

MOTOR 2023

| UN MERCADO A
DOS VELOCIDADES

SECTOR
DEL AUTOMÓVIL

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

OBSERVATORIO
Cetelem



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



INDICE

03 El Observatorio Cetelem.

Franck Vignard, CEO BNP Paribas Personal Finance en España.

04 Motor 2023

Liliana Marsán, Responsable del Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España.

05 Entrevista a nuestros expertos

Entrevista Javier de Ulacia, Director División Auto BNP Paribas Personal Finance en España.

08 Conclusiones Sector Auto (infografía)

13 El comportamiento de los conductores españoles en el sector automóvil

14 Evolución de las matriculaciones de coches en España

14 · Evolución de las matriculaciones de Turismos y todoterrenos (En nº de unidades)

16 · Matriculaciones por tipo de combustible

16 · Matriculaciones por tipo de canal

17 Mi coche actual

19 Compras realizadas en los últimos 12 meses

23 Mi marca y mi concesionario

27 Mi proceso de compra

31 Mi futuro coche

35 Nuevas energías en los automóviles

35 · Eléctricos

40 · Híbridos

45 Renting

48 Carsharing

53 Postventa

56 La voz de nuestros partners

57 Entrevista a Jesús Alonso. Presidente y Consejero Delegado de Ford España

58 Entrevista a Raul Palacios, Presidente Ganvam

60 Entrevista a Leopoldo Satrústegui, Director General Hyundai Motor España

62 Entrevista a Eduardo Divar, Director General de Kia Iberia

64 Entrevista a Luis Antonio Ruiz, Presidente y Consejero Delegado Jaguar/Land Rover

65 Entrevista a Sthephane Leguevel, Director General de Polestar España y Portugal

66 Entrevista a José María Galofré, Consejero Delegado Volvo Car España.

68 Ficha técnica

EL OBSERVATORIO CETELEM

Franck Vignard-Rosez | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Desde sus inicios en España, hace ya más de un cuarto de siglo, en el año 1997, los informes y estudios del Observatorio Cetelem han venido analizando con rigor las tendencias y hábitos de consumo de los ciudadanos.

Hemos estudiado, 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 o los elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello relacionado consumo en los hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre el comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o, más recientemente la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. 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 y las asociaciones patronales de 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 datos que comparte con

distintas audiencias. Con cinco grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad, Consumo España y Comercio electrónico), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales, ofrecemos un amplio abanico de información 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 todos vosotros e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web del Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados. ■

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

Estamos ante un contexto difícil para la automoción en general, con una caída en 2022 de las matriculaciones de automóviles y caravanas, aunque no en el caso de las motocicletas en general. Vivimos un entorno económico inflacionista con la consecuente pérdida de poder adquisitivo del ciudadano medio, que no podemos olvidar que se une a las repetidas subidas de los tipos de interés que encarecen el crédito. Si le unimos la crisis de los semiconductores y la cadena de suministro y las nuevas normativas en cuanto a electrificación de los vehículos, todo ha confluído en el hecho de que el mercado del motor se haya ralentizado.

El momento actual se caracteriza por vivir muchas transformaciones al mismo tiempo, con el objetivo del fin de los vehículos de combustión en



2035 anunciado por la Comisión Europea y la normativa Euro 7 sobre la electrificación de los vehículos. A pesar de todo, los primeros meses del año 2023 muestran resultados buenos y las perspectivas para el conjunto del año no dejan de ser

positivas en los tres mercados analizados. Es importante, por tanto, en este contexto de incertidumbre, que los actores del mercado ofrezcan, en constante adaptación, diferentes posibilidades de movilidad personal para asegurar que el mercado sea atractivo de cara a los clientes.

Nos queda mucho por delante en este 2023 y muchas de estas incógnitas iremos viendo cómo evolucionan. Desde El Observatorio Cetelem estaremos atentos para compartir puntualmente los resultados de nuestros análisis.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán
Responsable del
Observatorio Cetelem. ■

ENTREVISTA A NUESTROS EXPERTOS



ENTREVISTA

Javier de Ulacia Director División Auto BNP Paribas Personal Finance en España**¿Cómo calificarías el año 2022 en los mercados de automóvil, moto y caravaning en general?**

El año 2022 ha sido un año que comenzó con mucha incertidumbre y según fue transcurriendo, tanto las marcas como los concesionarios se dieron cuenta de cómo tenían que afrontarlo, y lo han hecho muy bien.

En general, todas las marcas y concesionarios han tenido una rentabilidad alta, lo cual es muy bueno. Esto ha hecho que hayan reforzado un poco sus políticas y su manera de acercarse al cliente, porque no ha sido únicamente subir el precio y ya está, sino que han dado servicio, mucha cercanía al cliente, mucho producto, y han complementado muy bien la oferta defendiendo los precios. Antes, las políticas se basaban solo en descuentos y ahora se han dado cuenta de que vendiendo menos se puede rentabilizar el negocio de otra manera mejor.

Estamos ante un entorno económico inflacionista. Todo esto conlleva a que el poder adquisitivo del ciudadano medio disminuya. Si a esto le añadimos la subida de tipos de interés, que es algo globalizado, ¿cómo puede enfrentarse el sector a este reto?

Es una pregunta muy buena y este tema es bastante curioso. Hace unos meses viajamos al Congreso de la NADA en Estados Unidos, donde nos comentaron que la duración media de los créditos iba a llegar hasta los 84 meses, que es prácticamente la media histórica que tenemos en España. Con lo cual, si en Estados Unidos con su poder adquisitivo y el precio medio de los vehículos que tienen allí, tienen que llegar a 84 meses de financiación, en España tendremos que ampliar la duración mucho más. Esto es algo preocupante, porque si los clientes tienen que financiar sus vehículos por ejemplo a 100 meses, casi van a tener que hacer hipotecas sobre sus vehículos.



Es cierto que el precio de los vehículos está subiendo, y también los tipos de interés, y habrá que ver como jugar en este escenario, porque hay variables que podrían hacer que los tipos se mantuvieran en el mismo nivel.

El año 2022 ha sido un año que comenzó con mucha incertidumbre y según fue transcurriendo, tanto las marcas como los concesionarios se dieron cuenta de cómo tenían que afrontarlo, y lo han hecho muy bien.

Es necesario que todos los actores (marcas, concesionarios y entidades financieras) trabajemos conjuntamente para ofrecer un mejor producto financiero al cliente, porque no se trata sólo de la subida de los tipos de interés, sino también del aumento del coste de los bienes y servicios necesarios para el día a día, como la alimentación y los suministros (gas, electricidad, agua...), lo que hace que estemos en un momento complicado.

El sector está en un momento importante con muchos cambios en relación a la electrificación de los vehículos, las nuevas normativas, ¿Qué nos puedes decir al respecto?

El vehículo eléctrico, es técnicamente un vehículo extraordinario, se conduce con una fiabilidad total, tiene una reacción al acelerador y a la conducción brutal, y en mi opinión es un coche tecnológicamente muy avanzado.

El problema no está en la tecnología de este tipo de vehículos, sino en la escasez de infraestructuras necesarias para la utilización de los mismos, lo cual es un problema no sólo en España, sino en Europa y también en Estados Unidos. De hecho, ya hay países que están echando marcha atrás con el tema del horizonte 2030-2035.

Hay marcas que van a seguir apostando por la electrificación total, y otras que van a continuar desarrollando motores atmosféricos que, a lo mejor, si a eso le unes un mejor combustible que sea más ecológico y que contamine menos, es también una buena opción. En mi opinión, creo que va a haber mucha diversidad de combustibles en materia de sostenibilidad.

Y respecto a la moto eléctrica, ¿Cuál es tu opinión?

La moto eléctrica es hoy en día el mejor vehículo para utilizarlo como medio de transporte urbano. Las scooters o los ciclomotores eléctricos, han avanzado mucho y llegan hasta los 125cc. Para circular por ciudades grandes como Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla o Bilbao, son un vehículo ideal. La carga es mucho más fácil, hay marcas que ofrecen modelos en los que se puede desmontar la batería y cargarlas en casa en poco tiempo.

La moto eléctrica es hoy en día el mejor vehículo para utilizarlo como medio de transporte urbano.

En lo que respecta a los otros componentes y usos deportivos de la moto, no estoy seguro si la electricidad va a suplir la conducción de una moto de combustión tradicional.

Para finalizar, ¿cómo crees que será este año 2023 en general para los sectores del automóvil, la moto y del caravaning?

El 2023 va a ser una continuación del año anterior. En 2022 tuvimos que aprender a hacer las cosas de otra manera y ya sabemos cuáles son las fórmulas.

El tema de los componentes sigue teniendo dificultades, no hay tanta notoriedad porque nos hemos acostumbrado a que un coche nos lo entreguen en unos plazos determinados.

En mi opinión, un tema importante es cómo se va a comportar el mercado del vehículo nuevo y el del vehículo de ocasión, donde creo que puede haber un trasvase de ventas del primero al segundo. Los incrementos de los precios se extienden a ambos mercados. Pero hay muchos consumidores que tienden a mantener las mismas categorías o prestaciones de vehículo, con lo cual tendrán que ir a modelos inferiores, y a lo mejor se des-

plazan a comprar coches de ocasión, si bien son más caros que antes pero más económicos que el vehículo nuevo, con prestaciones y garantías muy similares, lógicamente en función de la antigüedad que tenga.

Respecto al sector de la moto, pienso que va a haber un cambio. La moto eléctrica es un buen vehículo para las ciudades, pero no hay que dejar de pensar que también es algo más que un vehículo. La moto es una pasión y los que tenemos pasión por las motos, sabemos que a veces hay que tener otra cosa y conducir de otra manera.

El fenómeno del caravaning lo veíamos como algo muy lejano en nuestro país, pero hoy es una realidad que cada vez más gente ha empezado a utilizar

El sector del caravaning es diferente. Las ventas de caravanas han caído un poco como es lógico. En España se vendían tantas caravanas al año como en la feria que hay en el sur de Francia, únicamente en el salón de la caravana. En España mucha gente tiene su segundo apartamento en

la playa o se van al pueblo a casa de los padres.

El fenómeno del caravaning lo veíamos como algo muy lejano en nuestro país, pero hoy es una realidad que cada vez más gente ha empezado a utilizar la caravana, el motorhome para realizar sus viajes. Una prueba de ello es que los alquileres de este tipo de elementos han aumentado en los últimos años, los usuarios lo están probando.

En mi opinión se trata de un viaje pasional. No es un viaje tan cómodo como puede ser el hospedarte en un hotel o apartamento durante tus vacaciones, pero si te da la libertad de moverte conociendo un país o una costa. Por ejemplo, en Estados Unidos hay muchos jubilados que se hacen la ruta 66, adaptan una motorhome y conocen todo el país.

En España está empezando a subir este mercado. Es verdad que es un mercado caro porque la caravana normalmente tiene grandes coches que tiran de ellas, y al motorhome ya se les pone cabezas de Fiat, de Ford, etc. y se convierten en un tipo de viaje familiar muy interesante. En mi opinión es un mercado que va a seguir creciendo. ■

LAS CLAVES SECTOR AUTO

+2

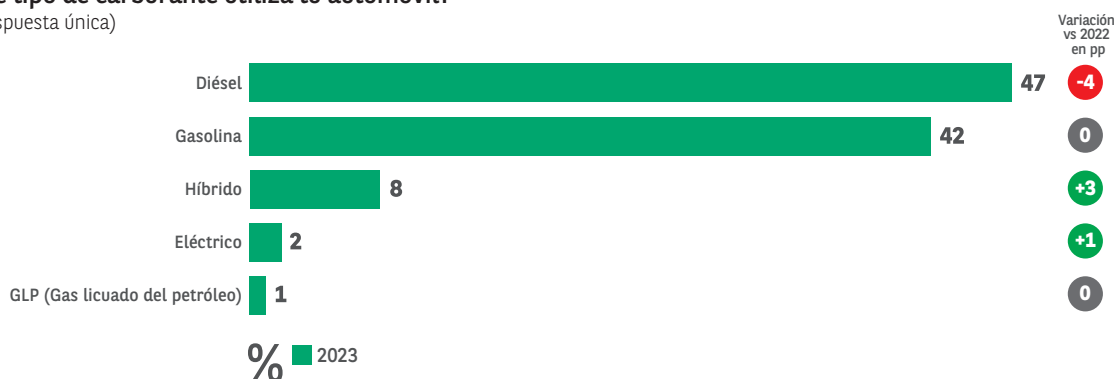
-10

Variación respecto a 2022 en puntos porcentuales

Mi coche actual. Tipo de carburante

¿Qué tipo de carburante utiliza tu automóvil?

(% respuesta única)



Compra de coche y accesorios e importe gastado

el **24%**
ha comprado un coche o accesorios de coche, mismo porcentaje que el año anterior



Marca y concesionario

Hablando de las MARCAS a la hora de comprar un automóvil, ¿cuáles son las características que más valoras?

Relación
calidad/precio

87% +1

Seguridad

73% -3

Marcas fiables
/duraderas

67% +1

Aspectos más valorados del concesionario

Precio

35% +1

Servicio
postventa

16% 0

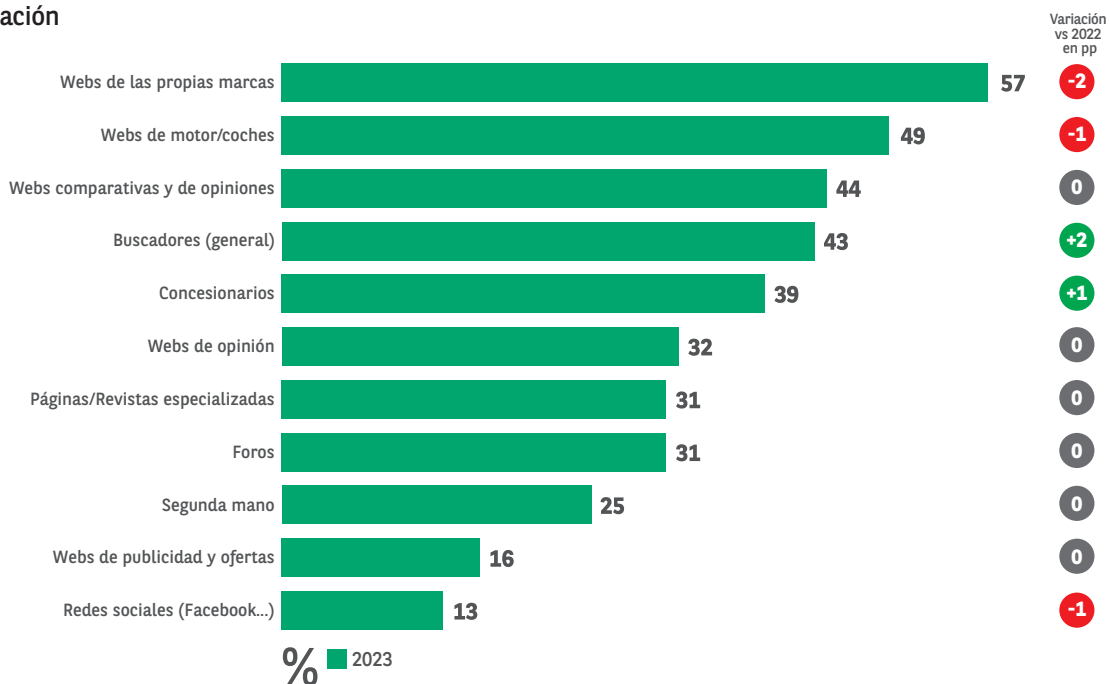
Variedad
de modelos

15% 0

Proceso de compra

el **88%** utiliza internet como medio de consulta en el proceso de compra de un automóvil

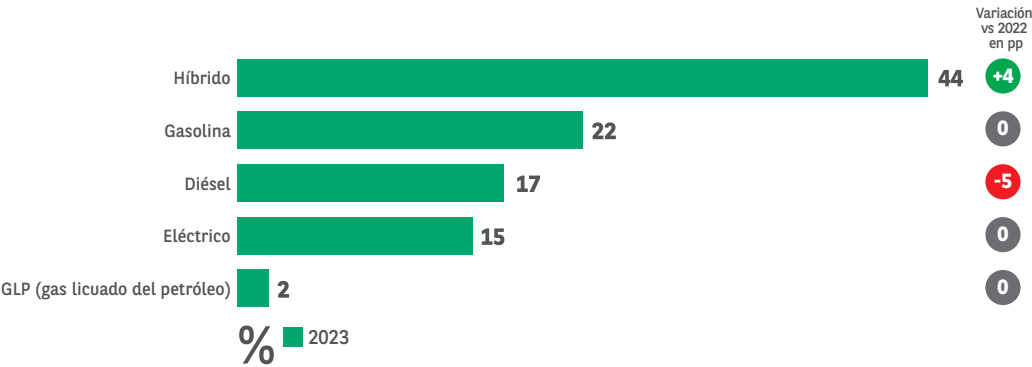
Fuentes de
información



Intención de compra y gasto estimado

7 de cada 10

conductores con intención de comprar un coche durante este 2023, se decantaría por un vehículo nuevo en lugar de uno de ocasión, aunque la intención de compra del VO crece 4 puntos respecto al año anterior



Crece la intención de adquirir vehículos híbridos y se mantiene la de los eléctricos, cayendo significativamente los diésel

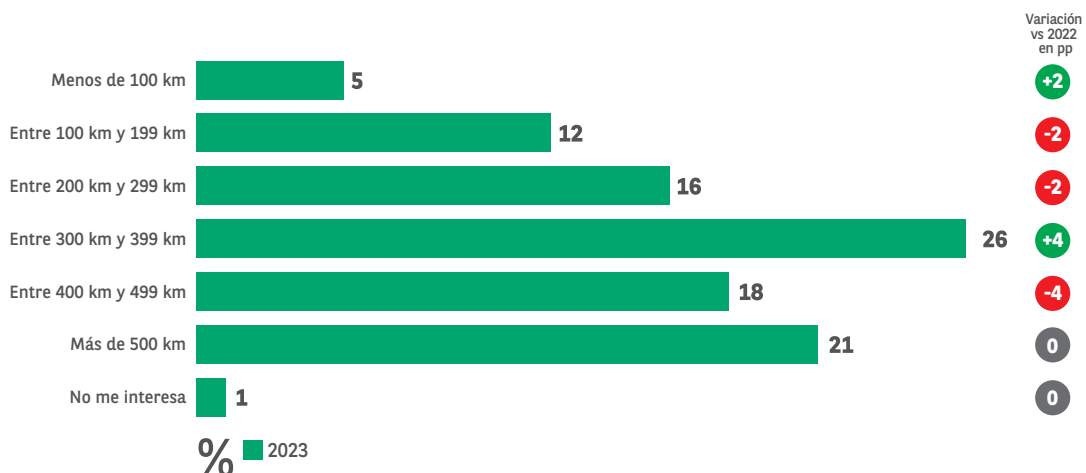
Coche eléctrico

Intención de compra
e importe de compra
previsto

el **15%** tiene intención de comprar algún coche eléctrico durante los próximos 12 meses, mismo porcentaje que el año anterior

Importe medio
previsto **28.618€** **+1%**

Autonomía necesaria
para la compra



Motivos por
los que no
compraría

El **57%** de los conductores encuestados cree en el futuro del coche eléctrico, frente al **70%** del año anterior.

Es demasiado caro

66% **0**

La autonomía no es suficiente

57% **+2**

No dispongo de espacios/infraestructuras cerca para recargar la batería

40% **-1**

Renting a particulares

El

73%

de los conductores conoce el renting a particulares

El

11%

de ellos adquirió su coche a través de renting

El

50%

de los conductores que lo conoce pero no lo han usado, estaría dispuesto a hacerlo en el futuro.

¿Cuáles crees que son los puntos positivos de adquirir tu coche a través de renting?

(% respuesta múltiple)

1

Tanto las reparaciones, averías, mantenimiento, neumáticos y seguro están incluidos en la cuota

62%

2

Cambio de coche según las necesidades

46%

3

No pagar entrada, solo cuotas mensuales

35%

Y, ¿cuáles son los puntos negativos de adquirir tu coche a través de renting?

(% respuesta múltiple)

1

No ser el propietario del coche, siempre el arrendatario

47%

2

Si se sobrepasa el número de kilómetros recorridos establecidos, habrá una penalización

41%

3

No poder cancelar el contrato o tener que abonar la penalización por cancelación

41%

Postventa

7 de cada 10

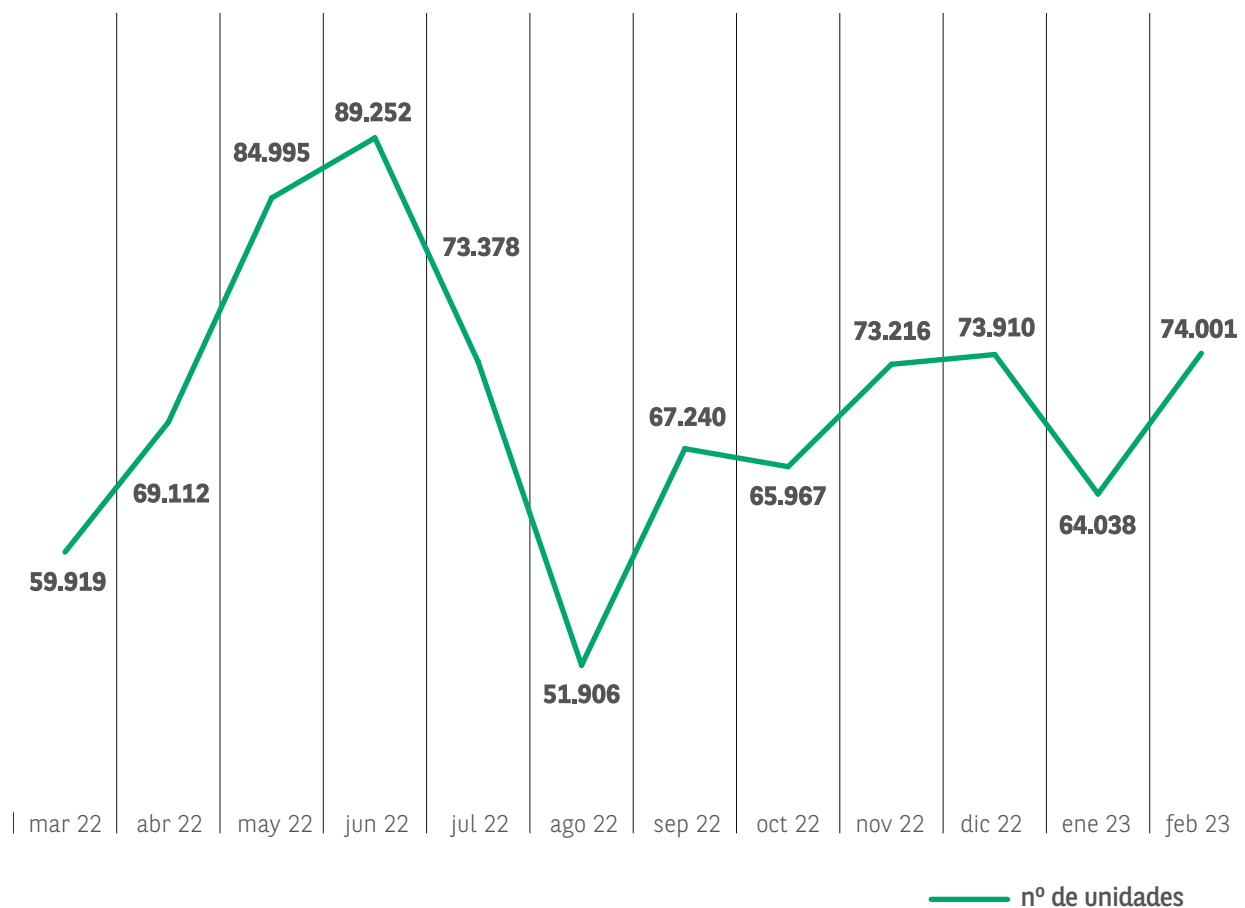
conductores encuestados contrataría la opción de financiación + seguro + garantía + servicio postventa completo si se la ofreciera el concesionario a la hora de comprar su coche.

EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONDUCTORES ESPAÑOLES EN EL SECTOR AUTOMÓVIL

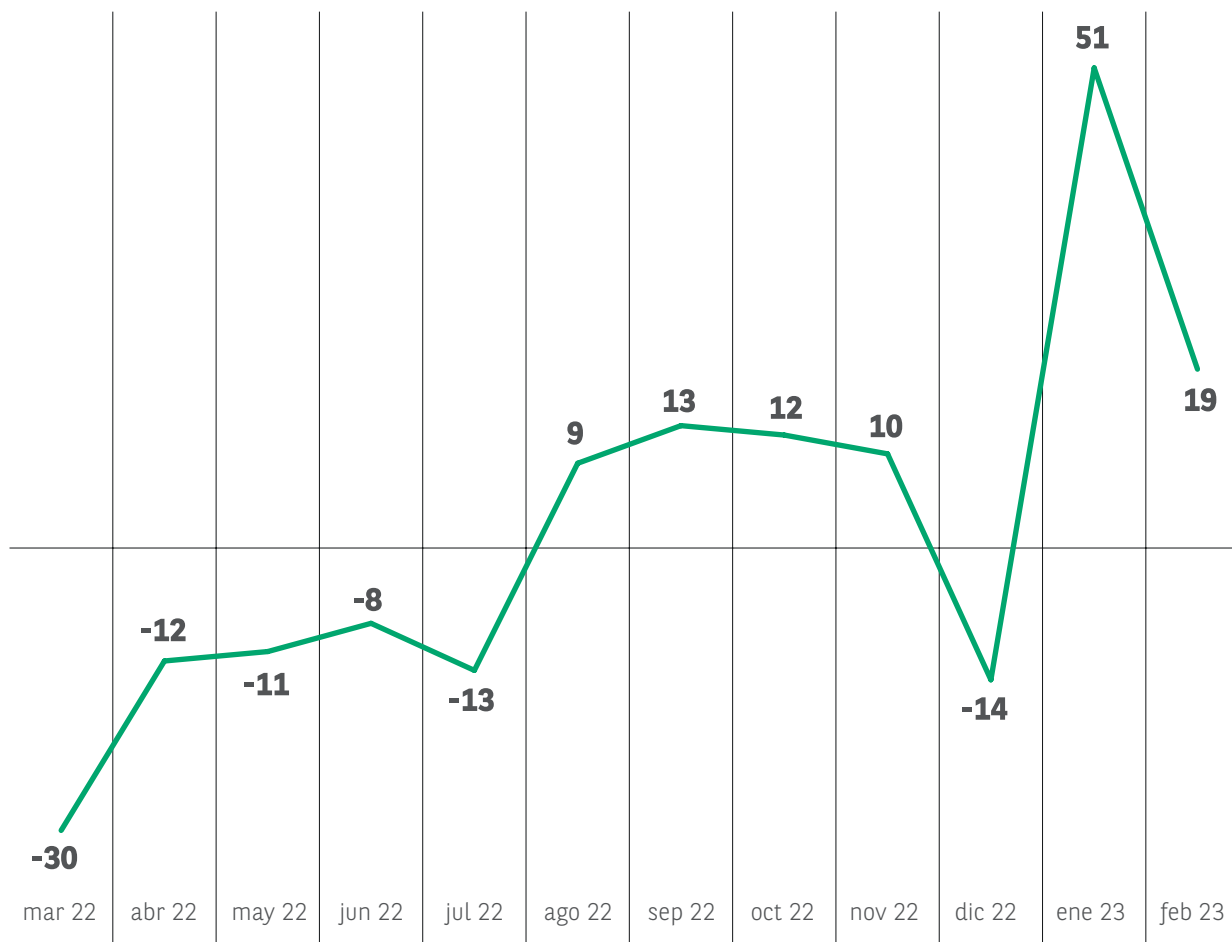


EVOLUCIÓN DE LAS MATRICULACIONES DE COCHE EN ESPAÑA

Evolución de las matriculaciones de turismos y todoterrenos
(En nº de unidades)



Fuente: Ideauto (Ganvam/Anfac)



Fuente: Ideauto (Ganvam/Anfac)

Matriculaciones por tipo de combustible y por tipo de canal

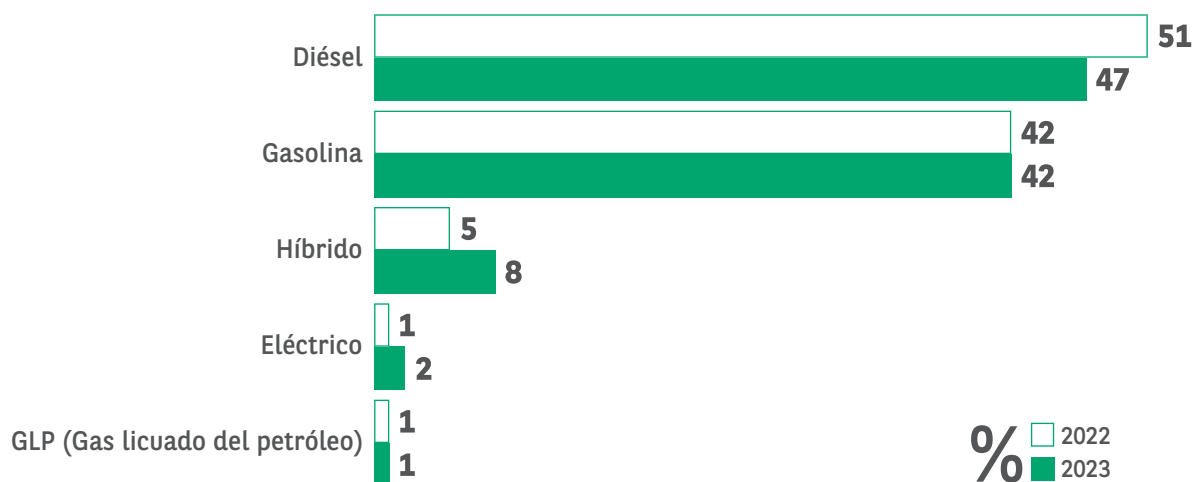
CATEGORÍA	Feb 23	Feb 22	% variación	Acumulado 2023	Acumulado 2022	% variación acumulado
Gasolina	31.493	26.470	+19%	57.361	42.696	+34%
Diesel	10.041	11.095	-9,5%	18.451	18.162	+2%
Resto	32.467	24.537	+32,3%	62.227	43.621	+32%
Total combustibles	74.001	62.102	+19,2%	138.039	104.479	+32%
Particular	32.463	29.898	+8,6%	64.489	51.465	+25%
Empresa	32.041	28.388	+12,9%	59.908	47.588	+26%
Alquiler	9.497	3.816	+148,9%	13.642	5.426	+151%
Total canales	74.001	62.102	+19,2%	138.039	104.479	+32%

Fuente: Ideauto (Ganvam/Anfac)

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 tu automóvil? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Sigue existiendo una mayoría de automóviles diésel (47%) y gasolina (42%). La tendencia de descenso iniciada hace un par de años de vehículos de combustión continua presente en los coches diésel, sin

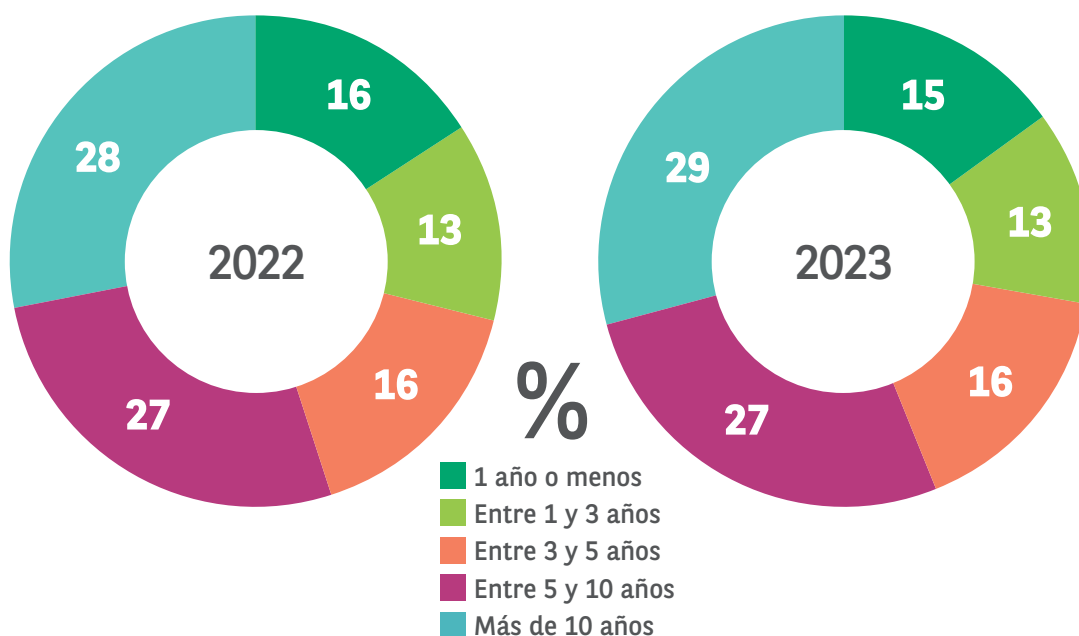
embargo, en el caso de los motores de gasolina parece que la caída se ha paralizado por el momento.

En lo que se refiere a los nuevos tipos de energías más sostenibles como el

eléctrico y el híbrido, ambos continúan con una cuota muy baja en comparación con los combustibles tradicionales, pero es importante señalar que continúan aumentando.

¿Cuándo compraste tu automóvil actual?

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El porcentaje más elevado de conductores encuestados declaran que sus coches tienen más de 10 años (29%), un punto más que en 2022. Le siguen aquellos cuyo coche tiene entre 5 y 10 años con un 27% de menciones, mismo porcentaje que el año anterior.

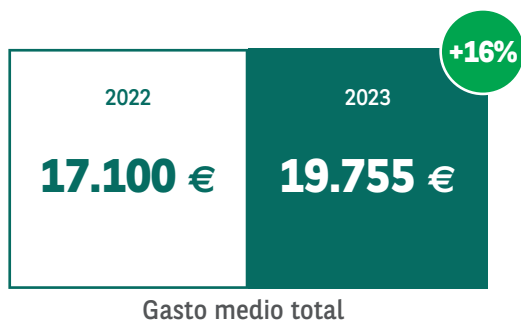
Se mantienen estables los porcentajes de españoles encuestados que afirman que su vehículo tiene una antigüedad de entre 3 y 5 años con un 16% de menciones y entre 1 y 3 años con un 13%.

Por último, el 15% de encuestados declara que compró su automóvil hace menos de un año, porcentaje que desciende un punto porcentual respecto a 2022.

COMPRAS REALIZADAS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

el **15%** de los conductores encuestados afirman que compraron un coche en el último año.

¿Cuánto te gastaste en la compra relacionada con el sector del automóvil?
(Respuesta abierta numérica)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

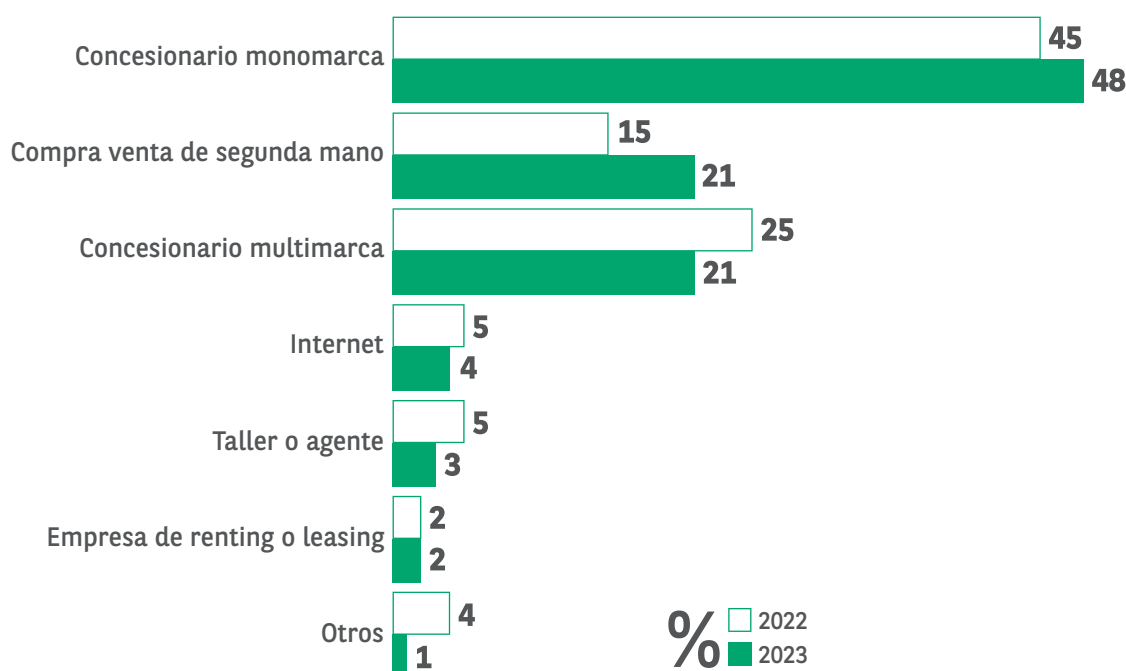
El gasto medio realizado por los conductores que afirman haber adquirido un coche en los últimos 12 meses alcanza aproximadamente los 20.000€, lo que supone un aumento del 16% respecto al declarado el año anterior. Si segmentamos por edades,

los conductores mayores de 45 años son los que han realizado un mayor desembolso, en concreto alrededor de los 21.200€ lo que supone un 7% más que la media.

Si segmentamos por tipo de coche comprado, en el caso de uno nuevo el gasto medio alcanza casi los 24.000€ (+9% vs 2022) y en la compra de un coche de ocasión los 9,900€, mostrando un importante incremento del 60%.

¿Dónde adquiriste el automóvil que compraste en los últimos 12 meses?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

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, sigue siendo el establecimiento preferido y así lo manifiesta el 48% de

ellos, con un incremento de 3 puntos porcentuales respecto al año anterior.

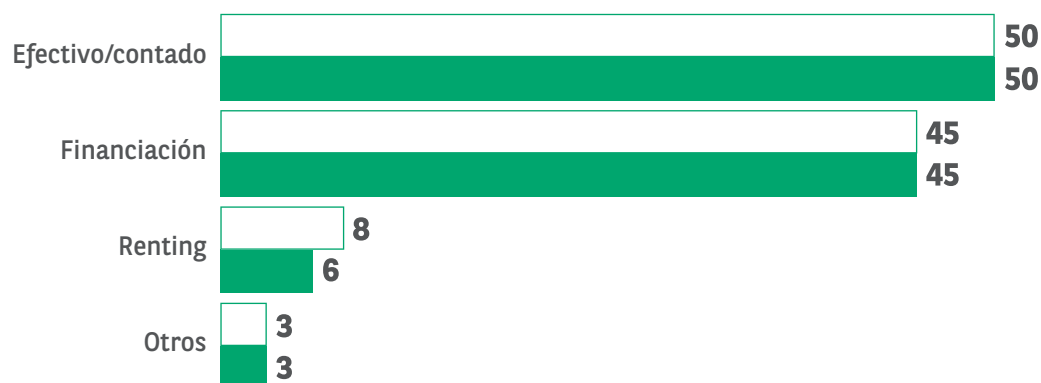
Como segunda opción nos encontramos los compra-venta de segunda mano con un 21% de menciones y un

aumento de 6 puntos. Las compras realizadas en los concesionarios multimarca presentan el mismo porcentaje, pero descienden 4 puntos (21% vs 25%).

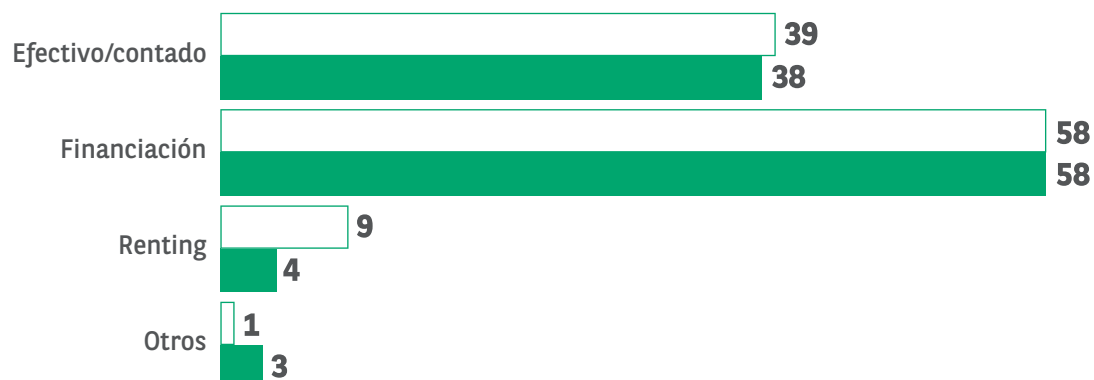
¿Qué medio de pago utilizaste?

(% Respuesta múltiple)

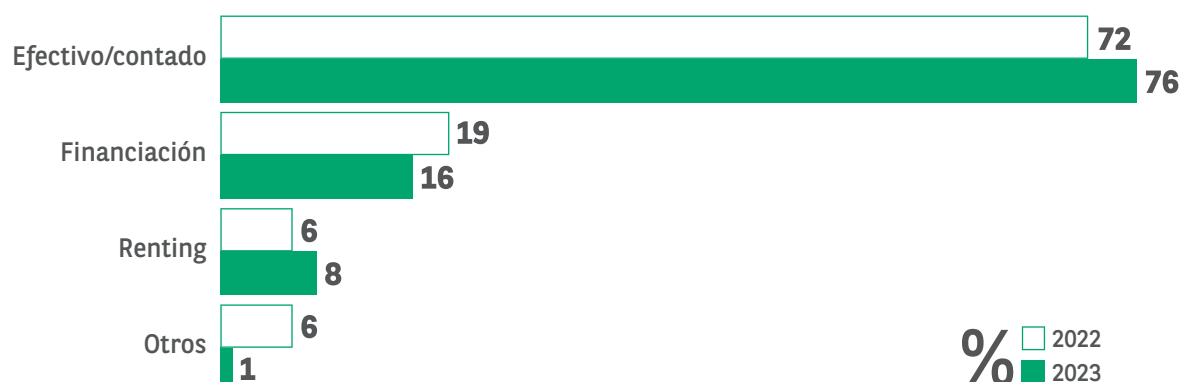
Total



Coche nuevo



Coche Segunda mano



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

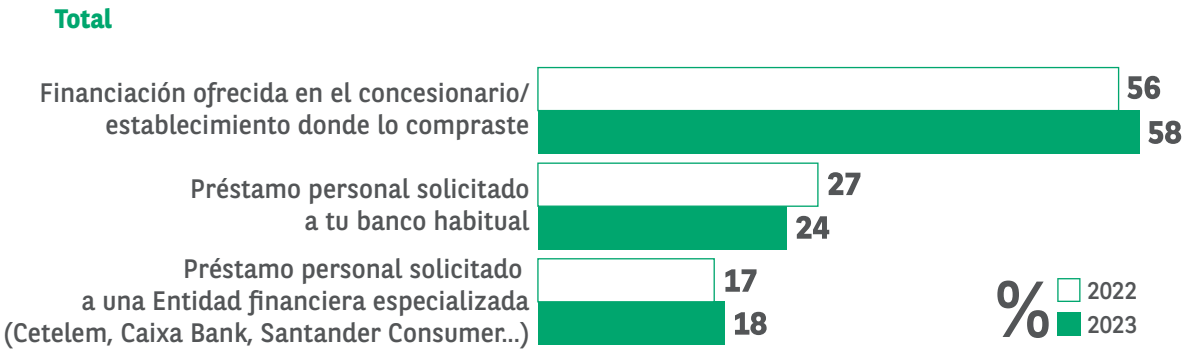
En lo que respecta al medio de pago utilizado para la compra del sector en general, el pago al contado continúa siendo el más declarado por los compradores con un 50% de menciones, manteniéndose estable respecto al año anterior.

Le sigue el pago mediante financiación con un 45% de menciones al igual que en 2022.

El Renting con un 6% (-2 pp) de menciones sigue mostrando un porcentaje muy bajo respecto a los anteriores.

Es importante señalar que al igual que en años anteriores, se observan grandes diferencias si segmentamos por tipo de coche adquirido. En el caso de la compra de un VN el medio de pago más utilizado es la financiación, siendo el pago al contado el que destaca en el caso de la adquisición de un VO.

¿Qué tipo de financiación has solicitado?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre aquellos conductores que han declarado haber financiado la compra de su coche, la mayoría optó por la financiación ofrecida en el propio concesionario con un 58% de menciones y un aumento de 2 puntos res-

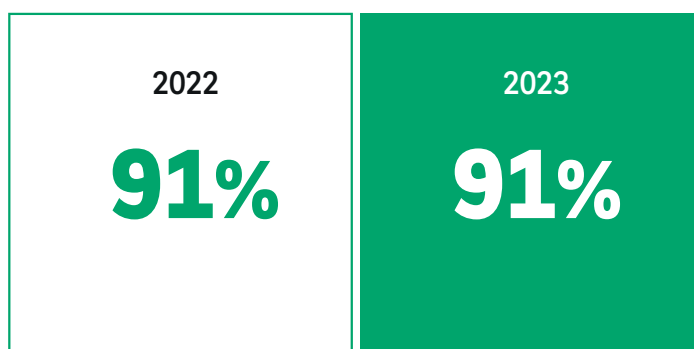
pecto al año anterior.

El 24% de ellos solicitó un préstamo personal a su entidad bancaria habitual, mostrando un descenso de 3 puntos.

Los préstamos personales solicitados a entidades financieras especializadas fueron solicitados por el 18%, con un ligero aumento de 1 punto porcentual.

MI MARCA Y MI CONCESIONARIO

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

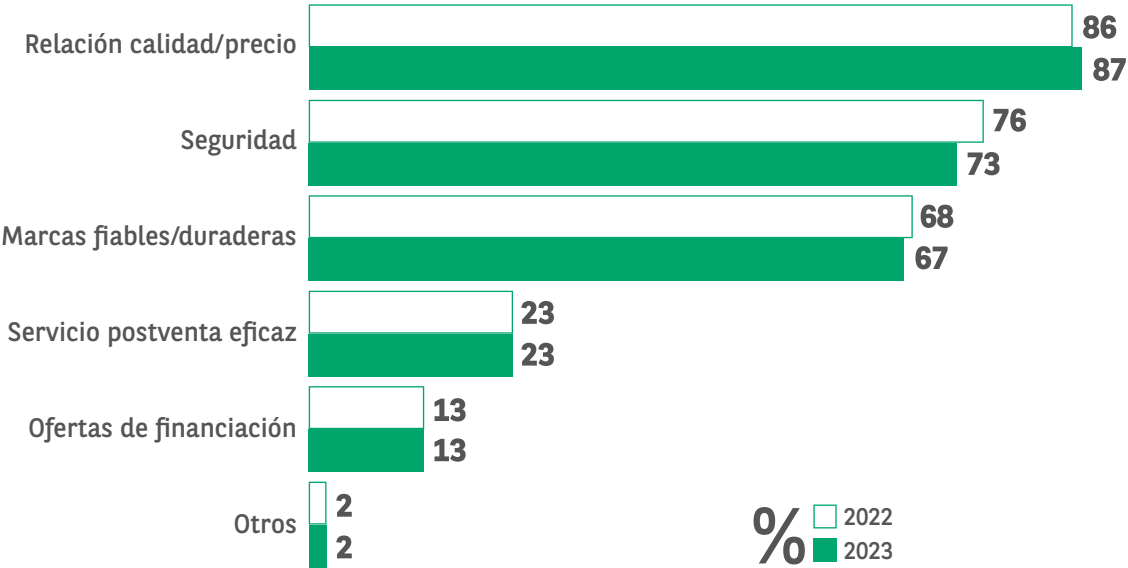
La importancia de la marca sigue siendo fundamental entre los conduc-

tores españoles. Así lo declara el 91% de los encuestados, aunque con un

ligero descenso de 2 puntos respecto al año anterior.

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)



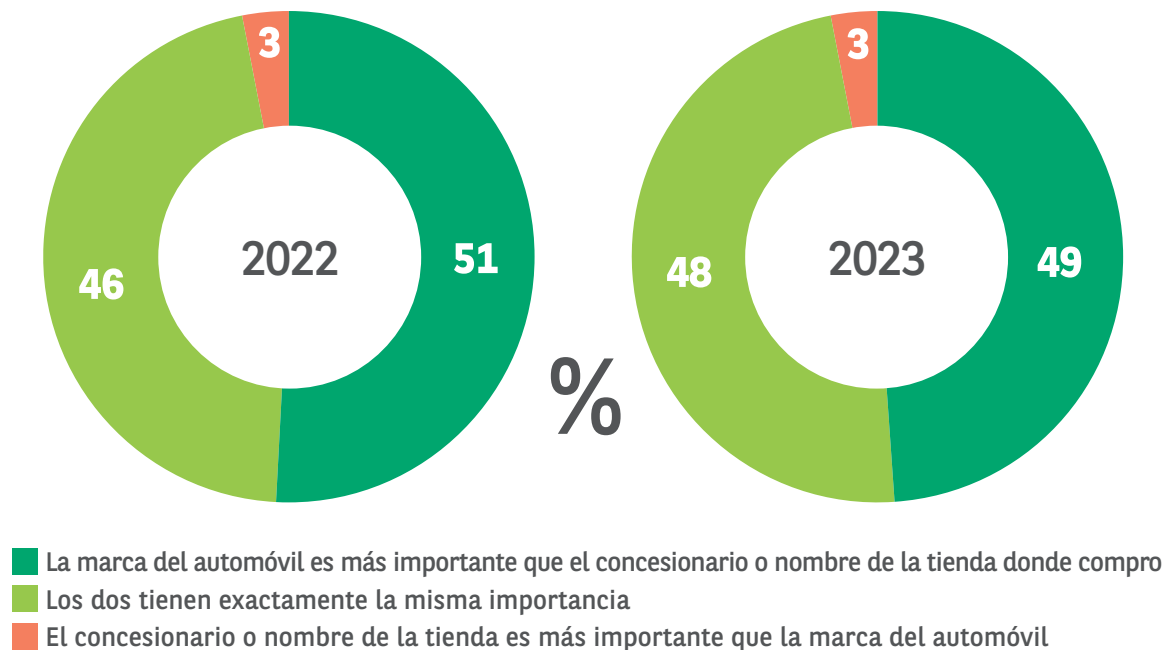
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

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 y un ligero aumento de 1 punto porcentual res-

pecto al año anterior. Los siguientes aspectos más valorados son la seguridad y que las marcas sean fiables y duraderas con un 73% y un 67% de menciones, en

ambos casos se observa un descenso respecto a 2022. El servicio postventa y la oferta de financiación mantienen sus valores.

Respecto a la importancia de la MARCA VS CONCESIONARIO, elije una de las siguientes frases:
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

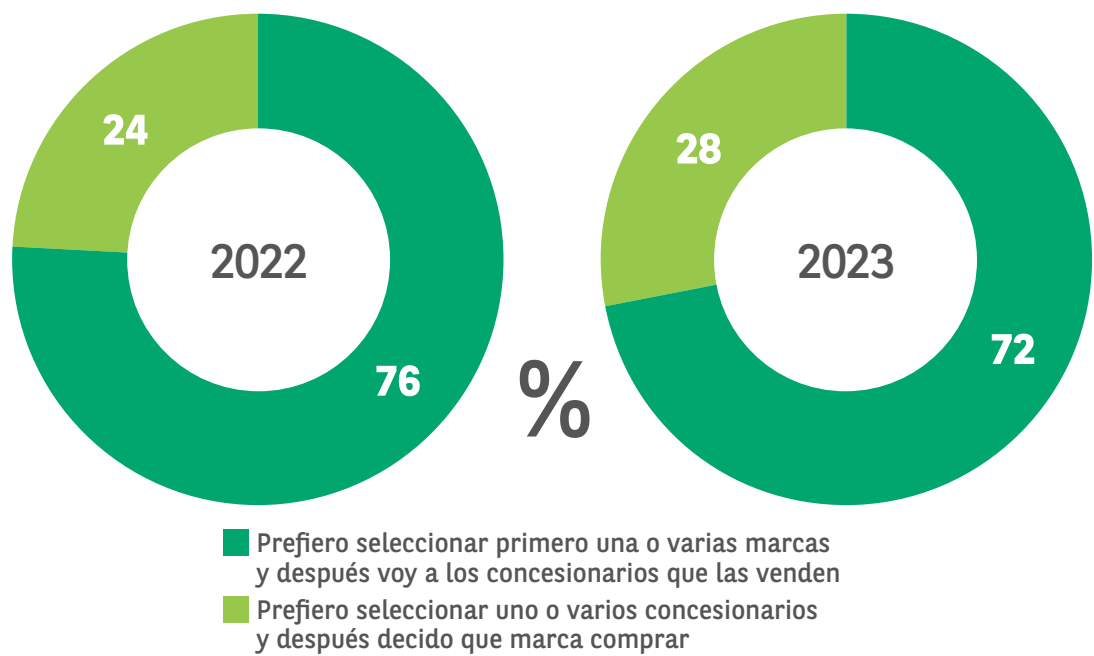
Tras años donde la marca del automóvil se posicionaba claramente por encima del concesionario, venimos observando un cambio de tendencia donde ambos tienen la

misma importancia.

El 49% de conductores declara que la marca del coche es más importante que el concesionario, con un

descenso de 2 puntos respecto al año anterior, mientras que el 48% le otorga a ambos la misma importancia, mostrando un aumento de 3 puntos respecto a 2022.

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Como en años anteriores, la gran mayoría de conductores encuestados (72%) prefiere seleccionar varias marcas de coches y después elegir a que concesionarios acudir, pero muestran

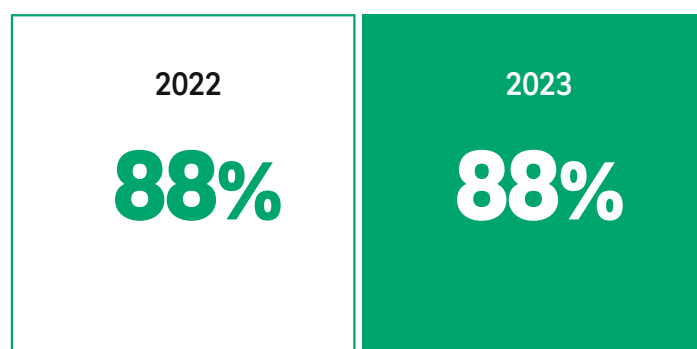
un descenso respecto al año anterior de 4 puntos porcentuales.

Sin embargo, el porcentaje de aquellos que prefieren seleccionar uno o

varios concesionarios antes de decidir la marca del coche que comprar, aumenta 4 puntos con un 28% de menciones frente al 24% del 2022.

MI PROCESO DE COMPRA

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



el **88%** de los conductores encuestados utilizan internet como fuente de información en su proceso de compra

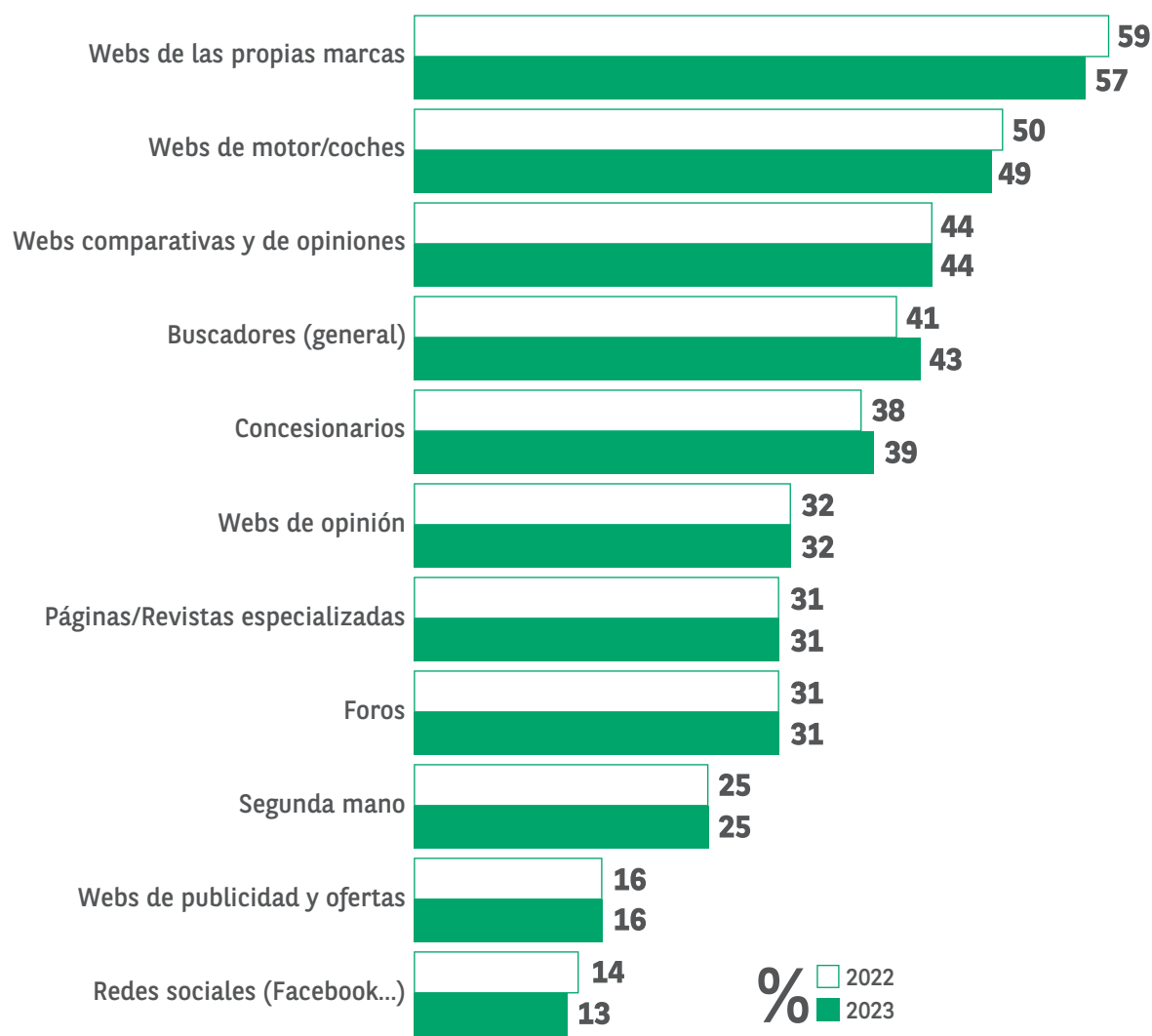
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Las consultas de información a través de internet siguen siendo fundamen-

tales en el proceso de compra de un automóvil (88%). Los conductores

más jóvenes destacan por encima de la media con un 92% de menciones.

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Las webs de las marcas (57%) y las webs de motor (49%) siguen siendo las dos páginas más consultadas por los conductores españoles a la hora de comprar un coche, pero hay que señalar que ambas presentan un descenso respecto al año anterior. En tercer lugar, se posicionan las pági-

nas web comparativas de precios con un 44% de menciones y estables respecto al 2022.
El top 5 del ranking, lo cierran los buscadores generales y las webs de los concesionarios con un 43% y un 39% de menciones respectivamente

y en ambos casos con un aumento respecto al año anterior.
El resto de opciones se mantienen estables respecto a las declaraciones obtenidas en 2022.

