliente la financiación de servicios (seguros, mantenimientos, extensión garantía) totalmente orientado al cliente que apuesta por la electrificación, vendemos con las 3 opciones “el Derecho a equivocarte” aunque con esta movilidad no te equivocas

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022

El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

¿Qué te gustaría destacar sobre las principales acciones que están realizando nuestros partners del sector auto en relación a la sostenibilidad?

Es admirable la apuesta de nuestras marcas por la sostenibilidad, además de los avances que ellos realizan en todo el proceso de venta y fabricación (hablamos desde fabricas sostenibles, hasta interiores que huyen del cuero animal, apostando por materiales 100% reciclables) quiero destacar iniciativas muy interesantes:

ECOMAR una apuesta del grupo VOLVO junto a todas las entidades de BNP en España, con un programa de voluntariado en el que participan personal de la marca, de los concesionarios, empleados de BNP, nuestras familias, clientes... Todos estamos limpiando gran parte del litoral español, dando ejemplo a todos de reciclaje y sostenibilidad.

Algo parecido está haciendo KIA con su iniciativa The Ocean Cleanup, o su intensiva concienciación hacia la electrificación.

Otra iniciativa, de esas que te tocan muy de cerca, es el Programa VIVE de Hyundai, VIVE es el primer Carsharing "rural", esta iniciativa favorece la movilidad en el mundo Rural, mediante el acceso a un vehículo eléctrico compartido.

Otras acciones maravillosas son la Electroescuela de Hyundai o el ECO ROAD SHOW. O VOLVO Studio, un evento en el que han hecho girar alrededor de la movilidad eléctrica diferentes empresas de comida o ropa que también ponen la sostenibilidad en el centro de la estrategia.

Hablando de sostenibilidad y mirando al futuro ¿Cómo ves la situación de las empresas en general? ¿Y la de BNP Paribas Personal Finance en concreto?

Todos estamos avanzando mucho en este ámbito, repito TODOS somos el problema, Y TODOS y digo TODOS debemos ser la solución. Clientes, fabricantes, vendedores, Entidades Financieras y también Administraciones públicas, hemos avanzado mucho con Planes Autonómicos y estatales como PLAN MOVES, PERTE etc pero es necesaria una movilización total en cuanto a infraestructuras, el cliente que apuesta por esta nueva movilidad tiene que tener total libertad de movimientos, movilidad total para ellos es necesario que pueda tener puntos de recarga rápida más accesibles y mayores ventajas por apostar por el medio ambiente, por apostar por todos.

BNP seguirá cumpliendo su MANIFIESTO, apostando por un consumo responsable relacionado con Partners Sostenibles y apoyando cualquier medida que avance en este camino.



ENTREVISTA

JORDI MASFERRER

Gerente Biking Point

¿Cuándo nació Biking Point y cuál ha sido su evolución durante estos años?

Biking Point nació a finales del 2007, fruto de la pasión ciclista vivida en el seno de una familia involucrada en el mundo del ciclismo desde el año 1934. Implementamos nuestra primera tienda en Mataró, con un concepto claro de tienda especializada en ciclismo orientada en ofrecer un servicio global a los amantes de las bicis. Actualmente, contamos con 10 tiendas en Cataluña (Mataró, Tarragona, Barcelona, Hospitalet, Girona, Terrassa, Sabadell y Granollers) y a principios de junio abriremos en Bilbao, Vizcaya.

¿Qué nos podrías decir sobre cómo está evolucionando el sector, y cuál es la importancia que tiene en todo lo relacionado con la movilidad sostenible?

El sector de la bicicleta en España es un mercado maduro pero muy dinámico, que hasta el año 2019 se caracterizaba por leves crecimientos en las bicicletas convencionales y la aparición de la bicicleta eléctrica como un elemento claro de desarrollo futuro. La pandemia provocó la imposibilidad de practicar deporte en recintos cerrados y junto a la percepción de la bicicleta como un elemento de transporte alternativo y económico al transporte público, provocó un importante crecimiento del

mercado que progresivamente está regresando a su cauce.