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

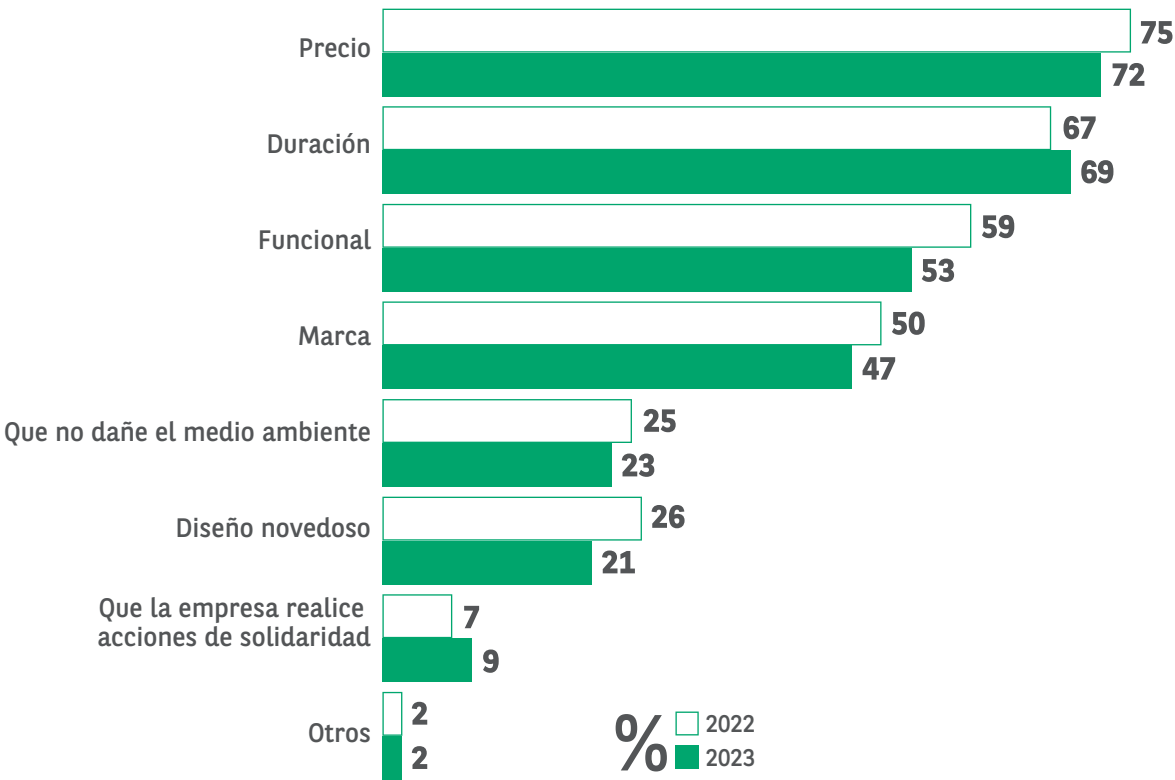
El precio sigue siendo el factor principal que motiva a los conductores españoles a la hora de comprar en un tipo de establecimiento determinado (35% vs 34% en 2022). Se mantiene la tendencia observada desde 2020 respecto a la segunda posición en el ranking en lo que al buen servicio postventa se refiere con un 16% de menciones.

En lo que respecta a la variedad de modelos, mantiene su tercer puesto en el ranking con un 15% de menciones, manteniéndose estable respecto a 2022.

El resto de opciones muestran porcentajes por debajo del 10% de menciones.

Si realizamos un análisis por edad, los más jóvenes entre 18 y 25 años destacan en la búsqueda de precio con un 44% de menciones frente al 35% de la media y en las facilidades de pago (11% vs 7% media). Un buen servicio postventa es sobre todo valorado por los conductores mayores de 45 años.

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El precio sigue siendo el motivo principal por el que los conductores encuestados se deciden a comprar un automóvil con un 72% de menciones, pero es importante señalar que este porcentaje desciende 3 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Un 69% de los encuestados señala la duración del vehículo como condición fundamental a la hora de decidir la compra, mostrando un aumento respecto a 2022.

Aspectos como la funcionalidad con un 53% continúan ocupando el 3º puesto en el ranking pero, es importante señalar que a diferencia de los últimos años, esta variable desciende notablemente respecto al año anterior en 6 puntos porcentuales.

Lo más importante en la diferencia por edades, es que los conductores más seniors destacan claramente por encima de la media en la valoración de la marca a la hora de comprar un coche, con un 54% de menciones

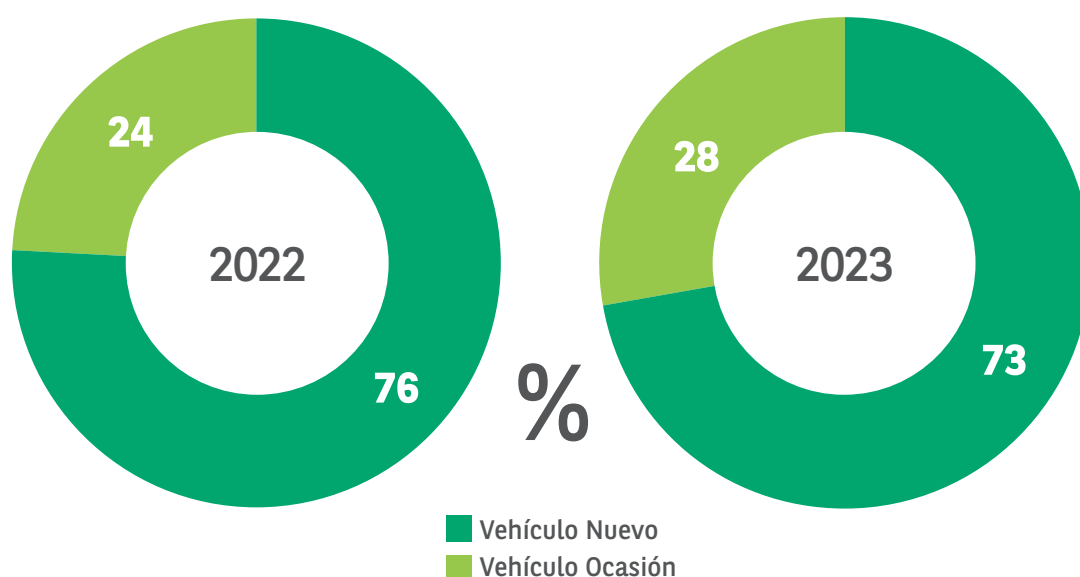
frente al 47% del resto de conductores.

Los más jóvenes destacan por valorar que la marca del coche realice como empresa acciones de solidaridad, así lo manifiesta el 17% de ellos frente al 9% de la media.

MI FUTURO COCHE

Has dicho que tienes intención de comprar un automóvil en los PRÓXIMOS 12 MESES, ¿nuevo o de ocasión?

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

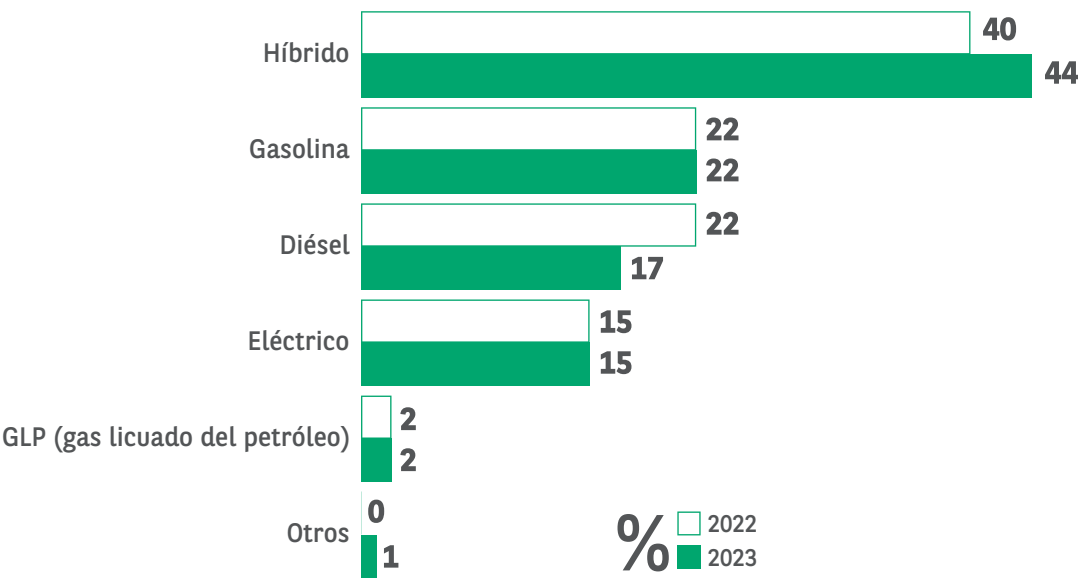
Entre aquellos conductores que tienen intención de comprar un coche en los próximos 12 meses, la opción del nuevo sigue siendo la preferida, pero mostrando un descenso respecto al año anterior. Por el contrario, la inten-

ción de compra de coches de ocasión continúa aumentando.

Los conductores seniors (mayores de 45 años) optarán por la compra de un vehículo nuevo con un 79% de men-

ciones frente al 72% de la media. Por el contrario, los más jóvenes entre 18 y 25 años demandarán un coche de ocasión (54% vs 28% de la media).

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

En lo que respecta al tipo de combustible que utilizará el próximo coche de los conductores españoles, aunque en cierta medida continúa la tendencia que ya anunciamos en las ediciones pasadas hacia vehículos más sostenibles, observamos ciertos cambios al respecto.

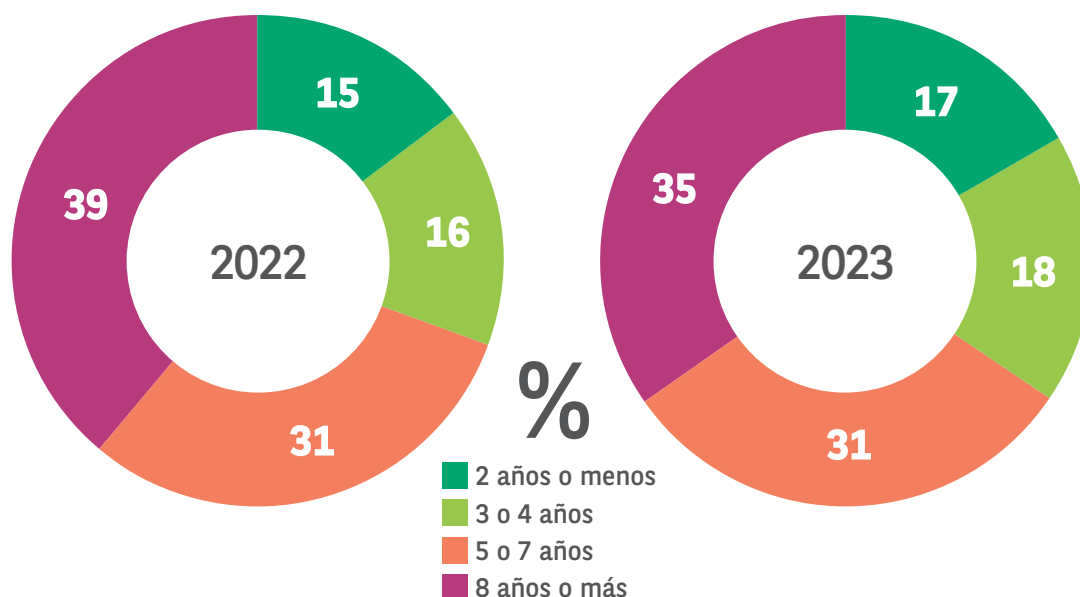
La preferencia por vehículos híbridos continúa en ascenso. El 44% de conductores afirma decantarse por este

tipo de coches frente al 40% del año anterior. Los conductores mayores de 45 años son los que más demandarán este tipo de coches (50% vs 44% media)

Sin embargo, en el caso de vehículos eléctricos el porcentaje de intención de compra se mantiene estable respecto a 2022, con un 15% de menciones.

En lo que respecta a los coches de combustión, continúa la tendencia a la baja del diésel, sin embargo, los de gasolina permanecen estables respecto a las menciones del año anterior. Los conductores más jóvenes entre los 18 y 25 años son los que más optaran por comprar coches de gasolina con un 39% de menciones frente al 22% de la media.

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Este año volvemos a encontrar que el porcentaje más alto se encuentra en aquellos conductores que opina que el plazo de renovación de su coche sería de 8 años o más con un 35% de menciones, pero mostrando un descenso de 4 puntos porcentuales respecto a 2022.

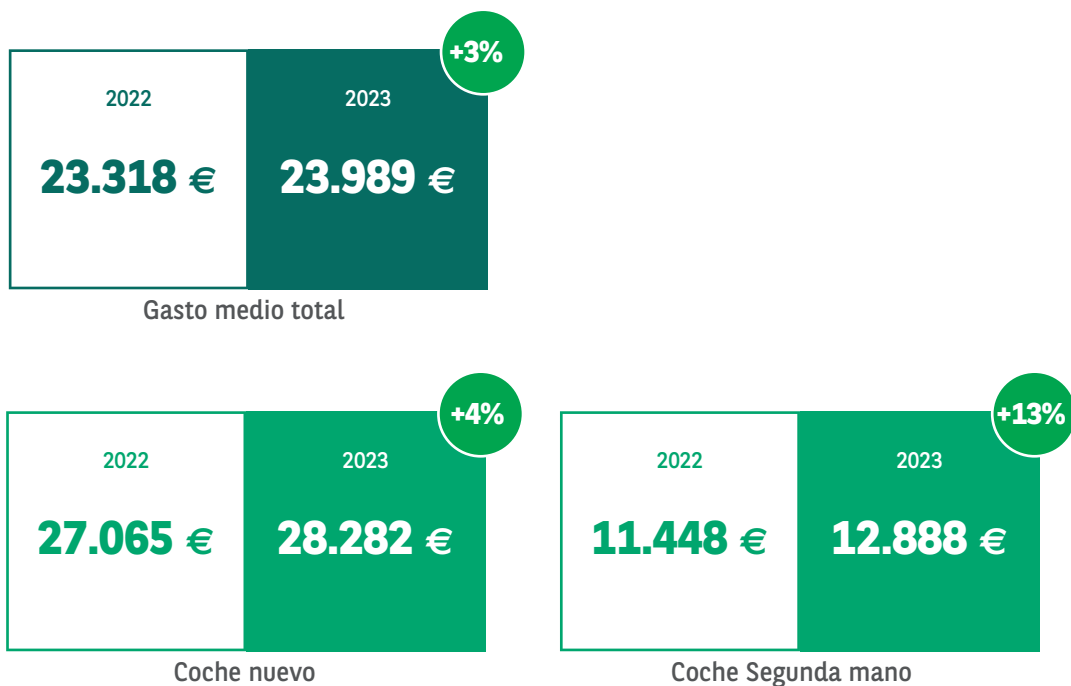
Le sigue el 31% que opina que este periodo de renovación sería de entre 5 o 7 años, mismo porcentaje que el año anterior.

Aunque el resto de porcentajes se encuentra por debajo del 20% de menciones, es importante señalar que

se observa un aumento en el número de conductores que opina que el plazo de renovación necesario de un coche debería ser inferior a los 4 años.

¿Cuánto dinero piensas destinar a la compra de tu próximo automóvil?

(Respuesta abierta numérica)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El gasto medio previsto por aquellos conductores que tienen pensado adquirir un coche en 2023 es un 3% superior al previsto en 2022, con un desembolso aproximado de 24.000€. Los conductores entre los 35 y 44

años, son los que destinarán un importe mayor que rondará los 26.000€, un 7% más que la media.

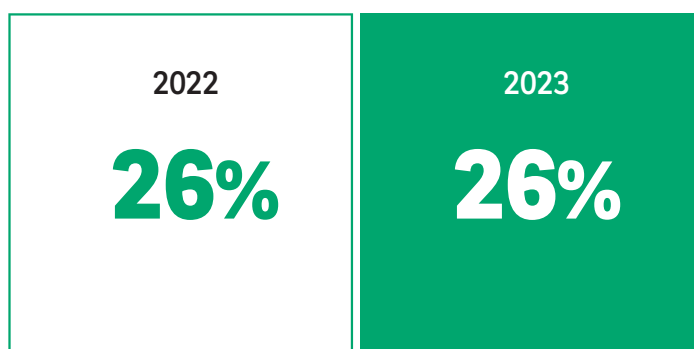
Si realizamos una segmentación por tipo de vehículo, el importe medio

previsto para la compra de un coche nuevo asciende a los 28.000€, en el caso de la compra de uno de ocasión el gasto medio previsto sería de unos 13.000€. En ambos casos, se observa un aumento respecto al 2022.

NUEVAS ENERGÍAS EN LOS AUTOMÓVILES

Eléctricos

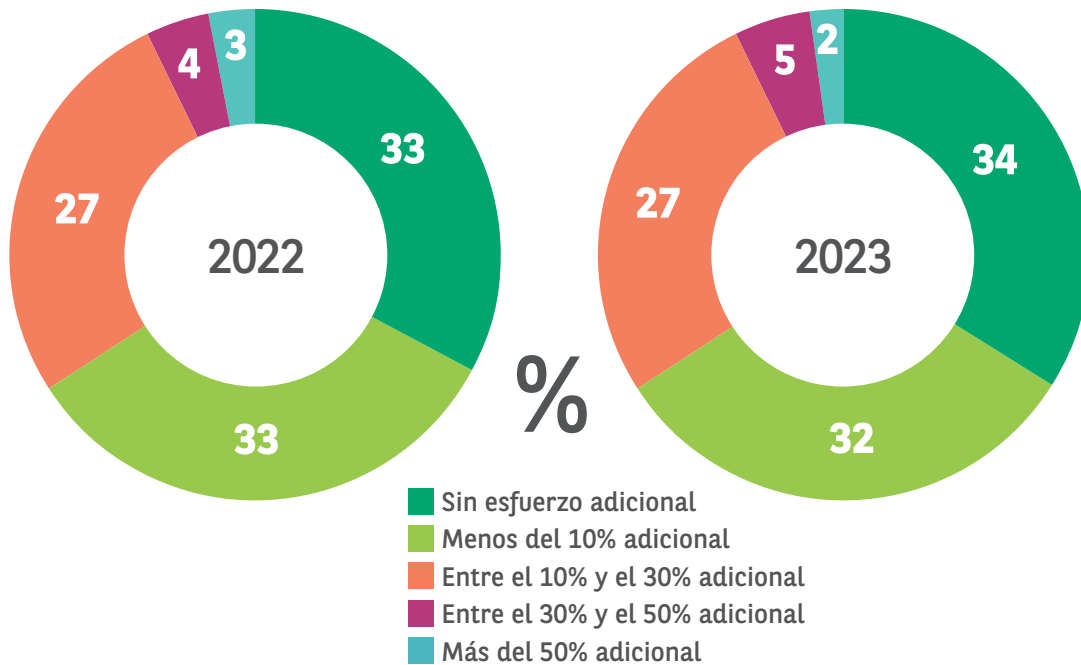
¿Tienes intención de comprar en los próximos 24 MESES un vehículo 100% eléctrico?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre el 15% de conductores que tendrían intención de comprar un coche eléctrico el importe medio previsto para dicha compra sería de 28.618€ lo que supone un 1% más que lo declarado en 2022

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

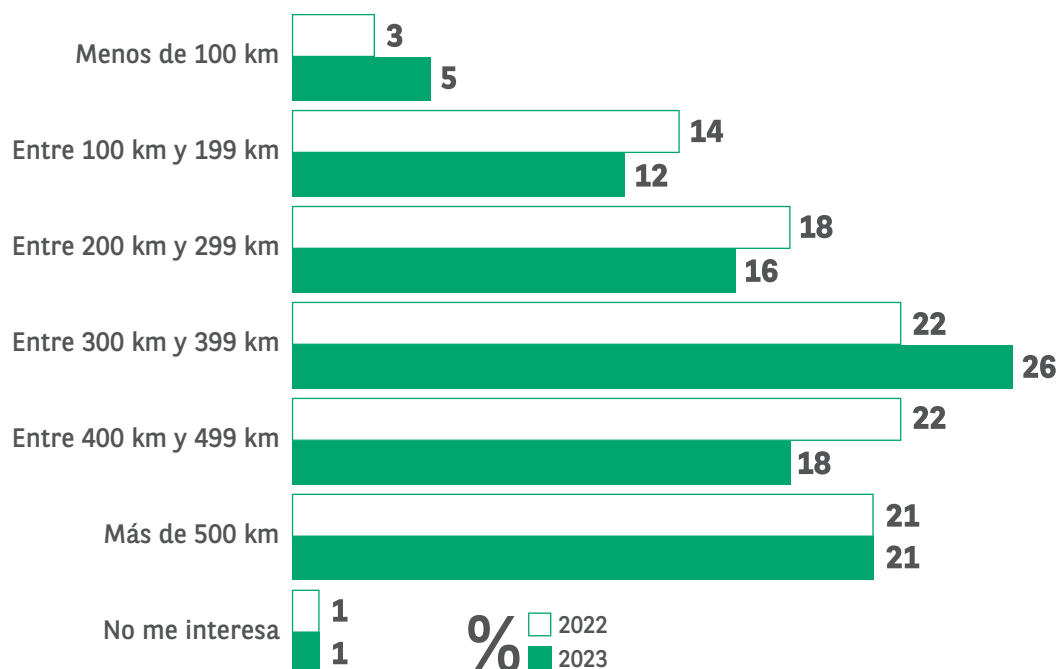
Un hecho cada vez más confirmado, es que entre aquellos que piensan adquirir un vehículo eléctrico en los próximos meses, la compra no les debe suponer ningún esfuerzo eco-

nómico adicional, así lo manifiesta el 34% de ellos (1 punto más que en 2022).

Sólo el 27% de ellos estaría dispuesto a realizar un esfuerzo adicional de entre el 10% y el 30%.

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)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

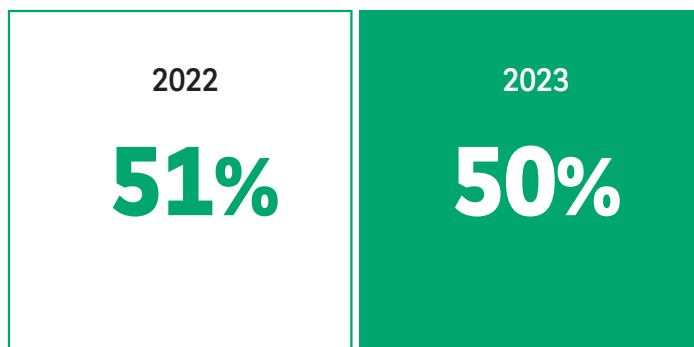
Entre aquellos que han declarado plantearse la opción de comprar un coche eléctrico, lo más destacable respecto al nivel de autonomía requerido es que son año tras año más

numerosos aquellos que requieren un nivel de autonomía superior. EL 21% de ellos demanda una autonomía superior a los 500km.

El 26% de ellos, demanda una autonomía entre los 300 y 400km, mostrando un aumento respecto al año anterior de 4 puntos porcentuales.

¿Conoces la existencia de incentivos para la compra de un vehículo eléctrico?

(Respuesta única: sí - no)



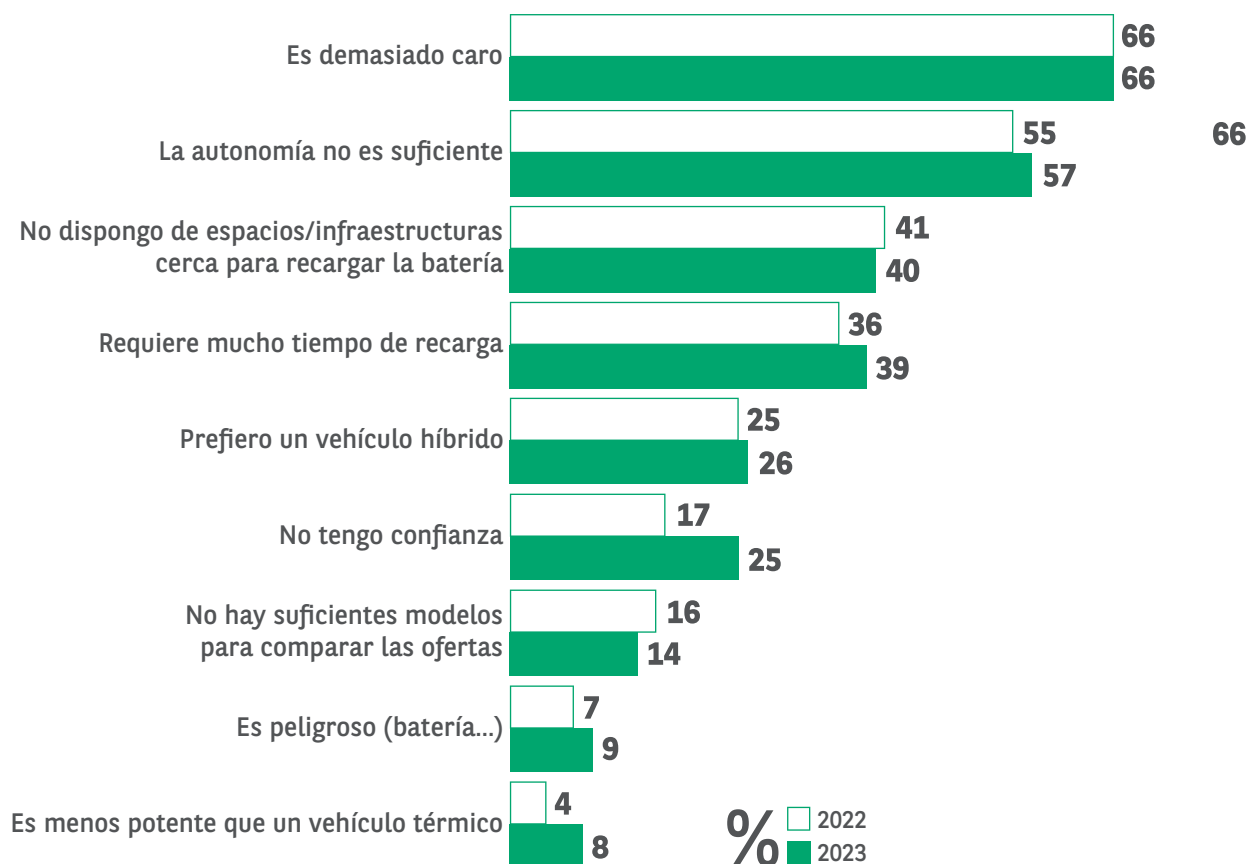
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El porcentaje de conductores más informados desciende ligeramente respecto al año anterior, tras varios años de crecimiento.



¿Cuál/es son los motivos por los que NO comprarías un vehículo 100% eléctrico?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

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, porcentaje que se mantiene estable respecto al año anterior.

El siguiente motivo más mencionado es la autonomía insuficiente (57% vs 55% en 2022), el cual continúa creciendo un año más.

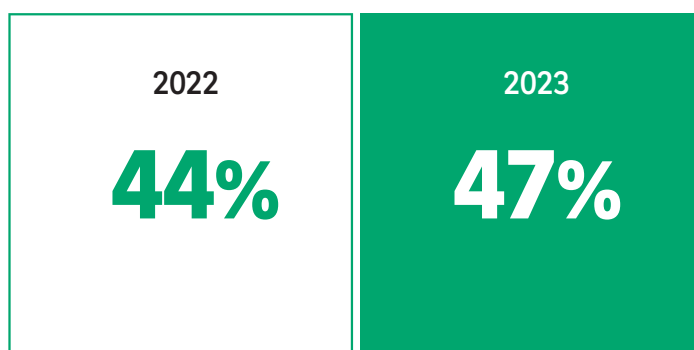
La falta de espacios o infraestructuras para realizar la recarga, y el tiempo necesario para la misma, son los siguientes motivos más mencionados

con un 40 y un 39% de menciones respectivamente.

Es importante señalar el incremento en el porcentaje de conductores que declaran no tener confianza en este tipo de vehículos con un 25% de menciones frente al 17% del 2022.

Híbridos

¿Tienes intención de adquirir un coche híbrido en los próximos años?
(Respuesta única: sí - no)



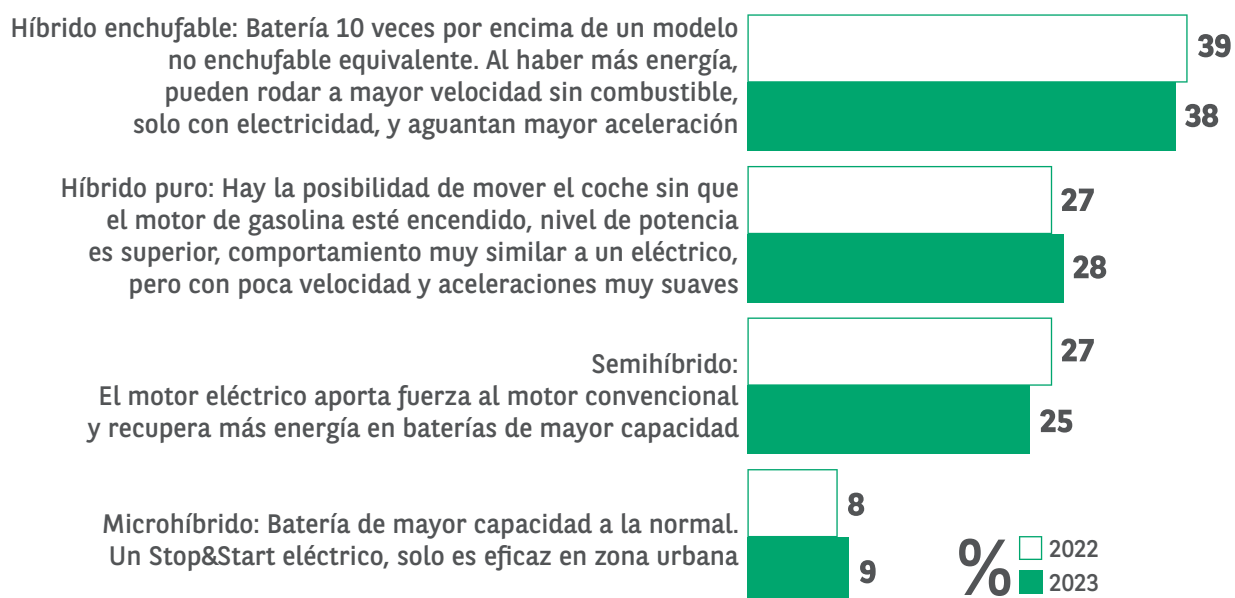
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Aumentan 3 puntos porcentuales los conductores interesados en la adquisición de un coche híbrido en los próximos años.



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

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre aquellos conductores que tendrían intención de comprar un coche híbrido la mayoría optaría por un híbrido enchufable, con un 38% de menciones y un ligero descenso res-

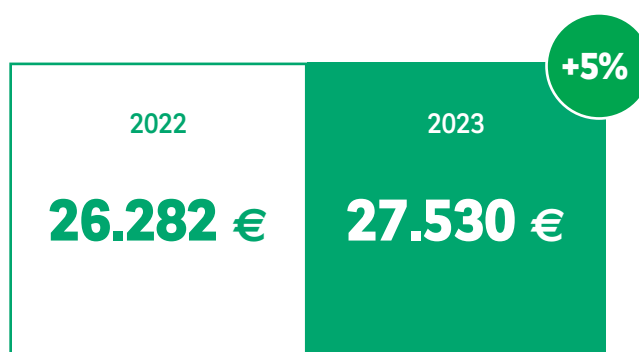
pecto al año anterior de 1 punto porcentual.

Las intenciones de compra para híbridos puros crecen 1 punto (28% vs 27%

en 2022). Sin embargo, la demanda de semihíbridos disminuye 2 puntos con un 25% de menciones.

¿Qué importe estarías dispuesto a gastar en la compra de tu vehículo híbrido?

(Respuesta abierta numérica)



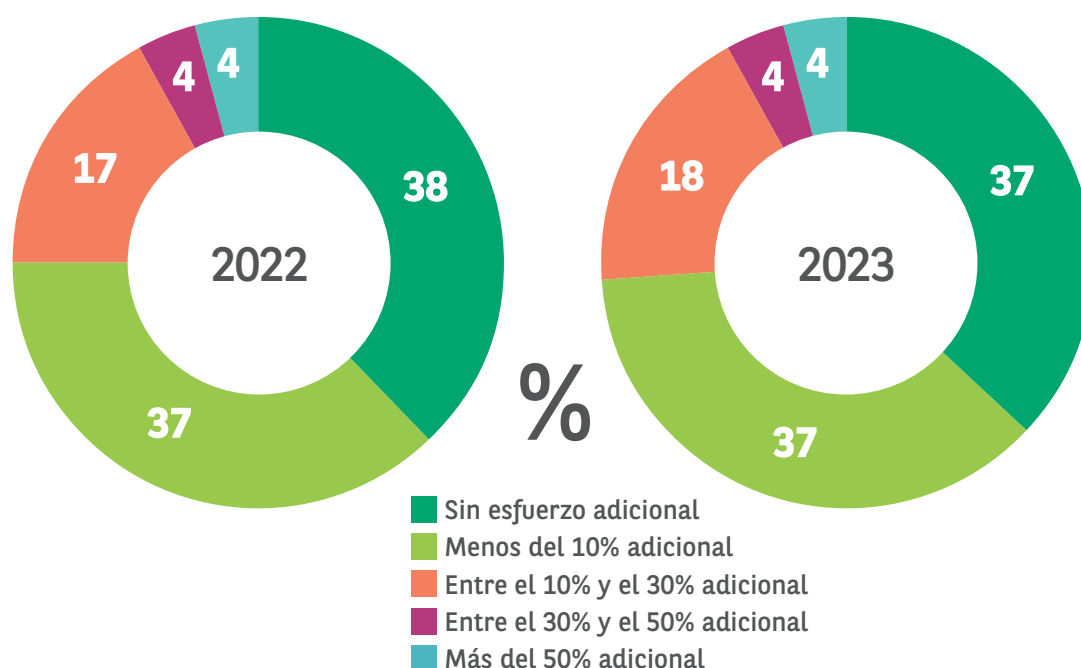
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre aquellos conductores que tendrían intención de comprar un coche híbrido el importe medio previsto para dicha compra sería de 27.530€ lo que supone un 5% más que lo declarado en 2022.



¿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)



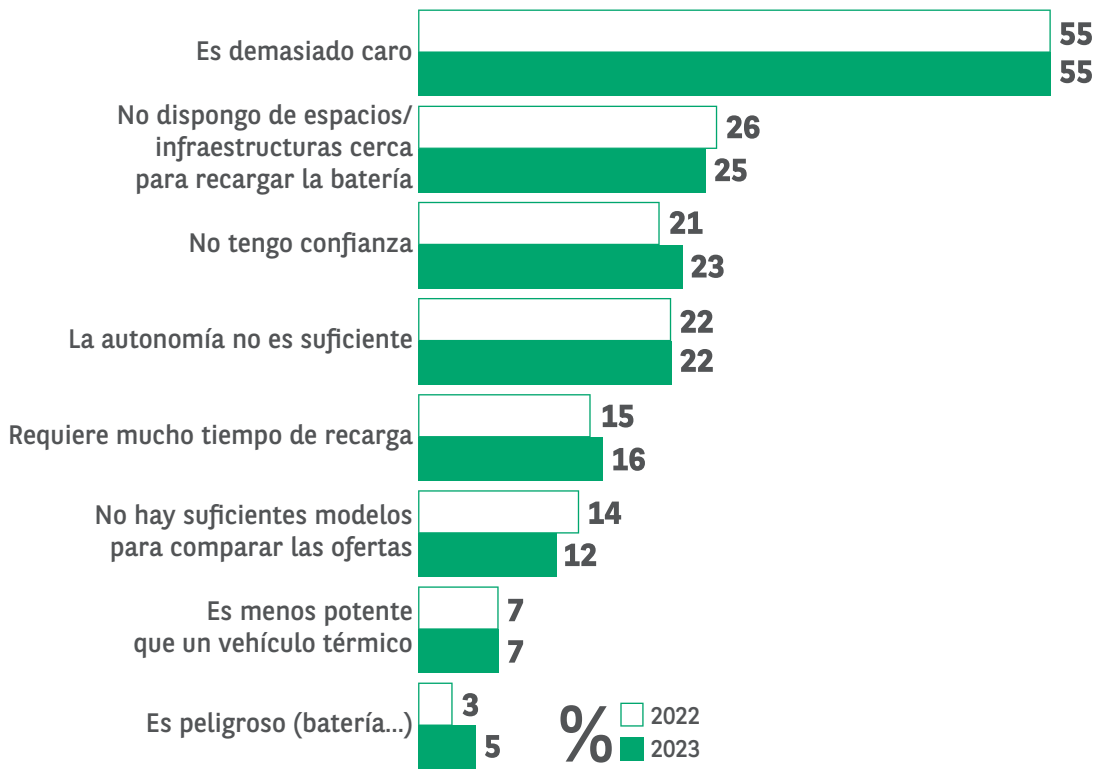
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El esfuerzo financiero adicional que los conductores españoles estarían dispuestos a realizar por adquirir un vehículo híbrido es para el 37% de los encuestados menos del 10% e incluso ninguno para otro 37%.

Sin embargo, un 18% de ellos estaría dispuesto a realizar un esfuerzo financiero adicional de entre el 10% y el 30%, mostrando un aumento de 1 punto porcentual respecto a lo manifestado en 2022.

Por debajo del 5% nos encontramos a aquellos que estarían dispuestos a realizar un esfuerzo financiero adicional de más del 30%.

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El principal motivo por el que los conductores españoles no comprarían un coche híbrido es que lo consideran demasiado caro, así lo manifiestan el 55% de los encuestados, manteniéndose estable respecto al año anterior.

Los siguientes motivos más mencionados son la falta de espacios o infraestructuras para realizar la recarga con un 25% de menciones, que disminuyen ligeramente 1 punto porcentual respecto a lo manifestado en 2022. Le siguen aquellos que declaran no tener confianza en este tipo de

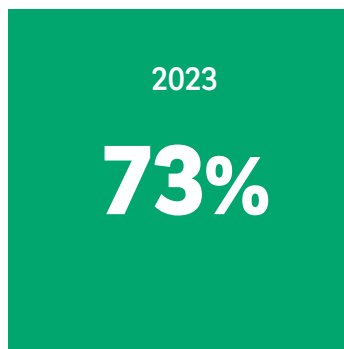
coches con un 23% de menciones y un aumento de 2 puntos respecto al año anterior.

Un 16% afirma que el tiempo de recarga necesario es muy elevado, porcentaje que aumenta 1 punto porcentual.

RENTING

Conoces el renting a particulares?

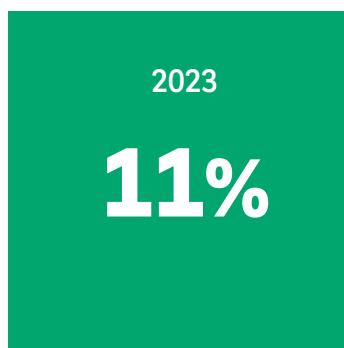
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

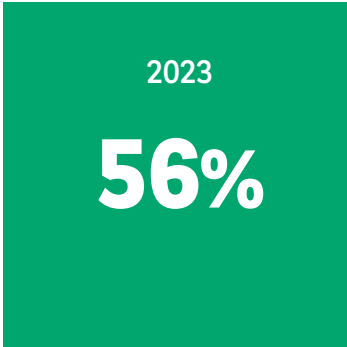
¿Has adquirido tu coche a través de renting?

(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

¿Estarías dispuesto a adquirir tu coche a través de renting?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Aunque 7 de cada 10 conductores encuestados afirman conocer el renting a particulares, sólo el 11% afirmar haber adquirido un coche a través de esta fórmula. Sin embargo, parece que el interés aumenta de cara al futuro, ya que un 56% de encuestados estaría dispuesto a adquirir su próximo coche a través del renting.

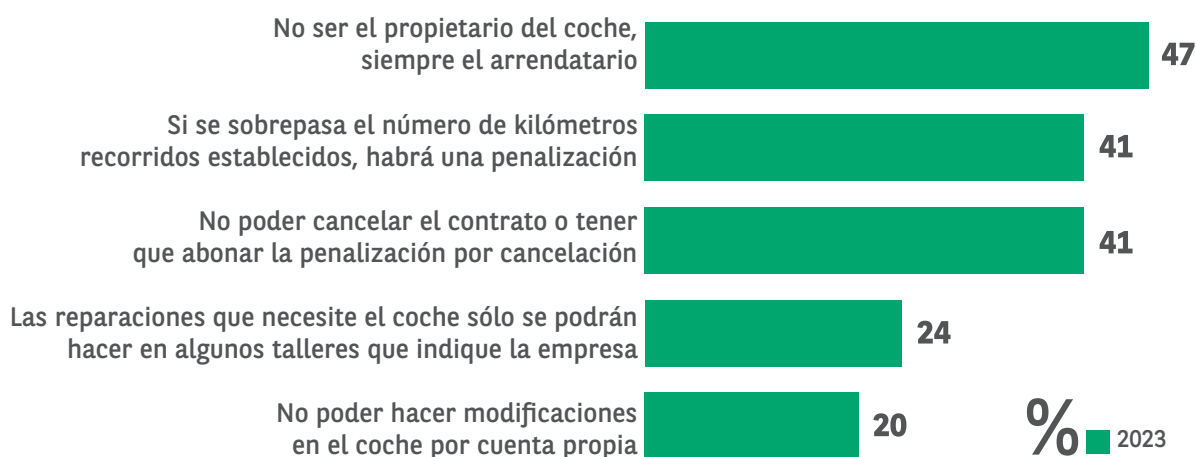
¿Cuáles crees que son los puntos positivos de adquirir tu coche a través de renting?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Y, ¿cuáles son los puntos negativos de adquirir tu coche a través de renting?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Las características más ventajosas del renting según los conductores encuestados son que las reparaciones y mantenimiento del coche estén incluidos en la cuota mensual (62%) y también poder cambiar de coche según

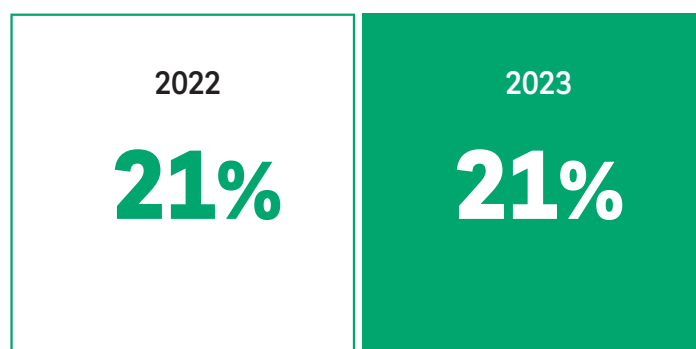
las necesidades (46%).

Respecto a los inconvenientes, lo peor es no ser el propietario del coche (47%). Pero también el hecho de tener que pagar un sobre coste en el caso

de pasarte de km recorridos o una penalización si quieres cancelar el contrato con antelación, en ambos casos con un 41% de menciones.

NUEVAS FORMAS DE MOVILIDAD: CARSHARING

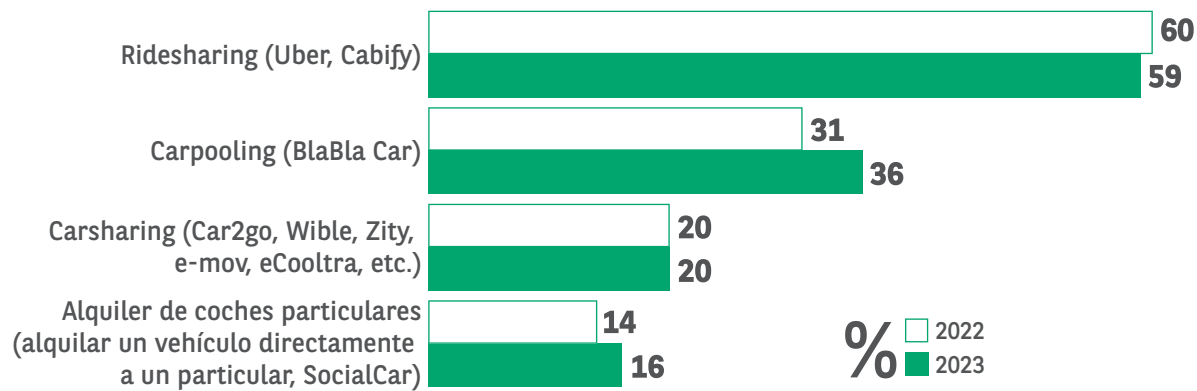
¿Has utilizado en los últimos 12 meses algún servicio de Carsharing, Carpooling o servicio de suscripción (BlaBlaCar, Car2go, e-mov, Cabify, Uber, etc.)?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Tras varios años de crecimiento, el uso del carsharing muestra un porcentaje estable respecto al año anterior con un 21% de menciones

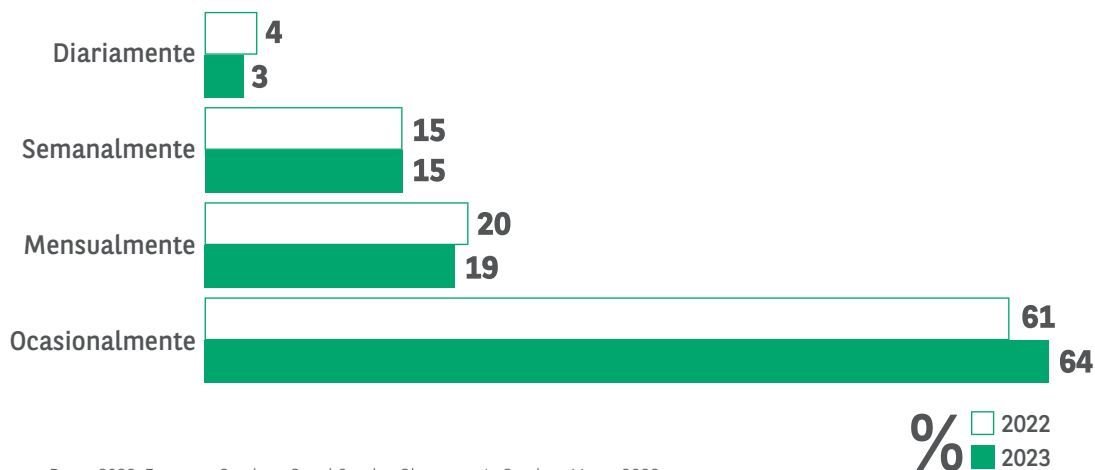
¿Cuál/es de este tipo de servicios son los que has utilizado?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre la variedad de servicios que ofrecen este tipo de opciones, la más usada es el ridesharing, es decir el vehículo con chofer, con un 59% de menciones. importante crecimiento de 5 puntos porcentuales respecto a 2022 (36% vs 31%). El uso del carpooling muestra un

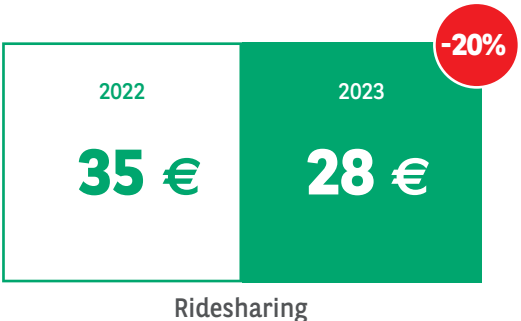
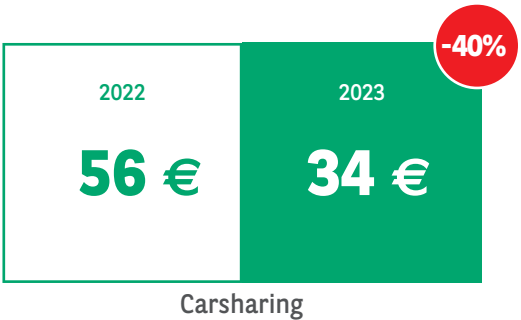
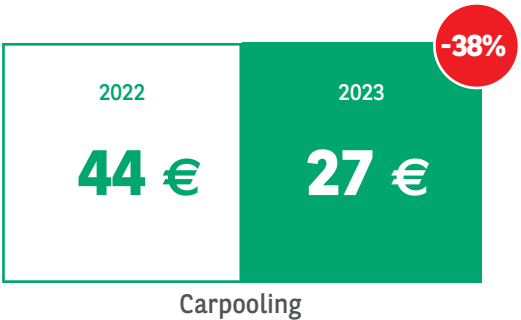
¿Con qué frecuencia usas este tipo de servicios?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

La frecuencia de uso sigue siendo en la mayoría de los casos de forma ocasional (64%). Sólo el 3% declara utilizarlos diariamente. Pero hay que prestar atención al 19% que los utiliza al menos una vez al mes, y al 15% que lo hace semanalmente.

¿Cuál es el gasto mensual que realizas en este tipo de servicios?
(Respuesta abierta numérica)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

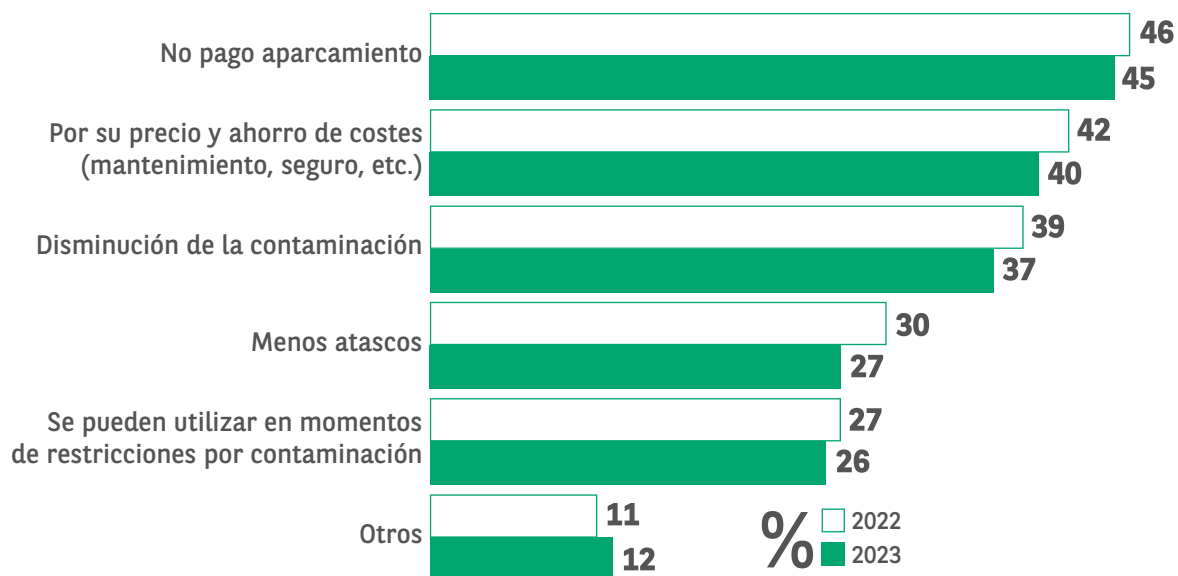
El gasto medio mensual realizado por los usuarios de este tipo de servicios asciende a los 60€, un 1% más que en 2022.

Si realizamos una segmentación por tipo de servicio utilizado, todos los gastos muestran un descenso respecto al año anterior, siendo el más

notable el referente al alquiler de coches a particulares.

Menciona tres principales ventajas del uso de este tipo de servicios:

(% Respuesta múltiple - Máximo 3 respuestas)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

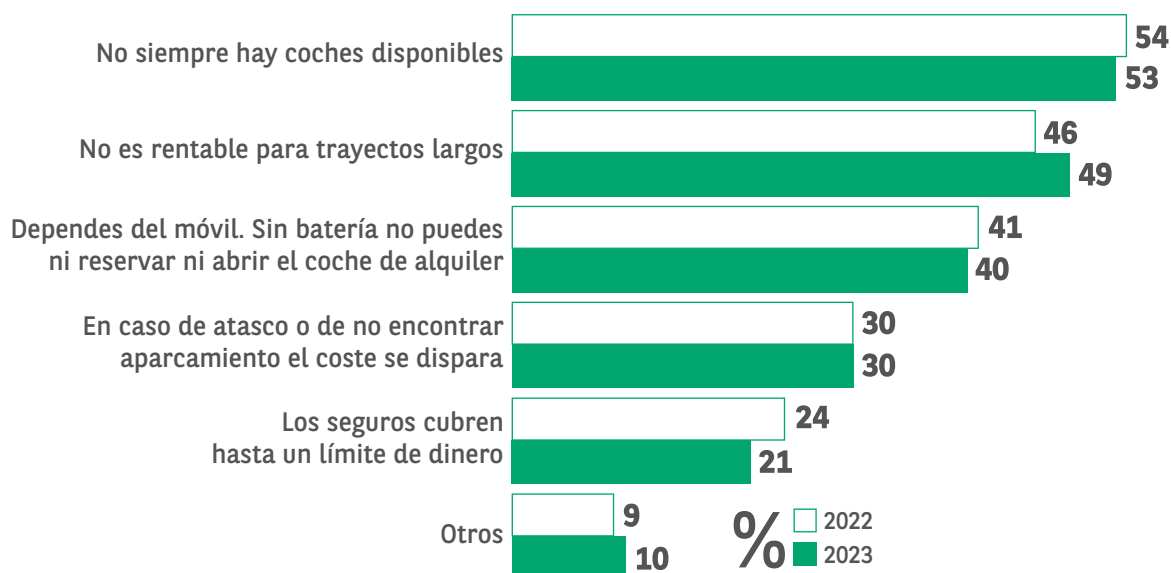
Lo primero a destacar es que todas las ventajas mencionadas disminuyen respecto a 2022, siendo el top 3

de ellas: no pagar aparcamiento (45% vs 46% en 2022), ahorro de costes (40% vs 42% en 2022) y disminución

de la contaminación (37% vs 39% en 2022).

Menciona tres principales desventajas del uso de este tipo de servicios:

(% Respuesta múltiple - Máximo 3 respuestas)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

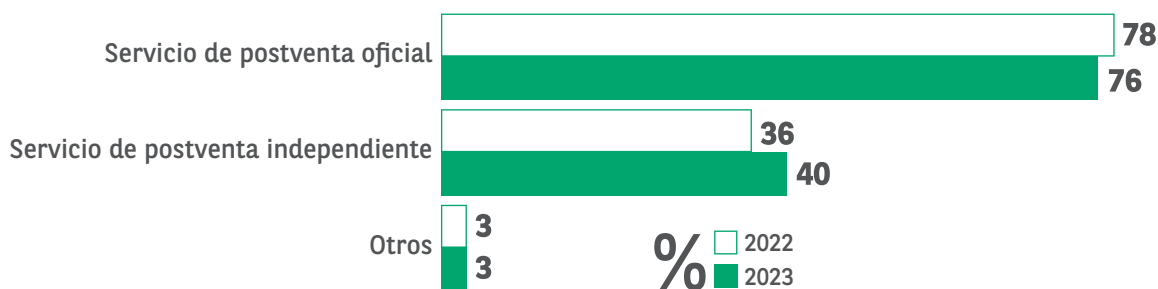
Un 53% de usuarios, manifiesta que el principal inconveniente es el hecho de que no siempre hay coches disponibles. Le sigue un 49% que afirma que el uso de este tipo de servicios

no es rentable para trayectos largos, con un aumento de 3 puntos porcentuales respecto a lo manifestado el año anterior.

Otro de los inconvenientes es tener que depender del dispositivo móvil para poder usarlos, ya que si por ejemplo estás sin batería es un problema (40% vs 41% en 2022).

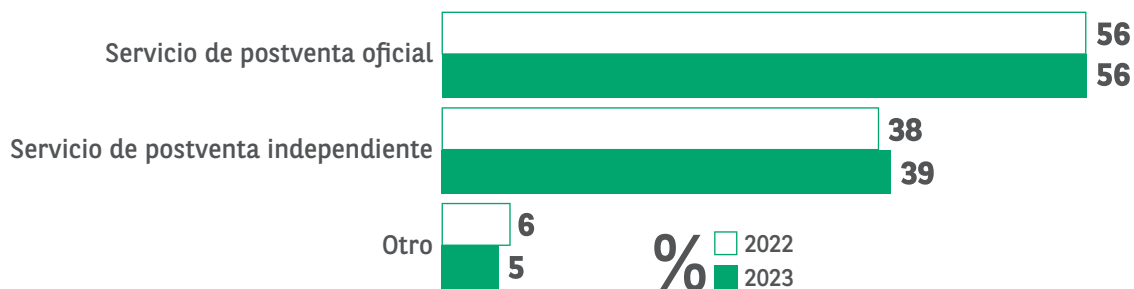
LA POSTVENTA

¿Qué servicios de postventa has utilizado alguna vez?
(% Respuesta múltiple)



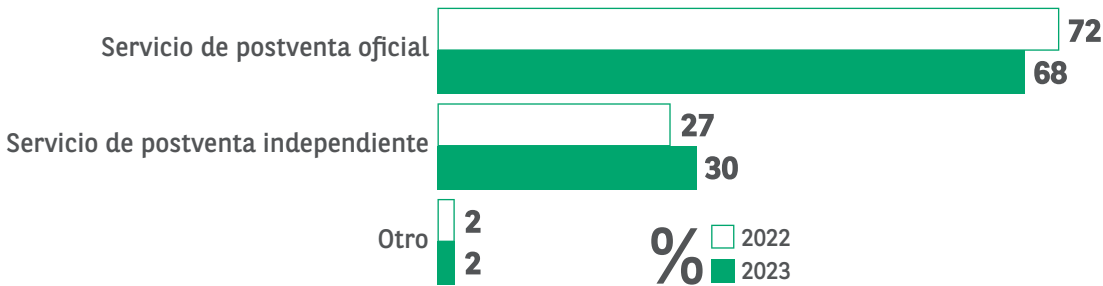
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

¿Qué servicio de postventa estás utilizando en estos momentos?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

¿Qué servicio de postventa utilizarás para tu futuro coche?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

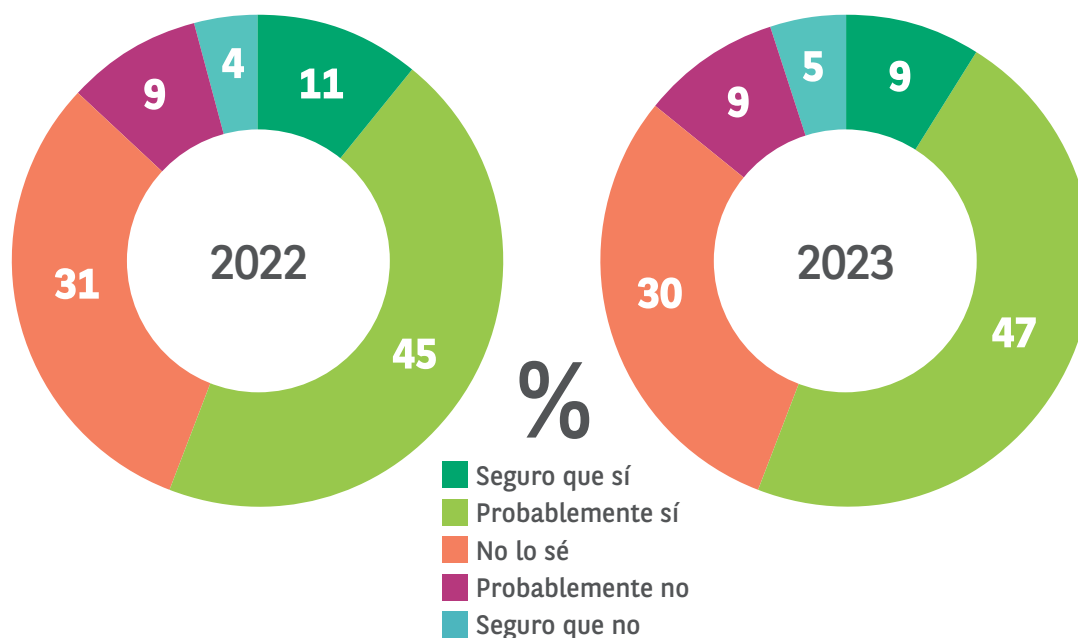
El servicio postventa oficial es actualmente el más utilizado por los conductores con un 56% de menciones, manteniéndose estables respecto a 2022. Además, este porcentaje se ve

incrementado (68%) si preguntamos por el uso de este tipo de talleres para el próximo coche que compren.

4 de cada 10 conductores encuestados utiliza actualmente servicios postventa independientes.



Si en el momento de compra de un vehículo te ofrecieran la opción de financiación + seguro + garantía + servicio postventa completo, ¿hasta qué punto la contratarías?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los consumidores se caracterizan por demandar cada vez más, servicios completos que les permitan tener cubiertas varias necesidades pagando una sola cuota al mes que

le permita planificar mejor su presupuesto familiar. Así lo manifiesta el 56% de conductores encuestados, que estarían interesados en la opción de financiación + seguro + garantía +

servicio postventa completo, si en el momento de la compra del vehículo se les ofreciera en el concesionario.

LA VOZ DE NUESTROS PARTNERS



ENTREVISTA

Jesús Alonso Consejero Delegado de Ford España

¿Cómo valorarías el año 2022 en relación a las ventas de coches nuevos y usados? ¿Y cómo están siendo los primeros meses del año 2023 en este sentido?