En cualquier caso, el mercado ciclista es un mercado importante que actualmente mueve cerca de 2.900 millones de euros y alrededor de 25.000 familias en España viven de manera directa del sector.

La bicicleta urbana, entendida como vehículo de movilidad sostenible, sigue aumentando progresivamente y ya representa un 10% de nuestra facturación anual. Es un segmento al alza aunque todavía no es el motor principal de nuestras tiendas.

Nos alegra ir viendo, por parte de los organismos públicos, un cambio en la percepción de la importancia del uso de la bicicleta para lograr una movilidad sostenible y limpia. Esperamos que ello conlleve una mejora en las infraestructuras, zonas específicas para el aparcamiento de bicicletas, así como la percepción de la necesidad de protección vial del ciclista.

¿Hay algún segmento que esté creciendo más que el resto, y que sea importante destacar?

Estamos muy contentos con la evolución de la bicicleta eléctrica, porque está permitiendo que nuevos usuarios

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022

El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

usen la bicicleta de manera habitual. Además, la bicicleta eléctrica permite que mucha gente se plantee cambios en su sistema de movilidad, sobre todo en ciudades en las que por su orografía era complicado el uso de la bicicleta convencional

¿Cuál es el papel que juega la financiación en vuestro mercado?

La financiación juega un papel importante, especialmente en bicicletas de un cierto valor como pueden ser las bicicletas eléctricas. Actualmente, alrededor del 20% de las operaciones de venta se financian, y detectamos un progresivo aumento de las mismas.

¿Cómo ves de manera global el futuro a medio plazo de todo lo relacionado con la sostenibilidad?

Somos optimistas, y pensamos que los consumidores comienzan a entender que en un mundo en el que los recursos son limitados y existe un claro deterioro ambiental, es importantísimo un cambio general en la mentalidad, que nos permita una apuesta contundente a favor de la sostenibilidad. Y es de vital importancia que los entes públicos dediquen esfuerzos en crear los medios adecuados para facilitarla.





ENTREVISTA

ANGEL SOLORES

Business Development Manager Quadis

Quadis cuenta con más de 80 años en el sector del motor, pero ¿Cuándo se incorpora el sector del bike a vuestra empresa y por qué?

Quadis es la mayor red de concesionarios y talleres oficiales de autos de España. En el sector bike, está presente desde 2021 en que compra Escapa (en enero) y Probike y Bicisport (en noviembre). La apuesta de Quadis va ligada a la transformación que está teniendo la movilidad en las ciudades. El papel de la bici como medio de transporte sostenible seguro que será muy importante en el futuro. Además, ambos negocios – auto y bike – tienen muchas sinergias en cuanto a sistemas, servicios corporativos, post-venta...

¿Qué nos podrías decir sobre cómo está evolucionando el sector, y cuál es la importancia que tiene en todo lo relacionado con la movilidad sostenible?

Desde Probike y Escapa, y ahora desde Quadis, creemos que la movilidad sostenible es fundamental. Las personas y las empresas queremos cada vez contribuir a un mundo mejor y por eso es clave pensar en el impacto de nuestros negocios en el ámbito de la movilidad, pero también en cualquier otro. De todas maneras, en lo que se refiere a la movilidad en bicicleta, es una gran promesa que, al menos en nuestro caso, no acaba de explo-

tar. En 2021, se vendieron en España un 12% menos de bicis urbanas. Seguramente el patinete ha ganado parte del terreno destinado inicialmente a la bicicleta, y hay bicis híbridas que se utilizan como bicicletas urbanas. El boom de la bicicleta urbana en países como Alemania, está aún por llegar en España.

¿Hay algún segmento que esté creciendo más que el resto, y que sea importante destacar?

En nuestras tiendas, los principales segmentos que crecen son los de las bicis eléctricas y las bicis de gravel. El primero es un segmento muy importante en unidades, y ya el principal en términos de facturación. El segundo, las bicis de gravel, se enfocan en un segmento en general menos competitivo que el de carretera y permite a sus usuarios descubrir la naturaleza y la aventura de una manera diferente.