El año 2022 ha estado muy influido por la falta de semiconductores y otros componentes básicos para la industria de automoción, lo que ha provocado retrasos en las entregas a clientes, limitando los volúmenes de matriculaciones.

Afortunadamente, los primeros meses del 2023, están siendo mucho más positivos en cuanto a matriculaciones ya que poco a poco se están normalizando los periodos de entrega, y esperamos que esta tendencia se mantenga a lo largo del año.

¿Y en concreto para Ford como ha sido el 2022 y que se espera de 2023 a nivel de ventas y cuota de mercado?

El año 2022 para Ford ha sido positivo en cuanto a la generación de pedidos de clientes, aunque las entregas como comentaba anteriormente han estado muy condicionadas por las restricciones de producción debidas a la falta de componentes.

El año 2023 ha empezado con un buen ritmo de pedidos, y con un notable incremento de las matriculaciones en los primeros meses del año, lo que nos hace ser optimistas para los próximos trimestres.

El sector está en un momento importante con muchos cambios en relación a la electrificación de los vehículos, las nuevas normativas, ¿Qué nos puedes decir de manera global al respecto?

La posición de Ford respecto a la electrificación es muy clara, ya que apostamos



totalmente por la electrificación de nuestra gama, como demuestran los ambiciosos objetivos que nos hemos marcado.

En el año 2024, tendremos disponibles en Europa 9 vehículos totalmente eléctricos en el mercado, entre vehículos de pasajeros y vehículos comerciales, y para el año 2030, ya hemos anunciado que el 100% de nuestra gama de vehículos de pasajeros serán exclusivamente eléctricos, y esperamos que 2/3 de nuestras ventas de vehículos comerciales sean ya de vehículos de cero emisiones.

Y para el año 2035, todas nuestras operaciones de ventas y fabricación en Europa tendrán una huella neutra en carbono.

“eMobility Expo World Congress”, el mayor congreso europeo sobre movilidad sostenible”, celebra su primera edición la próxima semana, del 21 al 23 de marzo, en Feria Valencia. El evento ha sido el escenario elegido por Ford para presentar su nuevo crossover 100% eléctrico. ¿Qué te gustaría destacar al respecto?

El nuevo Explorer 100% eléctrico es un vehículo fundamental en nuestra estrategia de electrificación y entra en el segmento de los crossovers de tamaño medio que están experimentando un notable incremento en su cuota de mercado.

Se trata del primer vehículo eléctrico que saldrá de nuestra factoría de Colonia a finales de 2023, y estamos convencidos de que rápidamente se va a convertir en un referente en el mercado, gracias a sus innovaciones tecnológicas y a su fantástico diseño.

El eMobility Expo World Congress ha sido el entorno perfecto para presentarlo a los medios y las primeras impresiones que hemos recibido por su parte han sido muy positivas.

Para el año 2035, todas nuestras operaciones de ventas y fabricación en Europa tendrán una huella neutra en carbono.

Vivimos un entorno económico inflacionista con la consecuente pérdida de poder adquisitivo del ciudadano medio. ¿Cómo puede enfrentarse el sector a este panorama?

El entorno inflacionista es un grave perjuicio para los ciudadanos y esperamos que se pueda poder ir poco a poco controlando en los próximos meses.

El sector de la automoción no es ajeno a esta situación, y se están poniendo en marcha medidas para intentar limitar en la medida de lo posible sus efectos en nuestra actividad productiva. ■

ENTREVISTA

Raúl Palacios Presidente de GANVAM

¿Cómo calificarías en general el año 2022 para el sector del automóvil tanto en su vertiente VN, VO como Posventa?

El año 2022 fue un año complicado, un año para olvidar. Las matriculaciones volvieron a quedarse por tercer ejercicio seguido en unas 400.000 unidades, por debajo de los niveles pre-pandemia.

La crisis de los semiconductores se vio agravada por factores exógenos como la guerra de Ucrania. Además de la crisis económica, con la subida de costes energéticos, la elevada inflación, el alza de los tipos de interés, los cuellos de botella en los transportes marítimos y por carretera, completaron esta tormenta perfecta.

El mercado de ocasión, que al final es un reflejo del mercado de vehículos nuevos, también cerró el año pasado en negativo, acusando la falta de oferta de vehículo joven como consecuencia de que, al no poder renovar flota, empresas y alquiladoras tuvieron que retener las unidades más tiempo del habitual y no pudieron inyectar oferta de vehículo seminuevo. El vehículo de más de 15 años (altamente contaminante) se convirtió en el protagonista del mercado, complicando la consecución de objetivos relativos a la descarbonización.

La posventa, aunque cerró en positivo (sobre todo por la inflación en el mercado de los recambios) también percibió con preocupación, cómo España se llenaba de coches cada vez más antiguos, los cuales hacen la mitad de kilómetros que los coches nuevos y no olvidemos que los talleres viven de que los coches se muevan.

Debemos defender el derecho a la movilidad del ciudadano como un derecho constitucional a la libre circulación de las personas, en el modo que libremente elijan.



En resumen, hay que convertir el rejuvenecimiento del parque en la piedra angular de las estrategias de descarbonización.

Recientemente desde Ganvam habéis tenido una reunión con el Ministerio de Industria en el marco de la Alianza para el PERTE VEC, ¿Qué nos puedes contar al respecto?

Lo cierto, es que valoramos que Industria acepte la inclusión de vendedores y reparadores en la segunda convocatoria del PERTE VEC, tal y como por parte de Ganvam veníamos reclamando desde hace más de un año. Agradecemos que, a la vista de las dificultades de la primera convocatoria, la segunda tenga previsto contemplar una línea de concurrencia simple, para apoyar proyectos individuales con impacto en los distintos eslabones de la cadena de valor y a la que, por tanto, sí podrán acceder vendedores y reparadores oficiales e independientes, así como actividades afines a las que habían dejado fuera de forma expresa en las bases del primer PERTE.

Hay que recordar que en Ganvam, fuimos los primeros en alzar la voz en marzo de 2022, al instar a Industria a explicar cómo el PERTE VEC iba a beneficiar a la cadena de valor si las bases de su convocatoria excluían de forma expresa a "las activi-

dades de intermediación o las que tengan como destino el consumidor final".

Advertimos incluso ante el Parlamento Europeo del impacto negativo de esta decisión y por eso, veníamos defendiendo desde entonces la necesidad de una gestión eficaz de los fondos y de una reevaluación del régimen de ayudas. En septiembre se abrirá la ventanilla para la presentación de estos proyectos individuales.

Otro de los temas de actualidad en el sector, es la Ley de Movilidad Sostenible, la normativa Euro 7, ¿Cuál es la situación actual?

Con respecto a la ley de Movilidad Sostenible, que está en periodo de presentación de enmiendas, nos preocupa y mucho, la autofobia, esa visión de la ciudad sin coches y el ataque al vehículo privado. Debemos defender el derecho a la movilidad del ciudadano como un derecho constitucional a la libre circulación de las personas, en el modo que libremente elijan.

Una cosa es incentivar o discriminar positivamente un modo de transporte, y otra cosa es demonizar y prohibir el vehículo privado. Tampoco debemos olvidarnos de que defender la neutralidad climática con horizonte 2050, es compatible con defender otros tipos de tecnología más allá de la eléctrica, sea con combustibles sintéticos, hidrógeno, o la normativa Euro. Si no, ¿quién va a invertir en Euro 7?

En 2023 celebráis la 3ª edición de vuestro evento "Expo Ganvam", ¿Qué te gustaría destacar al respecto?

En la tercera edición, lo consolidamos como punto de encuentro del sector de la venta y reparación y reforzamos el posicionamiento de Ganvam como organización del conocimiento que guía y acompaña a las pymes del sector de la distribución de vehículos en la transición digital y ecológica.

¿Qué iniciativas estáis lanzando desde Ganvam para promover el coche conectado?

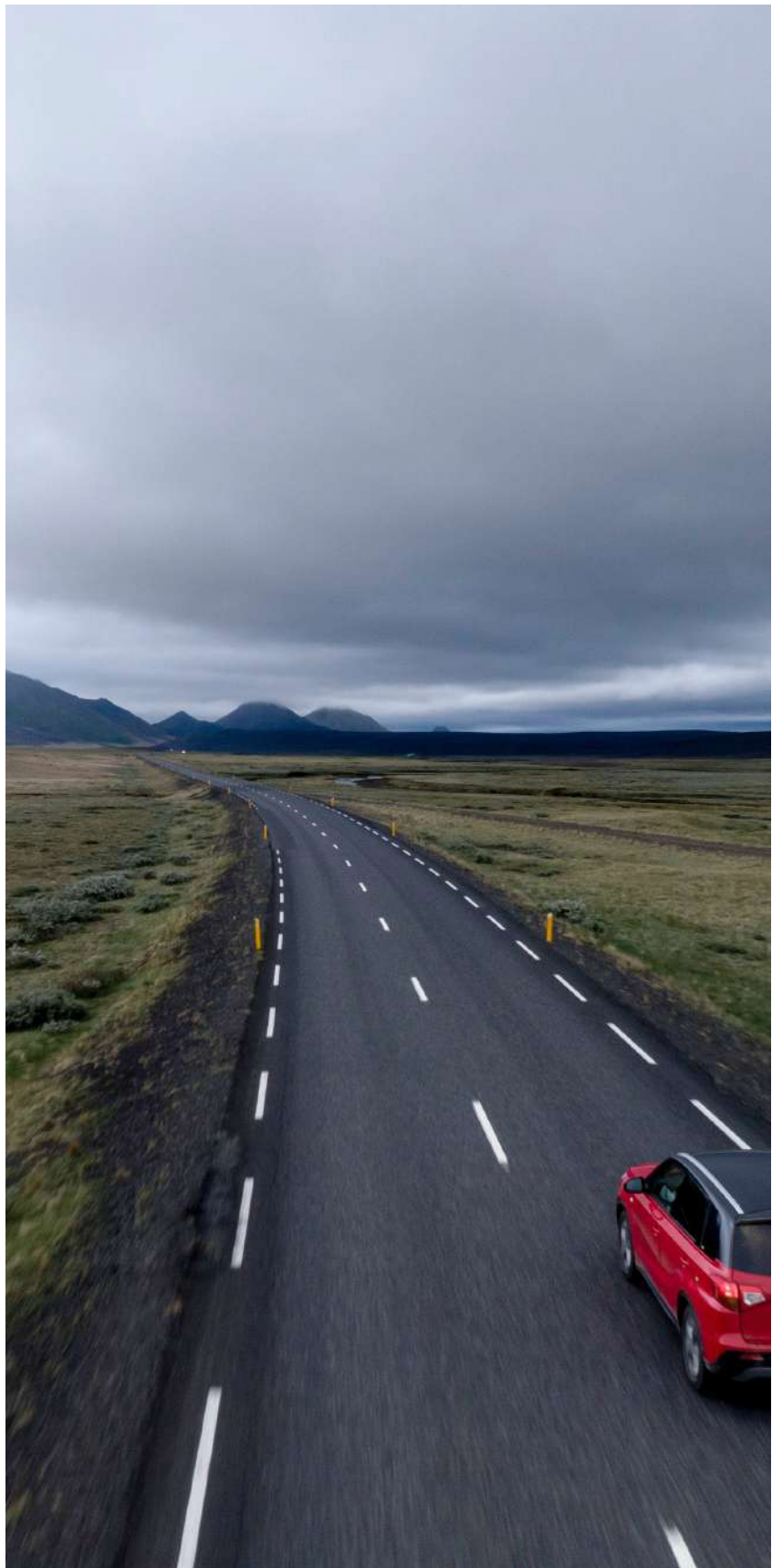
En línea con nuestro objetivo estratégico de ser la organización del conocimiento, la estructura "faro" que guía al sector de la venta y reparación, hemos publicado recientemente un informe en colaboración con NTT DATA, en el que, por primera vez, se hace un análisis exhaustivo del mercado de la movilidad como servicio, y se identifican las cinco oportunidades de negocio para nuestro sector.

Cinco palancas (vehículos por suscripción, instalación y mantenimiento de hardware y software, productos y servicios de recarga eléctrica, reacondicionamiento de vehículos, y monetización del dato del vehículo conectado) que generarán un volumen de negocio superior a los 15.000 millones de euros anuales.

En rasgos generales, ¿cuál es vuestra previsión del sector para los próximos años?

Lo cierto es, que las previsiones que manejamos, nos permiten ser moderadamente optimistas. La demanda de vehículos depende en gran medida de la evolución económica, pero también se ve impulsada por la recuperación de la oferta.

Tras las fuertes tensiones sufridas en las cadenas tanto logísticas como de suministro de componentes, la oferta irá recuperando su ritmo gradualmente acortando los dilatados plazos de entrega de los vehículos, de manera progresiva. En 2023 las matriculaciones crecerán alrededor del 16% y será en 2024 cuando volvamos a superar el millón de unidades. ■



ENTREVISTA

Polo Satrustegui Director General de Hyundai Motor España

¿Cómo valorarías el año 2022 en relación a las ventas del sector en general?

El año 2022 ha sido un año curioso. En cuanto a volumen ha sido un año malo, porque cayó un poco más que con respecto a 2021. Se han llegado a las 800.000 unidades que es un volumen muy pequeño para el mercado español, ya que venimos de 1.200.000 en el año anterior a la pandemia, y antes de la crisis financiera del 2008, estábamos en 1.500.000 unidades.

A pesar de todo ello, ha sido el mejor año de rentabilidad para los concesionarios (con una rentabilidad media del 2,2% en el sector) y muy bueno para las marcas.

En definitiva, aunque se han vendido menos coches, se han vendido con un menor número de incentivos, y al haber más demanda que oferta, los precios se han ajustado al alza.

Y en concreto para Hyundai, ¿Cómo ha sido el año 2022 a nivel de ventas y cuota de mercado?

En nuestro caso ha sido el mejor año, no en términos de volumen, pero sí en términos de rentabilidad para la red de concesionarios, con un 3% de rentabilidad y una cuota de mercado del 7,3%, posicionándonos en el mercado como la tercera marca.

Ha sido el mejor año de rentabilidad para los concesionarios, con una rentabilidad media del 2,2% en el sector y ha sido también un buen año en rentabilidad para las marcas.

Además, conseguimos que el Hyundai Tucson fuese el modelo más vendido del mercado, algo que nunca habíamos logrado y ha sido un éxito. Por lo que para nosotros ha sido un año record.

**¿Y cómo están siendo los primeros meses de 2023?**

En Hyundai, vamos en línea con nuestro plan estratégico.

El mercado está subiendo principalmente por el "rent a car" que está creciendo un 200%.

El mercado de particulares y el de empresas está creciendo a un ritmo bueno, pero es cierto que el año pasado el primer trimestre fue muy malo. Si lo comparamos con 2019 todavía está cayendo un 30%.

En España lo que tenemos que conseguir es que el mercado se recupere y llegar al 1.200.000 unidades de antes de la pandemia.

Llegará un momento en el que se iguale la oferta con la demanda, ahora mismo sigue habiendo un poco más de demanda que de oferta, aunque vemos que mes a mes se está ajustando.

Por otro lado, nos preocupa que la demanda se pueda ver afectada por la subida de los precios, de los tipos de interés, la pérdida de confianza y la incertidumbre tecnológica que es un tema que está afectando mucho, porque los consumidores están un poco perdidos en este

sentido.

Con la prohibición de los vehículos de combustión del 2035, los conductores no saben muy bien que coche comprar. Los que quieren adquirir un vehículo eléctrico prefieren esperar por si bajan de precio y aumentan su autonomía. Teniendo en cuenta todas estas cosas, es posible que la demanda se vea afectada.

En nuestro caso en lo que llevamos de año, estamos en cifras superiores al 2022, en lo que a demanda se refiere, pero existe un cierto temor a que esta reducción de la demanda pudiese verse reflejada en la última parte del año.

El sector está en un momento importante con muchos cambios en relación a la electrificación de los vehículos, las nuevas normativas, ¿Qué nos puedes decir de sobre la nueva normativa Euro 7?

La normativa Euro 7, es un tema a medio o largo plazo, sobre la electrificación y los objetivos que tenemos puestos en Europa.

Nosotros como marca, tenemos un compromiso de vender en 2035 sólo vehículos eléctricos (cero emisiones). La estrategia de Hyundai es neutralidad de carbono en el 2035 en Europa y en el 2045 a nivel global.

Por otro lado, coincide que la Comisión Europea quiere poner el año 2035 como el fin de los vehículos de combustión. En mi opinión creo que hay que dejar que el mercado siga su curso, hay tecnologías de transición que van a ir ayudando a que lleguemos a ser 100% eléctricos, lo cual no sé si será en el 2035 o en el 2040. Todo dependerá de la velocidad de la que seamos capaces de avanzar.

Es importante señalar que a veces se nos está olvidando un poco el cliente, porque los organismos de arriba regulan y los fabricantes tienen que diseñar y fabricar coches en función de esa regulación. Pero, ¿quién está pensando en el cliente que se tiene que gastar un 30% o 40% más en un

coche, que le da menos, porque todavía tiene la problemática de la autonomía, aunque por otro lado tiene las ventajas del menor consumo?

En mi opinión, hay que pensar más en el cliente e ir poco a poco convenciéndolo y mostrándole los beneficios que le puede reportar tener un coche eléctrico. Hay que conseguir poco a poco que ese 15% que tiene hoy en día intención de comprar un coche eléctrico se convierta en un 90% o en un 100%. Para ello, yo creo que las cosas tendrían que ir a un ritmo acorde al que puedan ir los clientes y los mercados.

Según los datos de las encuestas del último estudio de Motor 2023 del Observatorio Cetelem, las intenciones de compra de los híbridos crecen para este año, mientras que las de diésel siguen

cayendo, y se mantienen estables respecto al año pasado las de gasolina, pero también las del eléctrico. ¿Es acorde con lo que vosotros veis en el mercado?

En nuestro caso y en relación a la intención de compra, la opción preferida es el híbrido o el híbrido enchufable, le sigue la hibridación ligera y después el de gasolina. En el caso del diésel la intención de compra es cada vez menor, de hecho, ya sólo vendemos 2 modelos de diésel, y cada vez menos, las ventas son ya residuales.

En el caso del eléctrico sí que hemos notado que se han parado un poco las ventas, el por qué, no lo sé, puede que sea la incertidumbre, y muchos mensajes que no han sido positivos respecto a la red de carga e infraestructura. Y también, el hecho de que el precio de los coches eléc-

tricos ha subido mucho más que el de los vehículos de combustión. Son muchas las variables que pueden estar influyendo.

Para finalizar, ¿cómo ves a medio plazo el sector en general?

Al margen de todos estos problemas y sobre todo con la incertidumbre tecnológica que es lo que más puede estar afectando y va a afectar en los próximos años, yo creo que el mercado debería recuperar los volúmenes pre-covid entre el 2024 y 2025.

En el momento que se recupere la producción a nivel mundial y la crisis de los microchips deje de impactar en los volúmenes, recuperaremos las cifras de mercado anteriores a la pandemia e incluso las superaremos. ■



ENTREVISTA

Eduardo Divar Director General de KIA Iberia

Cómo valorarías el año 2022 en relación a las ventas del sector en general?

Ha sido un año difícil para el sector de la automoción, con mucha inestabilidad en muchos ámbitos, la guerra, la falta de semiconductores, la inestabilidad económica, etc...

El mercado de automóviles en España cayó un 6,7% arrastrado por la caída en el canal de particulares y las ventas en el canal del RAC, de las alquiladoras.

Además la industria de la automoción se enfrenta a nuevos y complicados retos como los cambios de regulación, la llegada de la electrificación, los cuellos de botella en materia de producción, encarecimiento de materiales, etc...

Y en concreto para KIA, ¿Cómo ha sido el año 2022 a nivel de ventas y cuota de mercado? ¿Y cómo están siendo los primeros meses de 2023?

En contraste con lo ocurrido en el mercado general, para Kia el año 2022 ha sido un año sencillamente espectacular

A nivel de ventas acabamos el año como la segunda marca más vendida en España con más de 58.400 unidades totales vendidas (un crecimiento del 6%) y una cuota de mercado del 7,6%.

En el canal de particulares, el más importante del mercado, terminamos líderes por tercer año consecutivo con un 11,5%, una cifra histórica para la marca y que remarca que Kia es una de las marcas favoritas de los españoles.

Además hemos visto como nuestra marca ha sido reconocida con muchos e importantes premios como el mejor coche del año en Europa con el Kia EV6, el coche del año en España con el Sportage y el coche del año de renting y flotas con el Sportage también.

Además nuestra red de concesionarios



ha visto como terminaba el año con un 3% de rentabilidad, siendo una de las redes más rentables del mercado.

El 2023 ha comenzado bien para nosotros, con cerca de 9.000 unidades en los dos primeros meses, con un crecimiento del 16%, esperamos llegar a nuestro objetivo de fin de año.

Este año tenemos importantes novedades de producto. Veremos la llegada del Kia EV9, un SUV de 7 plazas completamente eléctrico con una importante carga tecnológica y un diseño completamente rompedor.

El sector está en un momento importante con muchos cambios en relación a la electrificación de los vehículos, las nuevas normativas, ¿Qué nos puedes decir de sobre la nueva normativa Euro 7?

Estamos sin duda en una etapa muy compleja, llena de nuevos retos y supone un importante desafío para la industria de la automoción.

La nueva normativa Euro 7 puede poner en riesgo el futuro de las plantas de

fabricación en España, ya que por la tipología de los coches que producen pueden verse afectadas y esto pueda suponer el despido de muchos trabajadores.

Además es una propuesta que solo supone un cambio marginal en cuanto a emisiones respecto al Euro 6 (la normativa vigente), y entramos en el riesgo de que se pierda el foco en el objetivo buscado que es el de la electrificación, ya que puede detraer inversiones, etc...

¿Tenéis previsto alguna novedad o lanzamiento para este año?

Este año tenemos importantes novedades de producto.

Veremos la llegada del Kia EV9, un SUV de 7 plazas completamente eléctrico con una importante carga tecnológica y un diseño completamente rompedor.

Por otro lado a finales de año llegarán 2 importantes renovaciones de producto en 2 de nuestros modelos más conocidos, el Picanto y el Sorento. Estos modelos recibirán un facelift con importantes cambios a nivel de diseño exterior e interior así como la incorporación de nuevas tecnologías.

También estamos trabajando en otros importantes proyectos que van más allá del coche eléctrico, como puede ser el desarrollo de una red de recarga ultrarrápida con 40 cargadores en toda España, o con la mejora de WiBLE (nuestro car sharing que opera en Madrid), o WiBLE Drive (alquiler de vehículos en concesionario, actualmente operativo en 10 ciudades distintas).

Para finalizar, quería preguntarte como ves este año 2023 para el sector en general

Seguirá siendo un año lleno de incertidumbres...no sabemos si se darán cambios en la legislación, continua la inestabilidad geopolítica, etc....sigue

habiendo problemas del año pasado que aún no se han solucionado.

Nuestra previsión para el mercado de automóviles para Península y Baleares es de un crecimiento del 9% hasta las 837.000 unidades, todavía lejos de los niveles previos a la pandemia.

Pensamos que las ventas en el canal privado crecerán un 6% hasta las 366.000 unidades, el business car crecerá un 5% y el canal RAC esperamos crezca en un 36% y tire del crecimiento total del mercado.

Nosotros somos optimistas y nos hemos fijado un objetivo de 62.000 unidades para este año, con lo que continuaríamos creciendo un 6%. Además esperamos que el 70% de estas matriculaciones sean electrificadas. ■



ENTREVISTA

Luis Antonio Ruiz Presidente y Consejero Delegado Jaguar Land Rover

¿Cómo valorarías el año 2022 en relación a las ventas de coches? ¿Y cómo están siendo los primeros meses del año 2023 en este sentido?

Las ventas en el año 2022 se vieron claramente afectadas por dos factores externos: la falta de semiconductores y la crisis generada por la guerra de Ucrania.

Este año la producción de vehículos ha mejorado considerablemente y las expectativas económicas son algo más positivas, dentro de la gravedad de la situación, lo que se está reflejando en un importante aumento de la venta de vehículos en lo que llevamos de año.

En nuestra opinión hay que apostar por el coche eléctrico, pero no de forma radical, y dejar evolucionar la investigación de los combustibles neutros en CO2 que puede ser una solución para la combustión a largo plazo

El sector está en un momento importante con muchos cambios en relación a la electrificación de los vehículos, las nuevas normativas, ¿Qué nos puedes decir de sobre la nueva normativa Euro 7?

Efectivamente los fabricantes tenemos por delante un futuro incierto, puesto que el vehículo eléctrico no llega a estar 100% aceptado por el mercado y las fuertes inversiones para hacerlo realidad se están ya haciendo por parte de todas las marcas. Y adicionalmente surge la amenaza de la norma Euro 7 que nos obliga nuevamente a invertir en los motores de combustión que en teoría desaparecerán



en 2035, aumentando su coste y por tanto su precio de venta.

En opinión de los fabricantes no tiene sentido esta norma, que acabará con muchos modelos de automóviles pequeños de combustión en un par de años, y encarecerá el precio de acceso al automóvil, con las implicaciones que esto tiene.

En nuestra opinión hay que apostar por el coche eléctrico, pero no de forma radical, y dejar evolucionar la investigación de los combustibles neutros en CO2 que puede ser una solución para la combustión a largo plazo, en vez de la norma Euro 7, como proponen algunos países de la UE, mientras se abaratan los costes de las baterías y evolucionan otras tecnologías más respetuosas con el medio ambiente.

¿Cuál es la estrategia de Jaguar y Land Rover de cara futuro?

Nuestro posicionamiento ha evolucionado hacia el concepto de Modern Luxury, es decir, ofreciendo productos más lujosos y tecnológicos, con un diseño

simple y duradero.

Adicionalmente hemos apostado por la electrificación de toda nuestra gama, pero seguiremos ofreciendo alternativas de combustión y de híbridos enchufables, con rango de autonomía eléctrica extendida, mientras la legislación lo permita.

¿Qué importancia tiene la financiación en esta nueva estrategia?

Es fundamental, puesto que aparte de la revolución tecnológica que afecta al sector, está la revolución de la movilidad tal y como la entendemos hoy: el cliente empieza a no estar tan interesado en la propiedad del vehículo, pero si en su uso, lo que conlleva el desarrollo de nuevos productos de movilidad como el car sharing, el renting a particulares, el alquiler o la suscripción, para lo que hace falta tener partners financieros potentes y con soluciones tecnológicas adecuadas.

Por otra parte el cliente de nuestra marca tiene un perfil alto y, por tanto, los productos financieros que ofrezcamos deben adecuarse a sus necesidades.

Para finalizar, quería preguntarte como ves este año 2023 para el sector en general.

Los primeros meses nos llevan a pensar en el optimismo, pero la volatilidad de los factores externos que influyen sobre nuestro mercado es grande y por tanto tenemos que seguir siendo cautos, con previsiones de ventas razonables, pero estando preparados para cualquier crecimiento inesperado.

En cualquier caso el mercado este año estará claramente por encima del año pasado. ■

ENTREVISTA

Stephane Le Guevel Director General de Polestar España y Portugal

Está a punto de cumplirse un año de la llegada de Polestar al mercado español, ¿Cómo resumirías este primer año en nuestro país?

Efectivamente el próximo mes de mayo hará un año que lanzamos la Marca en España y presentamos el Polestar 2 y cuando miro hacia atrás y veo la multitud de cosas que hemos hecho no puedo estar más orgulloso.

Por un lado, conseguimos que tanto el publico español como la prensa, percibiera nuestra Marca con los valores que le son propios, es decir, una Marca sueca premium de alto rendimiento con un diseño que habla por sí mismo, una tecnología omnipresente y un objetivo claro: acelerar y promover el paso a una movilidad 100% eléctrica.

Además, abrimos nuestro primer Space en Barcelona seguido del de Madrid y ya estamos proponiendo test drives en otras 7 ciudades españolas, lo que representa el 95% del mercado eléctrico español.

En octubre del año pasado, presentamos y empezamos a comercializar en nuestra página web nuestro segundo modelo, el Polestar 3, un SUV de nueva generación con mas de 600 km de autonomía. ¡Como veras, no hemos parado!

El sector del automóvil está en un momento importante con muchos cambios en relación a la electrificación de los vehículos, las nuevas normativas. En Polestar, os caracterizáis por ser una marca con una oferta únicamente electrificada ¿Cuál es vuestra valoración sobre la situación del mercado de los coches eléctricos en España?

El mercado esta cambiando mucho, los constructores están modificando sus planes de producto para pasar a un mundo eléctrico porque, como comentas, las nuevas normativas lo imponen. En Poles-



tar, creemos que la electrificación es la única solución para preservar la sostenibilidad de nuestro planeta, por eso desde el principio nacimos así, antes de que surgieran esas normativas. Lo hacemos por convicción y no por imposición. Este pequeño detalle, cambia todo.

En cuanto a la situación del mercado español, evidentemente aún queda por hacer, es un mercado que va con un ligero retraso comparado al resto de los europeos. Pero no me preocupa porque entre la autonomía de nuestras baterías, que cada vez es mayor (el Polestar 2 hasta 654 km) y las infraestructuras que cada vez son mejores, no me cabe duda de que en poco tiempo el español circulará cada vez más en 100% eléctrico.

Recientemente habéis inaugurado vuestros “Spaces” en Madrid y Barcelona. ¿Qué nos puedes contar al respecto? ¿Tenéis previstas más aperturas en 2023?

Abrimos Barcelona en julio del año pasado, en el mítico Paseo de Gracia, y Madrid en la Avenida de Burgos a principios de este año. Los Spaces son una pieza clave en nuestro modelo de negocio “digital first” ya que, aunque las ventas se realizan exclusivamente on line, estamos convencidos de la importancia

En Polestar, creemos que la electrificación es la única solución para preservar la sostenibilidad de nuestro planeta, por eso desde el principio nacimos así, antes de que surgieran esas normativas

que tiene para nuestros clientes el poder ver, informarse, probar nuestros productos y en definitiva vivir una experiencia Polestar sin ningún tipo de presión comercial.

En el 2023 tenemos previsto abrir un segundo Space en Madrid y seguirán otras ciudades, pero aún es pronto para confirmar cuando y cuáles.

¿Qué nos podrías decir sobre vuestra herramienta de pre-configurados?

Gracias a esta herramienta, podemos proponer a nuestros clientes vehículos ya fabricados con entrega rápida en apenas unas semanas. La ventaja de tener una gama simplificada y similar en todos los países europeos nos permite disponer ya de coches con configuraciones muy similares a las solicitadas por nuestros clientes.

Para terminar, ¿Cómo ves la situación del mercado del automóvil para este año 2023?

Es difícil prever la evolución del mercado ya que el contexto geopolítico, económico y social sigue perturbado. Los españoles continúan teniendo incertidumbre y esto influye en la decisión de cambiar sus vehículos. Sin embargo, el parque español tiene más de 14 años de promedio y no me cabe duda de la necesidad que tiene de empezar a renovarse. También los problemas de suministro y de logística se van arreglando, por eso creo que podemos contar este año con una subida del mercado, acercándose de las 850 000 unidades. ■

ENTREVISTA

Jose María Galofré Consejero Delegado de Volvo Car España

¿Cómo valorarías el año 2022 en relación a las ventas de coches nuevos y usados? ¿Y cómo están siendo los primeros meses del año 2023 en este sentido?

A pesar de la complicada situación del mercado, que ha provocado un descenso del 5% en las matriculaciones de automóviles en el año 2022, en Volvo Cars seguimos observando una fuerte demanda por parte de nuestros clientes y se ha generado una gran cartera de pedidos que se entregaran este año 2023. De hecho, las estimaciones son que para el 2023 el mercado crezca en torno a un 10% y se sitúe en torno a las 900.000 unidades. Y en nuestro caso, también esperamos un incremento de matriculaciones de más de un 20%.

Asimismo, el mercado de VO también sufrió una caída respecto al 2021 debido también a la falta de oferta existente, que esperamos que se recupere en este año vigente.

Vivimos un entorno económico inflacionista con la consecuente pérdida de poder adquisitivo del ciudadano medio. ¿Cómo puede enfrentarse el sector a este panorama?

Ofrecer una movilidad personal y segura es fundamental para la futura movilidad, y clave para el atractivo del mercado. Poder ofrecer al cliente muchas diversas formas de disfrutar de un Volvo (Volvo options, Renting flexible, compra directa, cita on line desde tu móvil, comprar un vehículo usado desde cualquier parte de

Ofrecemos soluciones concretas a los problemas a los que se enfrentan los clientes por falta de infraestructura, ofreciéndolos en coche de combustión durante tres semanas al año.



España, acceso directo al stock nacional de vehículos nuevos...) son muchos de los servicios que cada día valoran más nuestros clientes y les ofrece soluciones al entorno económico inflacionista que estamos viviendo.

El sector está en un momento importante con muchos cambios en relación a la electrificación de los vehículos, las nuevas normativas, ¿Qué nos puedes decir de manera global al respecto?

La electrificación desempeña un papel principal en nuestra visión de convertirnos en climáticamente neutros en 2040, pero los coches eléctricos también plantean nuevos desafíos para todos, ya que los beneficios derivados de los coches eléctricos se difuminan si la electricidad con la que se cargan se genera a partir de combustibles fósiles. Por su parte, la carga con energía renovable reduce significativamente las emisiones de por vida de cada vehículo.

Es una interacción compleja, y creo que los coches eléctricos alcanzarán su máximo potencial cuando todos, la comunidad global, encontremos nuevas maneras de ofrecer a nuestros clientes un acceso sencillo a la carga con electricidad renovable.

Nuestro objetivo es que ya en 2030, todas

nuestras ventas correspondan a vehículos completamente eléctricos. En España, nuestros modelos recharge (eléctricos puros e híbridos enchufables) ya corresponden al 50% de nuestras ventas, muy por encima de la media del mercado.

¿Cuál es la clave para que el mercado no llegue al 10% de ventas de vehículos electrificados, y en Volvo España hayáis logrado en el 2020 el 50%?

En Volvo fuimos una de las primeras marcas en apostar claramente por la electrificación, y de hecho, fuimos la primera marca del mercado en tener toda la gama híbrida enchufable.

Asimismo, tanto la compañía de ventas como la red de concesionarios estamos plenamente identificados con la estrategia de nuestra compañía de cuidar el plante, y ese compromiso personal que tenemos, se lo transmitimos al cliente.

Por otro lado, ofrecemos soluciones concretas a los problemas a los que se enfrentan los clientes por falta de infraestructura, ofreciéndolos en coche de combustión durante tres semanas al año. O por ejemplo el hecho de que un cliente de renting puede cambiarse a otro modelo Volvo sin ningún tipo de coste antes de que llegue el vencimiento de su contrato.

¿Tenéis previsto alguna novedad o lanzamiento para este año?

Recientemente lanzamos el Volvo EX90, que representa el comienzo de una nueva era en Volvo Cars, siendo el primero de una nueva generación de modelos totalmente eléctricos definidos por software, contando con más de 600 Kms de autonomía.

Hemos introducido en el Volvo EX90 tecnologías de seguridad inteligentes, como el LiDAR, y un sistema de comprensión del conductor que nos ayudará a conse-

guir nuestra visión de que nadie muera ni resulte gravemente herido en un vehículo Volvo de nueva generación.

Pero seguiremos lanzando nuevos modelos al mercado que sin duda nos ayudarán a seguir aumentando nuestra cuota de mercado en todo el mundo.

Para finalizar, quería preguntarte como ves este año 2023 para el sector en general

La digitalización y la robotización del mundo del automóvil esta cada día más

presente en toda la vida útil del vehículo, no solo en la fabricación. Y no solo en la cadena de montaje como es lógico.

La automoción ha pasado de ser únicamente una de las industrias causantes de las emisiones de CO2, a convertirse en uno de los agentes más involucrados con la protección medio ambiental de nuestro planeta.

El sector está invirtiendo claramente en ello, pero es indiscutible que deben promoverse políticas a través de medidas como una fiscalidad favorable y el

fomento de la infraestructura de recarga para ayudar a la compra de vehículos enchufables. El eléctrico reduce has el 65% las emisiones de CO2, es eficientemente energético, disminuirá el ruido en las ciudades y es menos dependiente de las fluctuaciones del mercado exterior.

España sigue contando con un parque de vehículos de los más antiguos de Europa, y se debe promover por parte de las instituciones medidas para renovar el parque, y enfocándolo a modelos electrificados. ■



FICHA TÉCNICA

Motor 2023. El Observatorio Cetelem Sector Auto

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 2.159 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:

Realizado del 1 al 20 de febrero de 2023 por la empresa CANAL SONDEO.

Motor 2022. El Observatorio Cetelem Sector Auto

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 1.959 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:

Realizado del 3 al 23 de febrero de 2022 por la empresa CANAL SONDEO.



OBSERVATORIO

Cetelem



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



MOTOR 2023

EL COMPORTAMIENTO
DE LOS CONDUCTORES
ESPAÑOLES EN
**EL SECTOR DE
LA MOTO**



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

OBSERVATORIO
Cetelem





INDICE

- 03 El Observatorio Cetelem
Franck Vignard, CEO BNP Paribas Personal Finance en España.
- 04 Motor 2023
Liliana Marsán, Responsable del Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.
- 05 Evolución de las matriculaciones de motos en España
- 15 Mi moto actual
- 17 Compras realizadas en los últimos 12 meses
- 27 Mi marca y mi concesionario
- 30 Mi proceso de compra
- 39 Mi futura moto
- 49 La moto eléctrica
- 57 Renting
- 61 Motosharing
- 65 Conclusiones Sector Moto (Infografía)
- 70 La voz de nuestros partners
- 76 Ficha técnica

EL OBSERVATORIO CETELEM

Franck Vignard-Rosez | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Desde sus inicios en España, hace ya más de un cuarto de siglo, en el año 1997, los informes y estudios del Observatorio Cetelem han venido analizando con rigor las tendencias y hábitos de consumo de los ciudadanos.

Hemos estudiado, 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 o los elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello relacionado consumo en los hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre el comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o, más recientemente la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. 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 y las asociaciones patronales de 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 datos que comparte con

distintas audiencias. Con cinco grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad, Consumo España y Comercio electrónico), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales, ofrecemos un amplio abanico de información 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 todos vosotros e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web del Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados. ■

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable de El Observatorio Cetelem

Estamos ante un contexto difícil para la automoción en general, con una caída en 2022 de las matriculaciones de automóviles y caravanas, aunque no en el caso de las motocicletas en general. Vivimos un entorno económico inflacionista con la consecuente pérdida de poder adquisitivo del ciudadano medio, que no podemos olvidar que se une a las repetidas subidas de los tipos de interés que encarecen el crédito. Si le unimos la crisis de los semiconductores y la cadena de suministro y las nuevas normativas en cuanto a electrificación de los vehículos, todo ha confluído en el hecho de que el mercado del motor se haya ralentizado.

El momento actual se caracteriza por vivir muchas transformaciones al mismo tiempo, con el objetivo del fin de los vehículos de combustión en



2035 anunciado por la Comisión Europea y la normativa Euro 7 sobre la electrificación de los vehículos. A pesar de todo, los primeros meses del año 2023 muestran resultados buenos y las perspectivas para el conjunto del año no dejan de ser

positivas en los tres mercados analizados. Es importante, por tanto, en este contexto de incertidumbre, que los actores del mercado ofrezcan, en constante adaptación, diferentes posibilidades de movilidad personal para asegurar que el mercado sea atractivo de cara a los clientes.

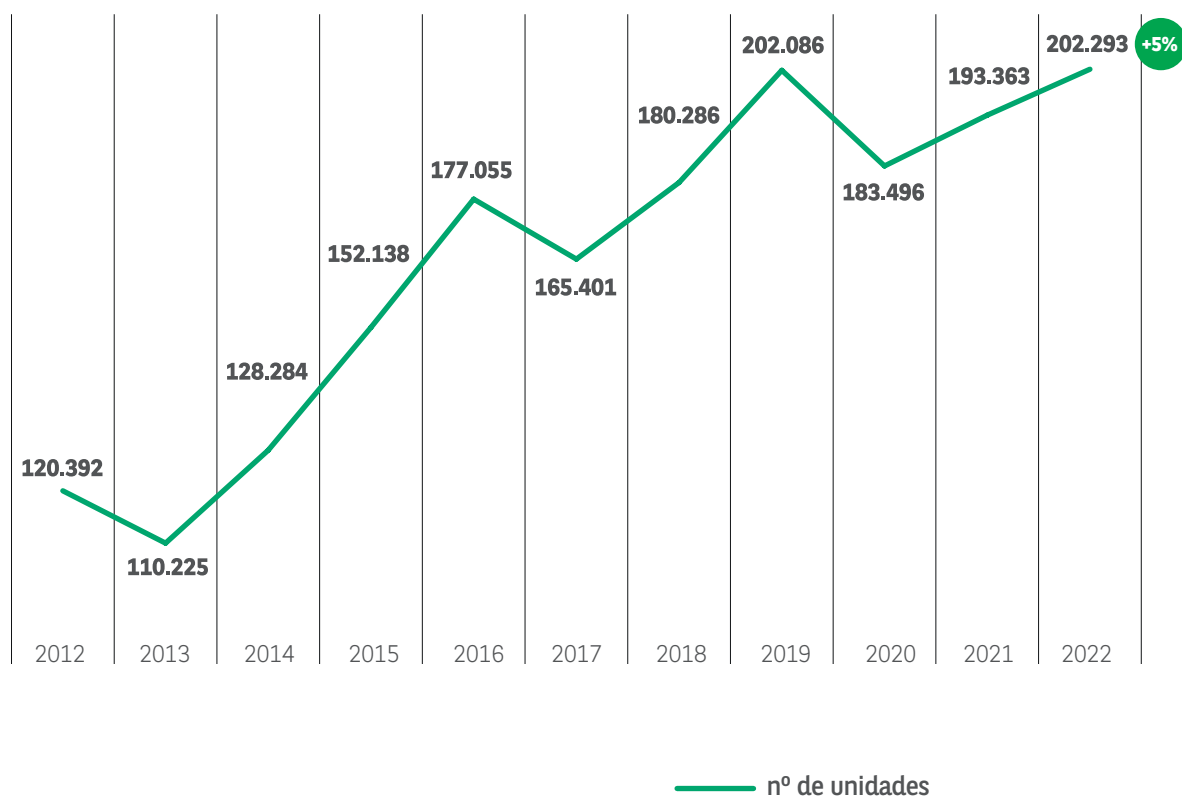
Nos queda mucho por delante en este 2023 y muchas de estas incógnitas iremos viendo cómo evolucionan. Desde El Observatorio Cetelem estaremos atentos para compartir puntualmente los resultados de nuestros análisis.

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán
Responsable del
Observatorio Cetelem. ■

EVOLUCIÓN DE LAS MATRICULACIONES

Evolución de las matriculaciones de motos (En nº de unidades)



Fuente: Anesdor

	2022	2023	Variación respecto a 2021 en %
CICLOMOTORES	17.750	15.701	-12%
Scooter	14.167	12.667	-11%
Cambio	2.937	2.738	-7%
Sin segmento	646	296	-54%
MOTOCICLETAS	165.115	175.524	6%
Scooter	85.283	96.644	13%
Carretera	71.690	71.562	0%
Campo	7.665	7.046	-8%
Sin segmento	477	272	-43%
OTROS VEHÍCULOS LIGEROS	10.498	11.068	5%
Triciclos	3.226	3.518	9%
Cuadriciclos	7.082	7.312	3%
Sin segmento	190	238	25%
TOTAL	193.363	202.293	5%

Fuente: Anesdor

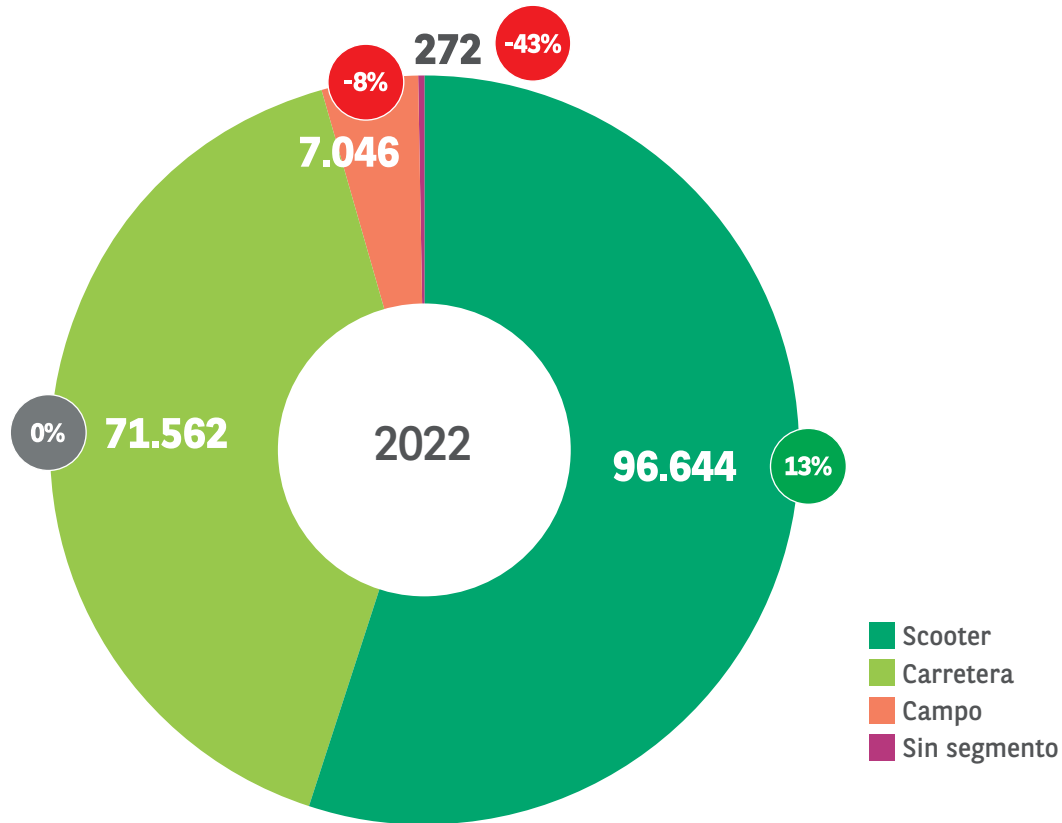
El mercado total de motos (incluyendo otros vehículos ligeros) alcanzó las 202.293 matriculaciones con un aumento del 5%. Si tenemos

en cuenta la clasificación por los diferentes segmentos, las motocicletas con 175.524 unidades matriculadas son las que más peso tienen

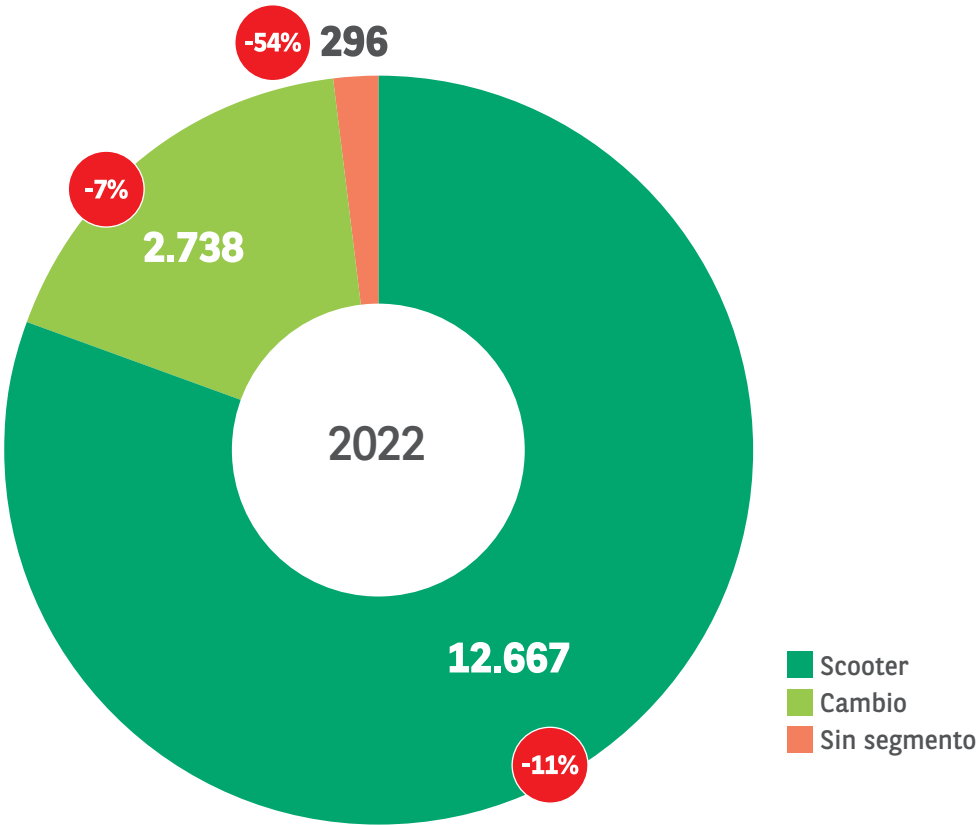
con un crecimiento del 6%. Los ciclomotores, en cambio, presentan una bajada del 12% con 15.701 unidades.

Matriculaciones por tipo de moto

Motocicletas

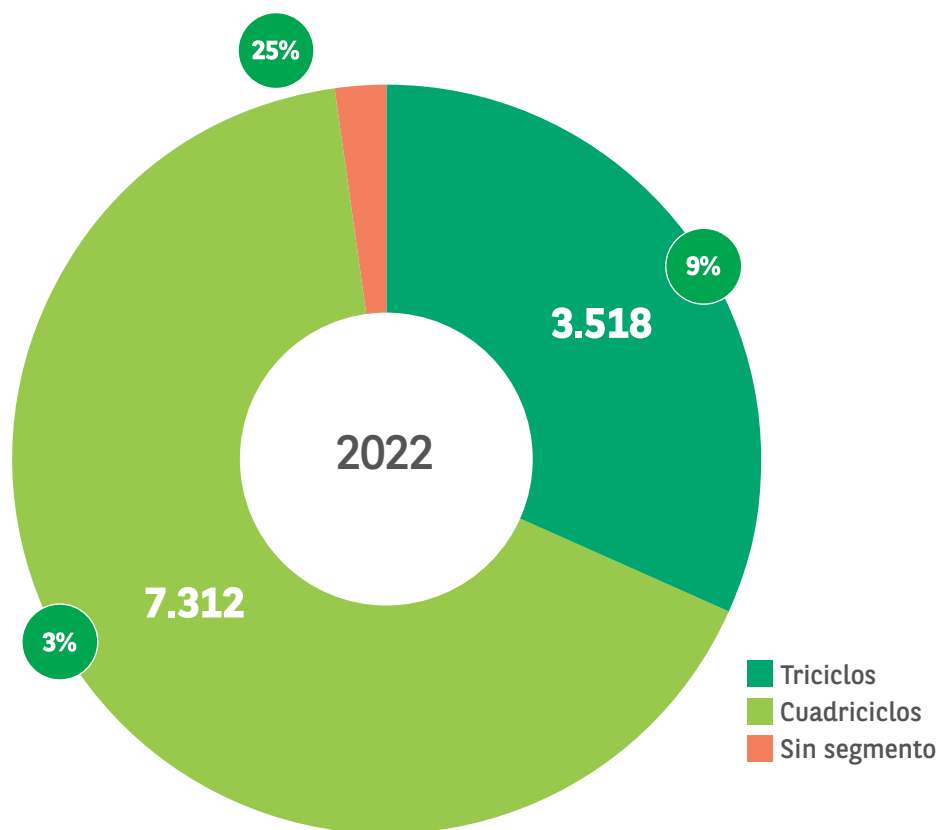


Ciclomotores



Fuente: Anesdor

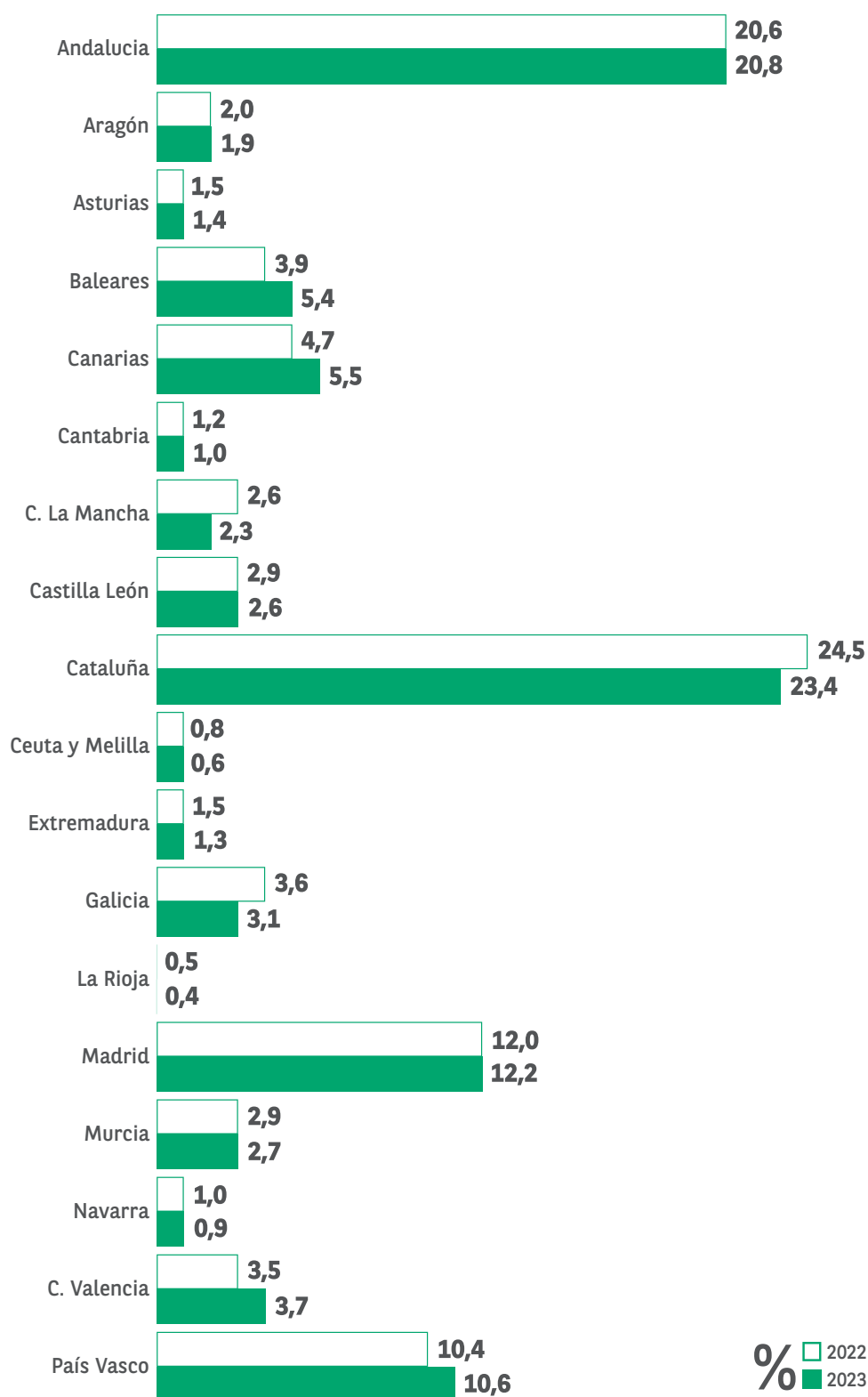
Otros vehículos ligeros



Fuente: Anesdor

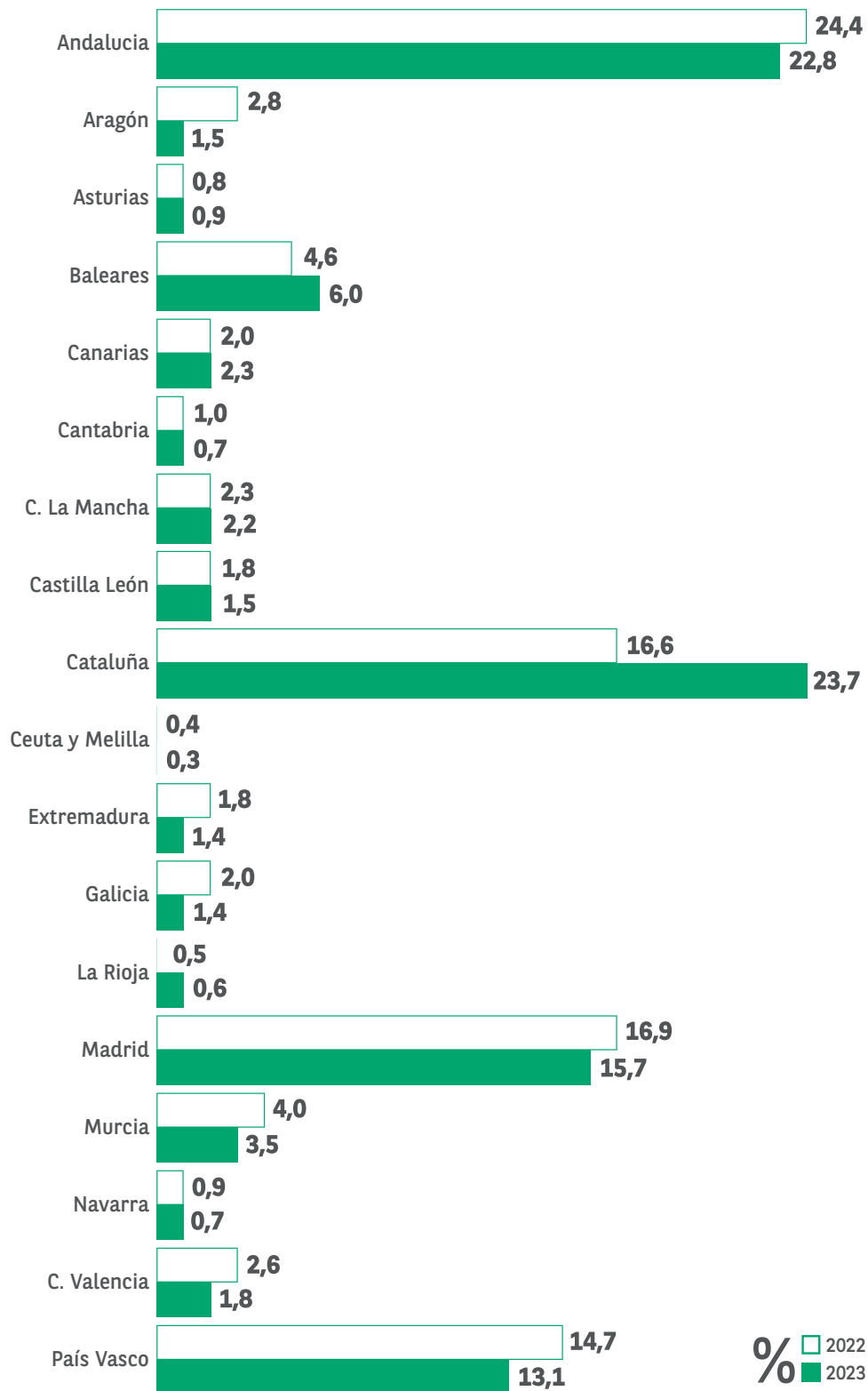
Matriculaciones por CCAA

Motocicletas



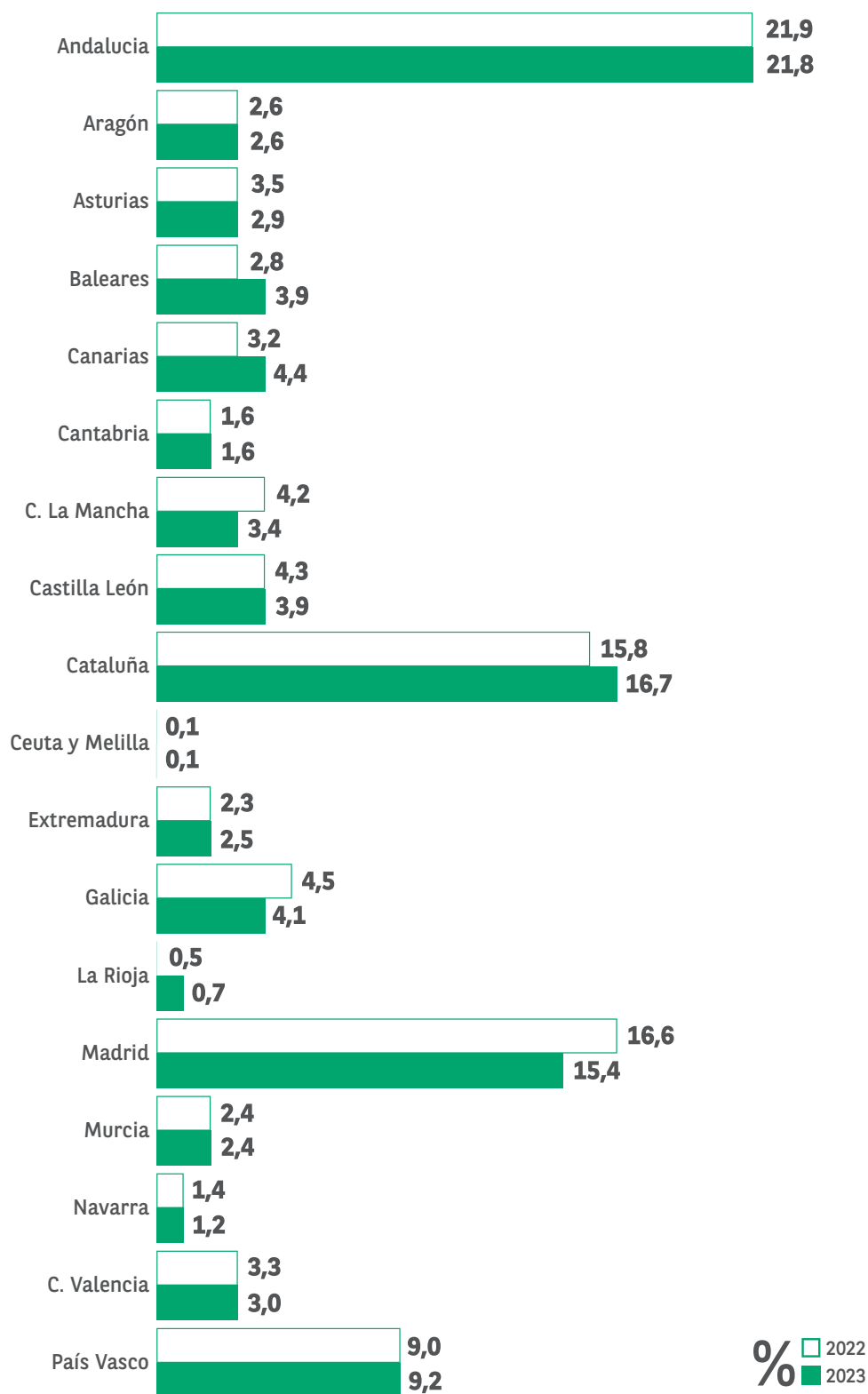
Fuente: Anesdor

Ciclomotores



Fuente: Anesdor

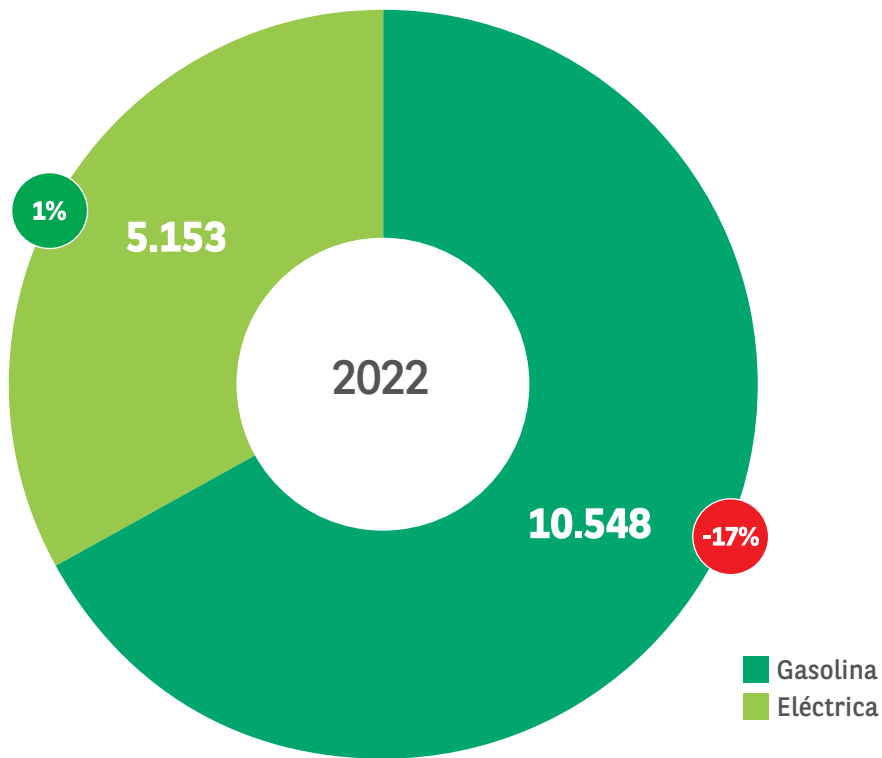
Otros vehículos ligeros



Fuente: Anesdor

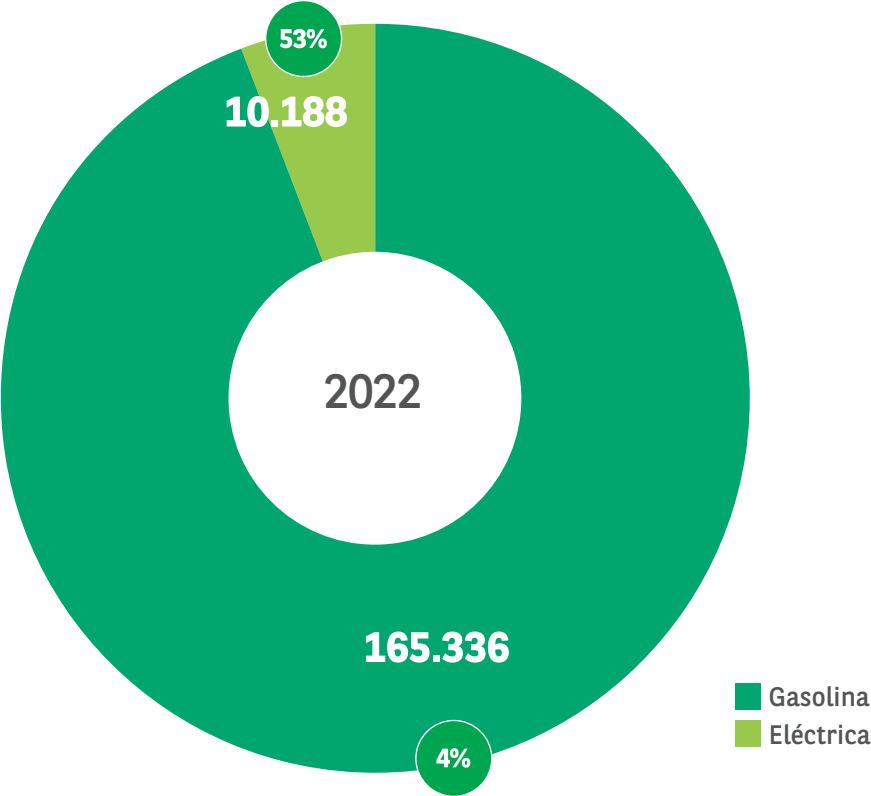
Matriculaciones por tipo de combustible

Ciclomotores



Fuente: Anesdor

Motocicletas



Fuente: Anesdor

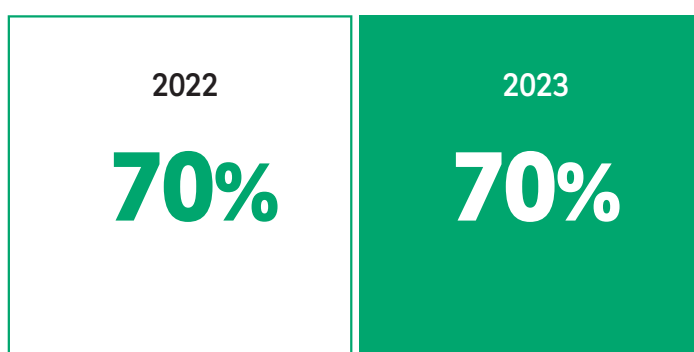
A continuación, abordamos los resultados de la encuesta realizada a conductores españoles, donde pretendemos mostrar los aspectos

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.

MI MOTO ACTUAL

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

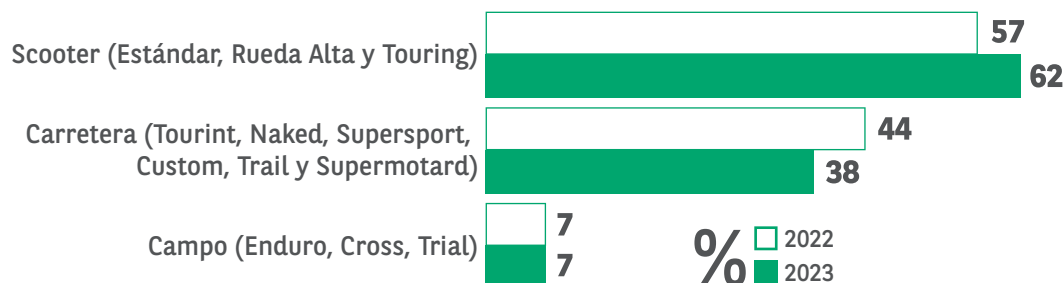
Entre los españoles encuestados que tienen o pretenden comprar una motocicleta o ciclomotor en los

próximos 2 años, nos encontramos con que un 70% posee actualmente una moto, mismo porcentaje que en

las declaraciones de 2022.

¿Qué tipos de ciclomotor o motocicleta tienes?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

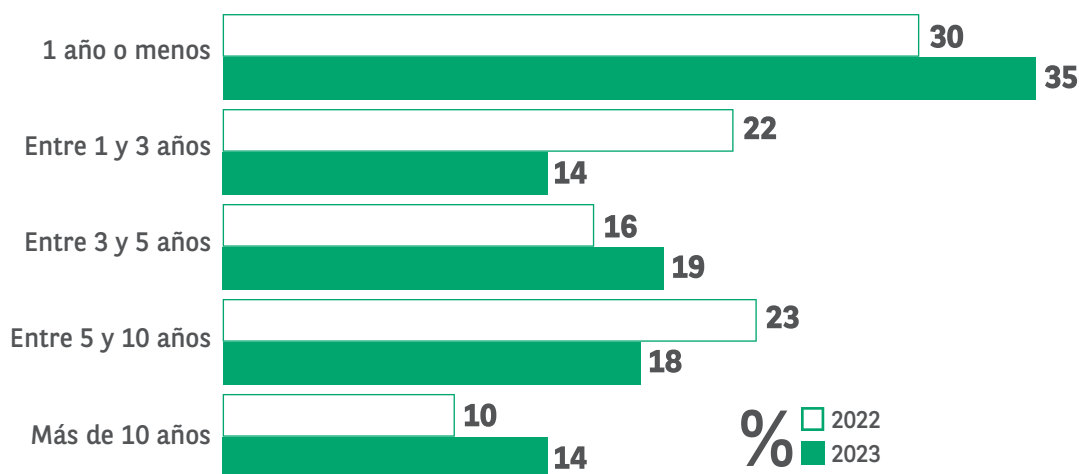
El 62% de los españoles encuestados que poseen actualmente una motocicleta o un ciclomotor, dice tener una moto tipo Scooter, seguidos del

38% que afirma tener una moto de carretera y por último el 7% que posee motos de campo. Este año aumentan los conductores de scoo-

ter en detrimento de los conductores de motos de carretera.

¿Cuándo compraste tu ciclomotor o motocicleta actual?

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

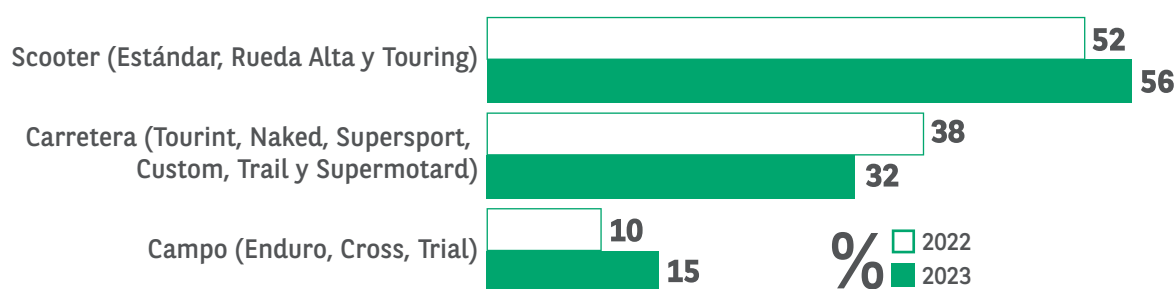
El 14% de los conductores españoles encuestados afirma haber comprado su moto entre hace 1 y 3 años (aque-

llos entre 25 y 34 años están por encima de la media un 23% de menciones). El 35% afirma haberla com-

prado en el último año, con un aumento de 5 puntos porcentuales respecto a 2022.

COMPRAS REALIZADAS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

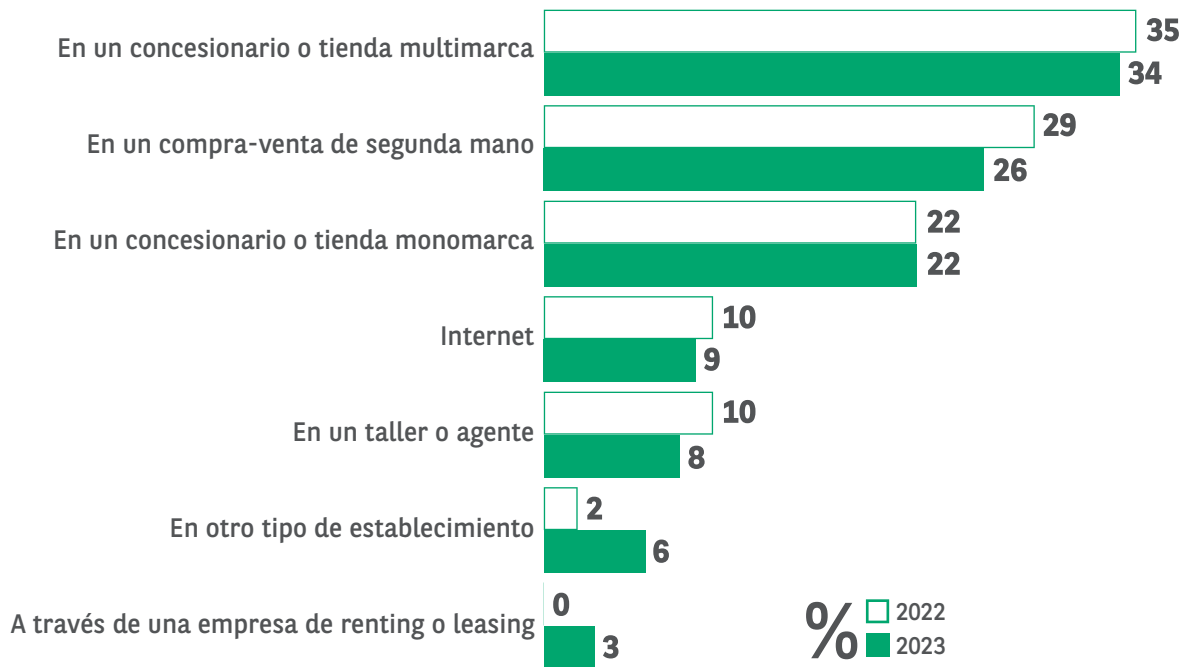
Entre el 13% de los conductores encuestados que compraron su moto durante el último año, el 56% adquirieron una moto tipo Scooter, con un aumento de 4 puntos porcentuales respecto a 2022. Los conductores de

25 a 34 años son los que más se animaron a comprar este tipo de motos con un 67% de menciones.

El 32% compraron motos de carretera que descienden en 6 puntos res-

pecto 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 múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

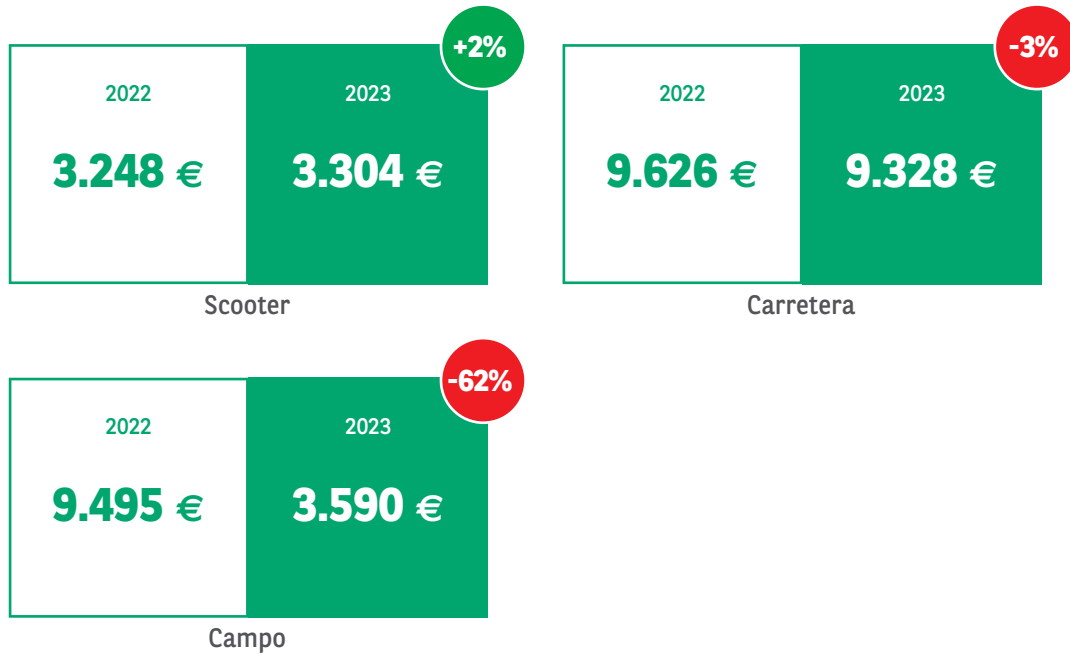
El 34% de los ciudadanos encuesta-
dos ha comprado su moto en un con-
cesionario o tienda multimarca,
seguidos del 26% que lo ha hecho en

un compra-venta de segunda mano.
En tercer lugar, encontramos a los
consumidores que han comprado su
moto en un concesionario o tienda

monomarca (22%) manteniendo el
mismo porcentaje que en 2022.

¿Cuánto te gastaste?

(Respuesta abierta numérica)



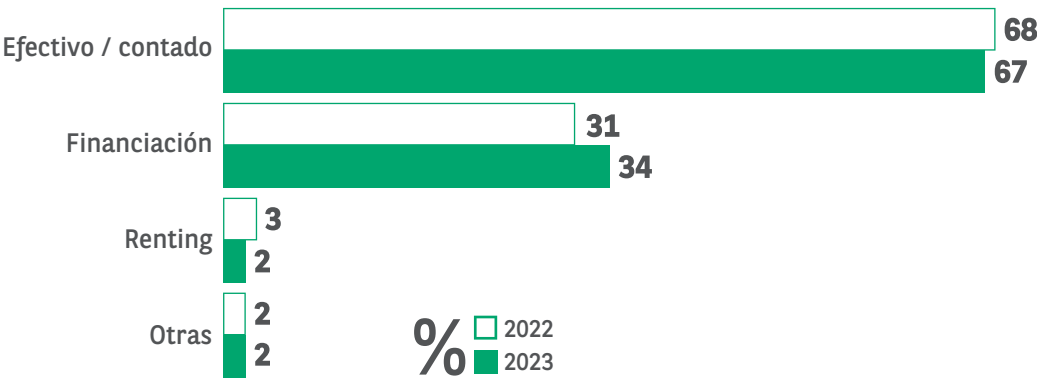
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El gasto medio realizado por aquellos que compraron algún tipo de moto en 2023 fue de 5.407€, lo que supone un descenso del 14% respecto al año anterior. Los que más desem-

bolso realizaron fueron los que adquirieron una moto de carretera con un gasto medio de unos 9.328€, destacando los de 35 a 44 años que llegaron a gastar 10.000€ de media.

La compra de una scooter es más económica y aquellos que la compraron destinaron un importe de prácticamente 3.304€, un 2% más que lo declarado en 2022.

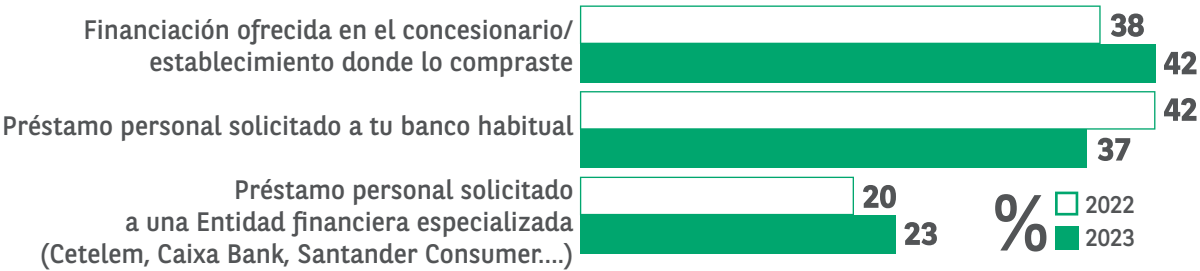
¿Qué medios de pago utilizaste para la compra de tu/s ciclomotor/es o motocicleta/s?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El medio de pago más utilizado por los compradores de ciclomotor o motocicleta ha sido el pago en efectivo con un 67% de menciones. El 34% optó por la financiación, destacando los encuestados de más de 45 años con un 41% de menciones.

¿Qué tipo de financiación solicitaste?
(% Respuesta múltiple)

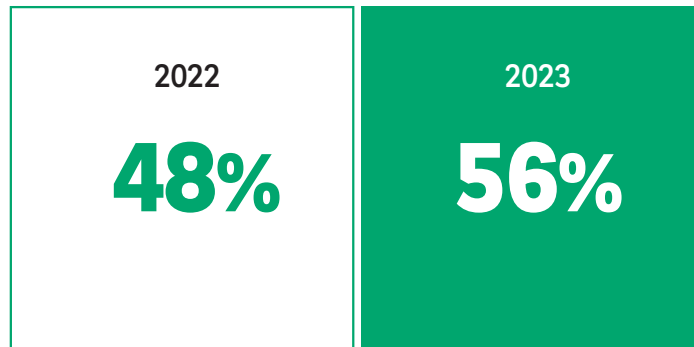


Fuente: Datos-2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre aquellos que financiaron, destacar que el tipo de financiación más solicitada fue la ofrecida en el concesionario con un 42% de menciones frente al 38% del año anterior, mostrando un importante crecimiento de 4 puntos porcentuales. El crédito demandado a su banco habitual desciende de un 42% a un 37%.

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

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

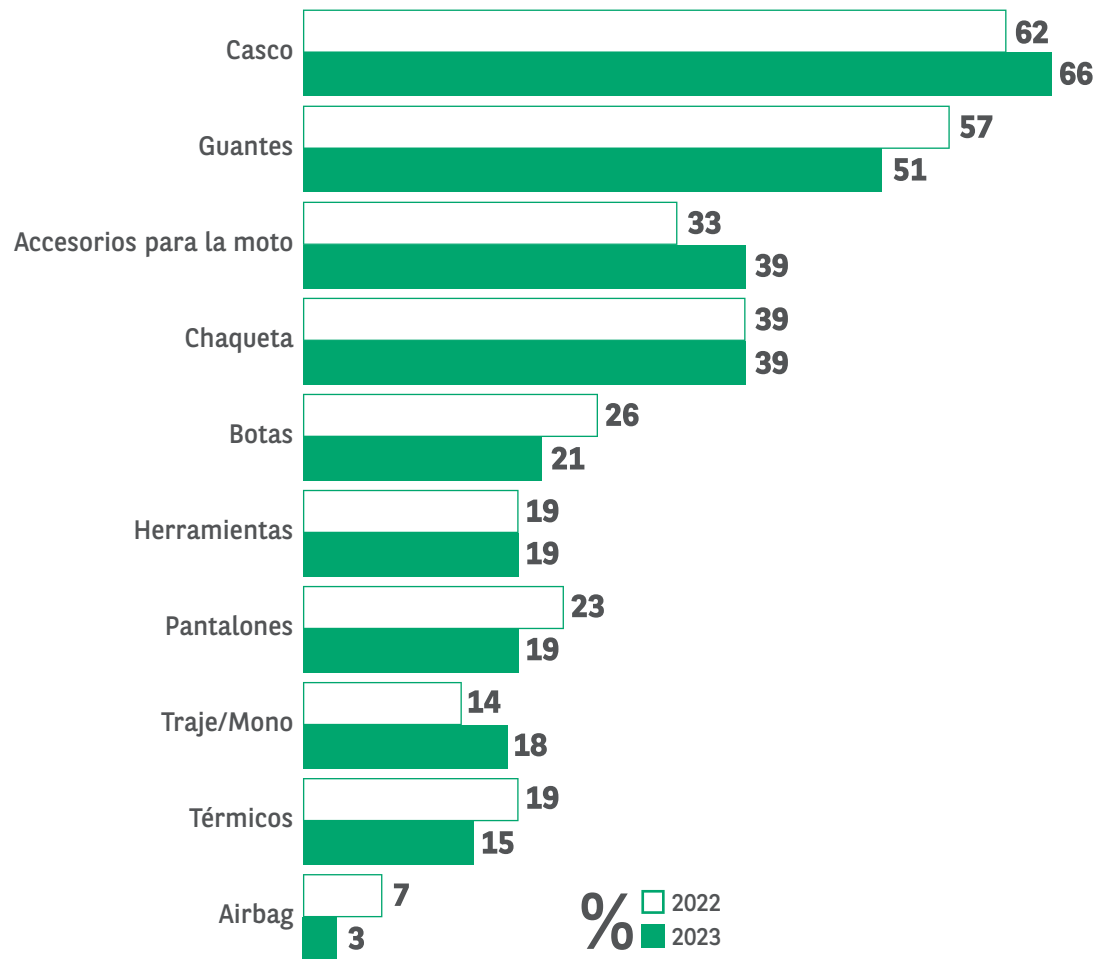
El 56% de los consumidores que tienen o pretenden comprar una moto en los próximos 2 años, afirma haber comprado accesorios para la moto

en los últimos 12 meses, lo que supone un aumento respecto al año anterior de 8 puntos porcentuales. Son los conductores de entre los 25

y 34 años los que destacan por encima de la media en la compra de accesorios con un 67% de menciones.



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

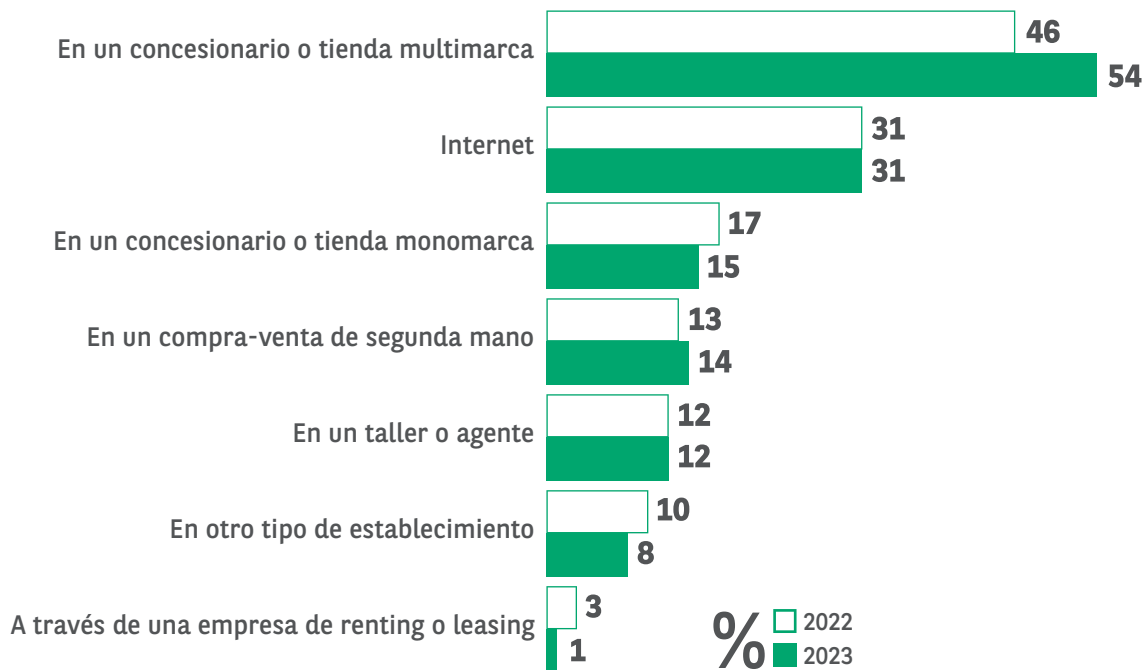


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre el 53% de encuestados que afirman haber comprado accesorios en el último año, encabezan el ranking los que han comprado cascos con un 66% de las menciones, seguidos por las compras de guantes con el 51% y accesorios para la moto con un importante 39%.

¿Dónde adquiriste los accesorios para la moto que compraste en los últimos 12 meses?

(% Respuesta múltiple)



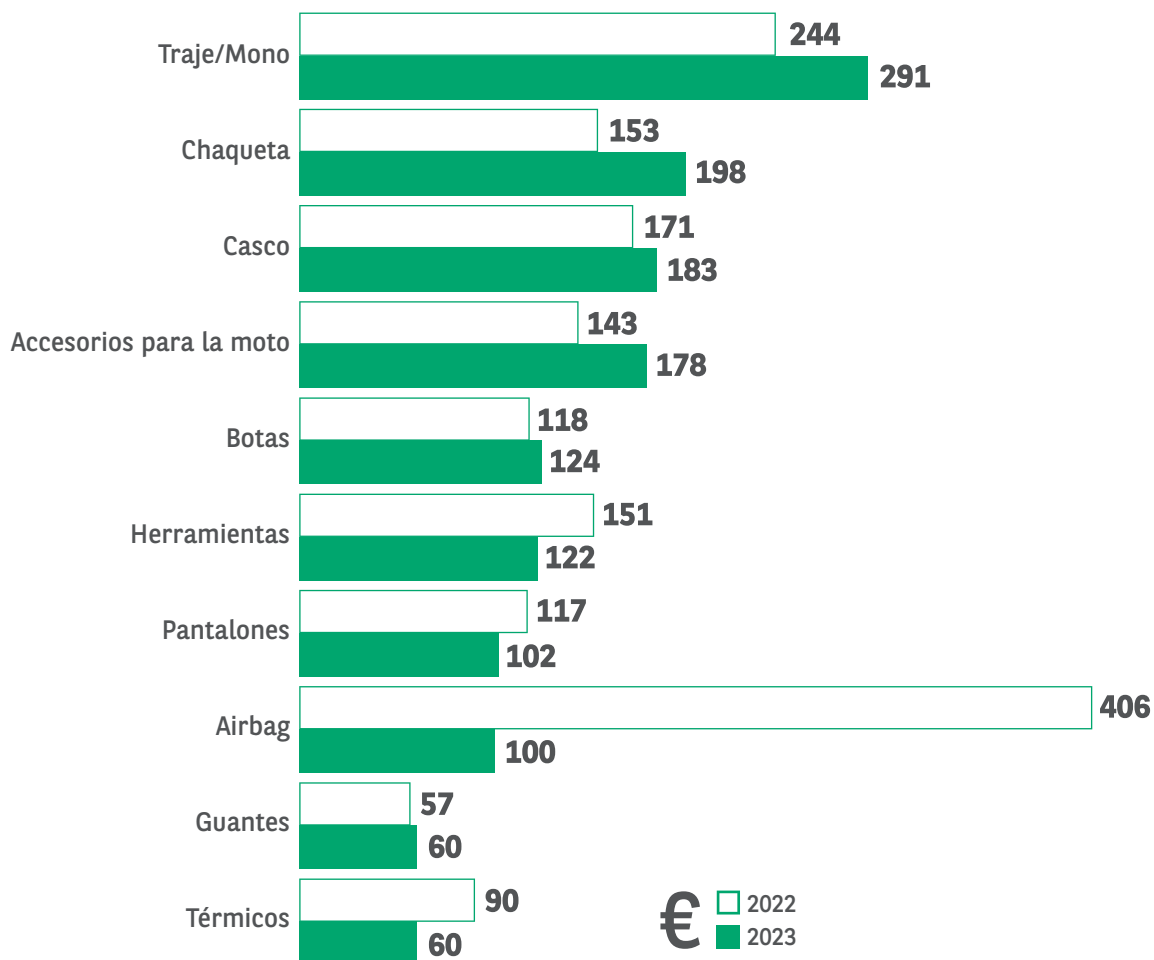
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 54% de los que han comprado accesorios de moto afirma haberlos adquirido en un concesionario o

tienda física multimarca. El siguiente canal de compra preferido por los consumidores es internet con un 31%

de menciones, manteniendo el mismo porcentaje que en 2022.

¿Cuánto te gastaste en la compra de los accesorios para la moto? (Respuesta abierta numérica)



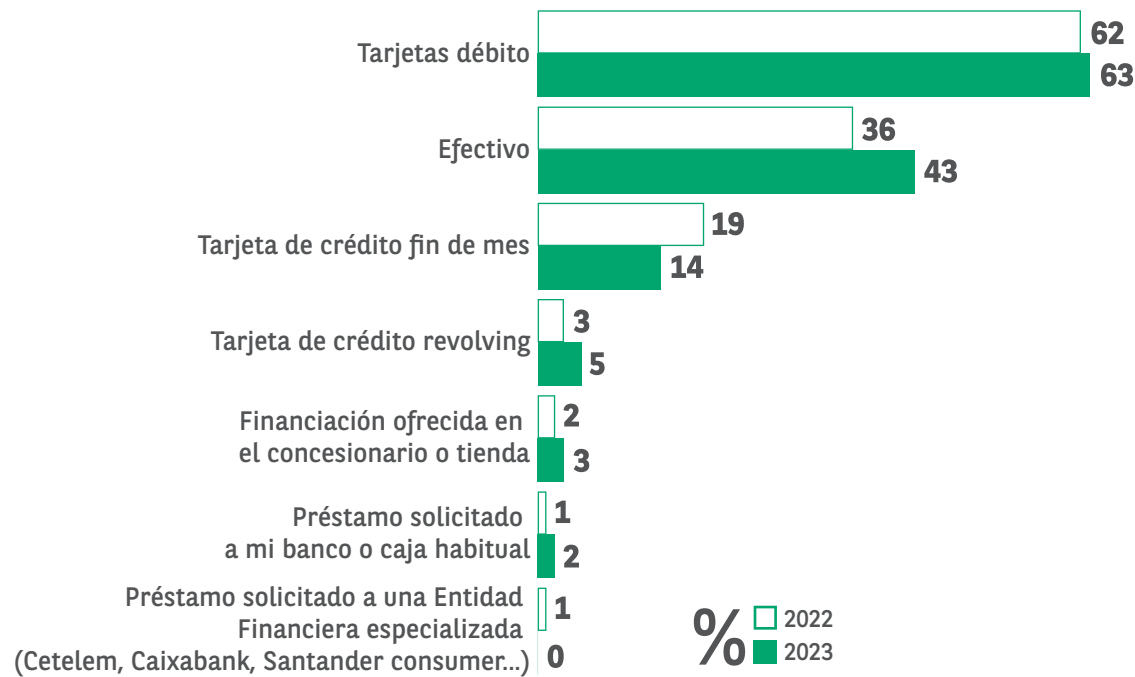
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El ranking de gasto en accesorios cambia notablemente respecto a los datos de 2022. En 2023 el mayor desembolso se ha realizado en las com-

pras de trajes/monos con una media de 291€ y una subida del 19% respecto al año anterior. Por detrás encontramos las chaquetas con 198€

de media y una subida del 29% respecto a 2022, y los cascos con 183€ y una ligera subida del 7%.

¿Qué medios de pago utilizaste para la compra de tus accesorios para la moto?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

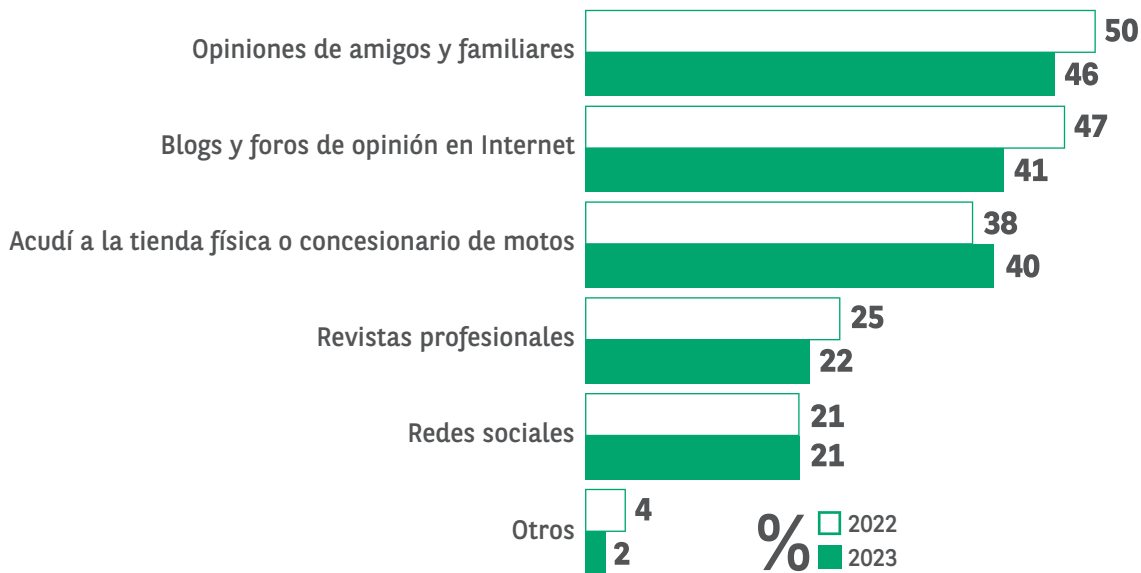
El medio de pago más utilizado a la hora de comprar accesorios para la moto ha sido el pago mediante tar-

jeta de débito con el 63% de las menciones. El pago en efectivo es el siguiente en el ranking con un 43%

de declaraciones, creciendo 7 puntos respecto al año anterior.

En el proceso de compra de tu ciclomotor, motocicleta y/o accesorios ¿Qué fuentes de información utilizaste?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

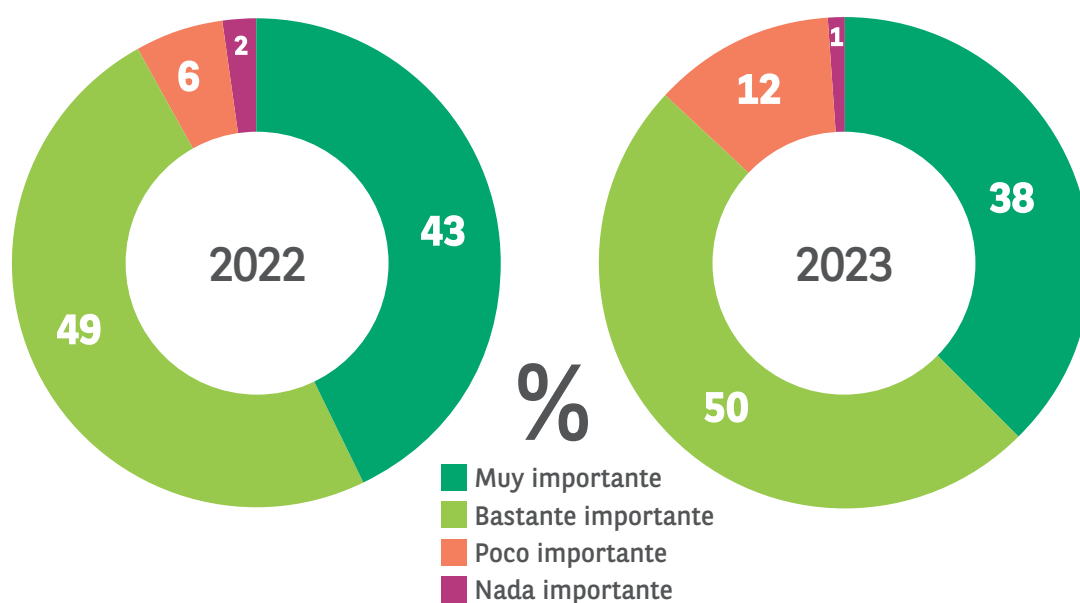
El ranking de fuentes de información utilizadas por parte de los consumidores españoles a la hora de comprar cualquier producto relacionado con el sector de la moto no sufre variaciones respecto al año anterior. En

los datos de este año vuelven a ser las opiniones de amigos y familiares las que con un 46% de menciones ocupan el primer puesto con un descenso de 4 puntos porcentuales. Le siguen las consultas de blogs y foros

de opinión en internet con un 41% (47% en los datos de 2022) y el hecho de acudir al concesionario o tienda de motos con un 40% de menciones (+2 puntos vs 2022).

MI MARCA Y MI CONCESIONARIO

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

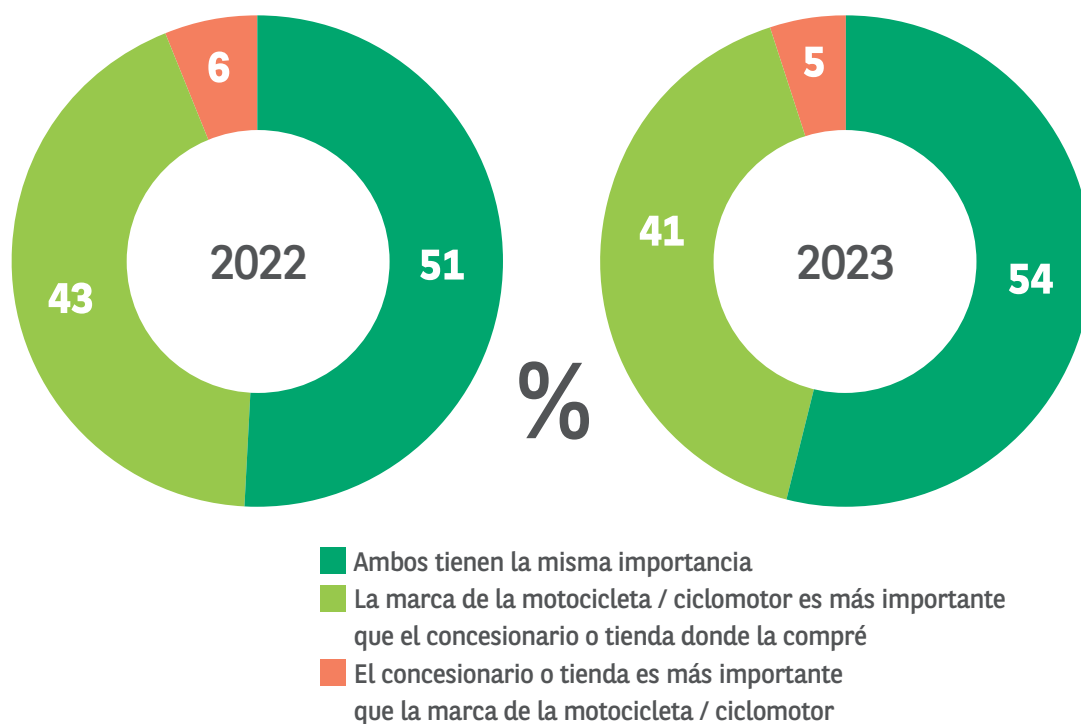
Casi la totalidad de los encuestados considera la marca importante a la

hora de comprarse una motocicleta o ciclomotor. Tan solo es el 12% el que

la considera poco importante y el 1% el que la considera nada importante.

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

(% Respuesta única)



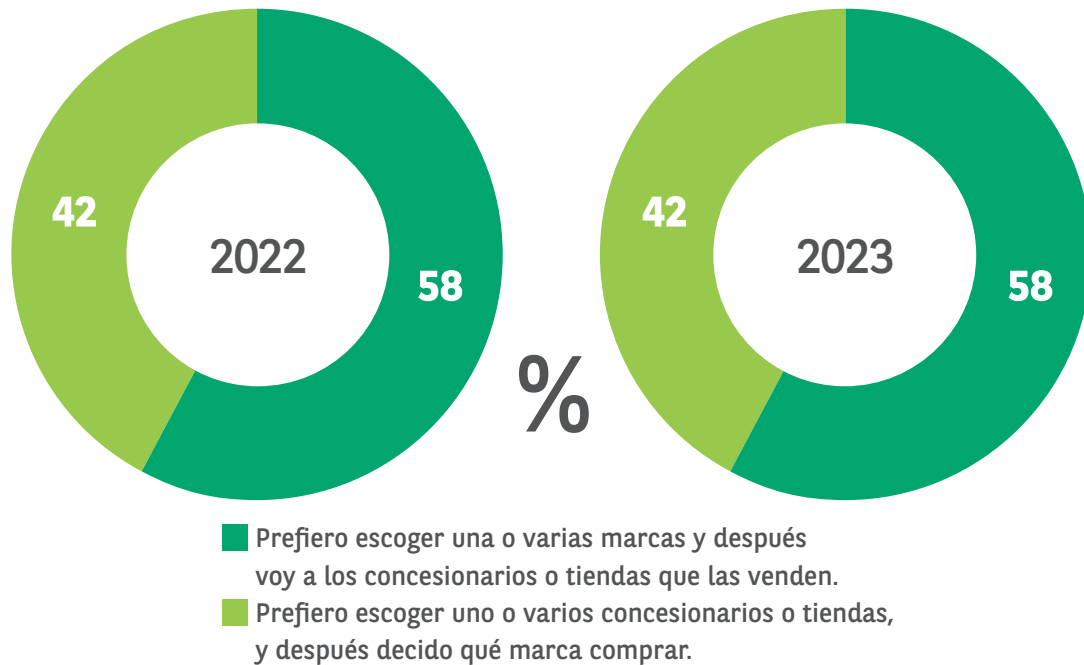
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

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 54%, 3

puntos por encima del año anterior. Los que opinan que la marca de la moto es más importante que el concesionario o tienda donde la compran descienden al 41%, destacando en

este aspecto los consumidores de 35 a 44 años con el 44% de menciones. Por último, tan solo el 5% 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)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

A la hora de comprar una moto, el 58% prefiere escoger una o varias marcas y después ir a los concesionarios o

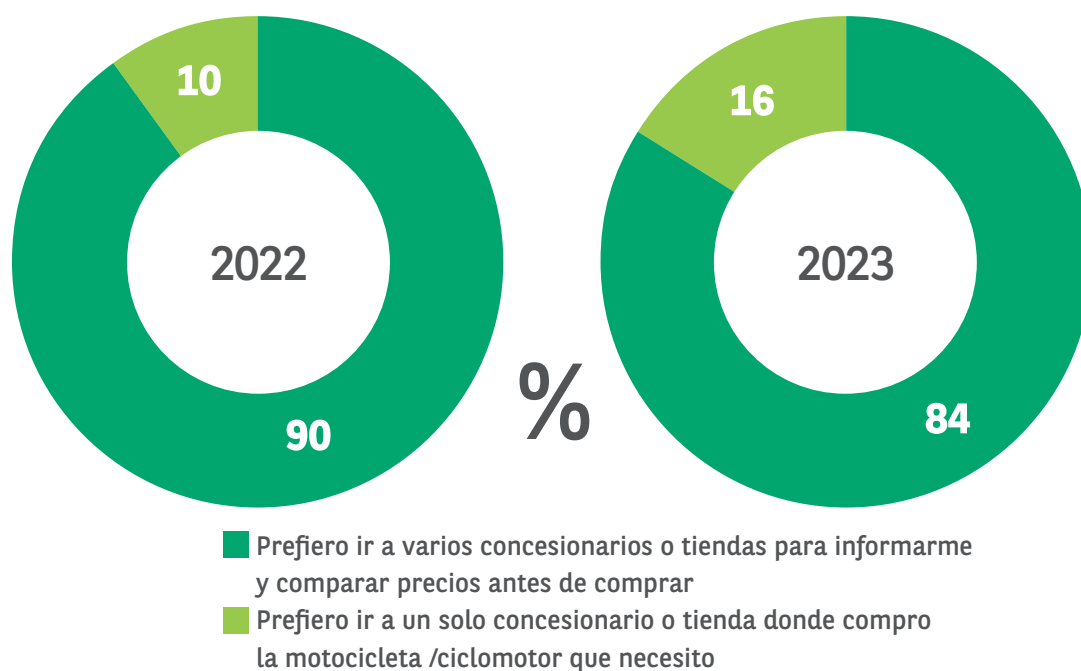
tiendas que las vendan, mismo porcentaje del año anterior. En este aspecto destacan los mayores de 45

años con un 64% 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)



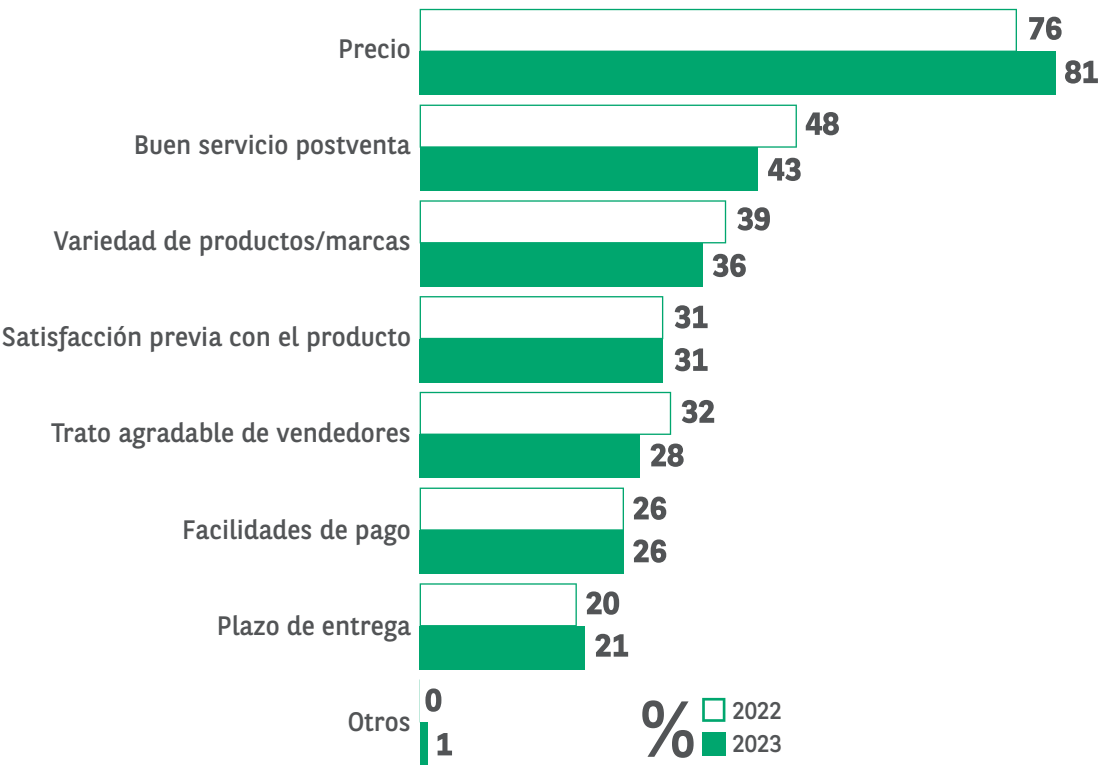
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

La gran mayoría de los conductores 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.

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

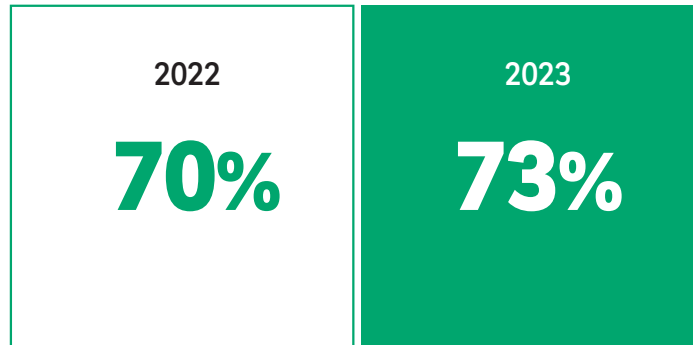
Igual que ocurría en los datos del año anterior, el precio con el 81% es el motivo principal por el que los

conductores optarían por comprar en un establecimiento concreto. Le siguen con un 43% el buen servicio

de postventa y con un 36% la variedad de productos/marcas.

¿Tienes intención de volver al establecimiento donde compraste la última moto?

(Respuesta única: sí - no)

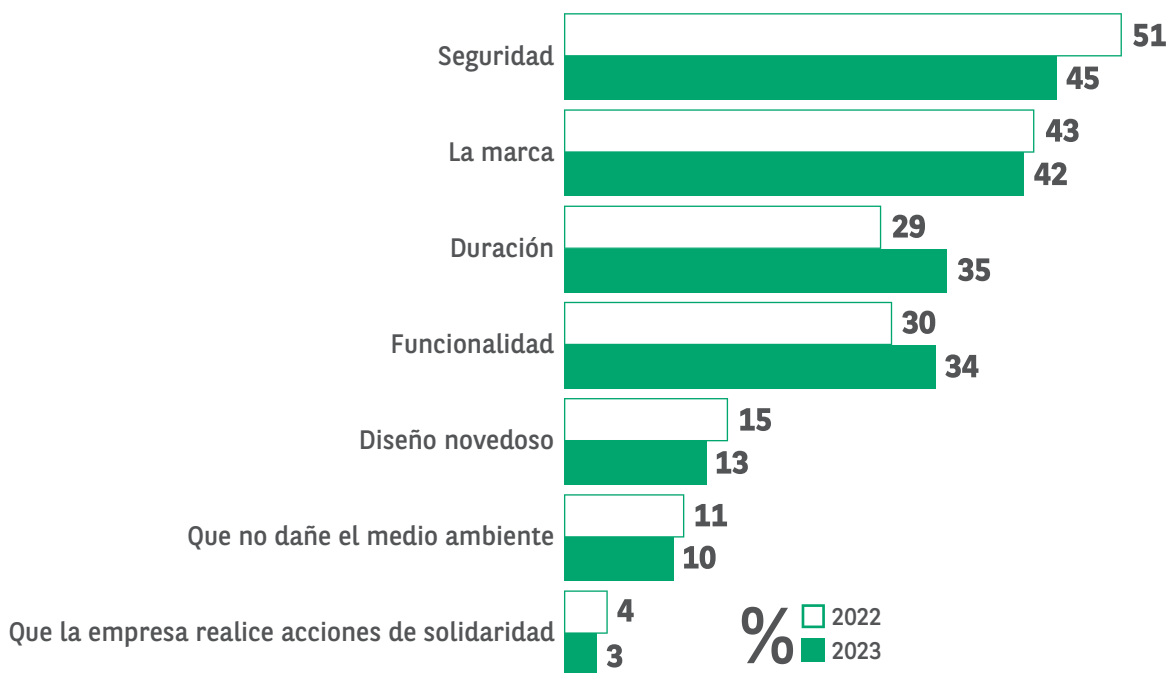


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 73% de los consumidores encuestados tiene intención de volver a comprar al establecimiento donde compró la última moto, 3 puntos por encima de 2022.

A la hora de comprar una moto, elige los dos aspectos que más valoras entre los siguientes:

(% Respuesta múltiple)



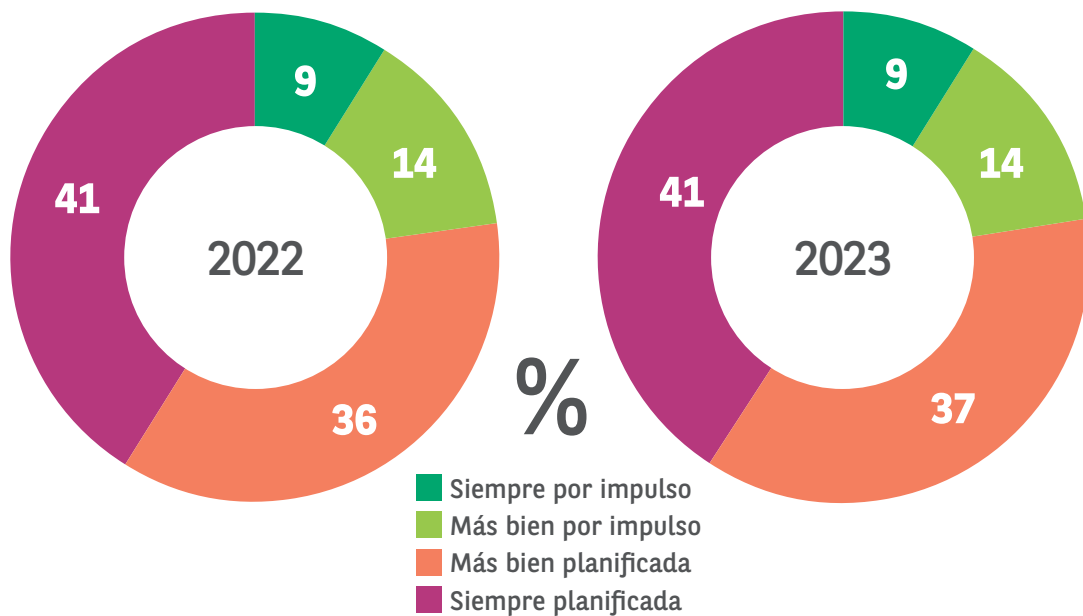
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los aspectos más valorados por los consumidores a la hora de comprar una moto son, en primer lugar, la

seguridad con un 45%, la marca con un 42% de menciones y la duración con un 35%. Duración y funcionalidad

son los únicos aspectos que aumentan su porcentaje de menciones respecto al año anterior.

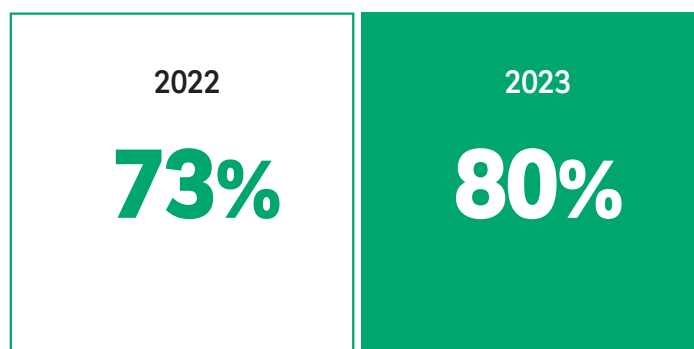
A la hora de comprar una moto, ¿haces compras imprevistas, por impulso o planificadas? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

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

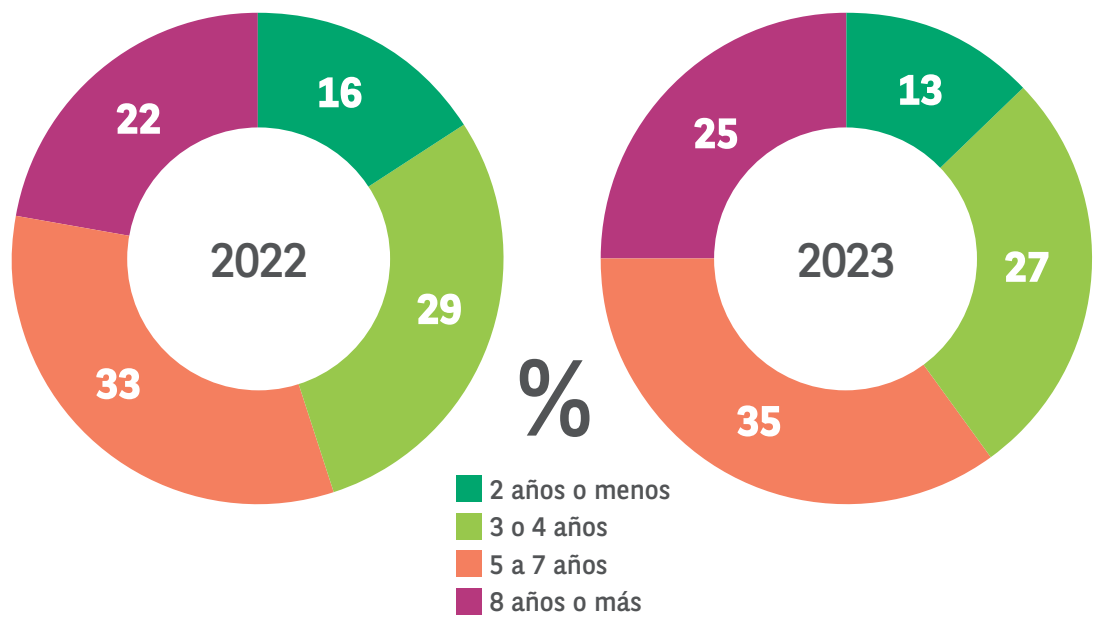
¿Compraría una moto Km 0 en lugar de una nueva? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 80% de los conductores compraría una moto km 0 en lugar de una nueva, aumentando este porcentaje en unos significativos 7 punto porcentuales respecto al año anterior.