¿Cuál es el papel que juega la financiación en vuestro mercado?

La financiación en nuestro caso es clave para la venta de bicicletas, tanto en tienda como online, pero online sin duda es fundamental. Por los importes medios con los que trabajamos, la financiación facilita la toma de decisiones de la compra, flexibilizando el pago.

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022

El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

¿Cómo ves de manera global el futuro a medio plazo de todo lo relacionado con la sostenibilidad?

Desde nuestra empresa, la sostenibilidad está en nuestro ADN. Es uno de los valores que tenemos y que que-

remos desarrollar con más fuerza en los próximos años. Creemos que la sostenibilidad va más allá de la movilidad y debe estar presente en todos los ámbitos de lo que hacemos, tanto como personas como empresas.





ENTREVISTA

ÁLVARO REDONDO

CEO y fundador de Ebroh

¿Qué es Ebroh? ¿Cuál es su origen y evolución en los últimos años?

Ebroh es uno de los proyectos pioneros españoles en moto eléctrica, nace en 2016 y con capital propio impulsa su propio modelo de movilidad a la carta con vehículos 100% eléctricos mayoritariamente de dos ruedas, también de tres y cuatro ruedas dentro ya de la gama Ebroh Care de vehículo para discapacitados. La empresa empezó y se consolidó en Zaragoza; desde abril del 2021 dispone de unas nuevas instalaciones, situadas en el considerado mejor área logística del Sur de Europa, el polígono industrial PlaZa. Más de 8.000 m2 de terreno con 5.000 m2 de naves dónde se compatibiliza el montaje propio de la gama Bravo con servicio logístico del resto de vehículos que componen la gama Ebroh, tanto bicicleta como moto/scooter eléctricos.

Ebroh se ha centrado desde el principio en garantizar un buen producto, ajustado a los gustos, y necesidades del cliente final y en asegurar un óptimo servicio. Ebroh dispone en este momento de un equipo más que solvente, en número y en preparación técnica como para hacer un servicio postventa de alto nivel. Ha supeditado el hacer bien las cosas a las cifras de venta. Una vez conseguido el par idóneo gama/servicio es cuando Ebroh se propone una real penetración en el mercado. Más de treinta personas en plantilla en este momento hace de este proyecto una realidad.

¿Cuál es la importancia que tiene en todo lo relacionado con la movilidad sostenible?

Desde el momento que se estableció el Acuerdo de París de 2015, con entrada en vigor el 4 de noviembre del 2016 el mercado automovilístico empezó a adaptar su industria para cumplir con esa exigente normativa. Desde esa fecha hasta nuestros días ha habido procesos de adaptación hasta llegar el punto que Europa acaba de prohibir los vehículos de combustión fósil incluso los híbridos a partir del 1 de enero del 2035. La reducción de los niveles de CO2 y del efecto invernadero no admite ya dilación y Europa impulsa con medidas tanto incentivadoras como exhortativas a los consumidores a esa realidad.

Ebroh, desde su origen, propone eso, vehículos sostenibles y al mismo tiempo con una relación calidad/precio muy competitiva y conveniente para el cliente final. La estrategia de marca de Ebroh es "SOLO HAY UN CAMINO PARA CUIDAR EL PLANETA", no le damos tanta importancia a si las motos corren más o menos, nos importa que cumplan con los requisitos tanto legales-industriales con homologaciones exigentes que garantiza la integridad del usuario; rentables en cuanto a economía de uso y que den satisfacción tanto en su manejo como en saber que está colaborando a la sostenibilidad. SUBE, DISFRUTA Y VIVE es el lema de Ebroh.

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad y Consumo 2022

El consumidor español ante el reto de la sostenibilidad

¿Qué nos podrías decir sobre cómo está evolucionando el mercado de las scotters eléctricas en España?