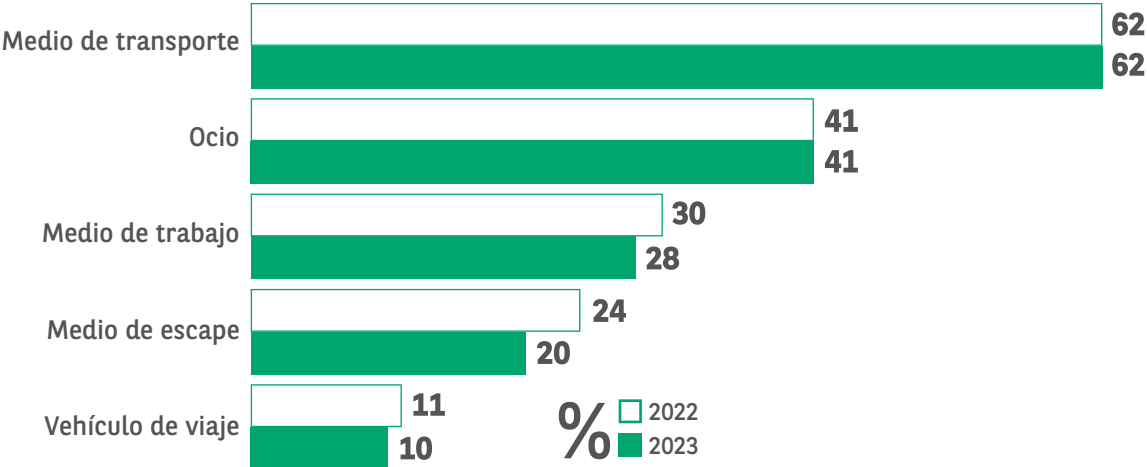
¿Cuál es, en tu opinión, el plazo óptimo de renovación de una moto?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

De 5 a 7 años es el plazo óptimo de renovación de una moto para el 35% de los usuarios en general. Los jóvenes de 18 a 24 destacan por encima de la media en este periodo de renovación con un 47% de menciones.

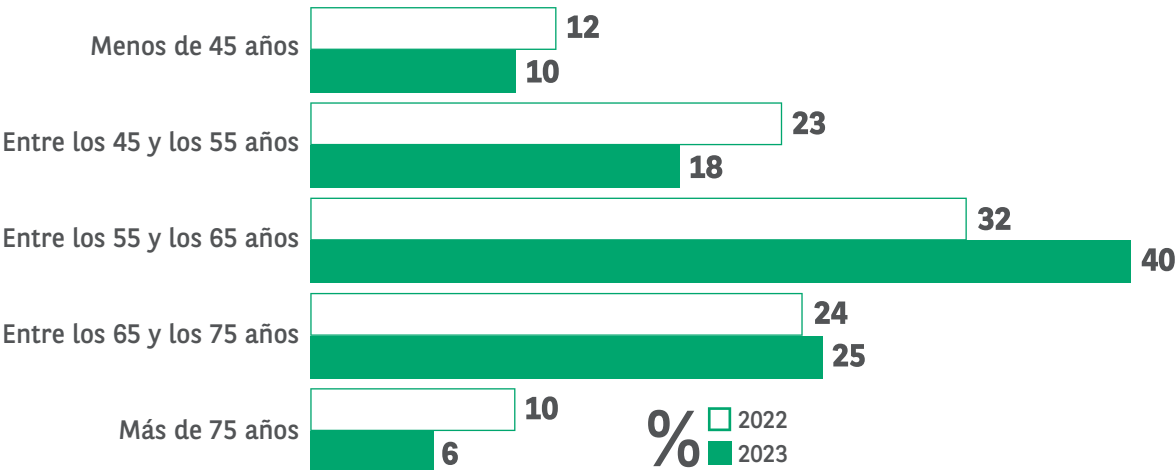
Consideras la moto como...
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Para el 62% de los usuarios encuestados la moto es un medio de transporte (mismo porcentaje que en 2022). Con un 41% continúan los usuarios que consideran la moto como ocio (41% también en 2022) y para un 28% es tan solo una herramienta de trabajo (30% en 2022).

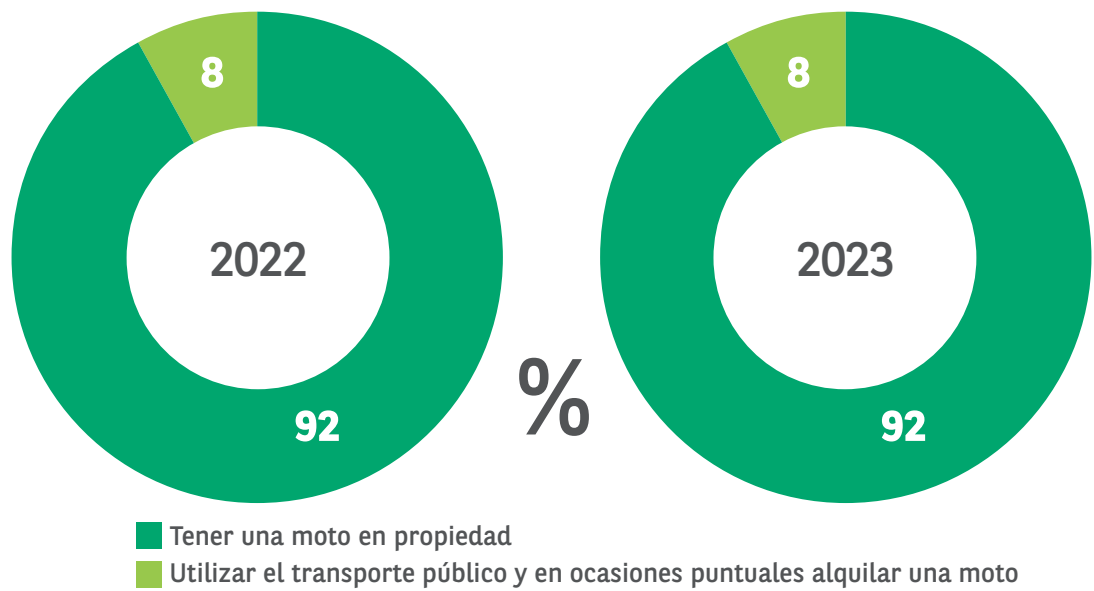
¿Hasta qué edad estimas que seguirás conduciendo tu moto?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

La mayoría de los usuarios (40%) cree que seguirá conduciendo su moto hasta los 65 años. Tan solo el 6% (10% el año anterior) cree que seguirá conduciendo después de los 75 años.

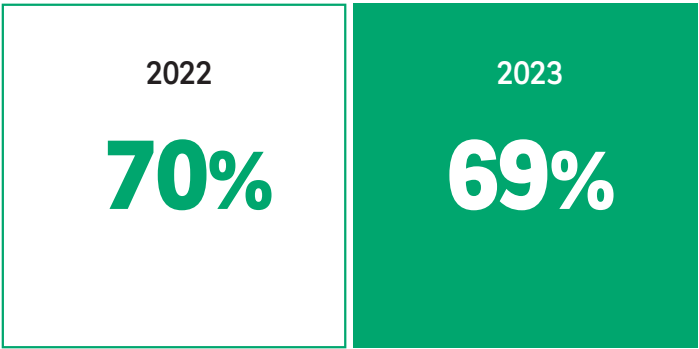
Entre las siguientes opciones ¿cuál prefieres?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

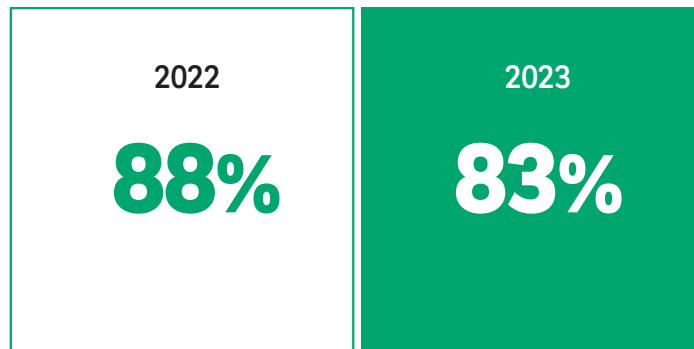
Igual que ocurría el año anterior, casi la totalidad de usuarios (92%) prefiere tener una moto en propiedad a utilizar el transporte público y alquilar motos en ocasiones puntuales.

En la elección de tu próxima moto, ¿prestarás atención a que sea poco contaminante?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Y, ¿tendrás en cuenta el consumo de carburante? (Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

La mayoría de los usuarios (69%) tendrá en cuenta la contaminación que provoque su próxima moto antes de comprarla. También tendrán en

cuenta el consumo de carburante el 83% de los usuarios encuestados. Tanto en el caso de la contaminación como en el del consumo, los usuarios

de 25 y 34 años son los que muestran más interés y los que destacan por encima de la media.



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: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los 3 aspectos en los que los usuarios estarían dispuestos a reducir el nivel de las prestaciones para poder

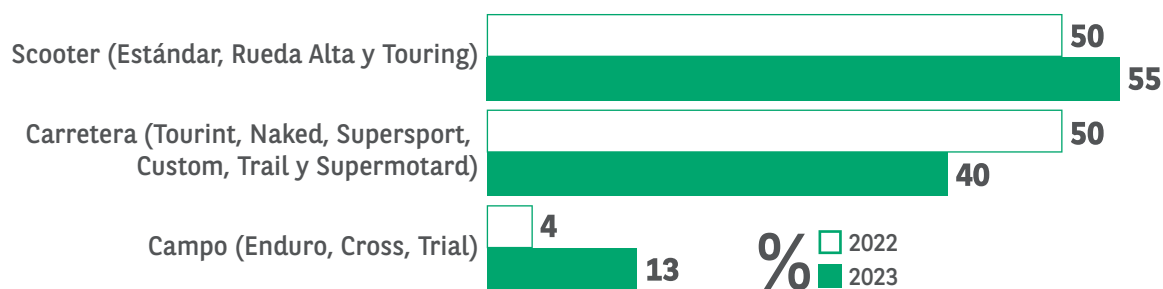
acceder a precios más bajos son, en primer lugar, la imagen/prestigio (38%), el equipamiento (32%) y la ele-

gancia en el diseño (30%), tal y como ocurría el año anterior.

MI FUTURA MOTO

Has dicho que tienes intención de comprar una moto en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de moto tienes pensado adquirir?

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

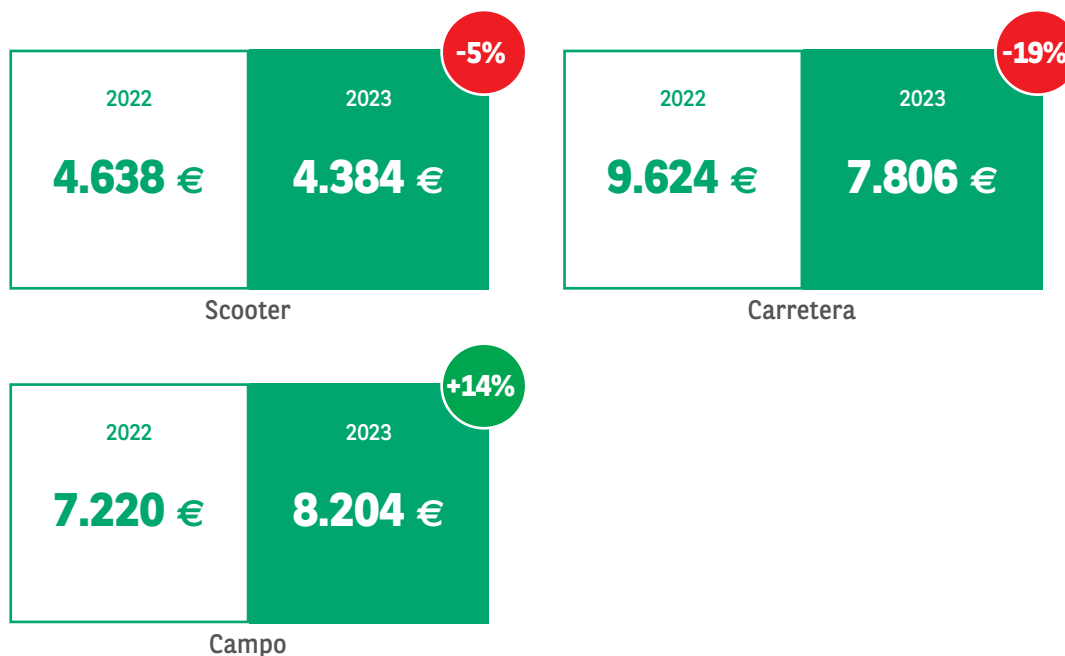
Entre los conductores que pretenden comprar una moto durante el próximo año (7%), encontramos a los que prefieren las scooters como primera opción con el 55% de las menciones (5 puntos porcentuales por encima de la intención del año anterior), opción

preferida por los usuarios de 35 a 44 años con un 69% de menciones. Al mismo nivel aparecen las motos de carretera un otro 40%, descendiendo en 10 puntos respecto a 2022, y siendo las preferidas por la mayoría de jóvenes de 18 a 24 años. Por

último, optarán por las motos de campo el 13% de los usuarios, estando de nuevo los más jóvenes de 18 a 24 años por encima de la media con un 34% de menciones.

¿Cuánto dinero piensas destinar a la compra de tu próximo ciclomotor o motocicleta?

(Respuesta abierta numérica)



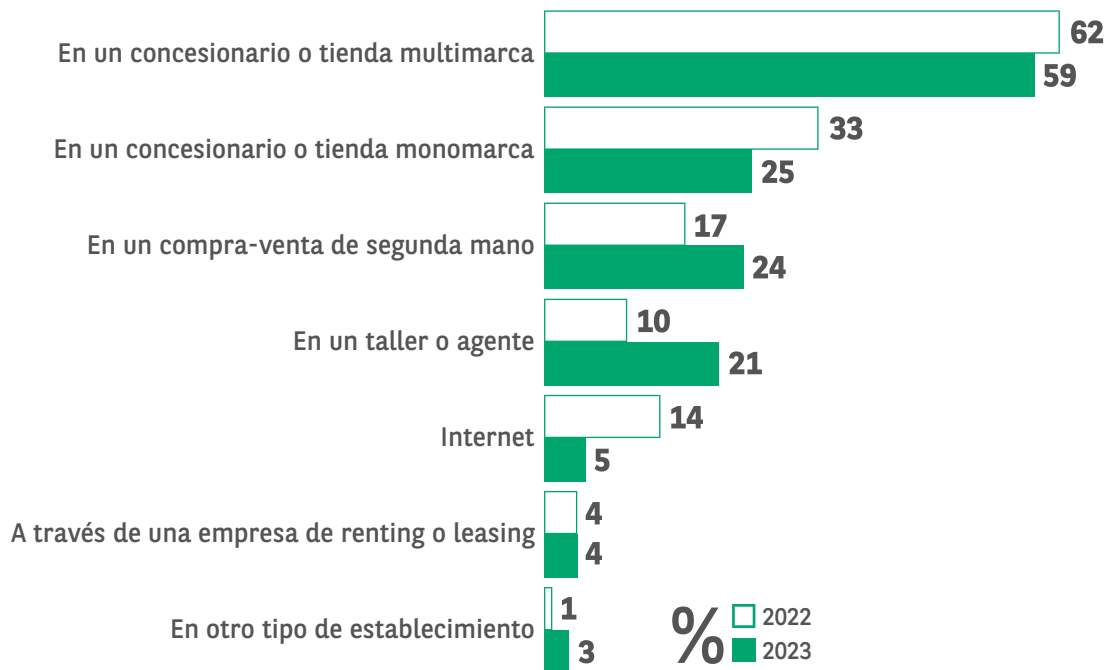
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El gasto medio total que pretenden realizar los consumidores encuestados es de 6.798€, un 5% menos de lo que pensaban destinar el año anterior.

Si separamos por categoría, las motos de campo pasan a ser en las que se hará un desembolso mayor, con un importe medio de 8.204€, un 14% más que en 2022. También hay

que destacar la caída del 19% en el gasto medio que pretenden realizar en las motos de carretera, descendiendo hasta los 7.806€ de media.

¿Dónde pretendes adquirir tu futura motocicleta/ciclomotor?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

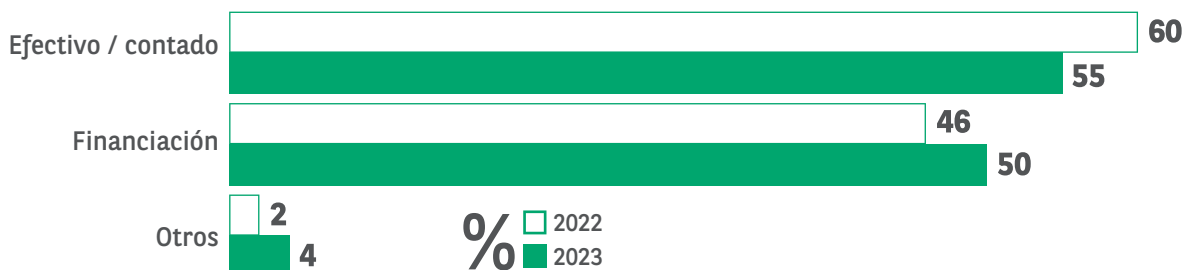
El 59% de los usuarios pretende adquirir su próxima moto en un concesionario o tienda multimarca, destacando muy por encima de la media

los usuarios de 35 a 44 años con un 65% de menciones. Aumentan respecto al año anterior los porcentajes de conductores que prefieren com-

prar su moto en compra-venta de segunda mano y en talleres o mediante agente.

¿Qué medio de pago utilizarás para la futura compra de tu ciclomotor o motocicleta?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

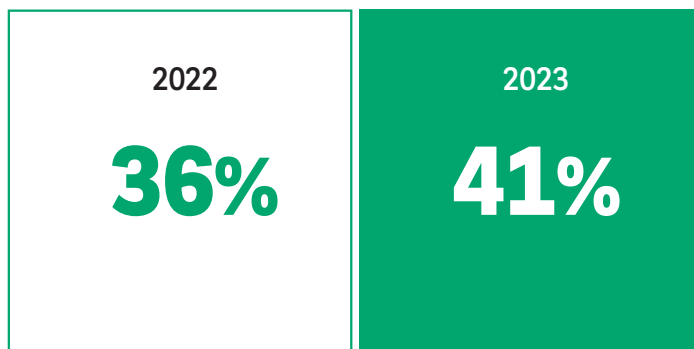
El pago en efectivo será el más utilizado, concretamente por el 55% de los futuros compradores de motos

(aunque este año desciende en 5 puntos), seguido por los usuarios que optarán por la financiación, que apa-

recen con un 50%, aumentando en 4 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Y, ¿tienes intención de adquirir accesorios de moto en los próximos 12 meses?

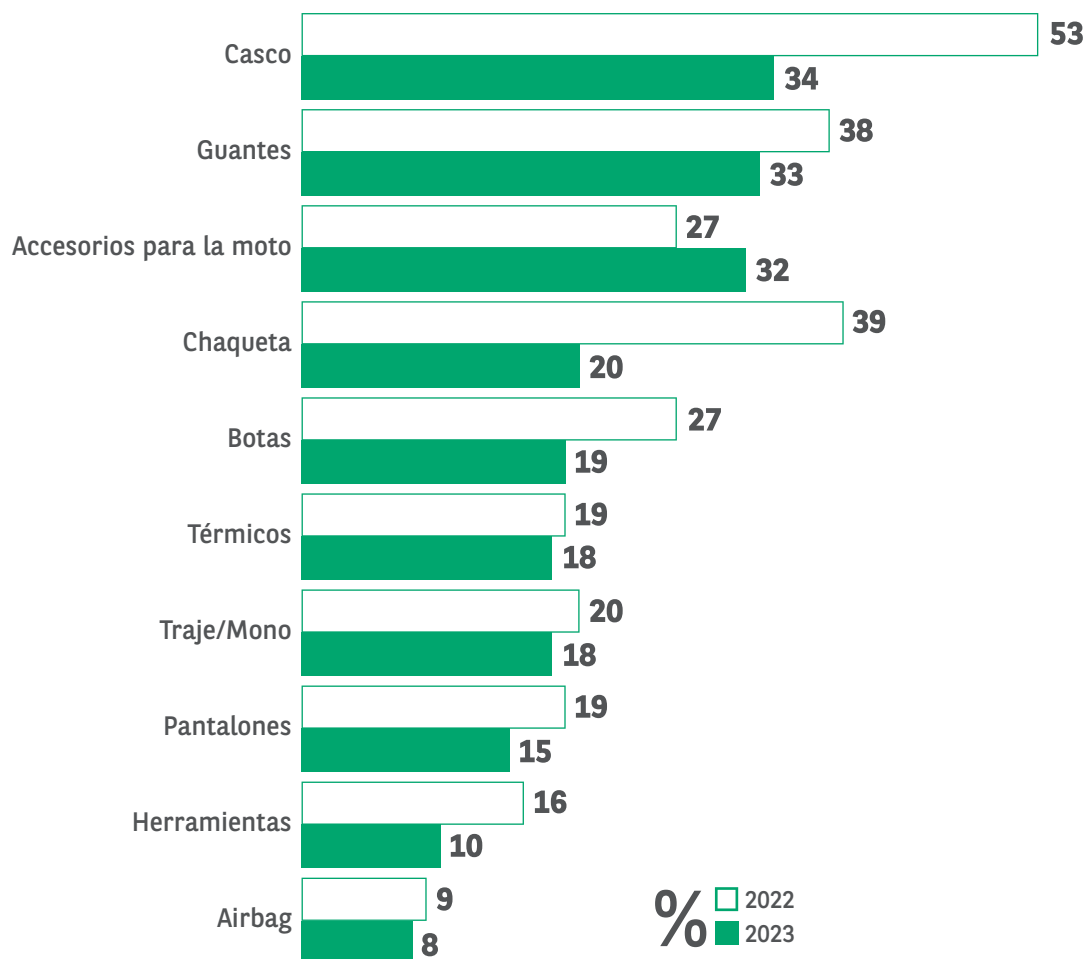
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 41% de los conductores tienen intención de comprar accesorios de moto durante el próximo año, 5 puntos por encima del dato del año anterior.

**Has respondido que tenías intención de comprar accesorios de moto en los próximos 12 meses.
¿Qué tipo de accesorios tienes pensado adquirir**
(% Respuesta múltiple)



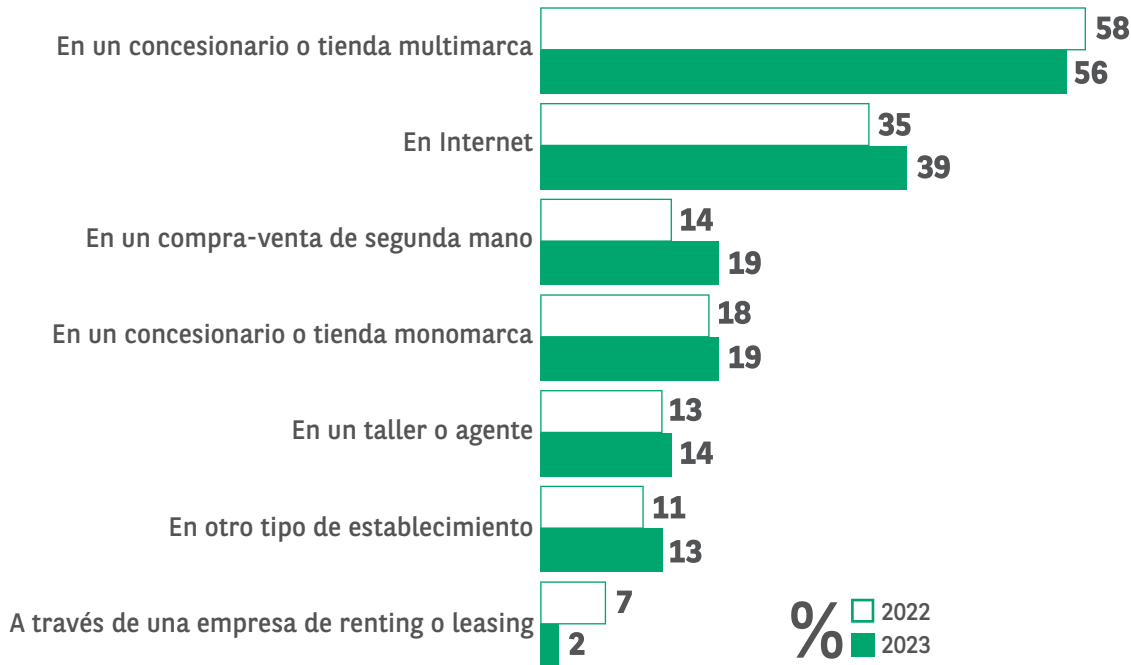
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los cascos con el 34% de las menciones, son el accesorio que más se comprará durante el próximo año, seguido por los guantes con un 33%

de los casos, y por los accesorios con un 32%. Es en estos últimos en el único caso en que se aprecia un aumento respecto al año anterior, en

el resto, apreciamos fuertes descensos, siendo los más destacables en cascos, chaquetas y botas.

¿Dónde pretendes adquirir los accesorios de motocicleta/ciclomotor?
(% Respuesta múltiple)



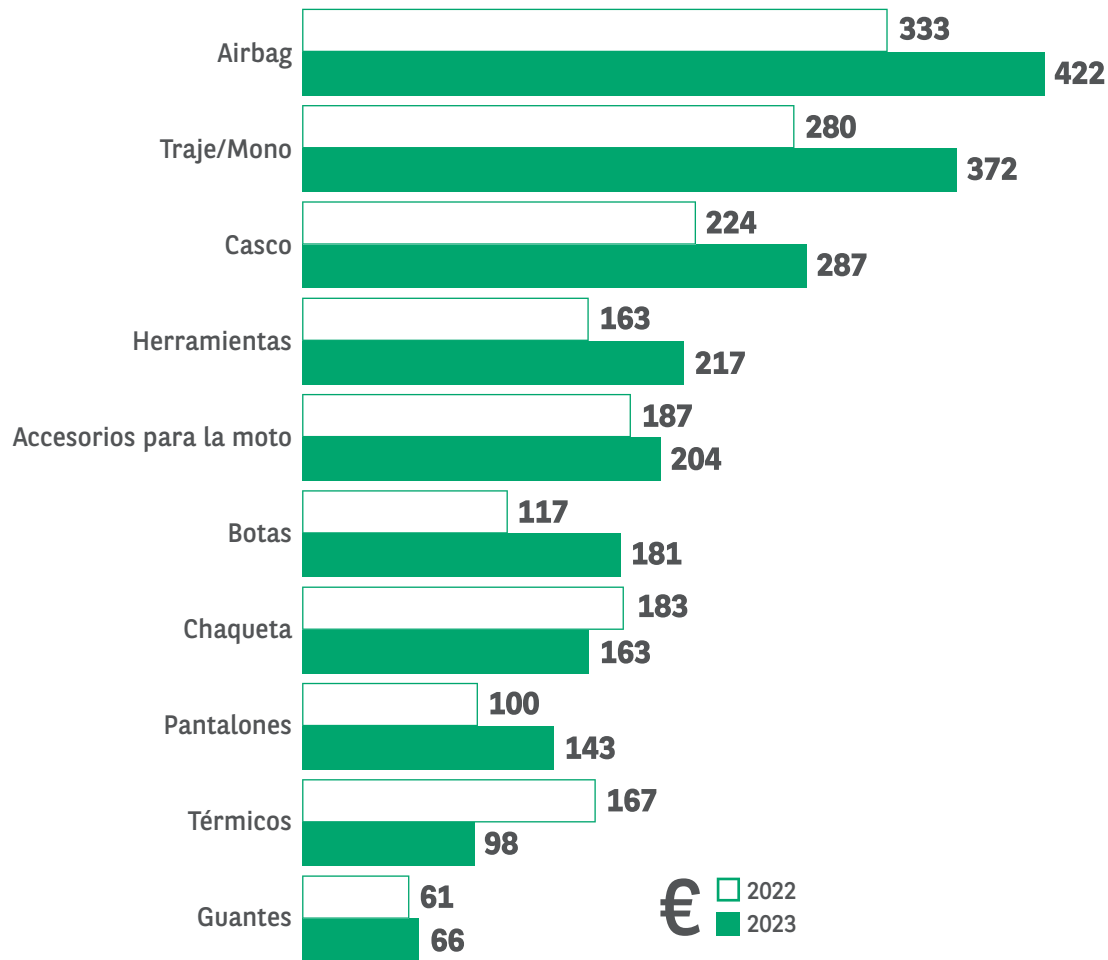
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los concesionarios o tiendas multi-marca volverán a ser los favoritos para el consumidor a la hora de com-

prar accesorios de moto, el 56% de los conductores así lo indica. De lejos con el 39% encontramos las tiendas

online y por detrás con un 19% los compra-ventas de segunda mano.

¿Cuánto dinero piensas destinar a la compra de accesorios en general?
(Respuesta abierta numérica)



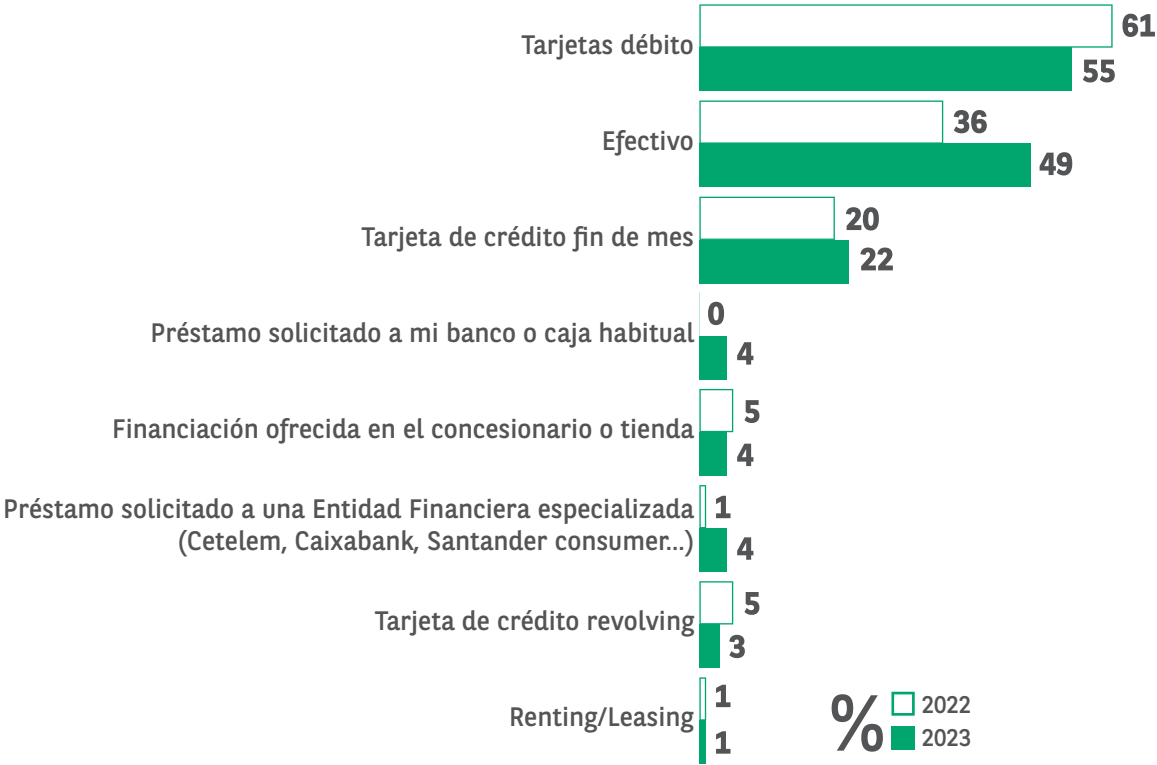
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El mayor gasto medio en la compra de accesorios de moto irá destinado a la compra de airbag, en concreto 422€ de media (+27% respecto al año

anterior). El gasto en trajes/monos es el siguiente más elevado con 372€ de media (+33%), seguido por los cascos con un gasto de 287€ (+28%).

Desciende el gasto previsto en chaquetas y térmicos en un 11% y un 42% respectivamente.

¿Qué medio de pago utilizarás para la futura compra de accesorios de motocicleta/ciclomotor?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

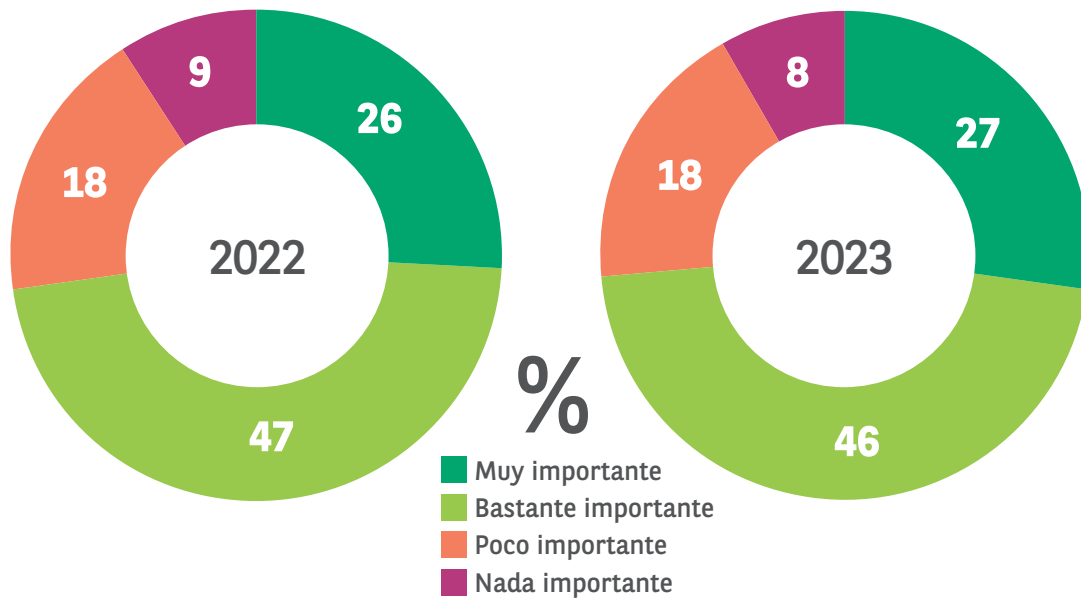
En cuanto a los medios de pago que se utilizarán para las futuras compras de accesorios de moto, en primer lugar, encontramos las tarjetas

de débito con un 55%, destacando por encima de la media los jóvenes de 35 a 44 años con un 67% de menciones. El pago en efectivo (49%) y el

pago mediante tarjeta de crédito de fin de mes (22%) serán los siguientes medios de pago más utilizados.

En tu opinión, ¿cómo es de importante la oferta de financiación a la hora de realizar la compra de una moto?

(% Respuesta única)

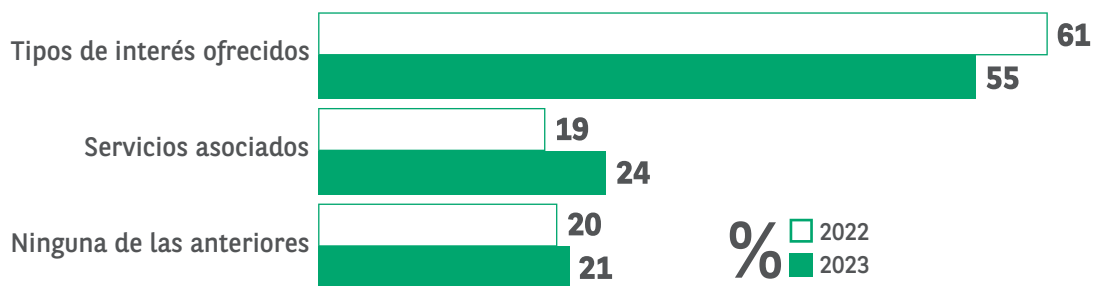


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Para el 74% de los usuarios encuestados la oferta de financiación es muy importante o bastante importante a la hora de comprar una moto. Tan solo para el 8% carece totalmente de importancia.

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

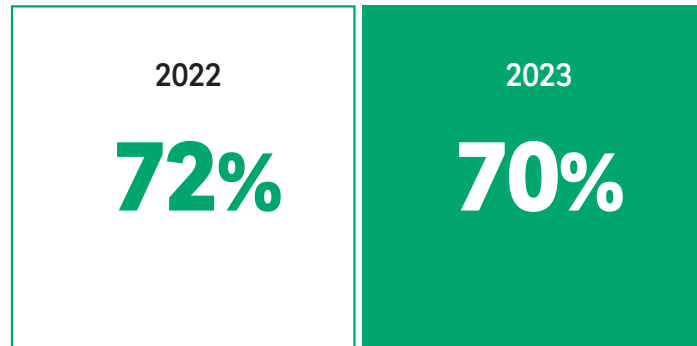
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los tipos ofrecidos es la variable que más destaca para el 55% de los usuarios encuestados, sobre todo para los mayores de 45 años con un 58% de menciones.

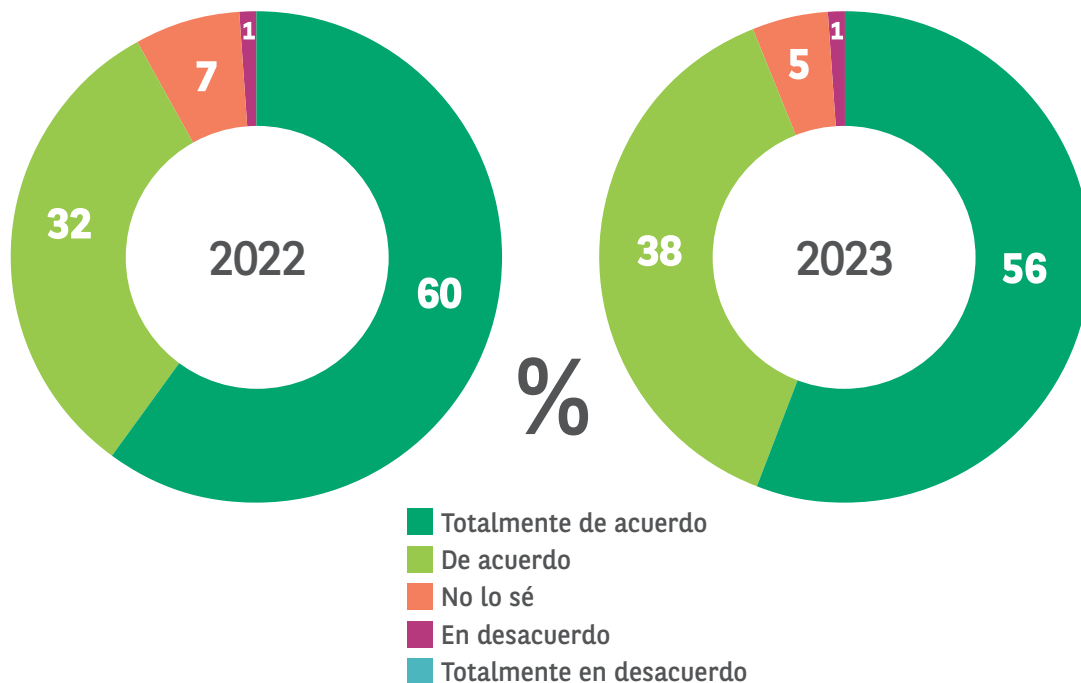
¿Consideras interesante la opción de que el concesionario o la tienda de motos te ofrezca financiación + seguro de la moto + servicios asociados?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Un 70% de los conductores encuestados considera interesante la opción de que el concesionario o la tienda ofrezca financiación + seguro + servicios, destacando entre ellos los encuestados de 25 a 34 años con un 79% de menciones.

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

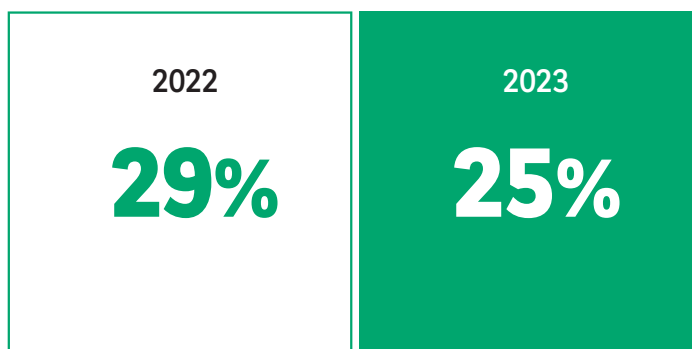


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

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.

LA MOTO ELÉCTRICA

¿Tienes intención de comprar en los próximos meses una moto 100% eléctrica?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

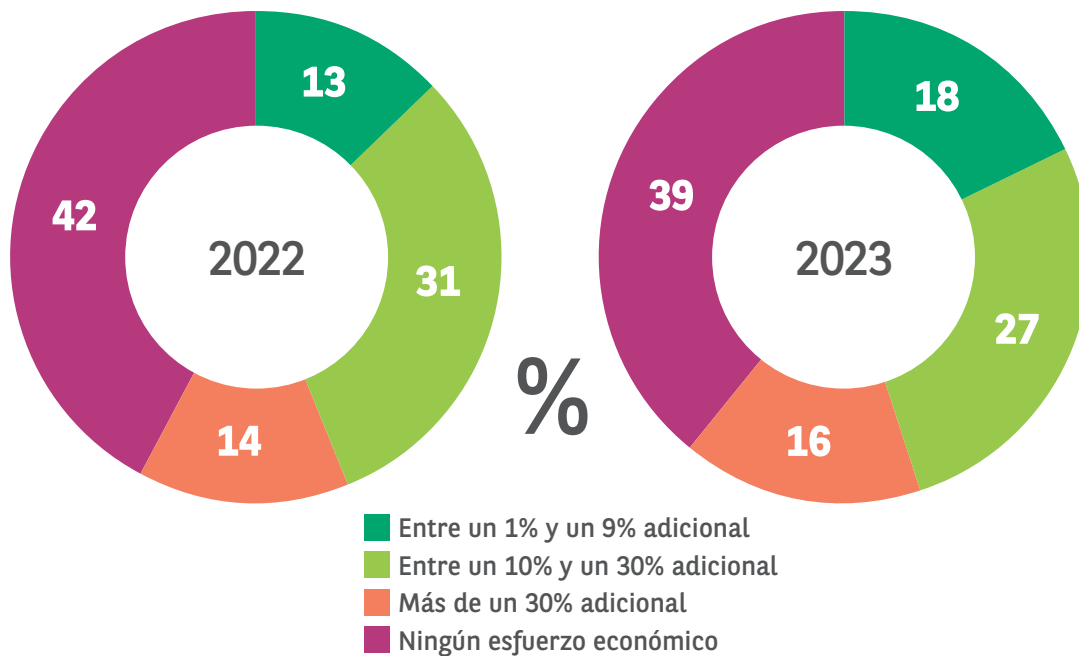
El 25% de los conductores de moto encuestados tiene intención de com-

prar una moto eléctrica en los próximos meses. Los encuestados de 35 a

44 años destacan por encima de la media con un 27% de menciones.

¿Cuál sería el máximo esfuerzo económico que estarías dispuesto a asumir para adquirir una moto eléctrica en lugar de una moto de gasolina?

(Respuesta única: sí - no)



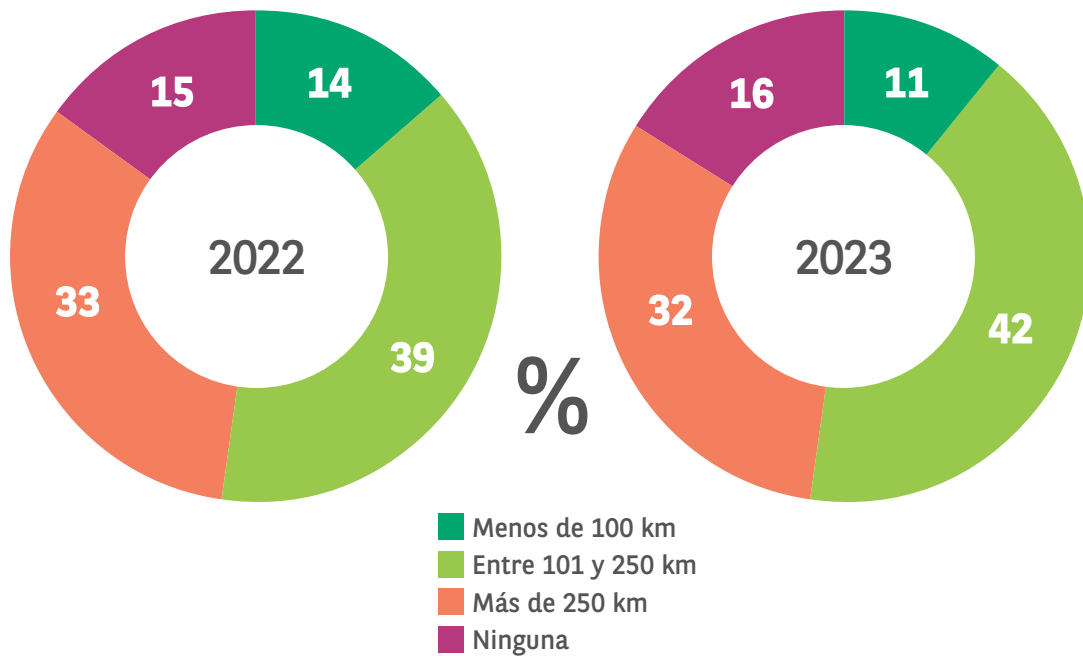
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Para el 27% de los conductores encuestados sería asumible un esfuerzo económico de entre un 10%

y un 30% adicional para comprar una moto eléctrica en lugar de una de gasolina. También encontramos con

un 39% a los usuarios que no estarían dispuestos a realizar ningún tipo de esfuerzo adicional.

¿A partir de qué nivel de autonomía estarías dispuesto a comprar una moto 100% eléctrica?
(% Respuesta única)



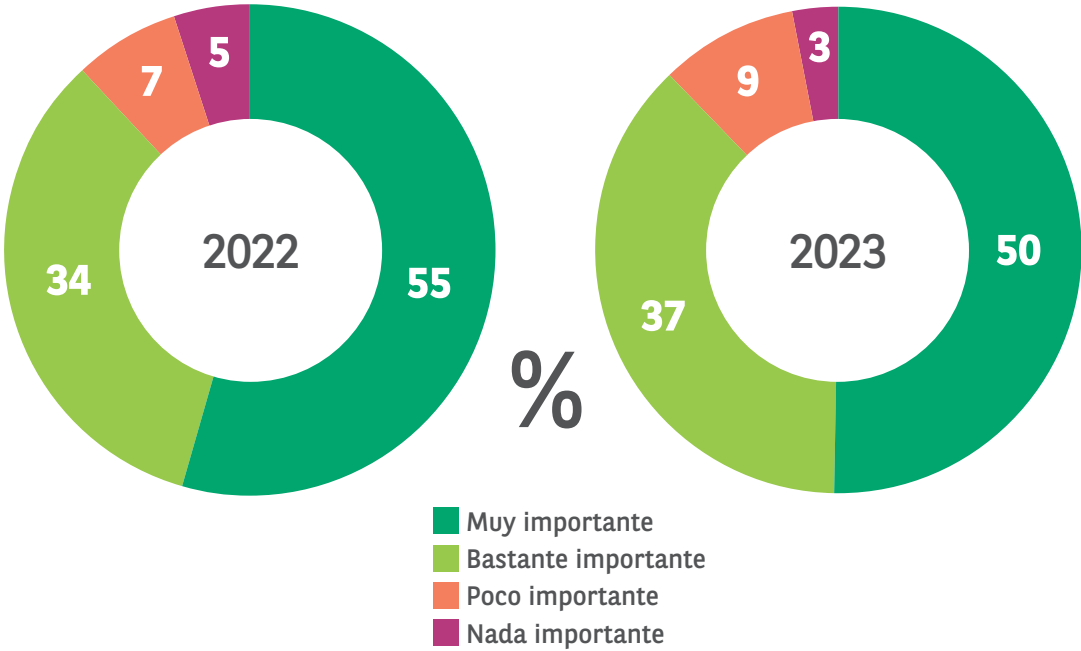
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Para el 42% de los encuestados, el nivel de autonomía por el que estarían dispuestos a comprar una moto

eléctrica debería ser de 101km a 250km como mínimo, tal y como ocurría el año anterior y aumentando este

porcentaje en 3 puntos porcentuales

¿La instalación de puntos de recarga rápida en la vía pública es importante?
(Respuesta única: sí - no)

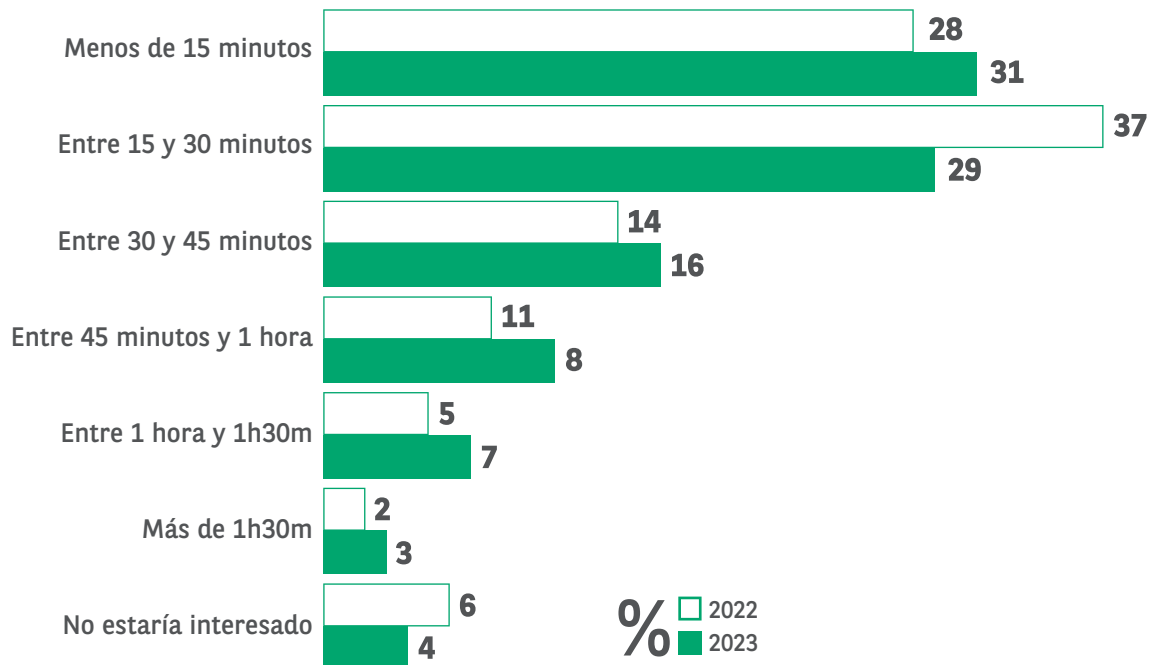


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Casi la totalidad de los usuarios encuestados (88%) 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)



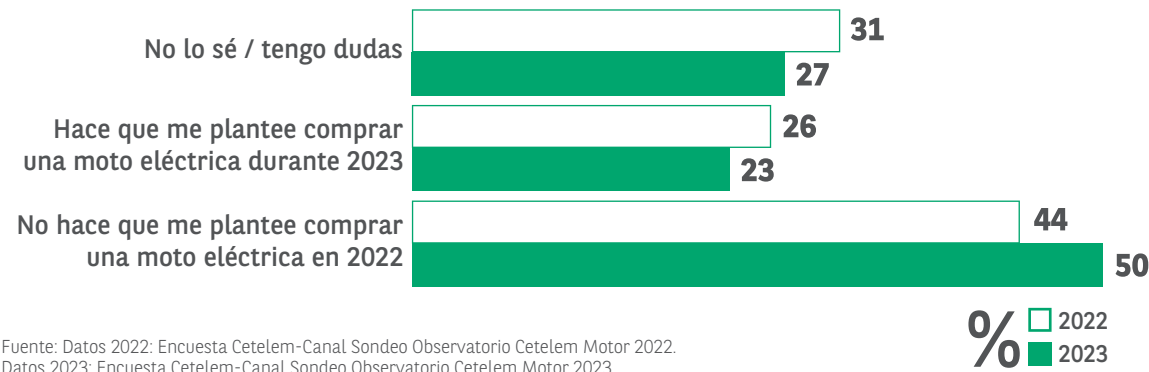
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Para el 29% de los encuestados el tiempo de carga óptimo de la batería debería ser de 15 a 30 minutos. Muy

de cerca están los conductores más exigentes con un 31% para los que el tiempo de recarga debería ser inferior

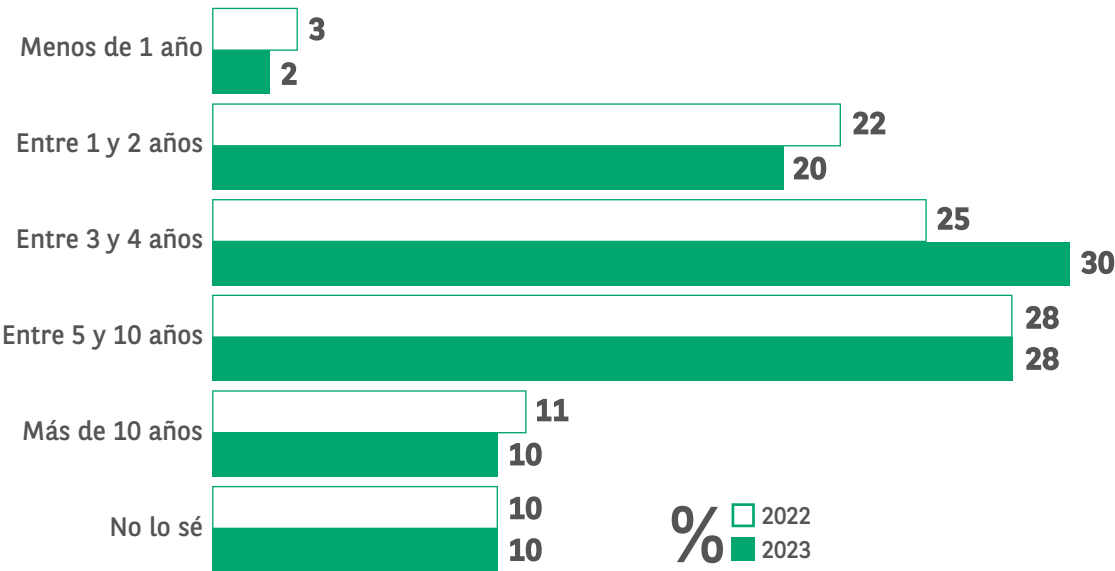
a los 15 minutos.

En la actualidad existen incentivos para la compra de una moto eléctrica como el PLAN MOVE.
¿Cómo crees que te afectará?
(% Respuesta única)



El 50% de los encuestados opina que el Plan Move no le hace plantearse la compra de una moto eléctrica en 2023. Son el 23% los que verían con buenos ojos la compra gracias a este Plan Move.

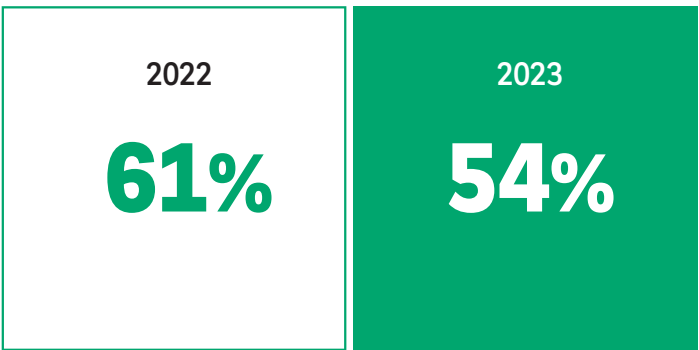
En tu opinión, ¿cuál es la vida útil de una batería?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 30% de los encuestados cree que la vida útil de una batería de moto es de 3 a 4 años, seguido por el 28% que opina que su duración es de 5 a 10 años y por el 20% que cree que durarán entre 1 y 2 años, aunque todavía hay mucho desconocimiento en este aspecto

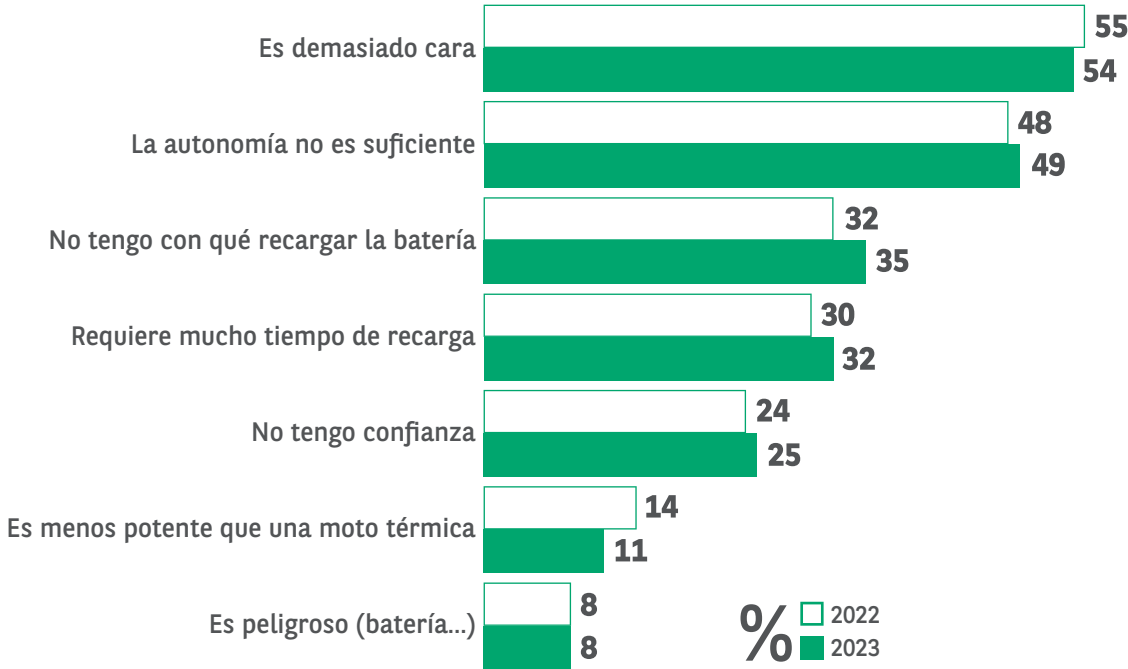
¿Crees que la moto eléctrica permite reducir los costes de utilización (es decir, mantenimiento, consumo...) en comparación con una moto de gasolina/ combustión?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Para el 54% de los encuestados, las motos eléctricas permitirán reducir los costes de utilización en comparación con una moto de gasolina (61% el año anterior).

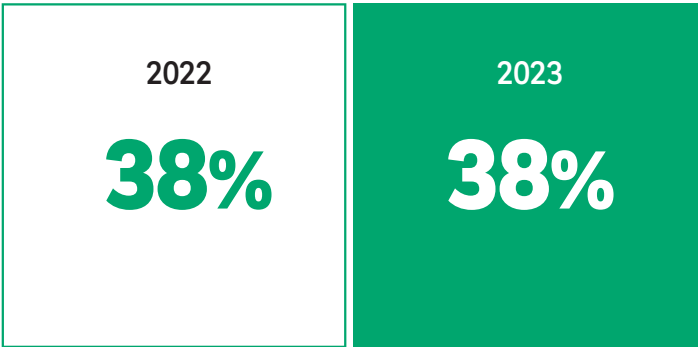
¿Cuál/es son los motivos por el que no comprarías una moto 100% eléctrica?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los motivos para no comprar una moto eléctrica más mencionados por nuestros usuarios encuestados son, en primer lugar, el elevado precio de estas motos con un 54% (55% el año anterior), seguido por la poca autonomía con un 49% (48% el año anterior) y por la falta de puntos de recarga con un 35% (32% el año anterior).

¿Estarías interesado en utilizar una moto eléctrica mediante un sistema de alquiler?
(Respuesta única: sí - no)

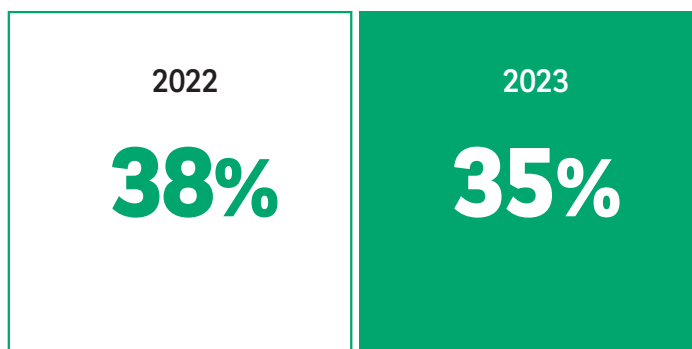


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Para el 38% de los encuestados, la opción de usar una moto eléctrica mediante un sistema de alquiler les resultaría interesante, destacando por encima de la media en este aspecto los encuestados de 18 a 25 años con un 49%.

RENTING

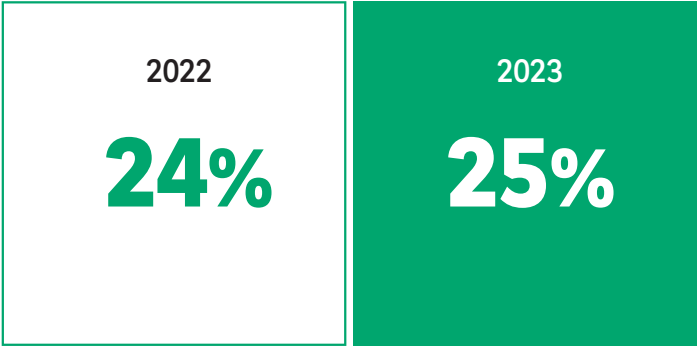
¿Conoces el renting a particulares para moto?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 35% de los conductores conoce el renting a particulares para moto, destacando por encima de la media los más jóvenes de 18 a 24 y de 25 a 34 con un 45% de menciones para ambos rangos de edad.

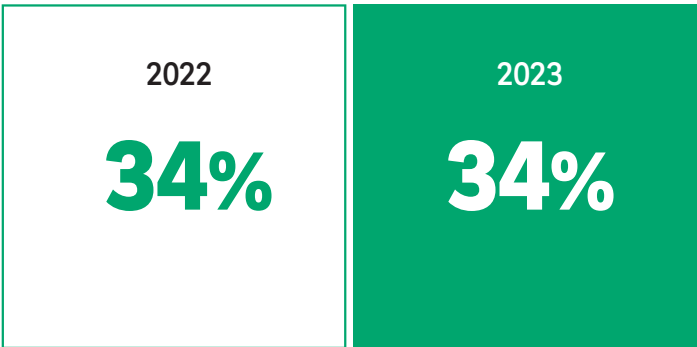
¿Has adquirido tu moto a través de renting?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 25% de los que han respondido que conocen el renting a particulares, afirma haber adquirido su moto mediante este método.

¿Estarías dispuesto a adquirir tu moto a través de renting?
(Respuesta única: sí - no)

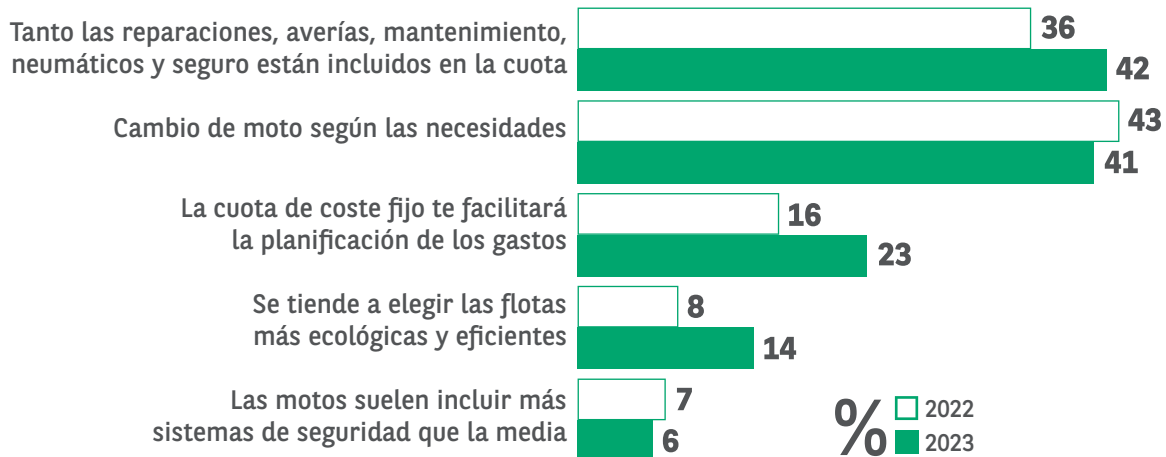


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Un 34% de los que han respondido que conocen el renting a particulares pero que no lo ha usado, estaría dispuesto a adquirir su moto mediante este método, mismo porcentaje que el año anterior.

¿Cuáles son los puntos positivos de adquirir tu moto a través de renting?

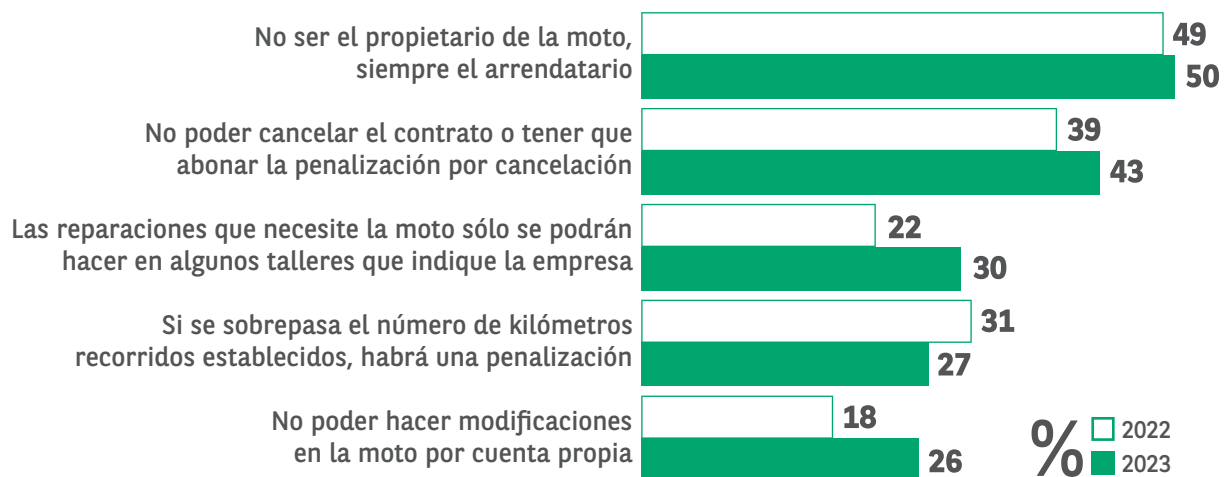
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Y, ¿cuáles son los puntos negativos de adquirir tu moto a través de renting?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

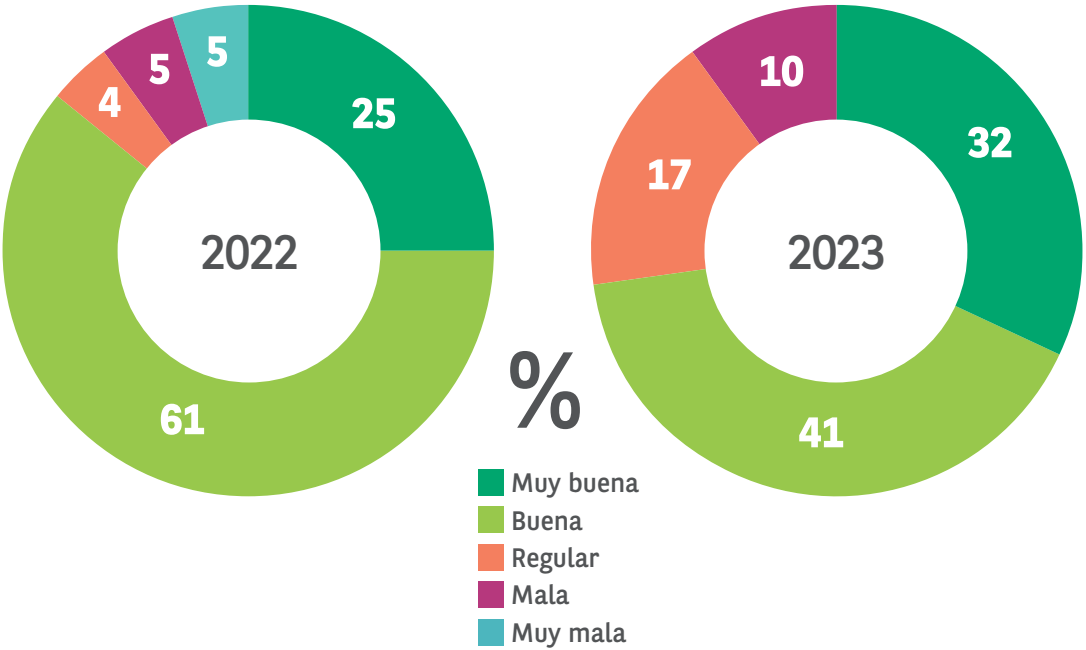
Los 3 principales puntos positivos de adquirir tu moto a través de renting son: en primer lugar, las reparaciones y mantenimiento sin coste adicional con un 51%, seguido por la ausencia de cuota de entrada con un

42% y poder cambiar de moto según tus necesidades con un 41%.

Por otra parte, los 3 principales puntos negativos de adquirir tu moto a través de renting son: en primer

lugar, no ser el propietario de la moto con un 50%, seguido por no poder cancelar el contrato o abonar la penalización con un 43% y por no poder elegir el lugar donde reparar la moto con libertad con un 30%.

¿Valoras tu experiencia con el renting de forma positiva? ?
(Respuesta única: sí - no)

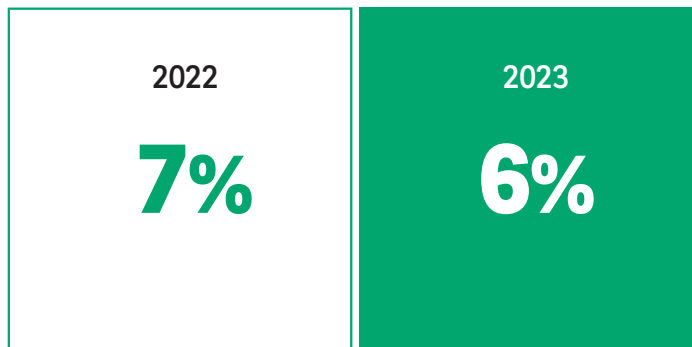


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 73% de los que han adquirido su moto a través del renting valora su experiencia como buena o muy buena. Tan solo un 10% lo valora como una experiencia mala.

MOTOSHARING

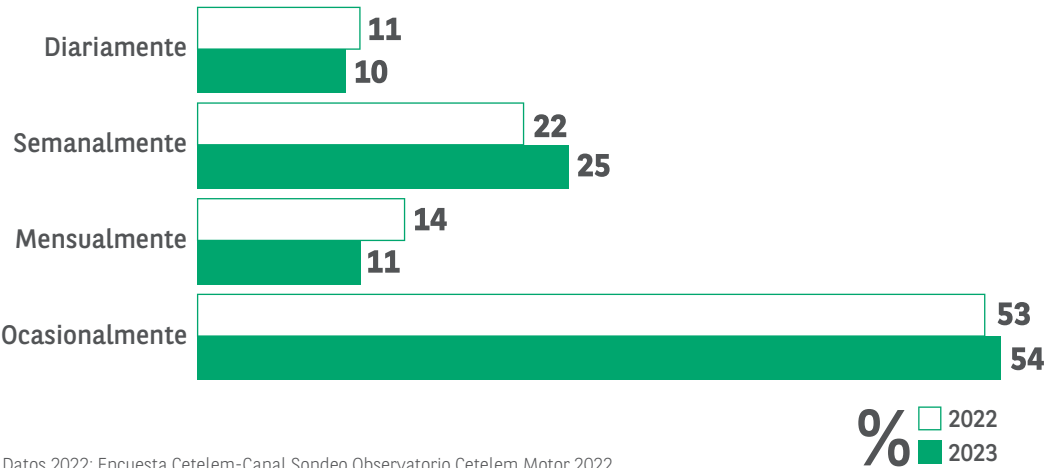
¿Has utilizado en alguna ocasión el motosharing?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Tan solo el 6% de los conductores encuestados ha utilizado el motosharing en alguna ocasión (-1 punto respecto al año anterior).

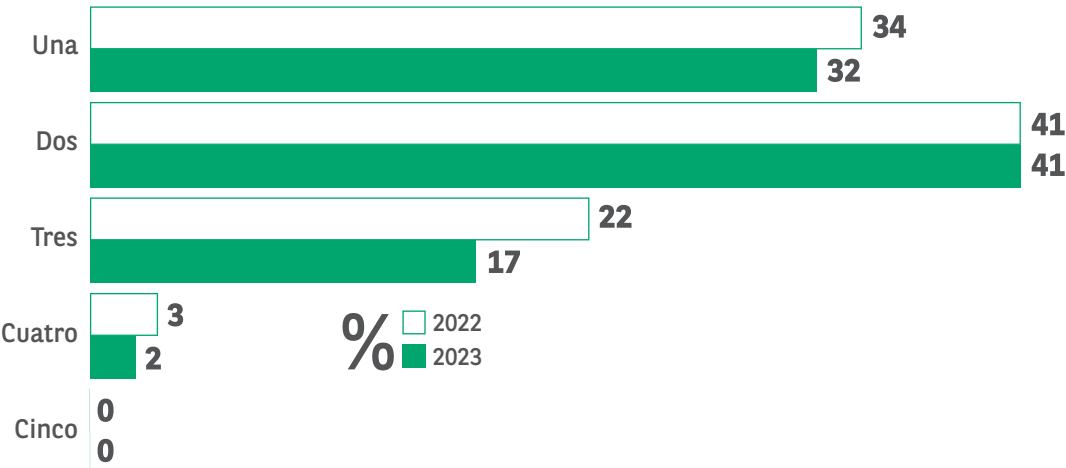
¿Con qué frecuencia utilizas el motosharing?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 54% de los usuarios afirma utilizarlo de forma ocasional, aunque empezamos a ver como cada vez son más los que lo utilizan de forma semanal.

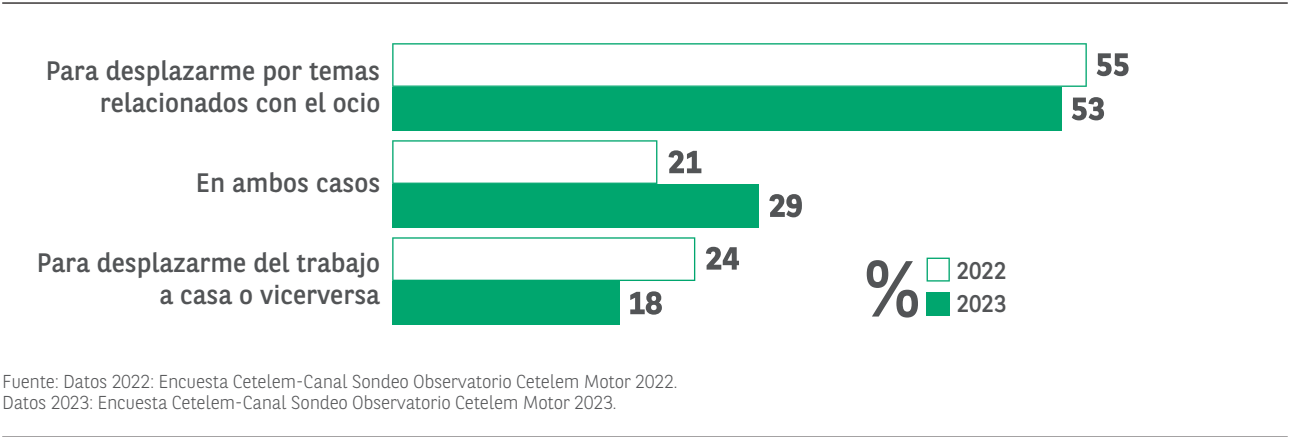
¿Cuántas aplicaciones de empresas de sharing tienes descargadas?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

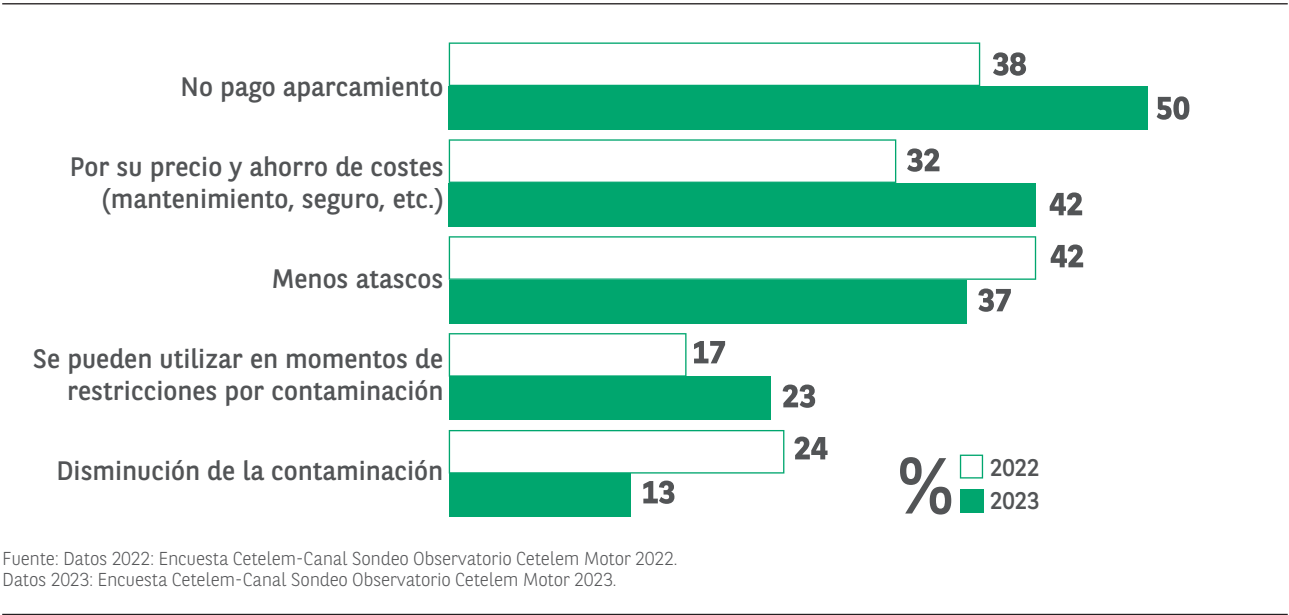
El 41% de los usuarios de este servicio tienen dos apps descargadas en su móvil. En general descienden los porcentajes de conductores con apps instaladas.

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



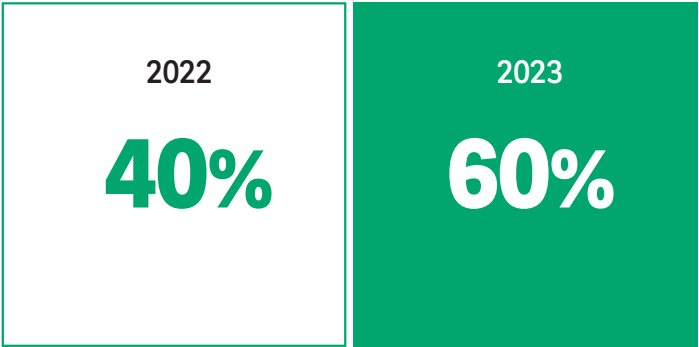
El 53% dice que solo utiliza el servicio de motosharing para desplazamientos por ocio, seguido de un 18% que lo utiliza exclusivamente para ir y volver de casa al trabajo y un 29% que lo utiliza en ambos casos.

¿Por qué utilizas el motosharing?
(% Respuesta múltiple)



Para el 50% de los usuarios de motosharing, el no pagar aparcamiento, se convierte este año en la razón principal para utilizar este servicio, seguido por su precio y ahorro de costes con un 42%, y el evitar atascos con un 37%.

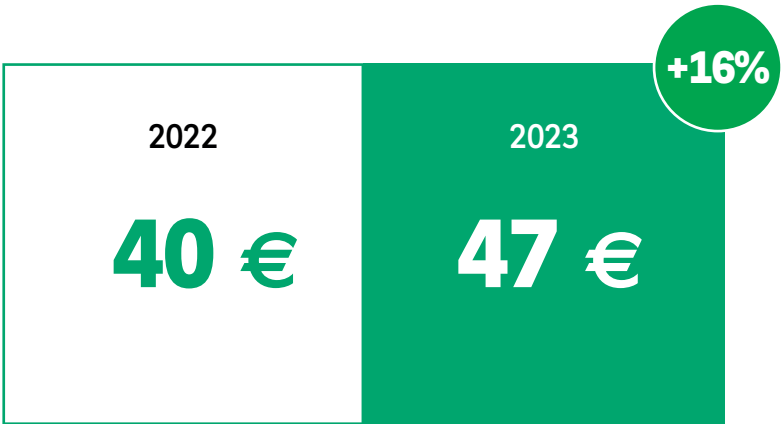
El usar este servicio, ¿te ha hecho comprar una moto?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Un 60% de los usuarios de motosha- ring han acabado comprando una moto después de probar este servicio, aumentando este porcentaje de forma muy significativa en 20 puntos por- centuales respecto al año anterior.

¿Cuánto gastas AL MES en el uso de este servicio?
(Respuesta abierta numérica)



Gasto medio mensual

Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El gasto medio realizado por los usuarios encuestados de motosha- ring es de 47€ al mes, un 16% más que el año anterior.

LAS CLAVES SECTOR MOTO

+2

-10

Variación respecto a 2022 en puntos porcentuales

Así es nuestro parque de motocicletas

¿Qué tipo/s de ciclomotor o
motocicleta tienes?
(%respuesta múltiple)

Scooter
Estándar, Rueda
Alta y Touring

62% **+6**

Carretera
Touring, Naked,
Supersport, Custom,
Trail y Supermotard

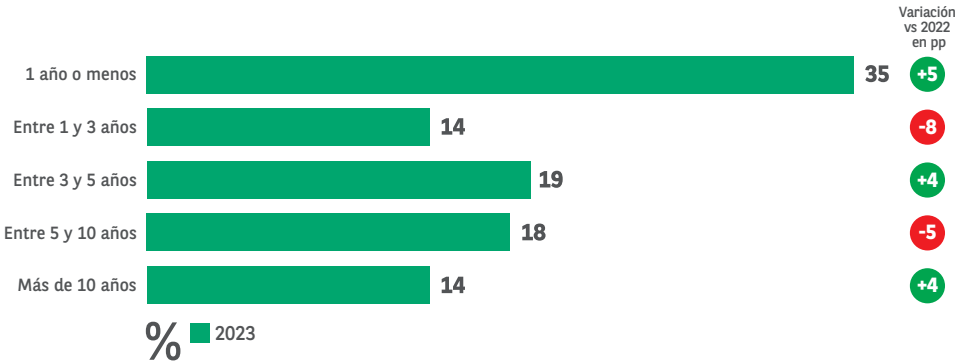
38% **-6**

Campo
Enduro, Cross,
Trial

7% **0**

¿Cuándo compraste tu ciclomotor o motocicleta actual?

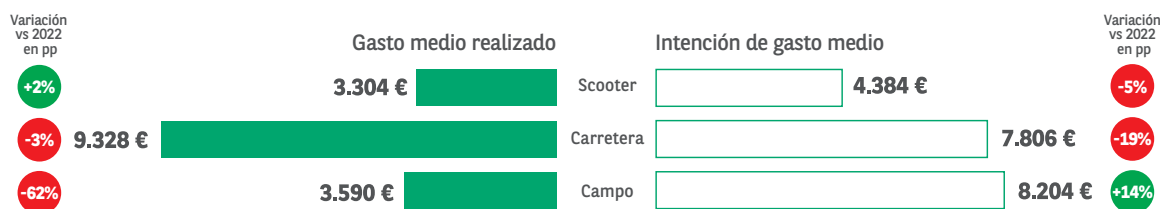
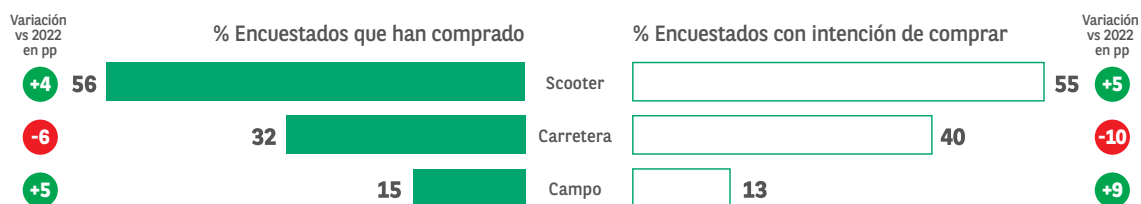
(%respuesta única)



Compra e intención de compra

el **13%** de los encuestados ha comprado una moto en los últimos 12 meses

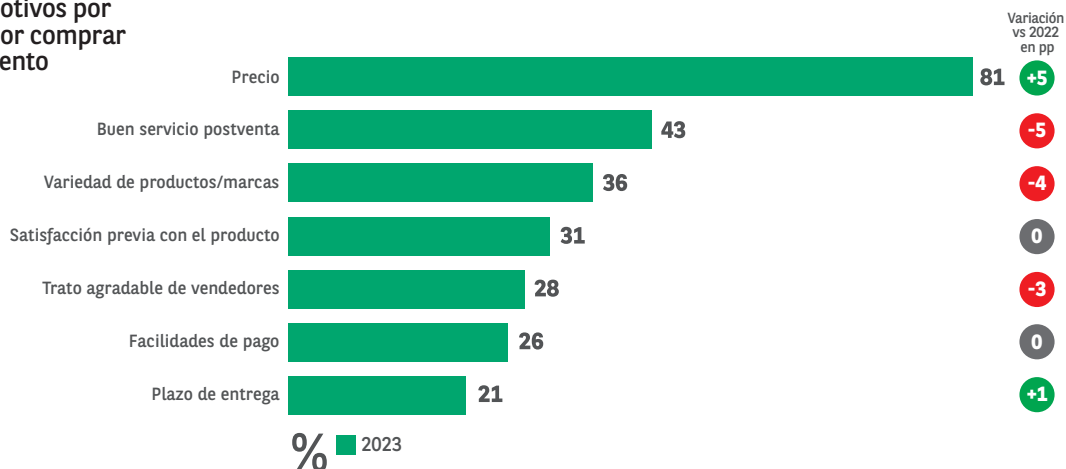
gastando una media de **5.400€** **-14%** menos que el año anterior.



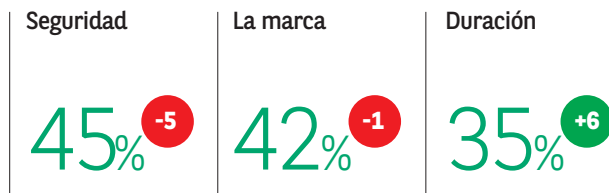
Proceso de compra

¿Cuáles son los motivos por los que optarías por comprar en un establecimiento concreto?

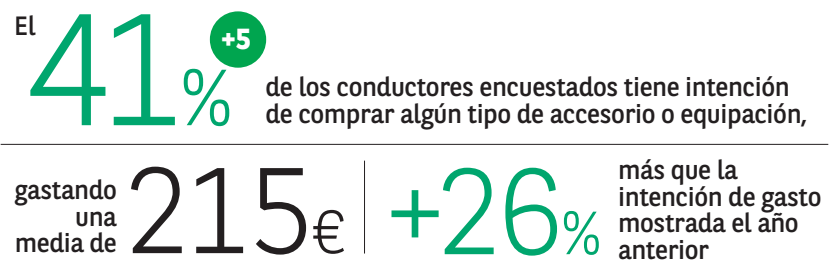
(%respuesta múltiple)



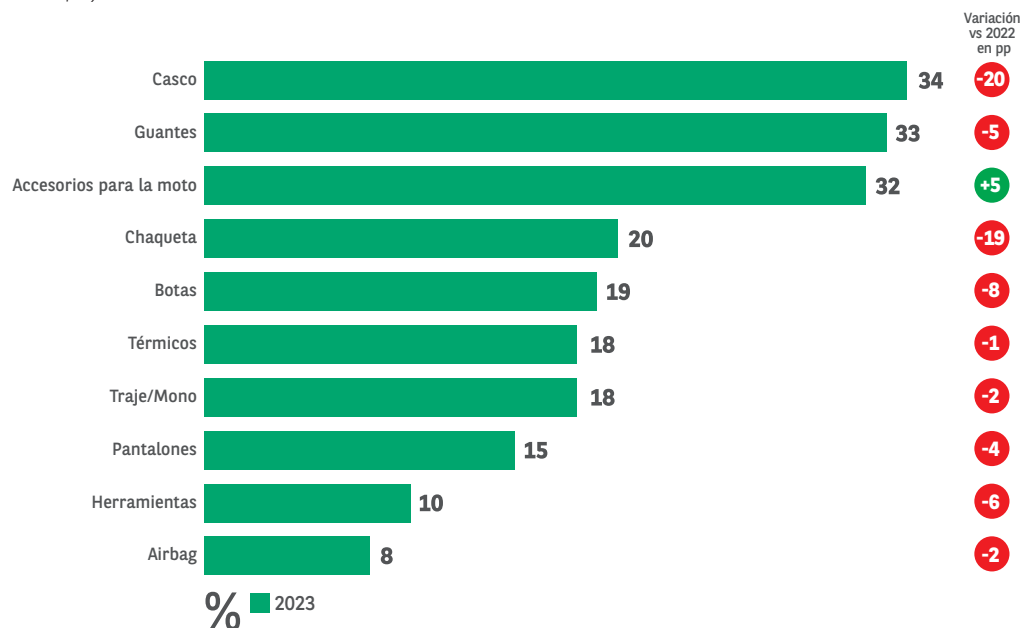
A la hora de comprar una moto,
los aspectos que más se valoran son:



Intención de compra de accesorios de moto



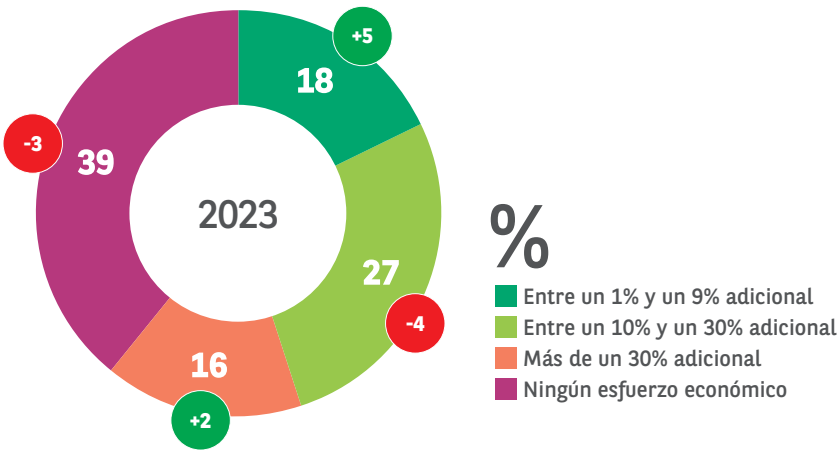
Has respondido que tenías intención de comprar equipación y/o accesorios de moto en los próximos 12 meses.
¿Qué tipo de accesorios tienes pensado adquirir?
(%respuesta múltiple)



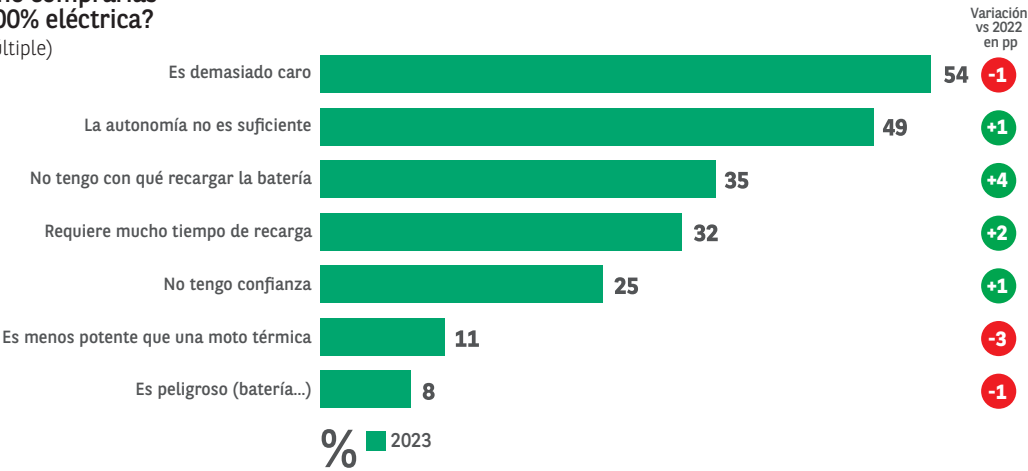
Moto eléctrica

El **25%**⁻⁴ de los conductores encuestados con intención de comprar una moto en los próximos dos años, se decantaría por una moto eléctrica

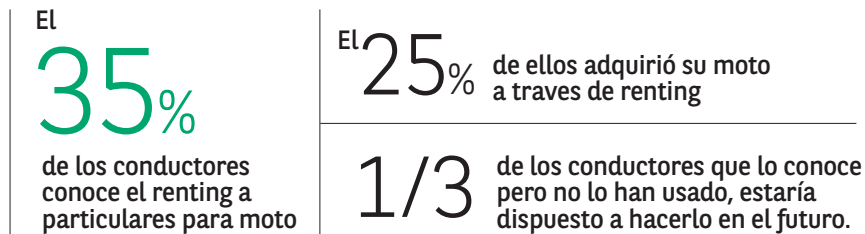
¿Cuál sería el máximo esfuerzo económico que estarías dispuesto a asumir para adquirir una moto eléctrica en lugar de una moto de gasolina?
(%respuesta única)



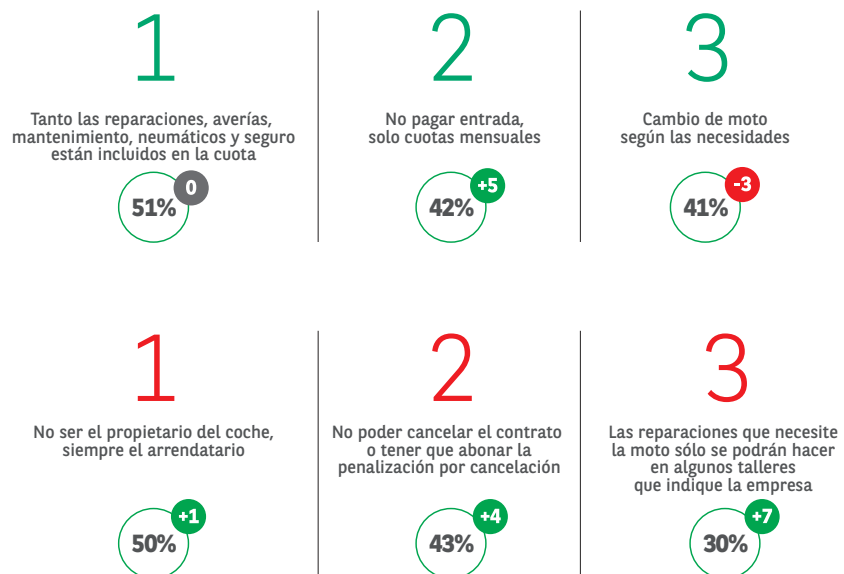
¿Cuál/es son los motivos por los que no comprarías una moto 100% eléctrica?
(%respuesta múltiple)



Renting a particulares



Puntos positivos y negativos del renting



LA VOZ DE NUESTROS PARTNERS



ENTREVISTA

Ramón Bosch Director General en Kawasaki Motor Europe

Según los datos publicados por Anesdor, el sector cerró el año 2022 con datos muy positivos, mostrando un crecimiento de casi el 5% respecto a 2021. ¿Cuál sería tu valoración del sector en 2022?

El año 2022 ha sido positivo, pero a la vez complicado por la falta de stock generado por la falta chips. Con una producción normalizada sin duda hubiéramos estado al nivel de las cifras pre-pandemia.

Pero lo importante es, que la demanda, el interés por la moto, esta problemática de stock y de aumento de precios, no ha remitido.

Y en concreto para Kawasaki, ¿cómo ha sido el año 2022 y como están siendo los primeros meses del año 2023?

En Kawasaki, hemos sufrido especialmente los problemas de disponibilidad, con lo que las cifras de ventas no muestran la demanda real. Esto, nos hace ser muy positivos para el año 2023, pues no esperamos problemas de producción, lo que nos permitirá trabajar con normalidad y recuperar nuestra posición en el mercado.

En relación al mercado eléctrico y según los datos publicados por Anesdor, el crecimiento de ciclomotores y motocicletas electrificadas fue de más del 30% respecto al año anterior. ¿Cuál es tu opinión acerca de la electrificación en el sector?



La moto, sin duda será el principal actor en la electrificación de las ciudades, es el vehículo más lógico para el desplazamiento urbano diario, lo que garantiza un paulatino crecimiento de la moto eléctrica.

Pero siempre. motos equivalentes al A1 o el B. En relación a motos de más potencia, siempre tendremos el problema del tamaño y peso de las baterías, tienen que tener una lógica con la dinámica de una moto, no podemos poner baterías de 400kg en una moto.

¿Tenéis previsto desde Kawasaki el lanzamiento de motos eléctricas o híbridas?

Después del verano, lanzaremos dos modelos para el carnet A1/B: la eZ y la eNinja, dos modelos que darán un paso adelante en cuanto a prestaciones y segu-

ridad en este mercado, con baterías extraíbles y toda la tecnología necesaria, para ser referentes en el mercado.

Además, hemos desarrollado la única motocicleta híbrida que estará disponible en el mercado. Con todas las ventajas de una motocicleta convencional y con la opción de circular en modo eléctrico para pequeños desplazamientos. Creemos que es importante estar a la cabeza de esta tecnología.

Para finalizar, quería preguntarte como ves este año 2023 para el sector en general

En mi opinión, el 2023 será un año interesante y volveremos a la normalidad con una oferta que esperamos cubra toda la demanda. Por lo que tendremos un buen crecimiento tal y como estamos viendo en este primer trimestre.

En definitiva, será un año en el que nos divertiremos. ■

Hemos desarrollado la única motocicleta híbrida que estará disponible en el mercado

ENTREVISTA

Jordi Bordoy Presidente de ANESDOR

Ventas: tras los buenos resultados con los que se cerró 2022 para la moto y el vehículo ligero, (con 202.293 unidades matriculadas y un crecimiento del 4,6%) los números siguen siendo prometedores en 2023, a pesar de las dificultades en los suministros, la incertidumbre económica... ¿A qué cree que se debe?

En un contexto muy difícil para la automoción en general, incluso a pesar de la pandemia, la moto ha mantenido buenos resultados. Crece el uso urbano, por las ventajas de movilidad que ofrecen estos vehículos. Pero también crece la parte de ocio y turismo. Los consumidores valoran otras opciones de movilidad complementarias al coche y encuentran en la moto un vehículo muy versátil y económico.

2023 pinta ser un año crucial para la moto, ahora que se van a aprobar los Planes Urbanos de Movilidad Sostenible (PMUS). ¿Es una oportunidad para el sector al que usted representa? ¿Por qué?

Sí, es una oportunidad. Los PMUS vienen a materializar la transformación de la movilidad en las ciudades. Nuestros vehículos presentan grandes ventajas en éste ámbito, que serán más apreciadas con la llegada de este nuevo marco regulatorio.

En un momento de plena transformación, ¿por qué desde ANESDOR recalcan que la moto responde tan bien a la nueva movilidad?

El momento actual es muy especial porque vivimos múltiples transformaciones disruptivas simultáneamente y la moto y los vehículos ligeros responden bien a prácticamente todos los 'drives' de este gran cambio. En la transformación de la movilidad, las motos y los vehículos ligeros tienen ventajas como la menor ocupación del espacio público y la reducción de la congestión. En la transformación ambiental, su eficiencia y mínima huella ambiental son claras. En la tecnológica, las motos son el vehículo motorizado eléctrico que mayor penetración está



logrando. Y ante los cambios de hábitos de los consumidores, los costes más reducidos en compra y mantenimiento -o en las fórmulas como el 'motosharing'- también son factores de éxito. Por todo esto, la moto y los vehículos ligeros son cada vez más populares y están más presentes en el mix del tráfico.

El momento actual es muy especial porque vivimos múltiples transformaciones disruptivas simultáneamente y la moto y los vehículos ligeros responden bien a prácticamente todos los 'drives' de este gran cambio

La moto es el vehículo con mayor penetración eléctrica en España (en 2022, el 8,5% de todas las motos vendidas en nuestro país eran 100% enchufables). ¿Pero será la única tecnología posible en el futuro? ¿Convivirá con otras? ¿Con cuáles?

Sin duda, convivirá con otras. Los verdaderos objetivos son la descarbonización del transporte y la mejora de la calidad del aire. Esto requiere emisiones netas cero. Ese es el objetivo. La electrificación es una parte importante de la solución,

pero otras tecnologías serán también necesarias. En el caso de la moto, en los segmentos de mayores prestaciones, soluciones como los combustibles sintéticos o el hidrógeno serán también importantes.

Desde ANESDOR propugnan, por encima de las cero emisiones, la neutralidad tecnológica. ¿En qué consiste?

Consiste en entender que el objetivo no es la electrificación del parque, sino alcanzar las emisiones netas zero. Para ello, necesitaremos diferentes tecnologías para cubrir las distintas necesidades. A modo de ejemplo, para ofrecer las prestaciones actuales de las motos de los agentes de la Agrupación de Tráfico, con la tecnología actual de ion litio, necesitaríamos unas baterías de unos 400 kg. Y un volumen que una moto no puede soportar. Necesitaremos sumar varias tecnologías para cubrir toda la gama de vehículos ligeros distintos de los que disponemos en la actualidad.

La Unión Europea ha eximido a la moto y al vehículo ligero de la prohibición de vender vehículos de combustión en su territorio a partir de 2035. ¿Cuál es el motivo? ¿Qué otras iniciativas está llevando a cabo el sector de las dos ruedas para acelerar el proceso de descarbonización?

La Comisión Europea ha mantenido a la categoría L de homologación (motos y vehículos ligeros) fuera de esta prohibición por una razón muy clara: su contribución al total de las emisiones del tráfico no es relevante. Pero eso no quiere decir que nuestro sector no esté igualmente comprometido con la descarbonización y la mejora de la calidad del aire. De hecho, como decía, la moto es el vehículo eléctrico puro que mayor penetración está logrando en el mercado. Y nuestras empresas trabajan intensamente en el desarrollo de nuevas tecnologías que nos permitan alcanzar los mismos objetivos.

Retos de futuro: ¿por qué promueven la necesidad de revisar tanto el etiquetado medioambiental en la moto y el vehículo ligero como su fiscalidad?

Nuestros vehículos tienen un etiquetas visualmente muy similares a las de los coches, incluyen una “L” que los identifica como ligeros, pero las categorías son las mismas (B, C, ECO y CERO), aunque sus factores de emisiones son sensiblemente inferiores. Esto puede llevar a la confusión y es un problema especialmente delicado ahora que todos los municipios de más de 50.000 habitantes tienen que definir qué restricciones aplican en sus Zonas de Bajas Emisiones (ZBE). Restringir la circulación a coches y motos en base a las mismas etiquetas sería un error y una discriminación para los usuarios de las dos ruedas.

En cuanto a la fiscalidad, es un problema común de toda la automoción española. Necesitamos una reforma general para, sin reducir la recaudación general, incentivar los vehículos más seguros y ecológicos.

¿Qué otras medidas cree que serían necesarias para reducir la antigüedad actual del parque?

No cabe duda de que serían positivas medidas como los planes de renovación que incentiven la compra de vehículos modernos y achatarramiento de los antiguos. Pero medidas más estructurales como la reforma de la fiscalidad que comentábamos serían todavía más eficaces. Actualmente, el impuesto de matriculación carga especialmente a los vehículos nuevos, más seguros y eficientes, mientras que los vehículos más antiguos quedan muy descargados. Sería necesario eliminar el impuesto de matriculación e introducir un nuevo impuesto ligado al uso, de forma que, sin mermar la recaudación total, el reparto sea más equilibrado e incentive la renovación del parque. ■



ENTREVISTA

Víctor González Director General de Yamaha España

Según los datos publicados por Anesdor el sector cerró el año 2022 con datos muy positivos, mostrando un crecimiento de casi el 5% respecto a 2021. ¿Cuál sería su valoración del sector en 2022? ¿Y en los primeros meses de este año 2023?

El mercado de las dos ruedas consolida un largo y sostenido periodo de crecimiento. En los últimos años, y según datos de ANESDOR, el sector de la moto ha incrementado en más de seis puntos su cuota en la automoción. Desde 2018 hemos pasado del 11% a representar este 2022 más del 17% de todos los vehículos motorizados.

Las motos, actualmente, no solo son un factor muy positivo de descongestión del tráfico en nuestras ciudades sino que colaboran muy positivamente en la reducción de emisiones contaminante

En relación al mercado eléctrico, el crecimiento de ciclomotores y motocicletas fue de más del 30% respecto al año anterior. En Yamaha estáis introduciendo nuevos modelos de vehículos eléctricos y e-bikes y apostando por las nuevas tecnologías para la movilidad en nuestras ciudades ¿Qué te gustaría destacar al respecto?



Los modelos eléctricos alcanzan ya una participación del 8%. Yamaha tiene una hoja de ruta bien definida para los próximos años que introducirá una gama urbana electrificada. Nosotros lo vemos como un segmento que completa nuestra diversa gama actual de scooters. El cliente elegirá la tecnología más conveniente según el rango de uso y prestaciones.

Sin embargo, seguís apostando muy fuerte con vuestros vehículos de combustión interna cada vez más limpios y eficientes. ¿Nos puedes desarrollar más este tema?

Las motos, actualmente, no solo son un factor muy positivo de descongestión del tráfico en nuestras ciudades sino que colaboran muy positivamente en la reducción de emisiones contaminantes. La

inmensa mayoría de las motos que hoy vendemos tienen un nivel de emisión de CO2 muy bajos comparables casi con las emisiones de un autobús urbano por pasajero. En un futuro próximo algunos de nuestros modelos se propulsarán con combustibles limpios y totalmente neutros en emisiones.

¿Tenéis previsto alguna novedad o lanzamiento para este año?

En los próximos meses Yamaha introducirá una gama completa de ebikes con modelos tanto recreativos como de uso urbano con motores de propulsión asistida por pedaleo. Esta tecnología no es nueva para nosotros, de hecho, somos los pioneros y una marca de referencia en el sector de las bicicletas eléctricas. Con ello, Yamaha da un paso más hacia la movilidad del futuro.

Para finalizar, quería preguntarte como ves este año 2023 para el sector en general

A pesar de la incertidumbre actual soplan vientos de cola favorables para nuestro sector y así lo demuestran el crecimiento sostenido en los últimos años. Nuestros scooters y motocicletas son claramente percibidos como un medio de transporte eficaz y económico que mejora la vida de nuestros ciudadanos en sus desplazamientos diarios o como elemento de ocio en su tiempo libre. Preveemos un 2023 en crecimiento. ■

ENTREVISTA

Carlos Wang Director General de Human Mobility (Kymco / Yadea / Ionex)

Qué nos puede contar sobre el origen de su empresa? ¿Y en concreto del proyecto Human Mobility que nace en España en 2020?

Human Mobility es la única compañía del sector dos ruedas con ISO 14064 de huella de carbono y nace en 2020 para aglutinar las diferentes tecnologías y proyectos de movilidad eficientes, y dinamizar la electrificación de las ciudades. Somos grandes conocedores del mercado asiático de la movilidad, que tanto ha evolucionado, también de su modelo económico y comercial, y que hoy en día es el foco expansivo del futuro de la movilidad eléctrica de las dos ruedas.

En España sumamos 3 décadas de experiencia en el campo de la movilidad de las personas, como representantes de la marca KYMCO, una referencia en nuestro país, que nos ha permitido especializarnos en la movilidad urbana de los usuarios particulares. Desde Human Mobility controlamos las marcas KYMCO, IONEX, y YADEA.

Según los datos publicados por Anesdor el sector en general cerró el año 2022 con un crecimiento de casi el 5% respecto a 2021. En relación al mercado eléctrico, el crecimiento de ciclomotores y motocicletas electrificadas fue de más del 30% respecto al año anterior. ¿Cuál es tu opinión acerca de la electrificación en el sector?

El mercado de la movilidad 2 ruedas está respondiendo muy positivamente a las necesidades de los usuarios, y la movilidad eléctrica en concreto se está convirtiendo en la solución para circular por el centro de las ciudades ante las nuevas restricciones a los medios de combustión. El canal Particular está respondiendo con mucho interés en la actual transformación de la movilidad eléctrica. La foto de 2017, cuando el canal Alquiler era el mayoritario (6 de cada 10 motos eran de



motosharing), se dio la vuelta en solo 4 años. En 2021, las ventas a usuarios particulares se colocaban por primera vez por encima de los canales de Empresas y Alquiler; y en 2022, pasaron a ser mayoría. En lo que llevamos de año, 6 de cada 10 matriculaciones de motos eléctricas son para particulares.

Y en concreto para Human Mobility (Kymco/Yadea) ¿cómo ha sido el año 2022?

Como principal novedad, durante 2022 hemos trabajado con mucho esfuerzo en el lanzamiento de YADEA en España, con la mayor gama de vehículos eléctricos del mercado. Además, nos hemos volcado en crear una red de concesionarios oficiales de YADEA por toda la geografía española y en asegurar el servicio de posventa con la disponibilidad del 100% de las piezas de recambio. Ha sido un ejercicio muy interesante, y muy tensionado por las complejidades del transporte internacio-

La movilidad eléctrica en concreto se está convirtiendo en la solución para circular por el centro de las ciudades ante las nuevas restricciones a los medios de combustión.

nal y la falta de materiales.

¿Tenéis previsto desde vuestra empresa alguna novedad o lanzamiento para este año 2023?

Para 2023 tenemos previsto lanzamientos muy interesantes para seguir dinamizando la movilidad urbana sostenible. Arrancamos con IONEX, la marca eléctrica de KYMCO, y lo haremos con un scooter de alta gama de nueva generación, que será primicia en Europa. Es el modelo S7 ABS, muy bien posicionado, y con unos niveles de innovación y tecnología muy elevados.

Por el lado YADEA, se sumarán nuevos vehículos 2 ruedas, más allá de los scooters actuales. Con KYMCO seguiremos impulsando la movilidad eficiente con nuevas propuestas que ganan en equipamiento y funcionalidad.

Para finalizar, quería preguntarte como ves el 2023 para el sector en general

Encontramos en este 2023 una enorme oportunidad para seguir impulsando la movilidad urbana 2 ruedas, que se está incorporando a los nuevos estilos de vida de los usuarios, cada vez más sensibles a los desplazamientos sostenibles.

Todas las previsiones apuntan a crecimientos de dos dígitos. Las ciudades en general nos están diciendo que debemos cambiar nuestra forma de movernos, están reorganizando los espacios y bajando la velocidad, y todo ello, en favor de la seguridad y la sostenibilidad.

Los usuarios quieren moverse en medios ágiles, seguros, eficientes y muy asequibles. Los scooters, ya sean ciclomotores o motocicletas, están respondiendo muy bien a estas necesidades y exigencias de los usuarios. ■

FICHA TÉCNICA

Motor 2023. El Observatorio Cetelem Sector 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 2.159 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:

Realizado del 1 al 20 de febrero de 2023 por la empresa CANAL SONDEO.

Motor 2022. El Observatorio Cetelem Sector 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 1.959 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:

Realizado del 3 al 23 de febrero de 2022 por la empresa CANAL SONDEO.

OBSERVATORIO

Cetelem



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE



MOTOR 2023

EL COMPORTAMIENTO
DE LOS CONDUCTORES
ESPAÑOLES EN
**EL SECTOR DEL
CARAVANING**



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

OBSERVATORIO
Cetelem



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE





INDICE

- 03 El Observatorio Cetelem. Franck Vignard, CEO BNP Paribás Personal Finance en España.
- 04 Motor 2023, sector Caravaning: Liliana Marsán, Responsable del Observatorio Cetelem, BNP Paribas Personal Finance en España.
- 05 Evolución de las matriculaciones de caravanas y autocaravanas
- 08 Mi caravana/autocaravana actual
- 15 Mi marca y mi concesionario
- 20 Mi proceso de compra
- 34 Alquiler de caravanas y autocaravanas
- 41 Situación actual
- 42 Intención de compra
- 47 Financiación
- 49 Renting
- 53 Conclusiones Sector Caravaning (Infografía)
- 58 Entrevista a Jose Manuel Jurado, Presidente de Aseicar.
- 59 Ficha técnica

INTRODUCCIÓN

Franck Vignard-Rosez | CEO BNP Paribas Personal Finance España

El Observatorio Cetelem, un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados

Desde sus inicios en España, hace ya más de un cuarto de siglo, en el año 1997, los informes y estudios de El Observatorio Cetelem han venido analizando con rigor las tendencias y hábitos de consumo de los ciudadanos.

Hemos estudiado, 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 o los elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello relacionado consumo en los hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre el comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o, más recientemente la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. 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 y las asociaciones patronales de 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 datos que comparte con

distintas audiencias. Con cinco grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad, Consumo España y Comercio electrónico), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales, ofrecemos un amplio abanico de información 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 todos vosotros e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados. ■

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable de El Observatorio Cetelem

Todo ha confluído en el hecho de que el mercado del motor se haya ralentizado

Estamos ante un contexto difícil para la automoción en general, con una caída en 2022 de las matriculaciones de automóviles y caravanas, aunque no en el caso de las motocicletas en general. Vivimos un entorno económico inflacionista con la consecuente pérdida de poder adquisitivo del ciudadano medio, que no podemos olvidar que se une a las repetidas subidas de los tipos de interés que encarecen el crédito. Si le unimos la crisis de los semiconductores y la cadena de suministro y las nuevas normativas en cuanto a electrificación de los vehículos, todo ha confluído en el hecho de que el mercado del motor se haya ralentizado.

El momento actual se caracteriza por vivir muchas transformaciones al mismo tiempo, con el objetivo del fin



de los vehículos de combustión en 2035 anunciado por la Comisión Europea y la normativa Euro 7 sobre la electrificación de los vehículos. A pesar de todo, los primeros meses

del año 2023 muestran resultados buenos y las perspectivas para el conjunto del año no dejan de ser positivas en los tres mercados analizados. Es importante, por tanto, en este contexto de incertidumbre, que los actores del mercado ofrezcan, en constante adaptación, diferentes posibilidades de movilidad personal para asegurar que el mercado sea atractivo de cara a los clientes.

Nos queda mucho por delante en este 2023 y muchas de estas incógnitas iremos viendo cómo evolucionan. Desde El Observatorio Cetelem estaremos atentos para compartir puntualmente los resultados de nuestros análisis.

Disfruten de la lectura. ■

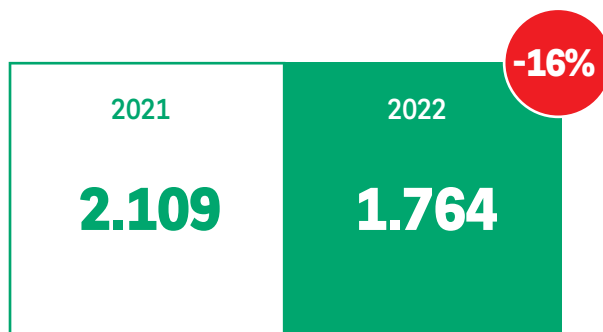
EVOLUCIÓN DE LAS MATRICULACIONES

Evolución de las matriculaciones de caravanas y autocaravanas en España

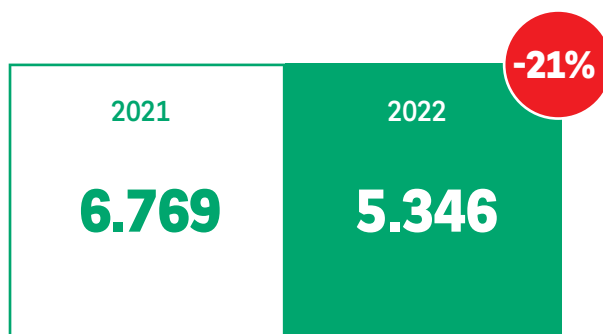


Fuente: ASEICAR

Matriculaciones



Caravanas nuevas



Autocaravanas + campers nuevos

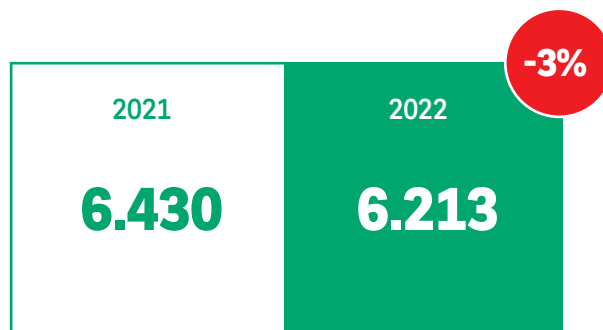
Fuente: ASEICAR

Las matriculaciones de autocaravanas y campers nuevas caen más de un 21% en 2022 (5.346) respecto a 2021 (6.769) y se sitúan en cifras inferiores a 2017. Por su parte, ocu-

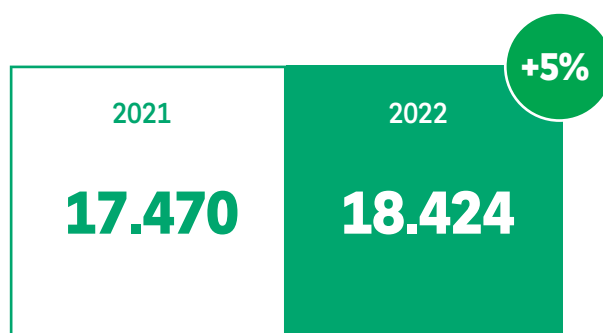
rre lo mismo con las matriculaciones de caravanas: descienden un 16,3% en 2023 (1.764) respecto a 2021 (2.109). Sin embargo, el sector vive un momento contradictorio entre

esta desescalada y la alta demanda e importante interés que sigue generando el caravanning en nuestro país.

Usados



Caravanas usadas



Autocaravanas + campers usados

Fuente: ASEICAR

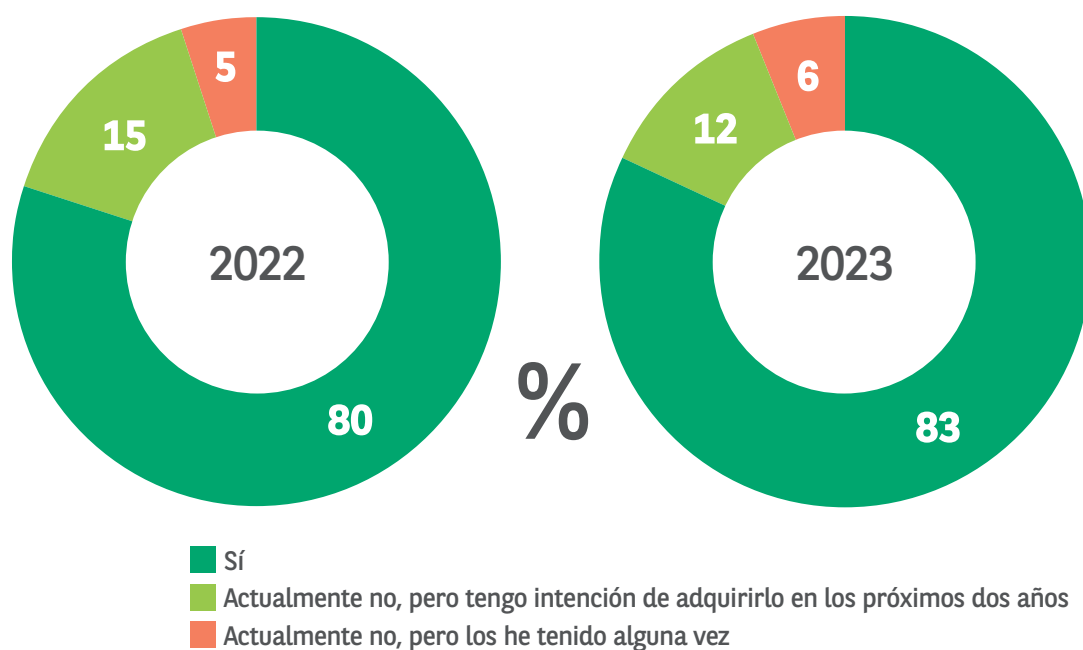
Se aprecia en 2023 un ligero incremento en las matriculaciones en

nuestro país de autocaravanas y campers usados con 18.424 vehícu-

los (+5,46%) y un ligero descenso en caravanas con 6.213 (-3,37%).