El scooter en España significa más del 50% de las ventas, confirmado también por los datos del 2021, un 51.6% con un crecimiento del 1,2%, más de 100.000 unidades matriculadas en el año pasado. De ellos un 6,5% fueron eléctricos. En este momento es el mercado más sostenido y de mayor venta, tanto scooter como maxiscoter. En el caso de Ebroh, los modelos Spuma Li, Veracruz y Strada 20Th en sus diferentes versiones. Como mercado le sigue la moto deportiva, naked o carenada, ahí Ebroh propone su Bravo, moto bandera de la marca, totalmente ensamblada en las instalaciones centrales de Zaragoza y por tanto española.

Estamos viendo que el maxiscoter eléctrico está entrando de manera rápida en el mercado porque reúne características que le hace una gran alternativa para desplazamientos en grandes ciudades y entre poblaciones cercanas. El scooter en ciudades grandes también está creciendo porque su tamaño es más reducido que el de las maxiscoters y tienen menos dificultades para encontrar hueco para aparcar. Como dato decir que en Barcelona las motos eléctricas son ya el 5,78% del parque total, en Madrid el 2,14% y la tercera es Palma de Mallorca con un 1,96%, por tanto el crecimiento que de aquí hasta el 2035, tiene que ser notable, por no utilizar un calificativo como exponencial.

¿Qué nos podrías decir sobre cómo está evolucionando el mercado de las bicis eléctricas en España?

En España se vendieron en el 2021 más de 1,5 millones de bicicletas, de ellas más de 200.000 fueron ya eléctricas; si tenemos en cuenta que el parque total es en este momento de 900.000 vemos que el año pasado se vendieron casi una cuarta parte del total, cifras difíciles de creer salvo en contextos muy especiales como el periodo Covid sufrido. Esa cifra con toda seguridad no se repetirá este año, será inferior por dos motivos, uno la satu-

ración del mercado de un producto que tiene una larga duración y no hay rotación a corto y segundo que con un precio medio cercano a los 3.000 euros por bici eléctrica (2021) y en una situación económica como la actual, con aumento del gasto por familia notable la gente se lo piensa dos veces a la hora de una inversión.

¿Cuál es el papel que juega la financiación en vuestro mercado?

En este contexto es vital, facilitar el pago mediante cuotas de motos y bicis es básico para los bolsillos. Son vehículos que te dan satisfacción desde el momento que los compras y si los pagas cómodamente la rentabilidad es total: Economía y Satisfacción unidas. Una buena financiación afianza ventas.

¿Cómo ves de manera global el futuro a medio plazo de todo lo relacionado con la sostenibilidad? Y en concreto ¿qué planes o acciones tenéis pensado vosotros en relación a la movilidad sostenible?

Tanto los usuarios como los profesionales del sector de la Automoción nos hemos convencido de la urgente necesidad de provocar un cambio en el parque de vehículos, son muchos los empresarios del sector que están tomando posiciones para liderar en sus zonas geográficas el mensaje de Protección del Planeta sin dejar de Disfrutar con tu medio de transporte. En Ebroh tenemos una red de distribuidores, todavía en crecimiento, con emprendedores que invierten en ello y que van a ser las referencias en su zona. Cuando a un cliente final le surge el interés o la necesidad de comprar una moto eléctrica puede acudir bien a una tienda de motos, como sería lo normal o bien a una concesión de vehículos dónde el espacio que ocupan coches y motos eléctricas es cada vez destacado y dónde el histórico de un buen servicio, de empresas que llevan muchos años comercializando vehículos, dan garantía de tranquilidad al usuario. Ebroh está por la labor tanto de colaborar con ambos canales de distribución como demuestra su mapa de distribuidores.



FICHA TECNICA

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad 2022

Encuesta a consumidores

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo entre el 28 de abril y el 4 de mayo de 2022

Universo:

Población general mayor de 18 años.

Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando access panel de consumidores.

Muestra:

El número de encuestas ha sido 2.200 con un error muestral del +- 2,09% al 95,5% de confianza

El Observatorio Cetelem Sostenibilidad 2021

Encuesta a consumidores

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo en Septiembre 2021

Universo:

Población general mayor de 18 años.

Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando access panel de consumidores.

Muestra:

El número de encuestas ha sido 2.200 con un error muestral del +- 2,09% al 95,5% de confianza



OBSERVATORIO
Cetelem