MI CARAVANA/ AUTOCARAVANA ACTUAL

¿Tienes algún elemento de caravanning en la actualidad?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

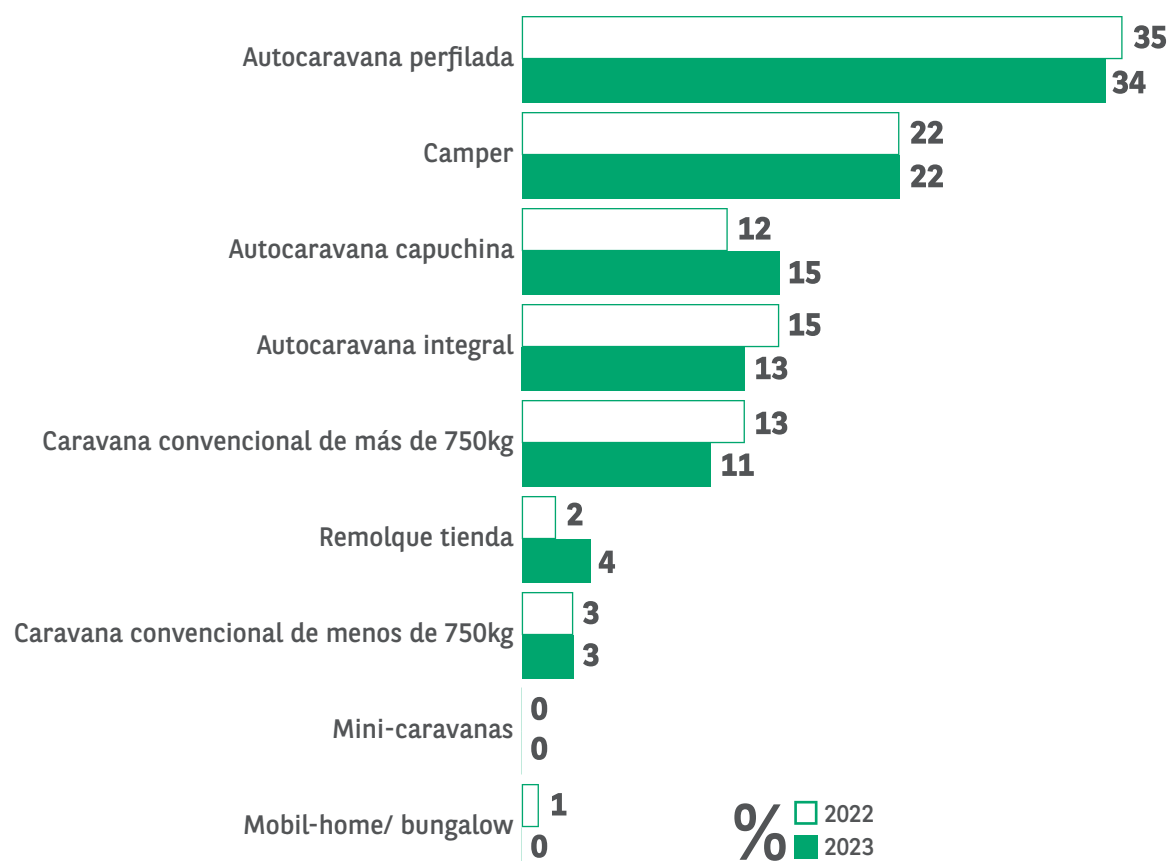
El 83% de los usuarios de caravanning encuestados afirma tener actualmente algún elemento de caravanning (vs 80% de 2022), seguidos del 12%

que a día de hoy no tiene, pero pretende adquirir en los próximos dos años (vs 15% de 2022). Los que anteriormente han tenido algún elemento

de caravanning, pero en la actualidad no, son el 6% de los usuarios (un punto más que en 2022).

¿Qué tipo/s de elemento/s de “caravaning” tienes?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

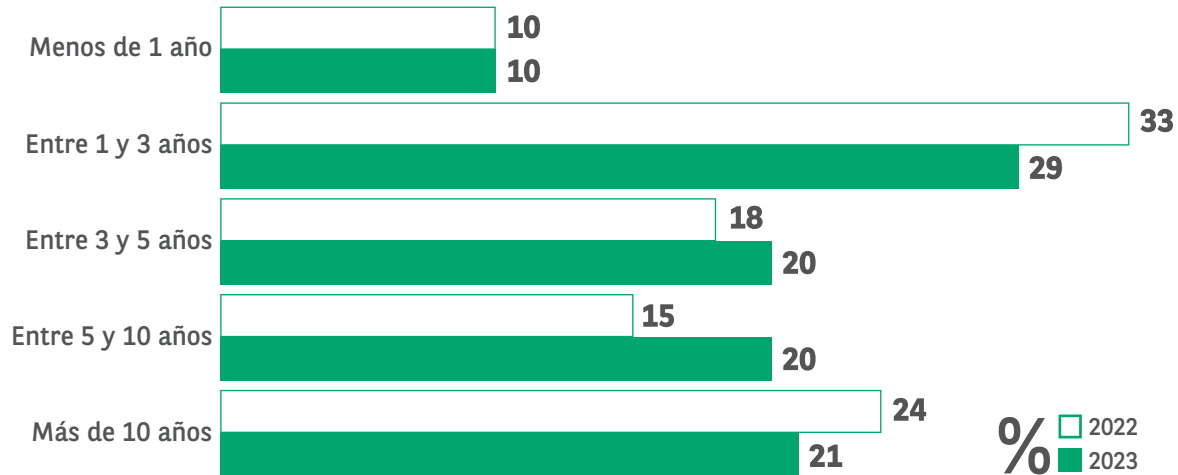
Entre los encuestados que tienen actualmente algún elemento de caravaning, el 34% son propietarios de una autocaravana perfilada,

seguidos por un 22% que son propietarios de camper (con un 29% de menciones por parte de los usuarios menores de 45 años) y por los que

poseen autocaravanas capuchinas con el 15% (creciendo 3 puntos respecto al año anterior).

¿Cuánto tiempo hace que tienes tu/s caravana/s o autocaravana/s?

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

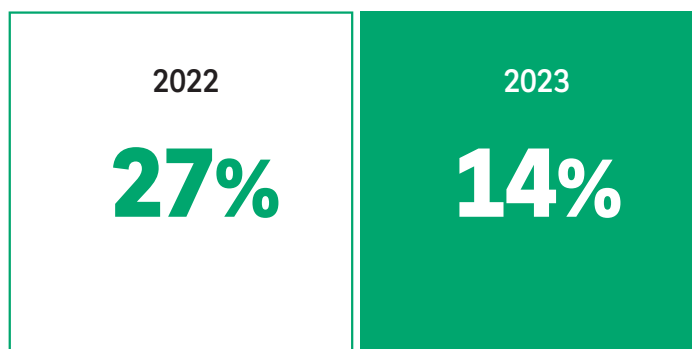
En cuanto al tiempo que hace que los usuarios encuestados tienen sus caravanas o autocaravanas, observamos que el 29% la tiene desde hace

entre 1 y 3 años (33% el año anterior) y el 21% desde hace más de 10 años. Los que tienen su caravana o autocaravana desde hace menos de un

año son el 10% de los usuarios con un porcentaje similar al del año anterior.

Durante 2022, ¿has comprado alguna caravana o autocaravana?

(Respuesta única: sí - no)

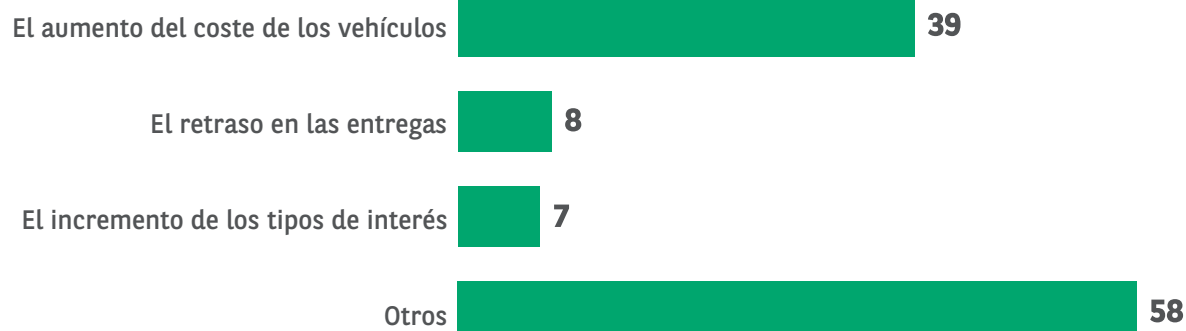


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 14% de los encuestados dice que ha comprado una caravana o autocaravana durante 2022, frente al 27% que lo hizo en 2021.

¿Cuáles son los motivos por los que no has comprado o no tienes pensado comprar o renovar tu elemento de caravanning?

(% Respuesta múltiple)

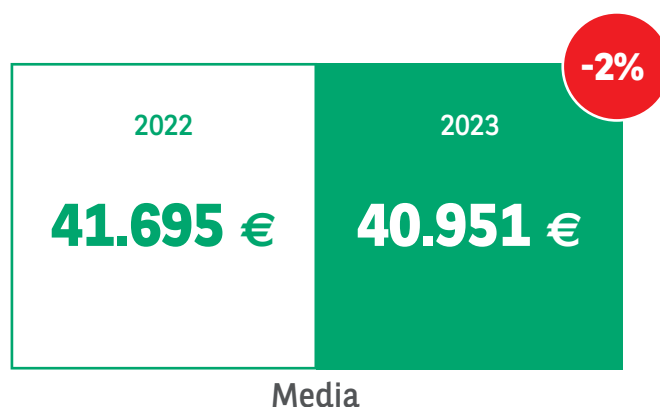


Fuente: Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre el 86% que no ha comprado, el 39% nos dice que no lo ha hecho debido al aumento del coste de los vehículos (destacando por encima de la media los menores de 45 años con un 49%), seguido de un 8% que no lo ha hecho por el retraso en las entregas y del 7% que no lo ha hecho por el incremento de los tipos de interés.

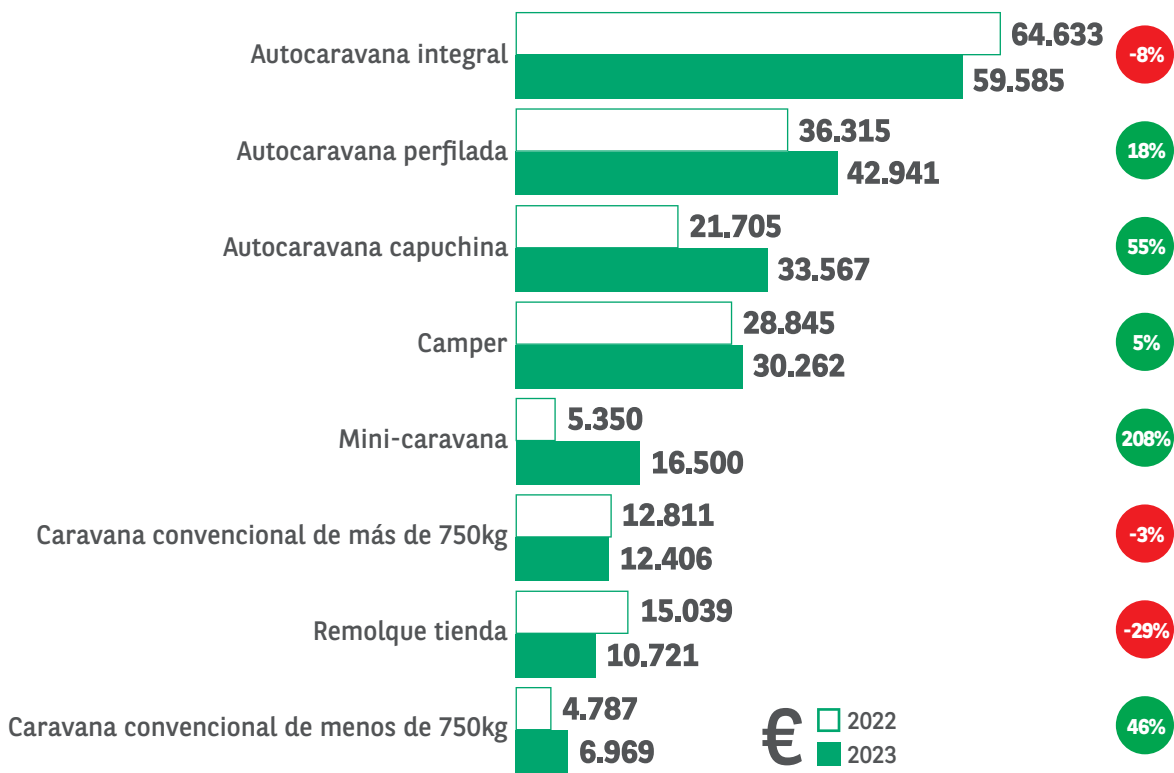
¿Cuánto te gastaste en tu/s caravana/s o autocaravana/s aproximadamente?

(Respuesta abierta numérica) Media



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El gasto medio realizado por los usuarios encuestados que tienen algún elemento de caravanning fue de 40.951€. El gasto de este año es unos 750€ inferior al del año anterior, por lo que desciende en un 2%. Los mayores de 45 años realizaron un gasto medio de 44.477€, por su parte, los menores de 45 llegaron hasta los 29.686€ de media.

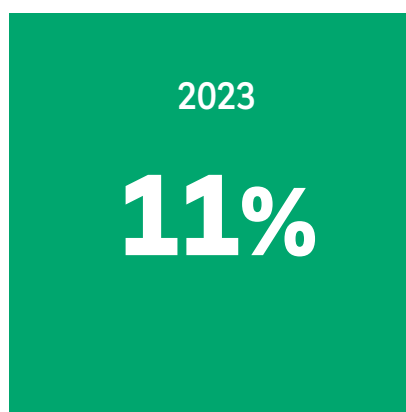


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

En cuanto al gasto medio por tipo de caravana o autocaravana, destacan por encima del resto las autocaravanas integrales con 59.585€ (-8%), las autocaravanas perfiladas con 42.941€ (+18%) y las autocaravanas capuchinas con 33.567€ (+55%).

¿Estás pensando en vender tu actual elemento de caravaning?

(% Respuesta única)

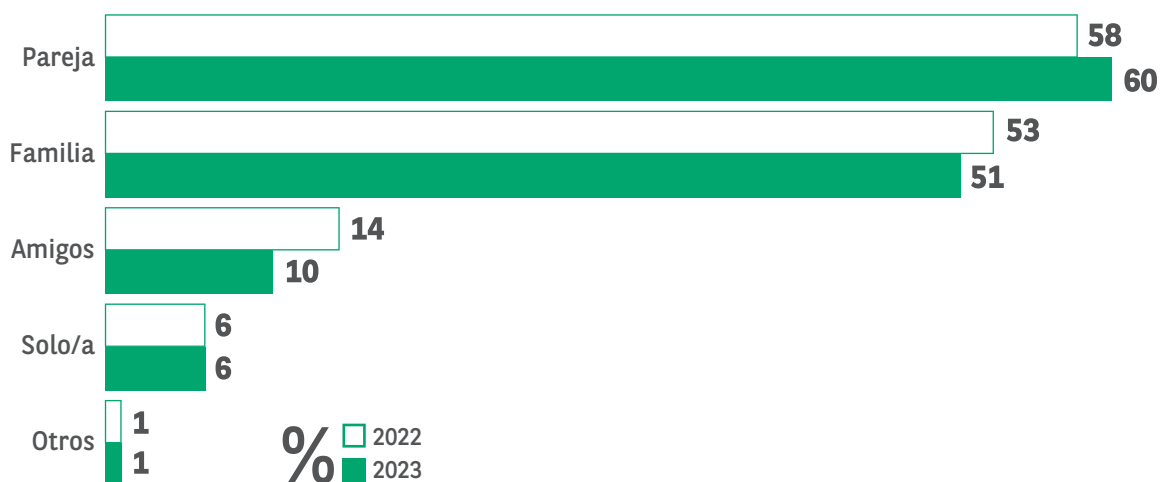


Fuente: Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre los encuestados que actualmente tienen un elemento de caravaning, un 11% tiene intención de venderlo, destacando en este aspecto los encuestados mayores de 45 años.

¿Con quién realizas tus viajes en caravana o autocaravana?

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 60% de los usuarios realiza sus viajes en pareja (destacan los mayores de 45 años con el 67% de menciones en este apartado) y el 51% con

la familia (donde destacan los menores de 45 años con el 75% de menciones).

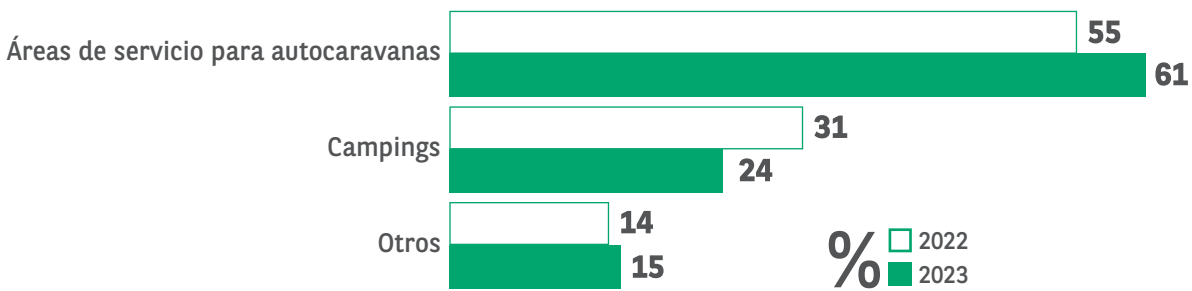
¿Qué tipo de viajes sueles hacer?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los viajes a cualquier punto de España es el tipo de viaje que más realizan los usuarios con un 74% de las menciones. Por detrás quedan las pequeñas escapadas con un 55% y los grandes viajes fuera de España un 48% de menciones. Los menores de 45 años destacan por hacer pequeñas escapadas con un 67% de menciones, 12 puntos por encima de la media.

¿Dónde sueles pernoctar?
(% Respuesta única)



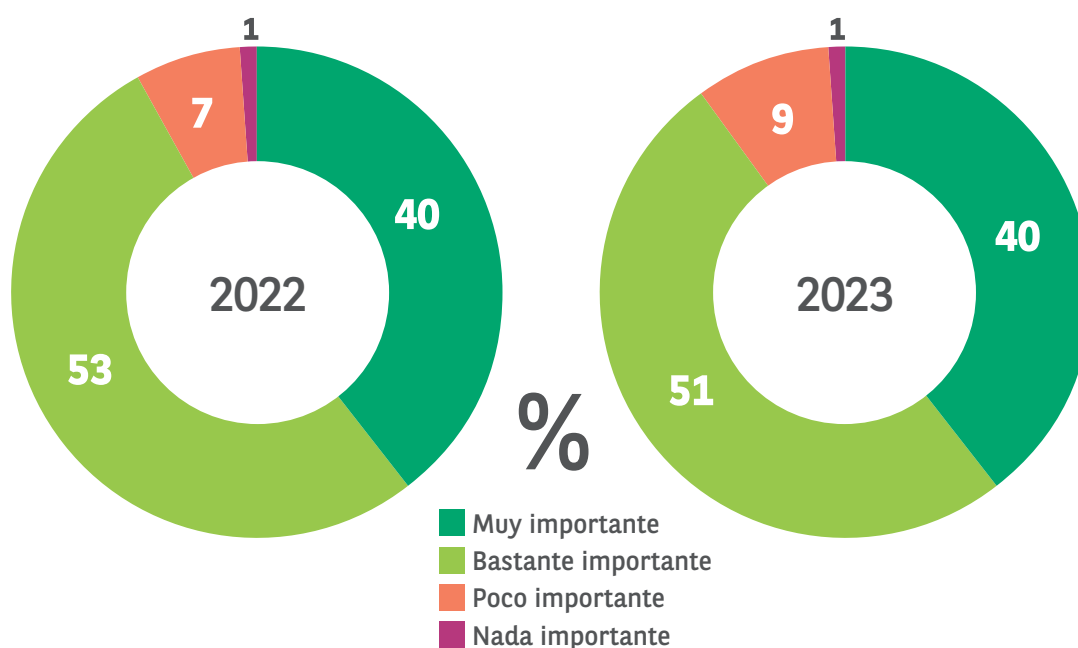
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 61% de los encuestados afirma pernoctar en áreas de servicio para autocaravanas (+6 puntos porcentuales respecto al año anterior), seguido por los que eligen pernoctar en campings con un 24% de menciones (-7 puntos respecto al año anterior).

MI MARCA Y MI CONCESIONARIO

¿Hasta qué punto consideras importante la MARCA en la compra de una caravana o autocaravana?

(% Respuesta única)



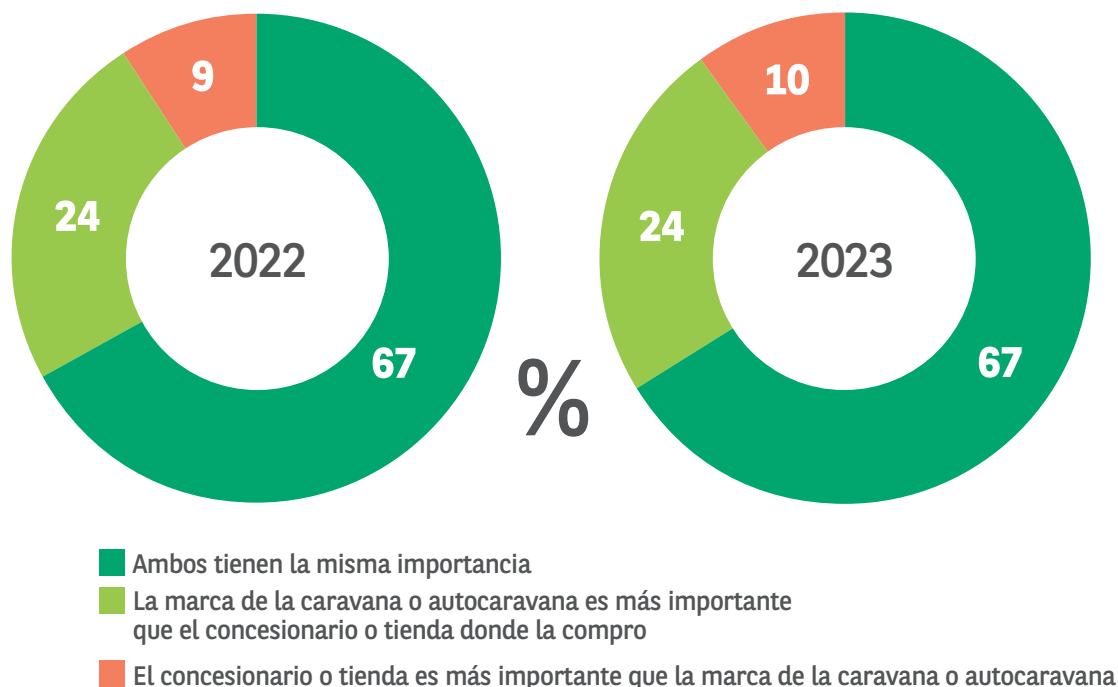
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

La gran mayoría de los usuarios, tal y como ocurría el año anterior, consideran importante la marca a la hora de comprar su caravana o autocara-

vana (91%). Tan solo el 9% considera que la marca es poco importante.

Los encuestados menores de 45 consideran importante la marca en un 95% de los casos, 4 puntos por encima de la media.

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

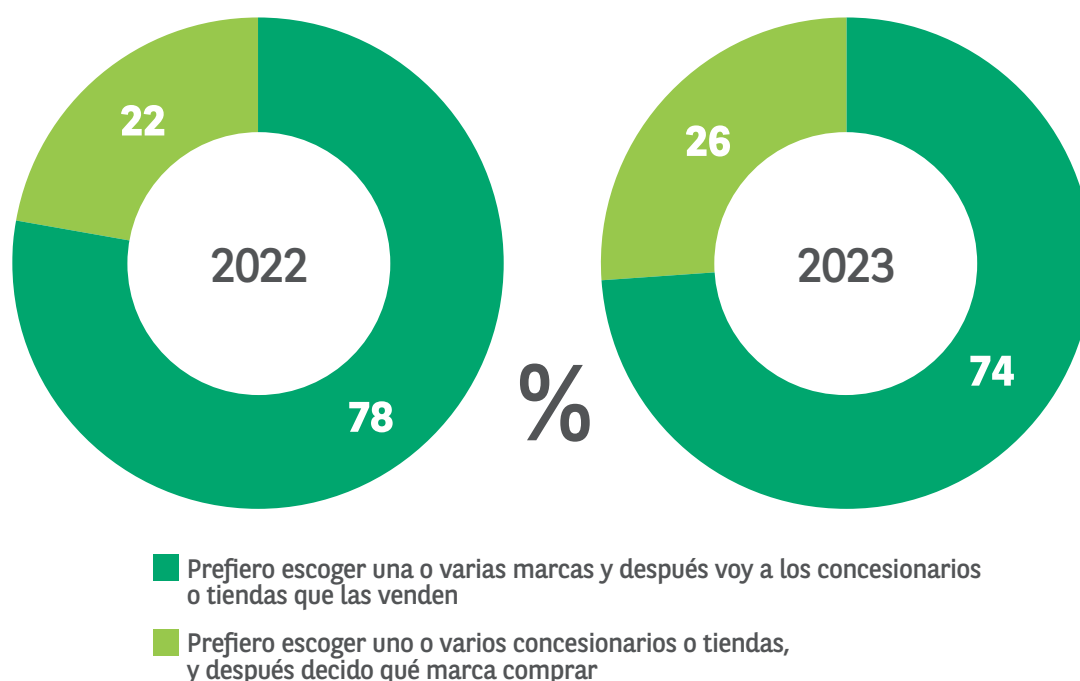
El 67% de los usuarios afirma que, tanto la marca de la caravana o autocaravana como el concesionario donde se compra tienen la misma

importancia (mismo porcentaje que el 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 10%.

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

(% Respuesta única)



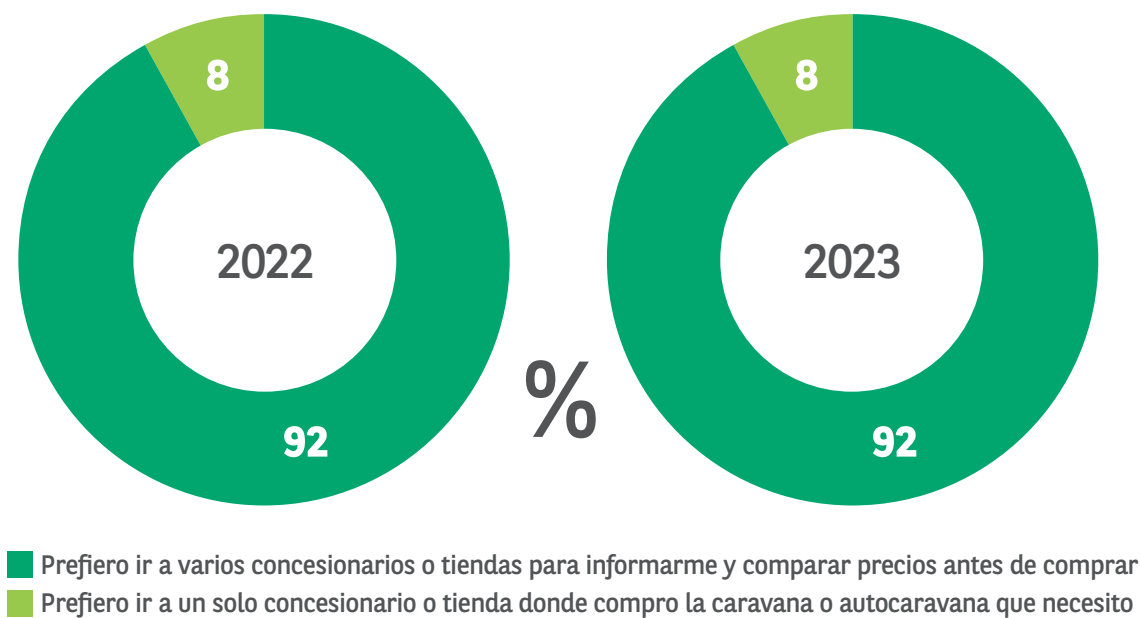
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 74% de los usuarios prefieren escoger una o varias marcas y, a partir de ahí, acudir después a los concesio-

narios que las venden. En cambio, el 26% restante prefiere hacer lo contrario, elegir uno o varios concesio-

narios y en ellos decidir que marca comprar.

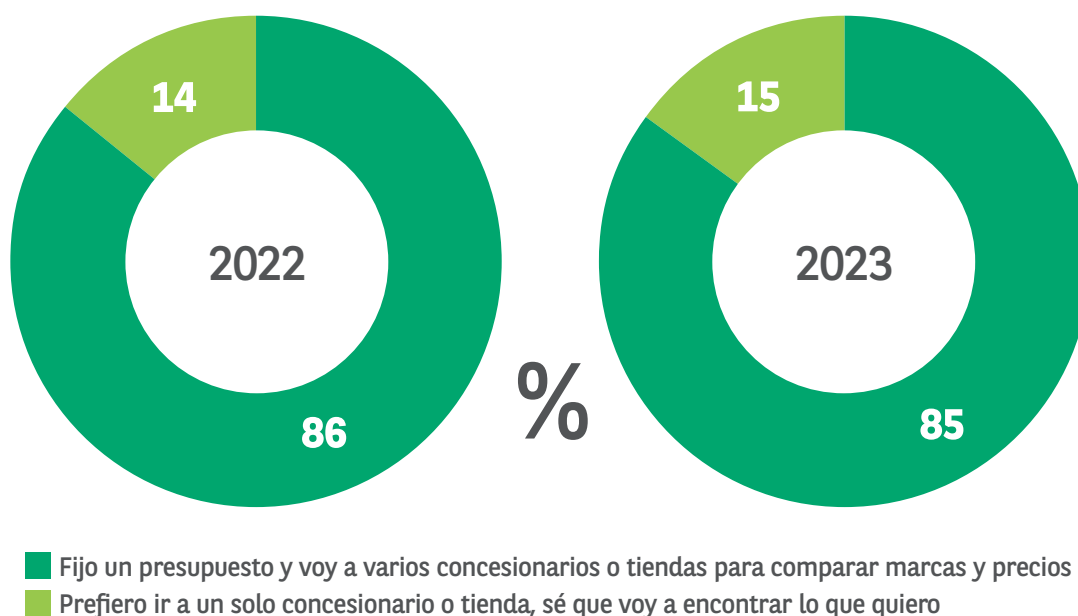
Una vez has escogido la MARCA o MARCAS, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre los usuarios que prefieren elegir primero la marca, el 92% ha contestado que prefiere ir a varios concesionarios para informarse y comparar precios en lugar de ir directamente a uno a comprar su caravana.

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 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre los usuarios que prefieren elegir primero el concesionario, el 85% ha contestado que, tras fijar un pre-

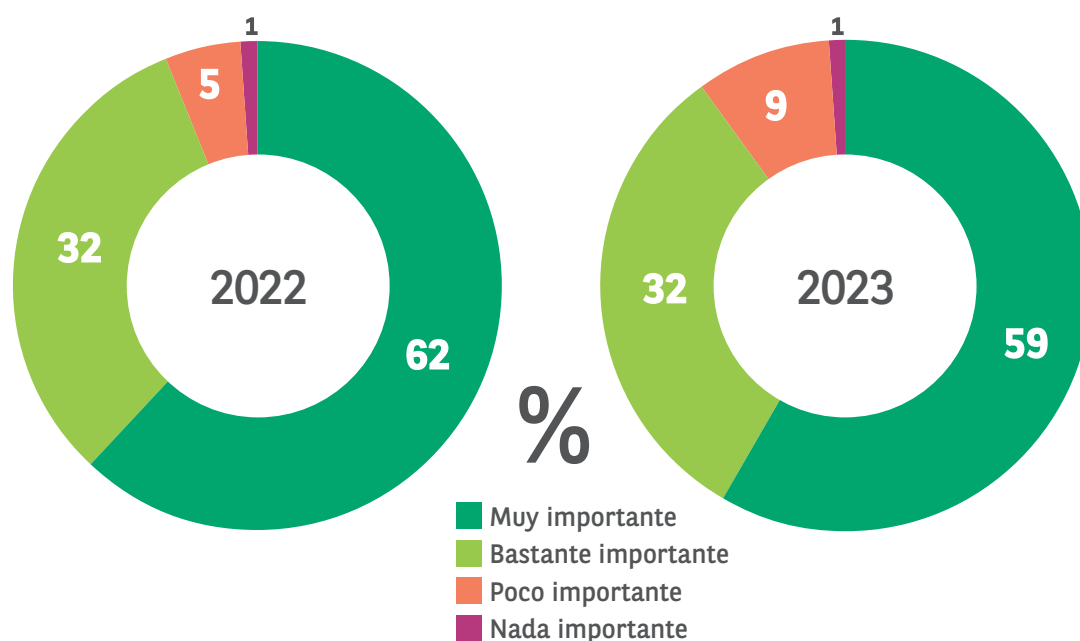
supuesto, prefiere ir a varios concesionarios para comparar marcas y precios en lugar de ir directamente

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 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

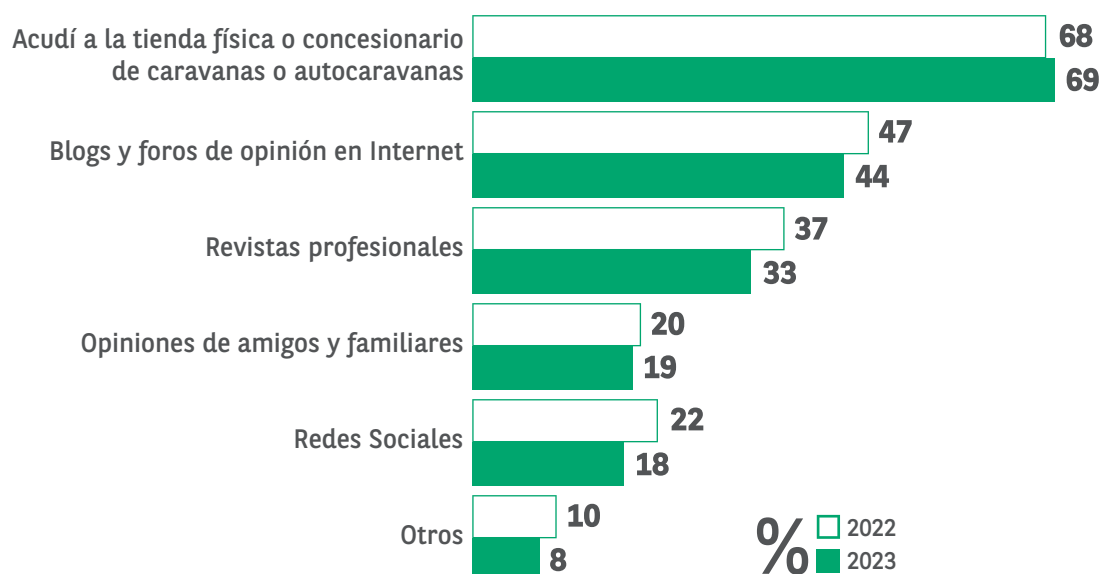
La gran mayoría de los usuarios encuestados ven importante que la tienda donde compran su caravana o autocaravana tenga página web

(90%). Tan solo el 9% lo ve poco importante, y el 1% lo considera nada importante.

Los encuestados menores de 45 años consideran importante este aspecto en un 95% de los casos, 5 puntos por encima de la media.

En el proceso de compra de tu vehículo, ¿qué fuentes de información utilizas / has utilizado?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

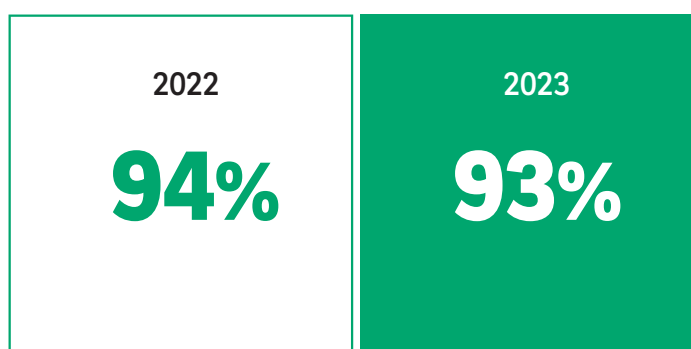
A la hora de buscar información en el proceso de compra de la caravana o autocaravana, el 69% se informa en

el concesionario (un punto más que en 2022), seguidos por el 44% que busca información en blogs y foros

de internet y por los que buscan en revistas profesionales con el 33%.

¿Utilizas internet como medio de consulta en el proceso de compra de una caravana o autocaravana?

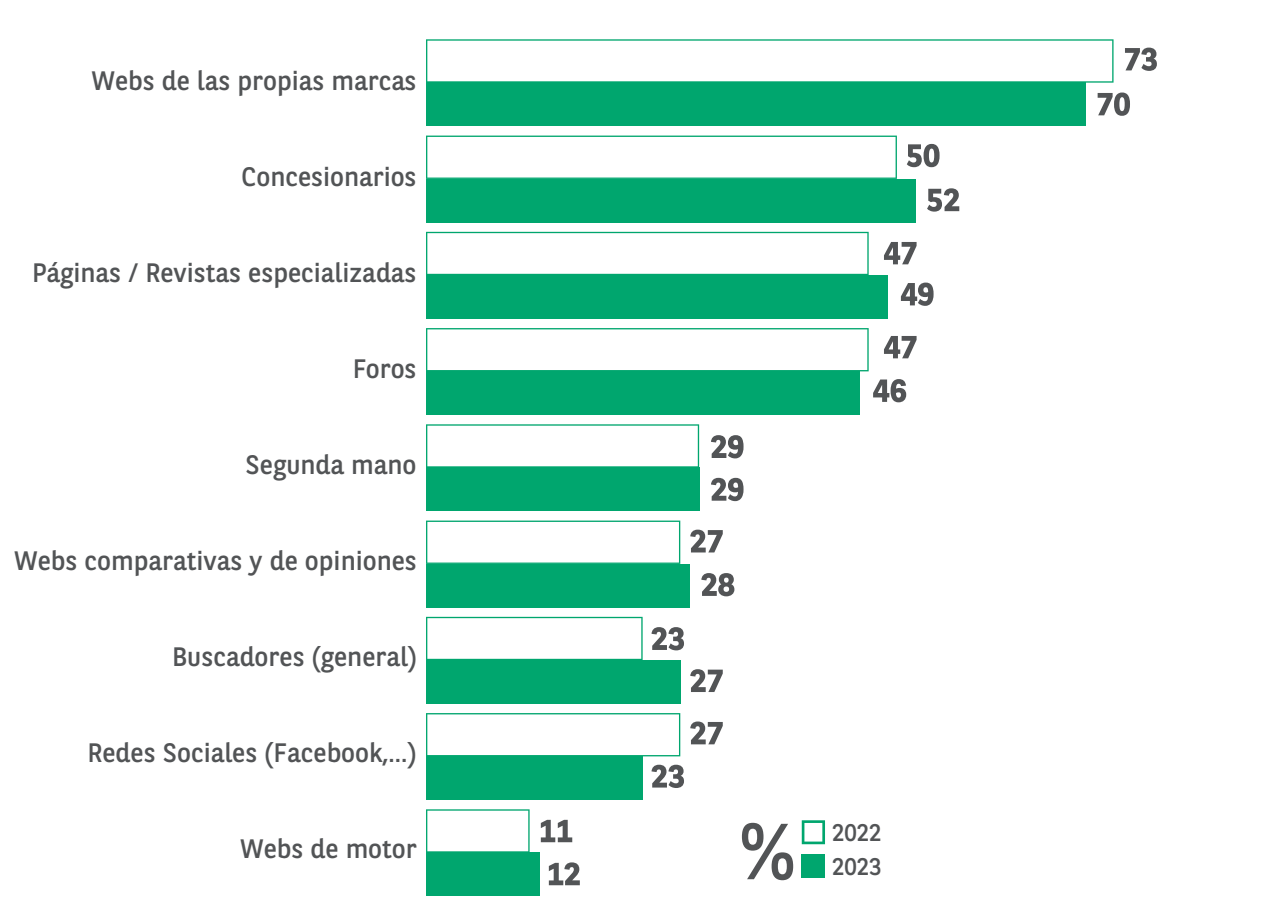
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 93% 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 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

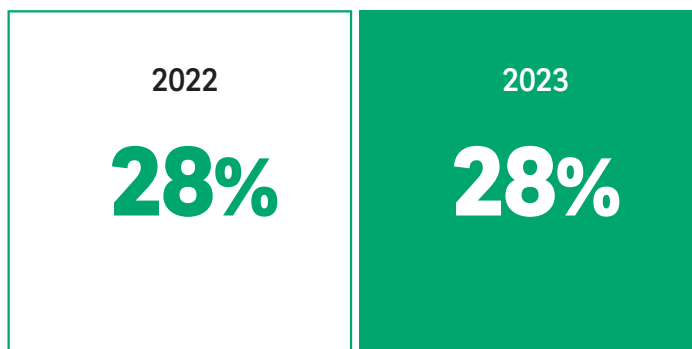
Los principales tipos de páginas web en las que los usuarios realizan sus consultas durante el proceso de compra de su caravana o autocaravana son los mismos que el año anterior; en primer lugar, las webs de las pro-

pias marcas con el 70% de menciones, seguidas de las páginas o revistas especializadas con el 52% y de las webs de los concesionarios con un 49%.

Destacan por encima de la media los menores de 45 años en el uso de las redes sociales y los buscadores como fuente de información.

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: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

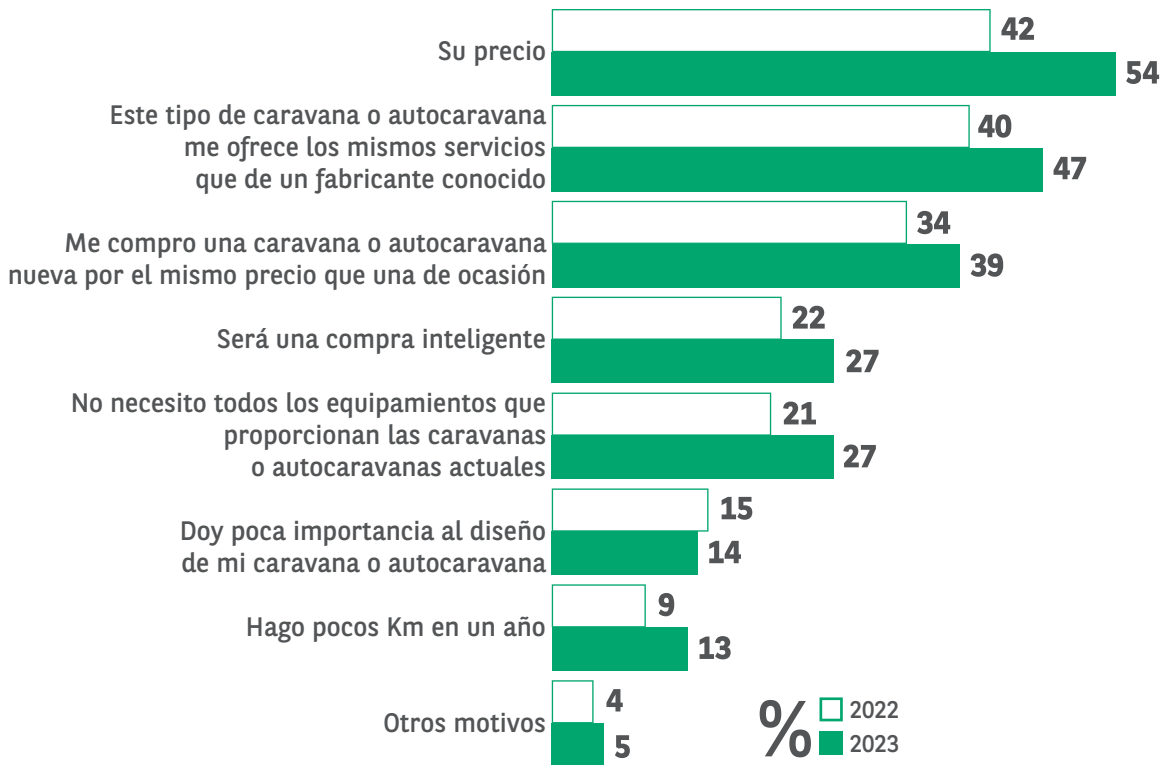
Solo el 28% de los usuarios encuestados aceptarían comprar una autocaravana de marca desconocida a

precio muy competitivo. En este caso los menores de 45 años serían algo más proclives a aceptar (34%) que

los mayores de 45 (27%).



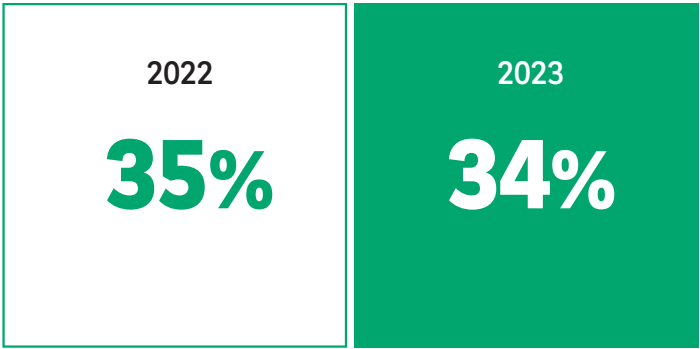
¿Por qué razones comprarías este tipo de autocaravana?
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Entre los que han dicho que sí comprarían ese tipo de autocaravana, el 54% lo haría por su precio (destacando en este aspecto los menores de 45 años con un 77% de menciones), un 49% porque le ofrece los mismos servicios que la de un fabricante conocido y el 39% porque estaría comprando una autocaravana nueva a precio de una de ocasión.

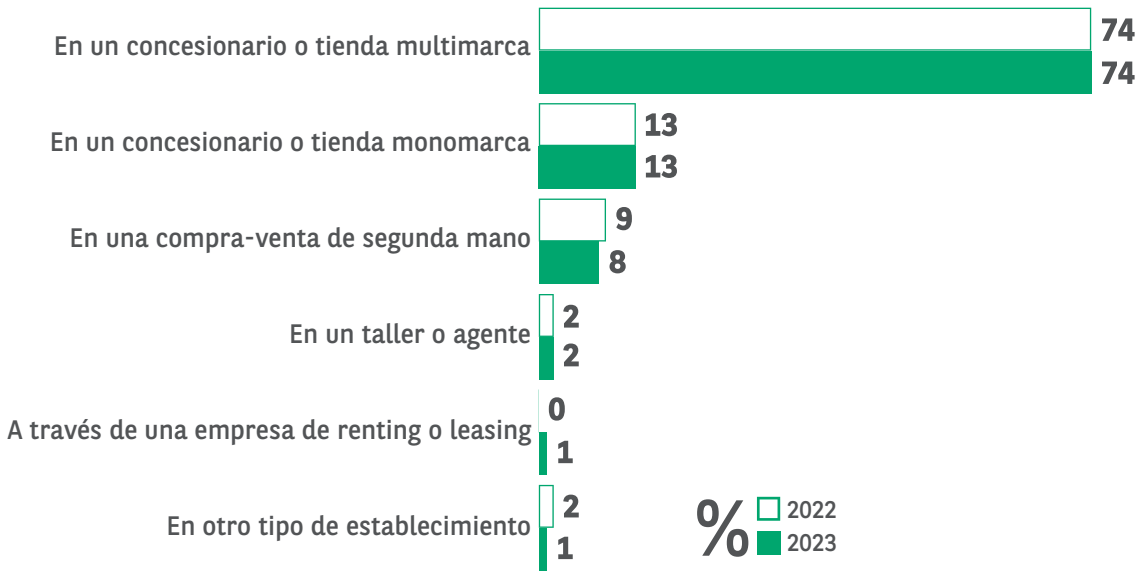
¿Compraría una autocaravana, caravana o camper por Internet a una persona o colectivo que traiga el producto de segunda mano del extranjero?
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 34% de los encuestados compraría una caravana, autocaravana o camper por internet a una persona o colectivo que trajese el producto de segunda mano desde el extranjero frente al 35% del año anterior.

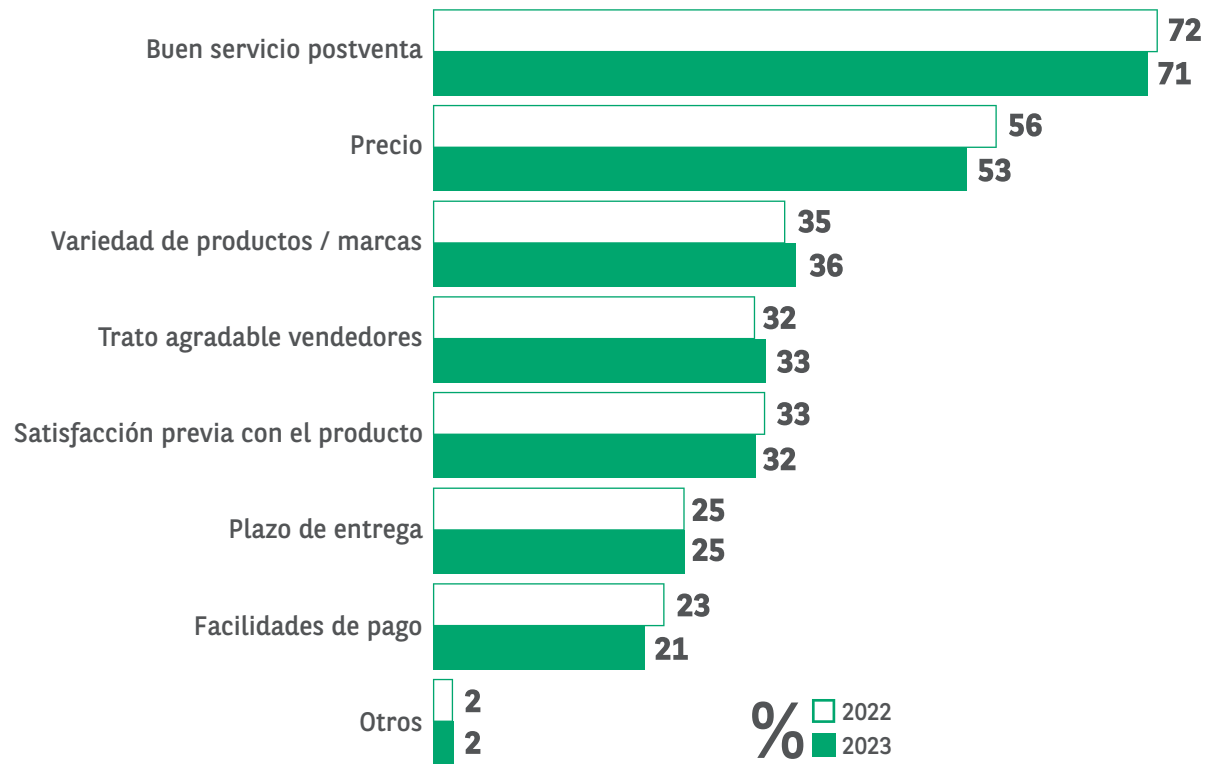
¿Dónde prefieres adquirir una caravana o autocaravana?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los usuarios encuestados prefieren claramente adquirir su caravana o autocaravana en un concesionario o tienda multimarca con un 74% que así lo afirma. Muy por debajo encontramos con un 13% a los que prefieren los concesionarios o tiendas monomarca y con un 8% 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 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

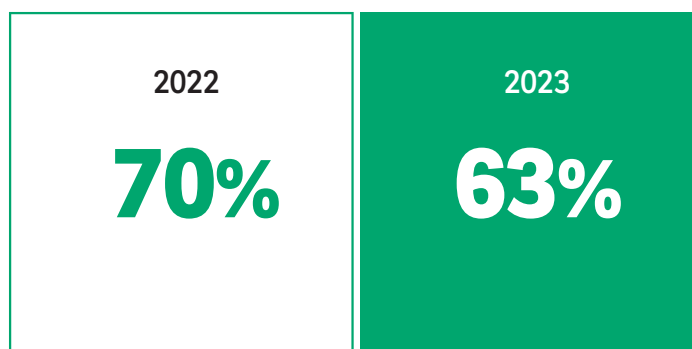
Entre los motivos por los que comprarían en un establecimiento concreto, destacan con un 71% de

menciones el buen servicio de postventa (un punto por debajo de 2022), seguido del precio con el 53% y la

variedad de productos/marcas con el 36%.

¿Tienes intención de volver al establecimiento donde compraste tu última caravana o autocaravana?

(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 63% de los usuarios encuestados tiene intención de volver al establecimiento donde compró su última caravana o autocaravana, 7 puntos por debajo del año anterior.

¿Qué tipo de establecimiento prefieres?

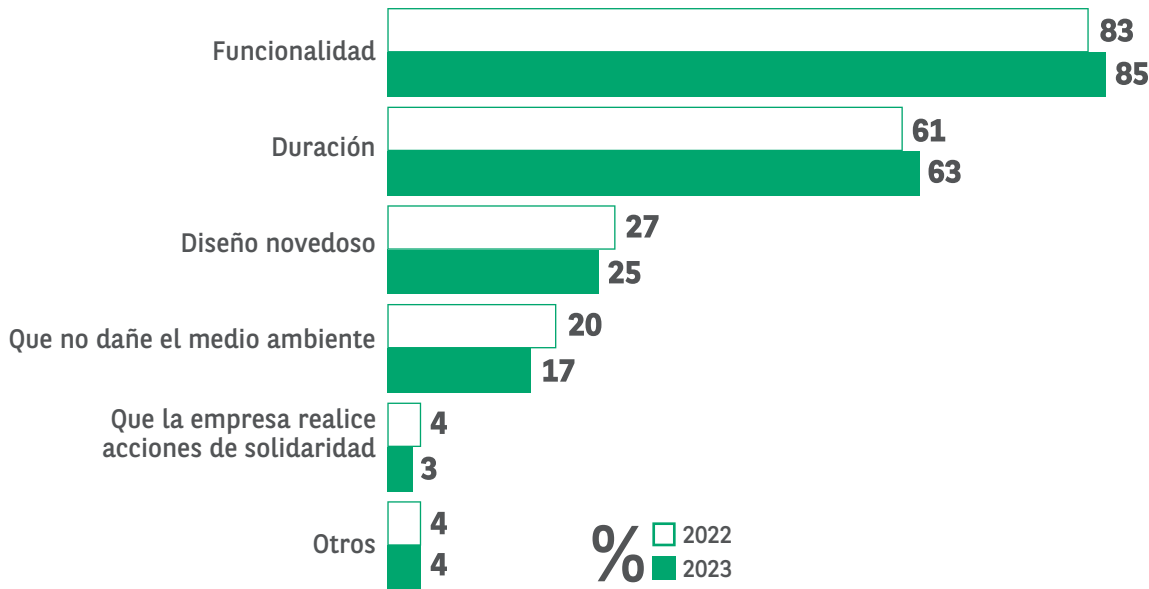
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 53% de los usuarios prefiere un establecimiento que normalmente tenga buenos precios (2 puntos menos que en 2022), muy por delante de los que prefieren 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)

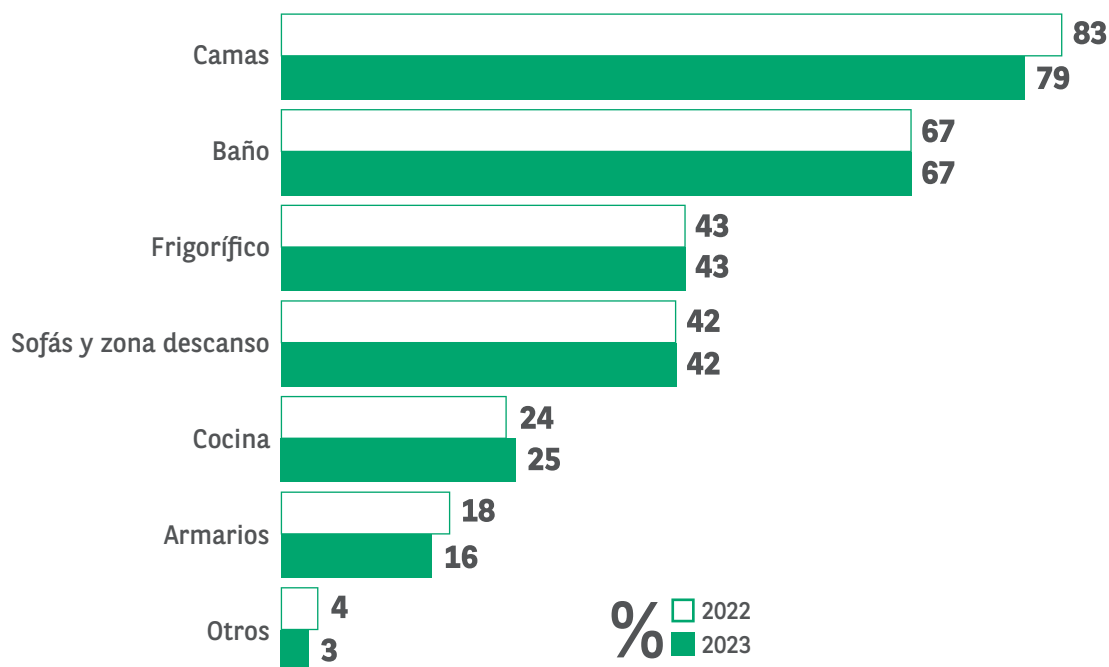


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, la funcionalidad es el aspecto más valorado por los usuarios encuestados con un 85% que así lo afirma, la duración con el 63% es el siguiente aspecto más valorado. En un segundo plano, un diseño novedoso o que no dañe el medio ambiente son valorados con un 25% y un 17% respectivamente.

¿Qué partes del equipamiento interior son más importantes para ti?

(% Respuesta múltiple - Máximo 3)



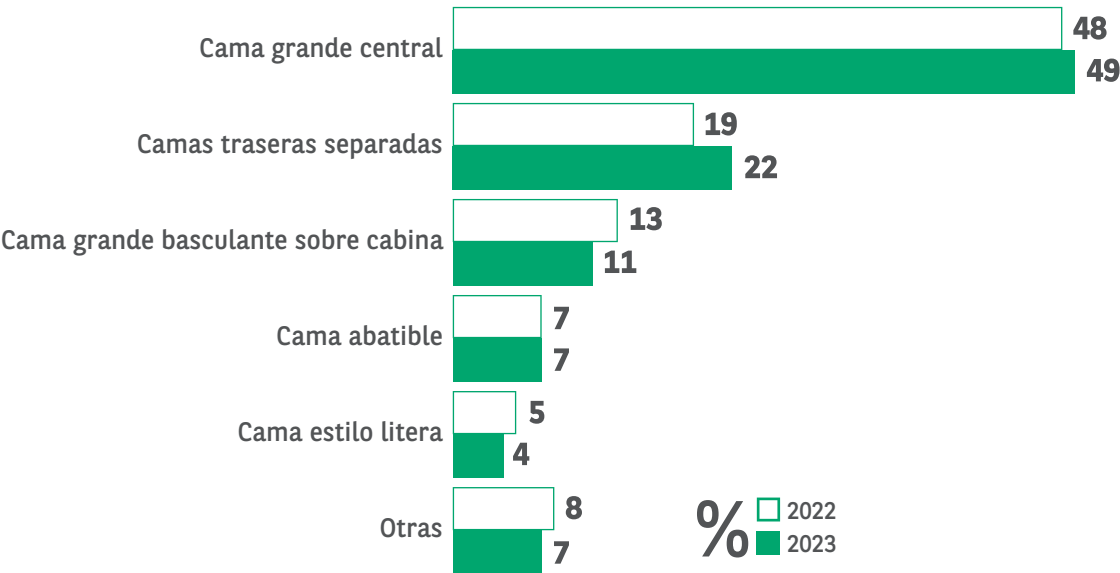
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

En cuanto al equipamiento interior, lo más indispensable para los usuarios son claramente las camas (79% en 2023 frente al 83% en 2022),

seguido por el baño (67% en 2023 tal y como ocurría en 2022) y el frigorífico (43% en 2023 también igual que en 2022). Los armarios y la cocina

están bastante por debajo con un 16% y un 25% de menciones respectivamente.

¿Qué tipo de camas prefieres en tu caravana o autocaravana?
(% Respuesta única)



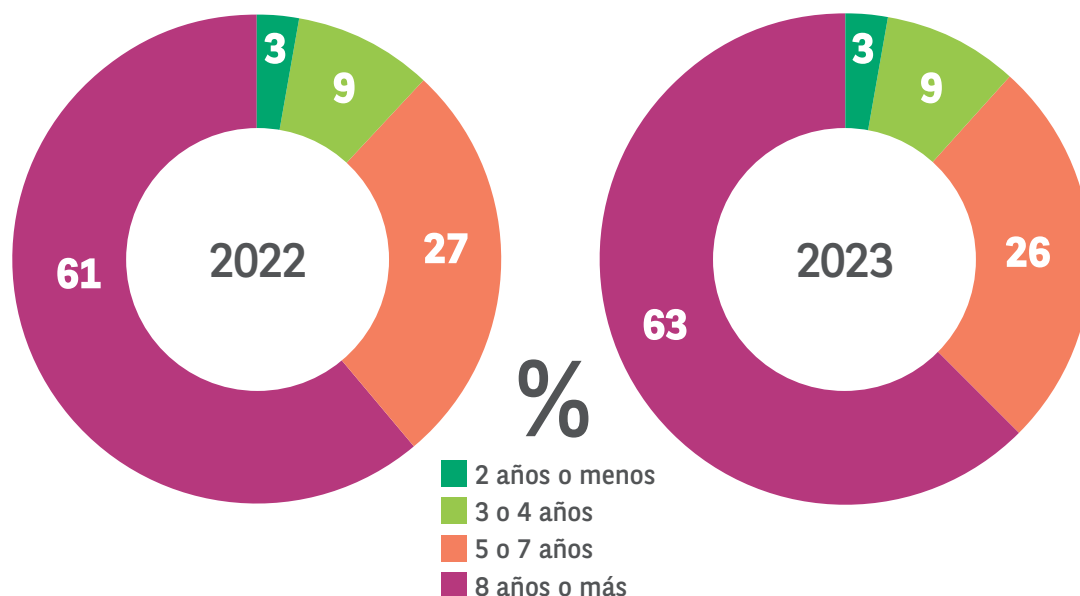
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El tipo de cama preferido por la mayoría de los usuarios encuestados es la cama grande central con el 49% de menciones, destacando por encima de la media los encuestados mayores de

45 años con un 52% de menciones. Le sigue de lejos la opción de camas traseras separadas con un 22% y los demás tipos que se encuentran entre el 4% y el 11%.

Los encuestados menores de 45 años destacan por encima de la media a la hora de elegir las camas basculantes sobre cabina o las camas abatibles.

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



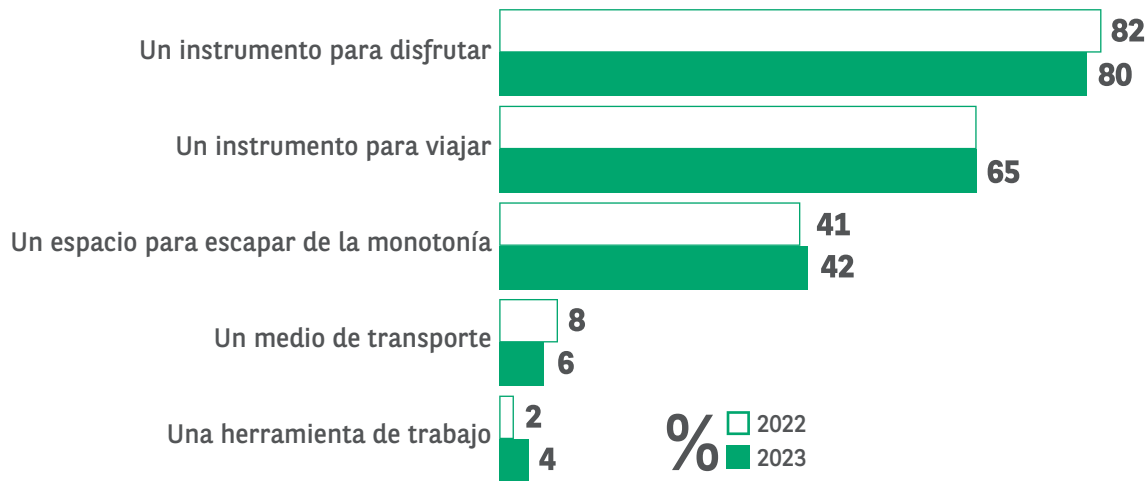
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 63% 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 26% opina que lo recomendable sería renovarla entre 5 y 7 años, y el 12% restante lo

haría antes de los 5 años.

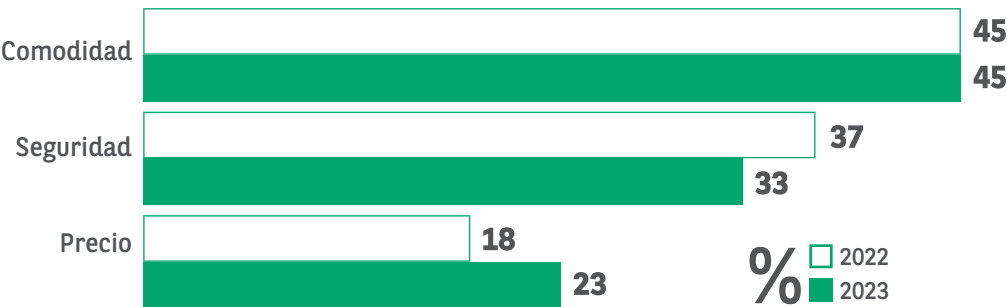
Consideras la caravana o autocaravana como...
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Un instrumento para disfrutar, así consideran las caravanas o autocaravanas el 80% de los usuarios. El 65% considera que es un instrumento de viaje y el 42% lo ve como un espacio para escapar de la monotonía (en este caso los menores de 45 años se encuentran por encima de la media con un 53%).

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, el 45% de los usuarios valora más la comodidad que la seguridad y el precio. Los mayores de 45 años, valoran la seguridad en un porcentaje mucho mayor que los menores de 45 años (36% vs 21% respectivamente).

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)



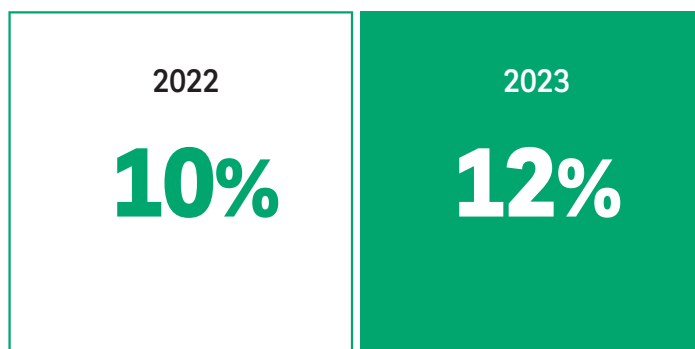
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

La imagen (57%), el diseño (47%) y los servicios en el punto de venta (29%), son las principales prestaciones

que los usuarios encuestados estarían dispuestos a reducir para acceder a precios más bajos, coincidiendo en este top 3 con los datos del año anterior.

ALQUILER DE CARAVANAS Y AUTOCARAVANAS

¿Has alquilado en los últimos 12 meses alguna autocaravana o camper?
(Respuesta única: sí - no)

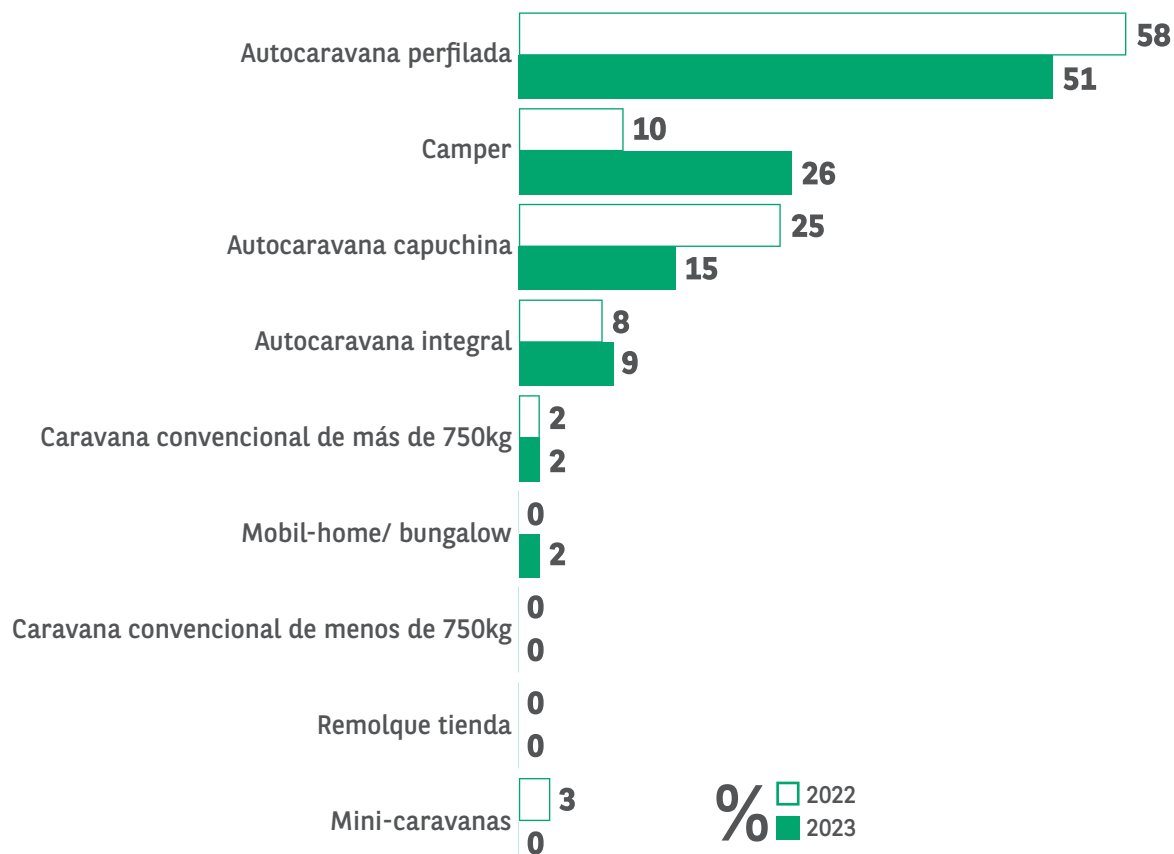


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 12% 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 18% de respuestas.

¿Qué tipo/s de elemento/s de caravaning alquilaste?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

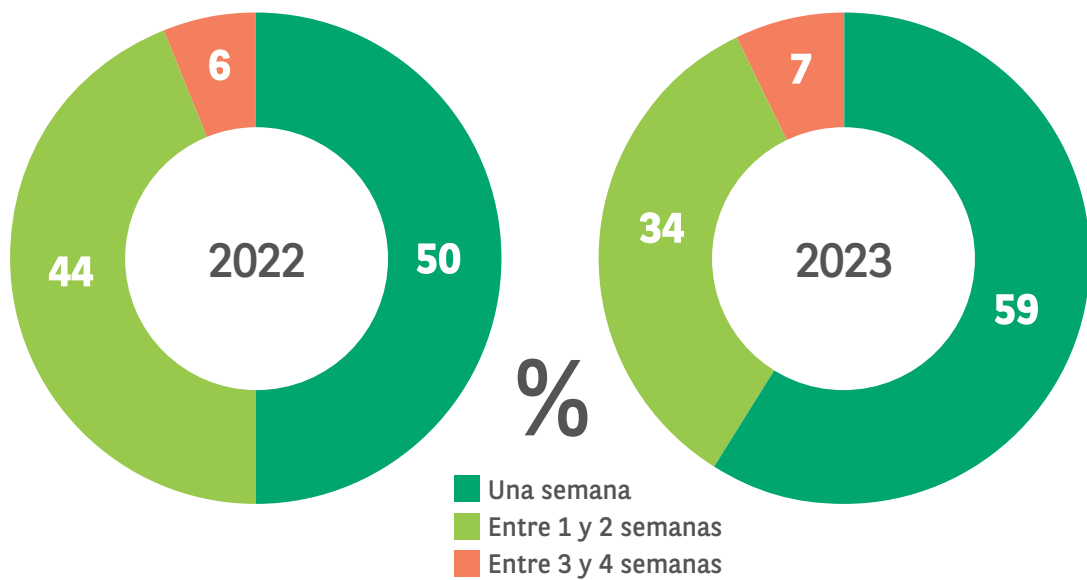
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Las autocaravanas perfiladas y las camper son las favoritas de los encuestados a la hora de alquilar con

un 51% y un 26% de menciones respectivamente, creciendo estas últimas en 16 puntos respecto al año

anterior.

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

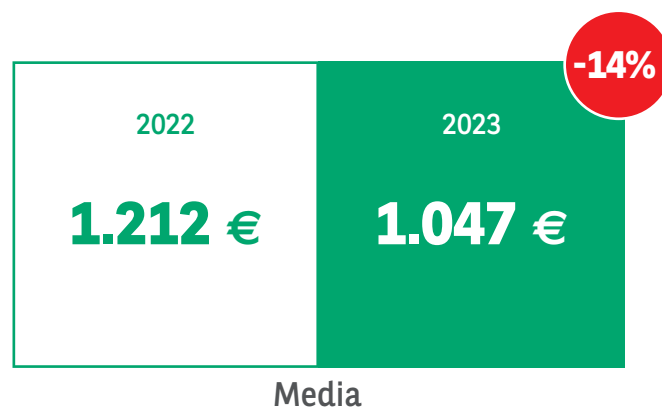
El 59% de los que alquilaron autocaravanas o camper durante el último año lo hizo para el plazo de una semana (creciendo en este aspecto

en 9 puntos respecto al año anterior), seguido por el 34% que afirma que la alquiló para un plazo de entre una y dos semanas. Tan solo un 7% alquiló

una autocaravana o camper para más de una quincena.

¿Cuál fue el gasto destinado para el alquiler de la autocaravana o camper?

(Semiabierta – Numérica)



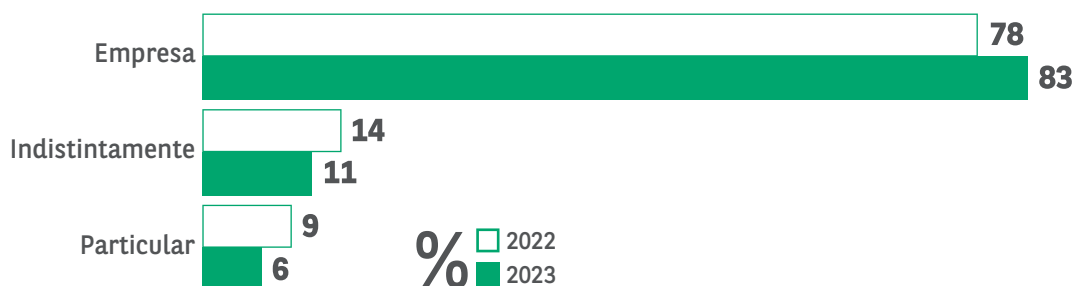
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los encuestados que alquilaron una autocaravana o camper, destinaron una media de 1.047€ para dicho alquiler durante el último año, un 14% menos que el año anterior. Esta cifra disminuye principalmente por la

reducción en la duración de los alquileres realizados este año.

Cuando alquilas una autocaravana o camper, ¿lo haces a una empresa o a un particular?

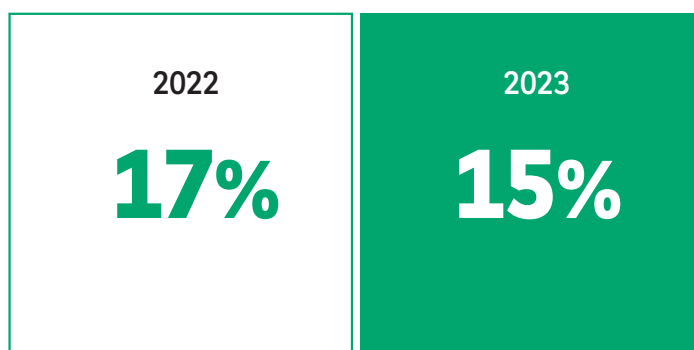
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 83% 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: sí - no)



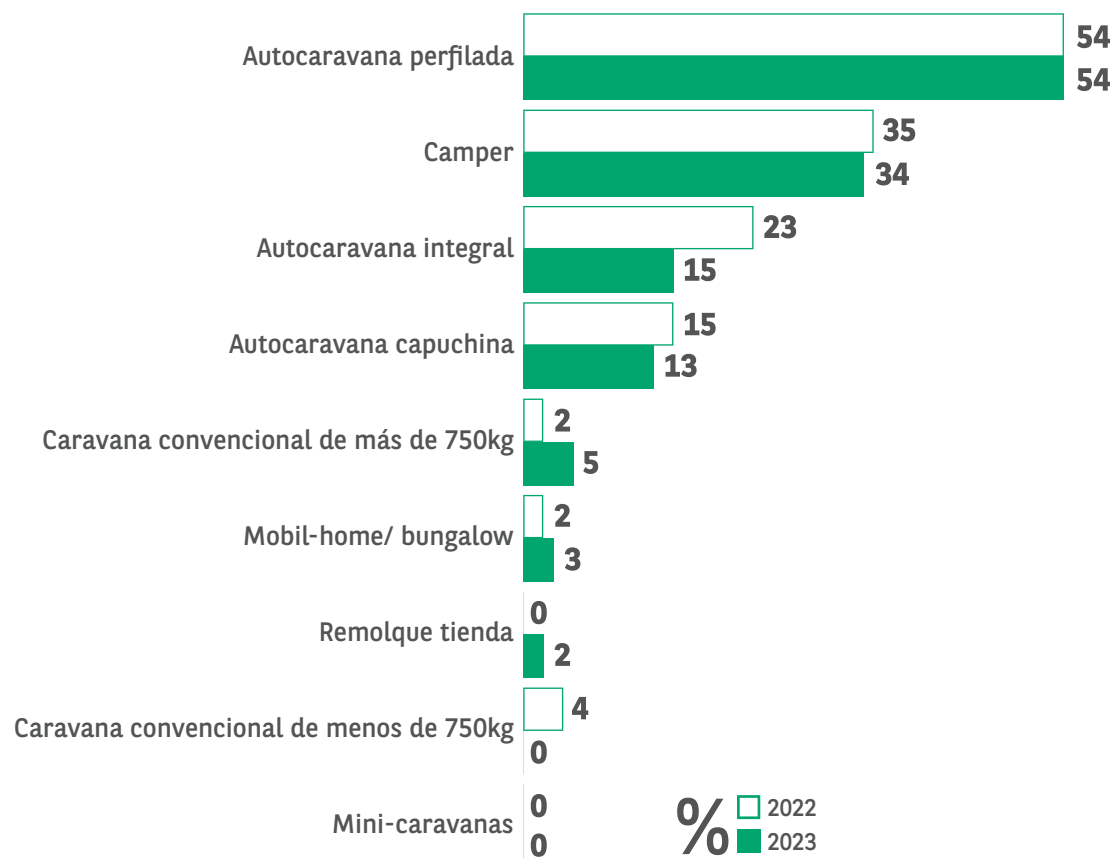
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 15% de los encuestados pretende alquilar una caravana o autocaravana en los próximos 12 meses, 2 puntos menos respecto a la intención mostrada el año anterior.



¿Qué tipo/s de elemento/s de caravaning tienes pensado alquilar?

(% Respuesta múltiple)



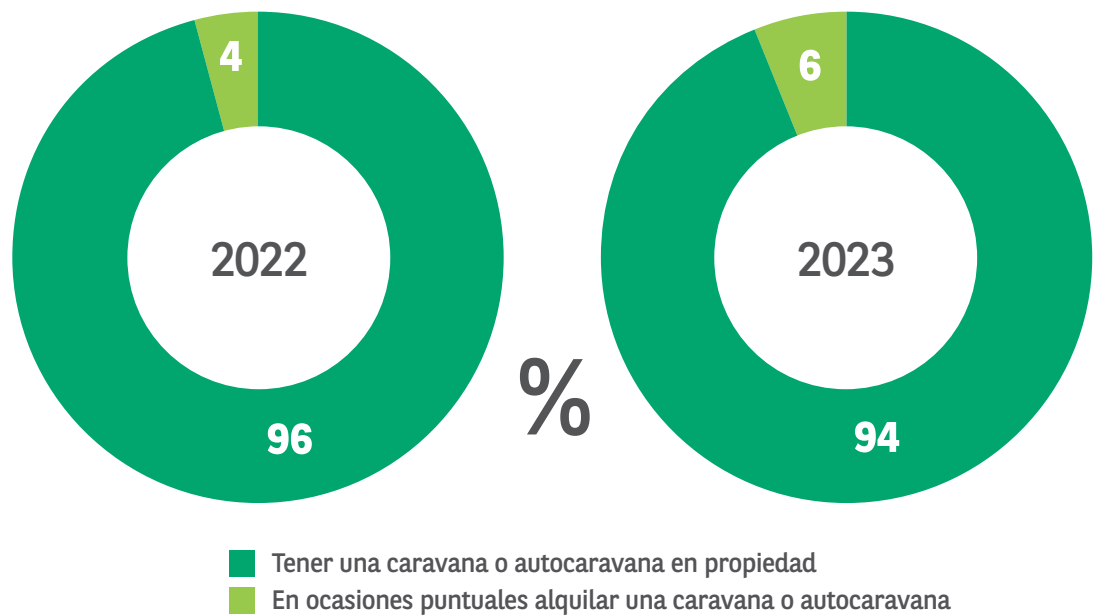
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
 Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 54% de los encuestados tiene intención de alquilar una autocaravana perfilada, 20 puntos por encima de los que pretenden alquilar una

camper, que son las siguiente con mayor porcentaje. Las integrales y las capuchinas son las siguientes en el ranking, aunque ambas descien-

den en 8 y 2 puntos porcentuales respectivamente.

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 94% de los usuarios encuestados preferirían tener una caravana o autocaravana en propiedad en vez de alquilarla en ocasiones puntuales.

SITUACIÓN ACTUAL

El **13%**

de los encuestados se encuentra actualmente en el proceso de compra de un vehículo caravanning, frente al 16% del año anterior.

El **48%**

de estos, está teniendo problemas para adquirir su vehículo, frente al 61% del año anterior.

El plazo de entrega previsto es de unos

7,5
MESES

frente a los 9 del año anterior.

Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

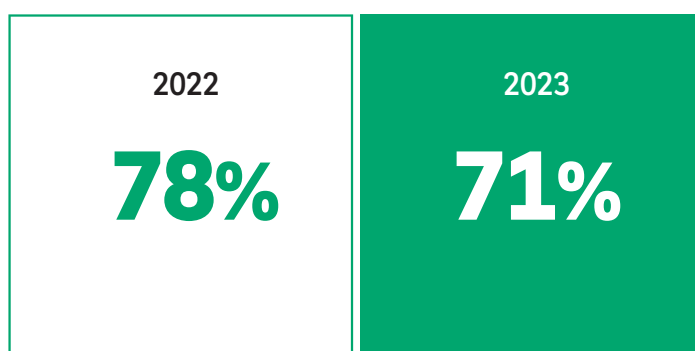
Entre el 13% de los que están actualmente en el proceso de compra de un elemento de caravanning: el 51% manifiesta que la actual crisis de

componentes y la falta de vehículos que estamos sufriendo ha hecho que se replantee su compra, y el 56% dice que estaría dispuesto a comprar un

vehículo de los que se ofrecen en la red proveniente de otros países.

INTENCIÓN DE COMPRA

¿Tienes pensado comprar un elemento de caravaning en los próximos 2 años? Piensa tanto en vehículos nuevos, kilómetro 0 o de segunda mano.
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

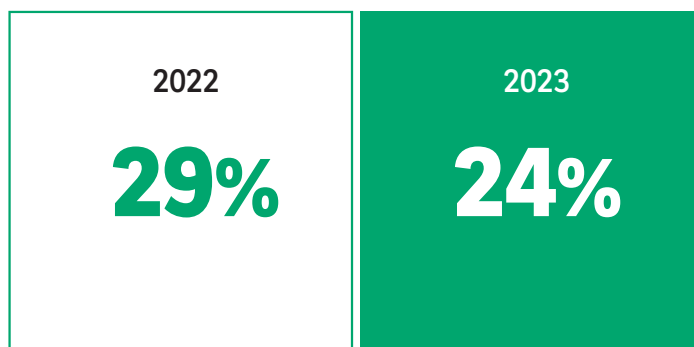
El 71% de los usuarios de caravaning encuestados que no tienen actualmente ningún elemento de caravaning tiene intención de adquirir

alguno en los próximos 2 años, 7 puntos menos que el año anterior.

Destacan muy por encima de la media los encuestados menores de 45 años con un 86% de menciones.

¿Tienes pensado cambiar tu elemento actual de caravanning en los próximos 2 años? Piensa tanto en vehículos nuevos, kilómetro 0 o de segunda mano.

(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

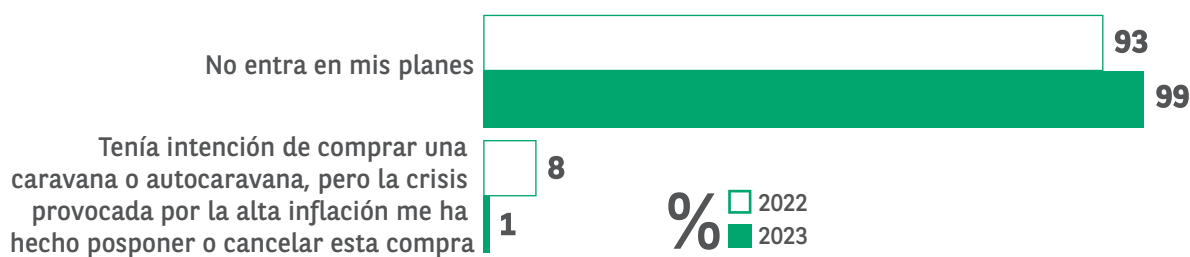
El 24% de los usuarios de caravanning encuestados que tienen actualmente algún elemento de caravanning, tiene intención de cambiarlo en los próxi-

mos 2 años, 5 puntos menos que el año anterior.

Destacan por encima de la media los encuestados menores de 45 años con un 30% de menciones.

¿Por qué no tienes intención de comprar o cambiar?

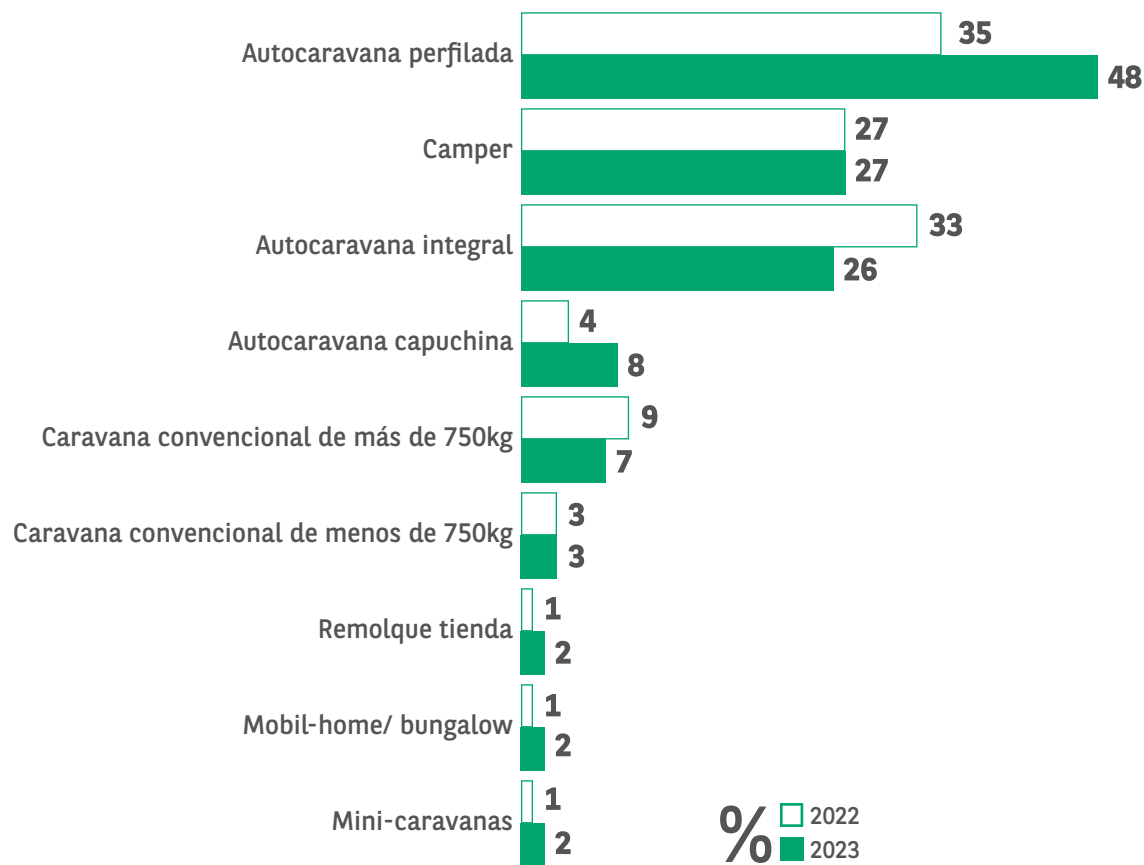
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Tan solo un 1% de los que no tiene intención de comprar o cambiar, dice que no lo hará debido a la crisis provocada por la alta inflación.

¿Qué tipo/s de elemento/s de caravaning buscas?
(% Respuesta múltiple)

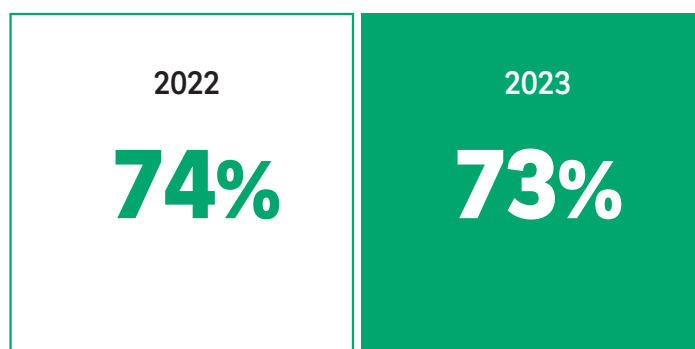


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

En cuanto a la intención de compra de los usuarios encuestados, el 48% está interesado en la adquisición de una autocaravana perfilada (35% en 2022), seguido del 27% con intención de comprar una camper y del 26% que pretende comprar una autocaravana integral.

En la elección de tu próximo elemento de "caravaning" ¿prestarás atención a que sea poco contaminante?

(Respuesta única: sí - no)

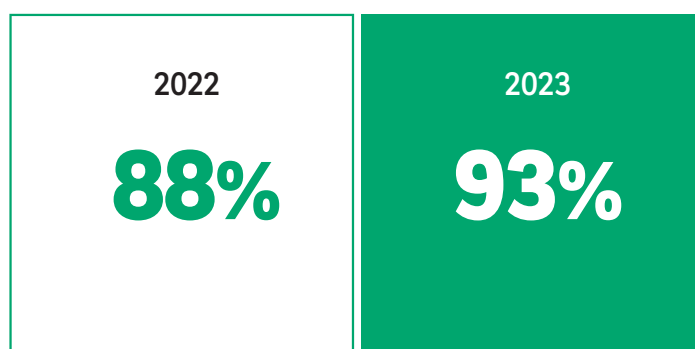


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 73% de los usuarios valorará que su próximo elemento de caravaning sea poco contaminante.

¿Y tendrás en cuenta el consumo de carburante?

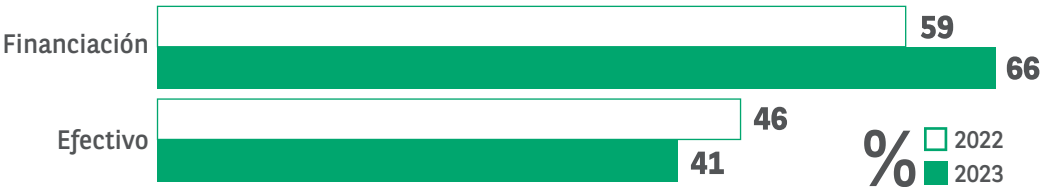
(Respuesta única: sí - no)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 93% de los usuarios valorará el consumo de carburante a la hora de comprar su próximo elemento de caravaning, porcentaje que aumenta en 5 puntos respecto al año anterior.

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



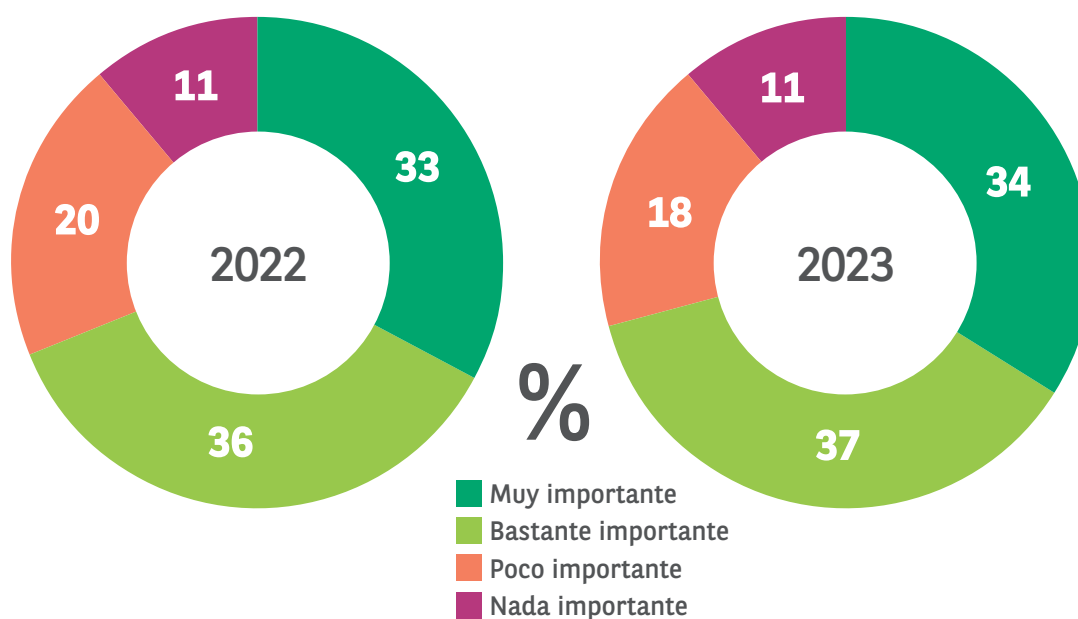
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 66% de los usuarios con intención de comprar una caravana o autocaravana, tiene intención de pagar su compra mediante financiación (7 puntos más que el año anterior). Destacan en mayor medida los menores de 45 años con un 73% de menciones en el pago mediante financiación frente al 62% de los mayores de 45 años.



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)



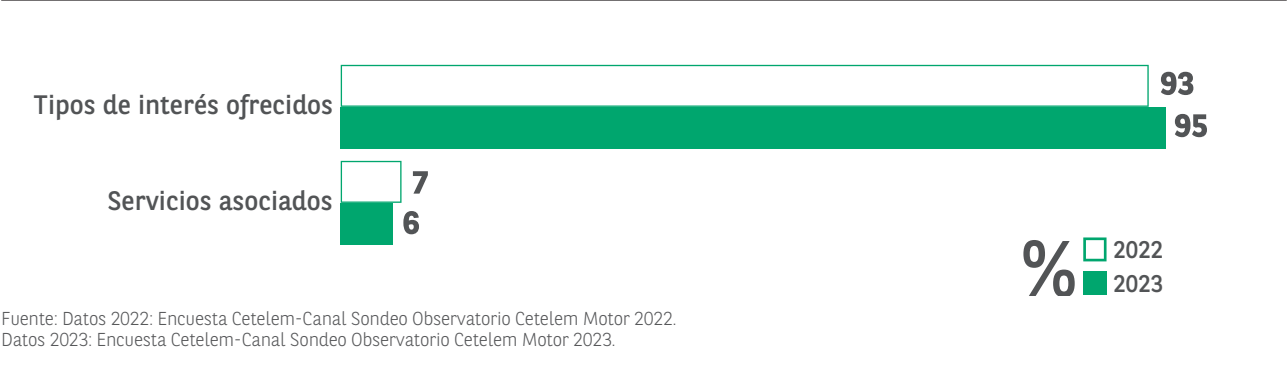
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, la oferta de finan-

ciación es considerada muy importante o bastante importante por el

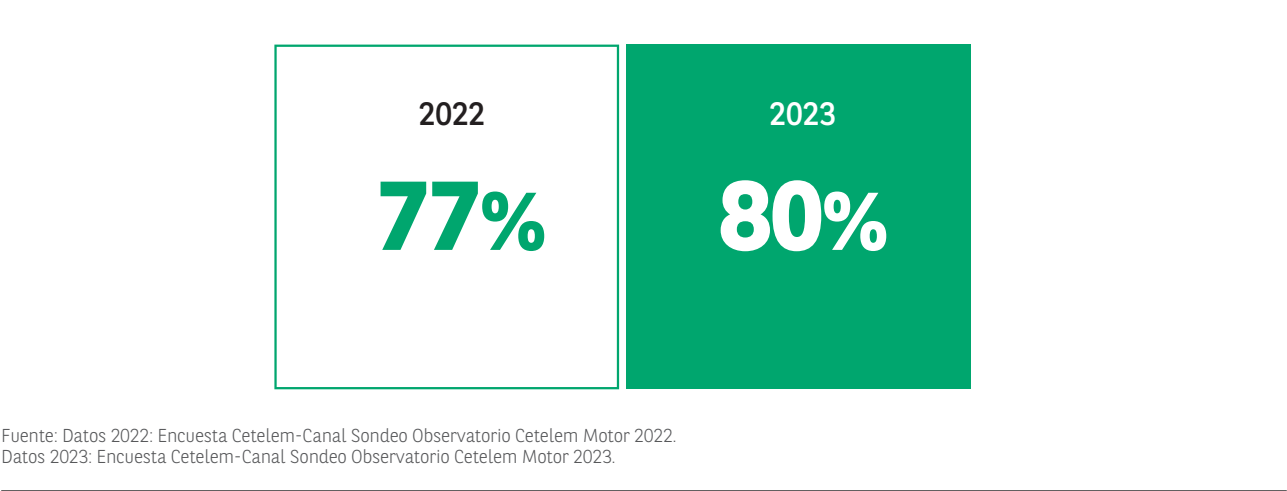
71% de los encuestados. Tan solo el 11% la consideran nada importante.

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



Los tipos ofrecidos a la hora de pedir un crédito es la variable a la que más atención prestaría el 95% de los usuarios (93% en 2022), muy por encima de los servicios asociados, elegidos solo por el 6%.

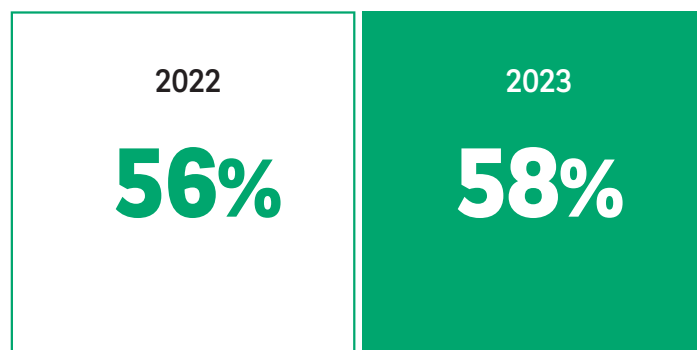
¿Consideras interesante la opción de que la tienda te ofrezca financiación + seguro de caravana o autocaravana a sus clientes?
(Respuesta única: sí - no)



El 80% de los usuarios encuestados consideraría interesante que la tienda le ofreciera la opción de financiación + seguro, frente al 77% del año anterior.

RENTING

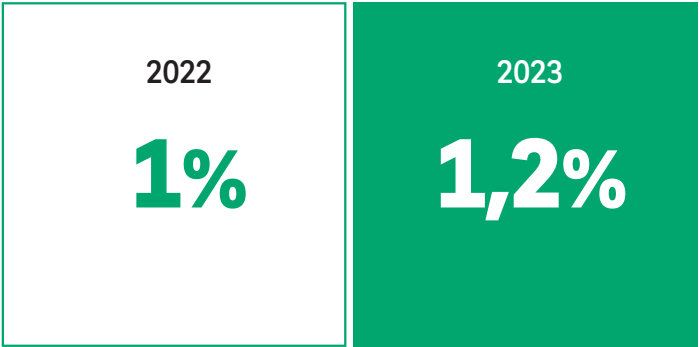
¿Conoces el renting a particulares?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 58% de los usuarios conoce el renting a particulares, 2 puntos más que el año anterior.

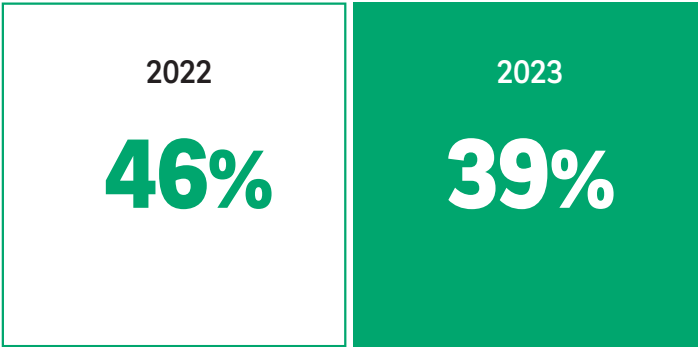
¿Has adquirido tu caravana/autocaravana a través de renting?
(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Tan solo el 1,2% de este 58% 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)

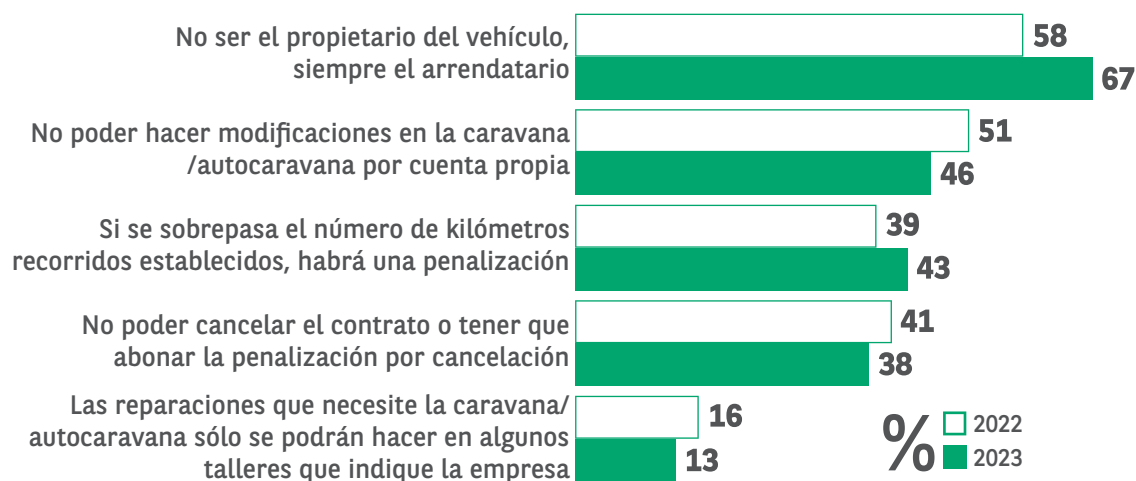


Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

El 39% de los usuarios que conocen el renting a particulares estaría dispuesto a adquirir su caravana o autocaravana mediante este medio, cayendo en 7 puntos respecto al año anterior.

Y, ¿cuáles crees que son los puntos negativos de adquirir tu caravana/ autocaravana a través de renting?

(% Respuesta múltiple)



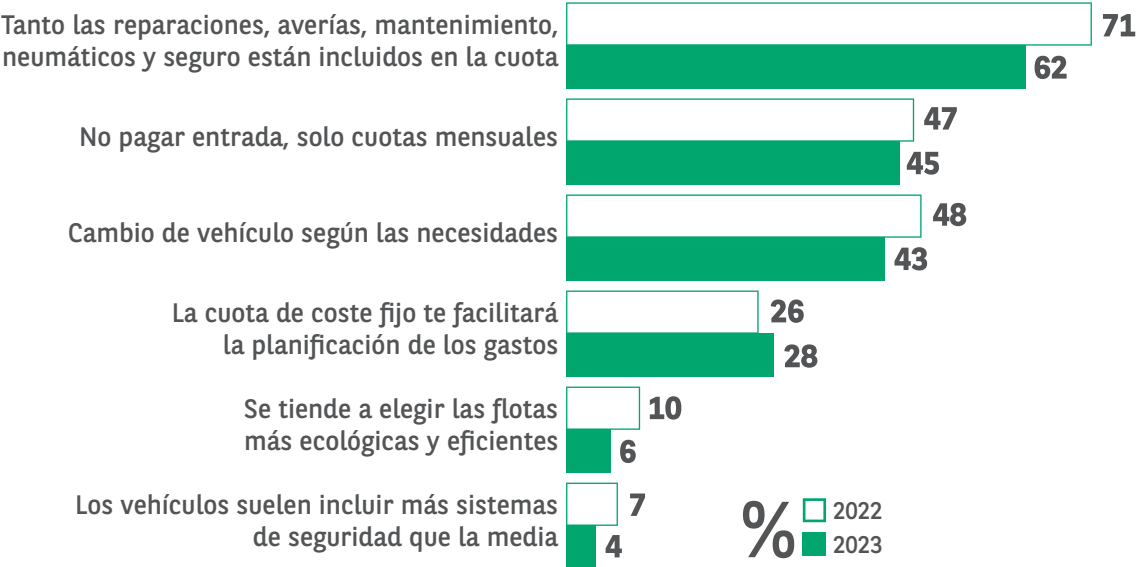
Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

Los principales puntos negativos para adquirir su caravana o autocaravana mediante renting son: en primer

lugar, no ser el propietario del vehículo (67%), seguido por la imposibilidad de realizar modificaciones por

cuenta propia (46%) y por la penalización que puede haber si se sobrepasa el límite de kilómetros (43%).

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



Fuente: Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.
Datos 2023: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023.

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 (43%).

LAS CLAVES CARAVANING

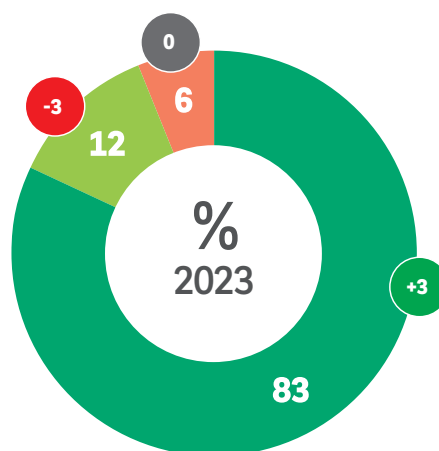
+2

-10

Variación respecto a 2022 en puntos porcentuales

Para empezar,
¿quiénes han
participado en
esta encuesta?

¿Tienes algún elemento de
caravaning en la actualidad?
(% respuesta única)



■ Sí

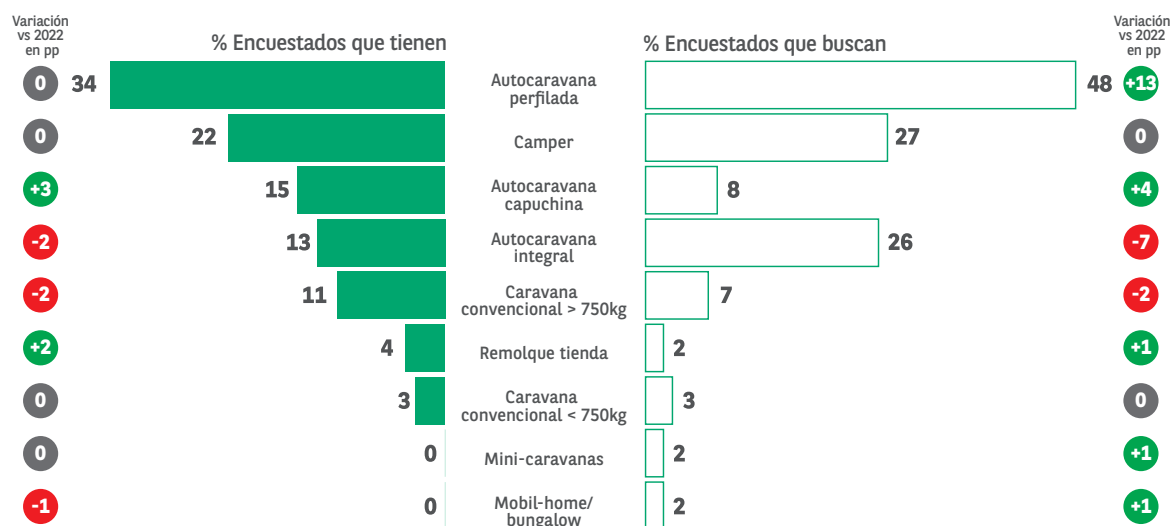
■ Actualmente no, pero tengo intención de adquirirlo en los próximos dos años

■ Actualmente no, pero los he tenido alguna vez

Tipos de elementos caravaning que tenemos y que buscamos

¿Qué tipo de elemento de caravaning tienes y/o qué tipo buscas?

(% respuesta múltiple)

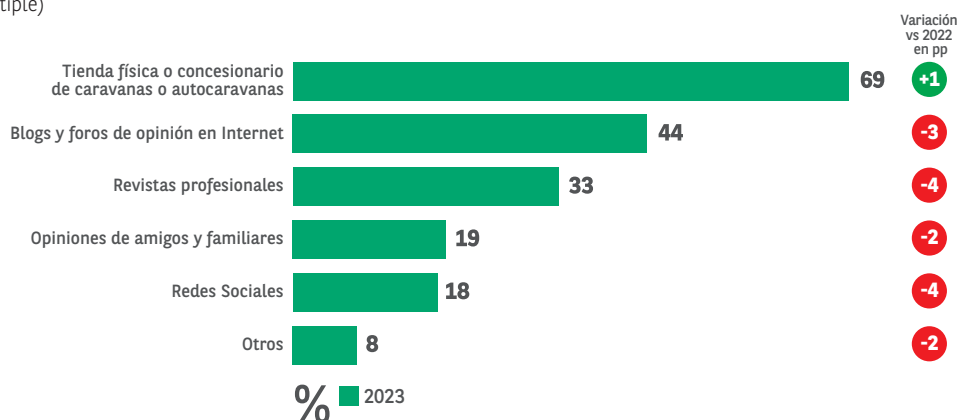


El gasto medio en la compra de sus elementos de caravaning ha sido de **40.951€** un **2%** menos que el año anterior

Fuentes de información y proceso de compra

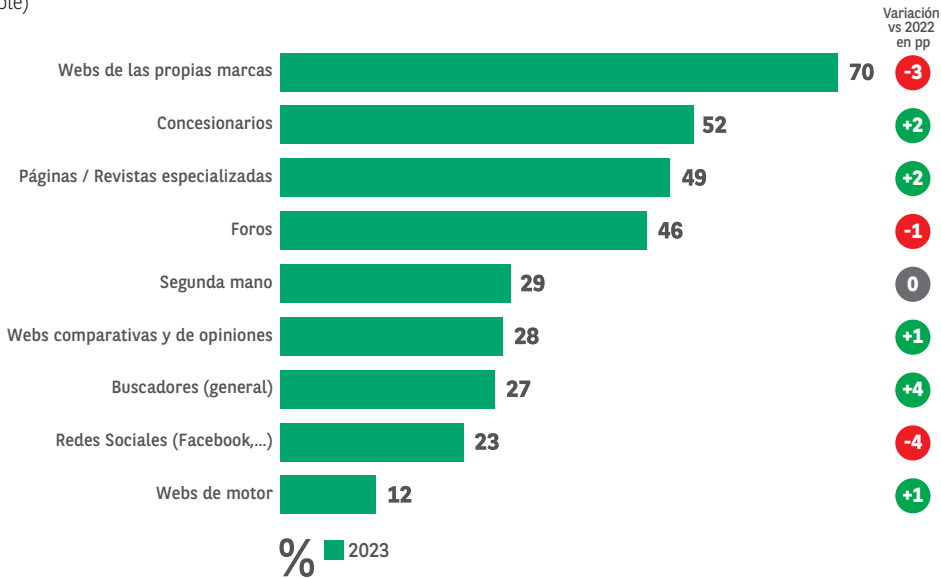
En el proceso de compra de tu caravana o autocaravana, ¿qué fuentes de información utilizas / has utilizado?

(% respuesta múltiple)



La opción de informarse acudiendo directamente al concesionario es la única que aumenta respecto al año anterior

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



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



¿Qué partes del equipamiento interior son más importantes para ti?
(% respuesta múltiple. Máximo 3 respuestas)

	2022	2023	Variación vs 2022 en pp
Camas	83%	79%	-4
Baño	67%	67%	0
Frigorífico	43%	43%	0
Sofás y zona descanso	42%	42%	+1
Cocina	24%	25%	+1
Armarios	18%	16%	-2

¿La actual crisis de componentes y la falta de vehículos que estamos sufriendo en España ha hecho que te replantees tu compra?
(%respuesta única)

Sí **51%**

Ante la escasez de producto, ¿estarías dispuesto a comprar un vehículo de los que se ofrecen en la red proveniente de otros países?
(%respuesta única)

Sí **56%**

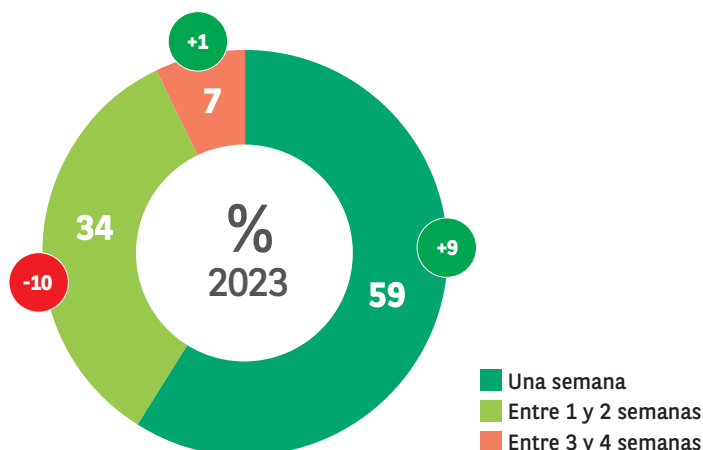
Alquiler

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

Sí **12%** ⁺²

¿Qué duración tuvo dicho alquiler?
(%respuesta única)

Aumenta el número de alquileres pero desciende considerablemente la duración de estos



El gasto medio en el alquiler durante el último año ha sido de

1.047€

un **14%** menos que el año anterior debido principalmente al descenso en la duración de los alquileres

LA VOZ DE NUESTROS PARTNERS



ENTREVISTA

Jose Manuel Jurado Presidente de ASEICAR

¿Cómo ha sido el año 2022 para el sector del Caravaning a nivel de matriculaciones?

El año 2022 ha sido muy difícil para nuestro sector. Empezamos el año con buenas expectativas, en enero crecieron las ventas con respecto a 2021 (que ya había sido un año de recuperación ante los efectos de la pandemia del Covid19) y en febrero los datos tampoco fueron malos, pero ya se empezaban a sufrir los efectos de la guerra de Ucrania.

En el resto del año se fueron encadenando descensos tras descensos en las matriculaciones y ventas, no sólo de vehículos nuevos, sino también de usados. La falta de componentes y el aumento de la inflación produjo, en primer lugar, una escasez de vehículos, después una subida de precios y por último un retroceso en la intención de compra de los clientes del caravaning (retrasando su decisión de adquirir un vehículo).

A pesar de la subida de precios y la caída de ventas, el número de usuarios de caravaning sigue creciendo, así lo muestran los datos obtenidos en nuestro estudio sobre el crecimiento en el alquiler de elementos de caravaning. ¿Qué nos puedes decir sobre el “Fenómeno caravanista”?

Nos complace que vuestro estudio ratifique lo que observamos día a día en nuestros negocios. El caravaning sigue en boga, suscita un gran interés social y se siguen incorporando adeptos y “adictos” a nuestro sector por las ventajas turísticas que ofrece como la diversidad de lugares que visitar, la flexibilidad de horarios, el contacto con la naturaleza, la seguridad de llevar tus pertenencias en tu propio lugar de alojamiento y pernocta, etc.



Este estilo de vida es muy demandado, cada vez más, por gente joven y familias con niños, además del turista senior. Creemos que este problema de precios con la consiguiente caída de ventas, será coyuntural y en cuanto mejore la situación internacional de la guerra y la crisis energética con seguiremos retomar la senda de crecimiento de los últimos años.

¿Cómo estáis trabajando para modernizar y actualizar las normativas de las Comunidades Autónomas?

Uno de los temas en la que más tiempo y esfuerzo está dedicando ASEICAR es en la participación en las normativas autonómicas que regulan el uso del caravaning y en la labor pedagógica, ante estas administraciones, para que amplíen su oferta de áreas de pernocta y de tránsito para estos vehículos turísticos. Pero no solo a las consejerías de turismo van nuestros esfuerzos, sino también a los Ayuntamientos que son los que, en última instancia, pueden aprobar ordenanzas municipales en favor del desarrollo del caravaning, así como ofrecer lugares para acoger este turismo que tanto beneficio

aporta a los pueblos y ciudades.

¿Cuáles son las previsiones de ASEICAR para 2023? ¿Cómo crecerá este tipo de turismo?

Como comentábamos anteriormente, todo dependerá del desarrollo de la guerra en Ucrania, los efectos de la crisis energética y la contención de la inflación, así como la evolución de la economía. Todos son factores externos porque la pasión por el caravaning sigue intacta y en aumento. El caravaning, como forma de turismo y estilo de vida ha venido para quedarse y seguirá reflejándose en el crecimiento del sector.

Esperamos que en el último trimestre del año, coincidiendo con la celebración del Salón del Caravaning en Barcelona, se pueda dar el punto de inflexión y comience una mejora de las ventas.

Para finalizar, ¿Algo que quiera destacar sobre alguna novedad en el sector para este año 2023 o posteriores?

Desde ASEICAR seguiremos trabajando, como hasta ahora, por un desarrollo ordenado del sector y facilitando a las empresas herramientas y servicios que hagan más fácil sus tareas y también para los clientes y usuarios del sector, negociando con la administración turística, con la DGT, con Industria y con todas las instituciones que puedan ayudar a un crecimiento eficaz y sostenible del caravaning. Entre tanto, la industria del caravaning seguirá desarrollando modelos cada vez más eficientes y ecológicos, mejores prestaciones y calidad, para que la experiencia del caravaning siga siendo tan inolvidable para los que la prueban y la disfrutan.

FICHA TÉCNICA

Motor 2023. El Observatorio Cetelem Sector 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 581 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 $\pm 4,07\%$.

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

Trabajo de campo:

Realizado entre el 1 y el 27 de febrero de 2023 por la empresa CANAL SONDEO.

Motor 2022. El Observatorio Cetelem Sector 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 631 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 $\pm 3,90\%$.

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

Trabajo de campo:

Realizado entre el 1 y el 28 de febrero de 2022 por la empresa CANAL SONDEO.



OBSERVATORIO

Cetelem



BNP PARIBAS
PERSONAL FINANCE

