




# MOTOR 2026

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



 [elobservatoriocetelem.es](http://elobservatoriocetelem.es)  
 [bnpparibas-pf.es](http://bnpparibas-pf.es)  
 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

**OBSERVATORIO**  
Cetelem



# ÍNDICE

- 03 El Observatorio Cetelem**  
María Ruíz-Manahan, CEO  
BNP Paribas Personal Finance en España.
  - 04 Editorial**  
Liliana Marsán,  
Responsable de El Observatorio Cetelem,  
BNP Paribas Personal Finance en España.
  - 05 Entrevista a nuestros partners**
  - 06** Jose Correia Luis, Presidente de Anesdor.
  - 08** Víctor González, Director General de Yamaha España.
  - 09** Ramón Bosch, Director General en Kawasaki Motor Europe.
  - 11 Evolución de las matriculaciones de motos en España**
  - 13 Mi moto actual**
  - 15 Compras realizadas en los últimos 12 meses**
  - 15** Tipo de moto comprada
  - 16** Establecimiento de compra
  - 17** Gasto realizado y medio de pago
  - 20** Accesorios de moto
  - 23 Aspectos generales y proceso de compra**
  - 26** Fuentes de información previa a la compra
  - 27** Mi marca y mi concesionario
  - 29 Mi futura moto**
  - 29** Tipo de moto
  - 30** Establecimiento de compra
  - 31** Gasto previsto y medio de pago
  - 32** Intención de compra de accesorios o equipación
  - 37 La moto eléctrica**
  - 40 Motosharing**
  - 42 Motos de marcas chinas**
  - 45 Los puntos clave**
  - 48 Ficha técnica**
-

---

## INTRODUCCIÓN

---

**María Ruíz-Manahan** | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Fieles a nuestra cita anual con el mundo del motor, de nuevo estamos aquí presentando El Observatorio Cetelem y analizando los hábitos y tendencias del consumidor en su relación con el automóvil y la moto.

Es de todos conocido que el sector del motor en España constituye uno de los pilares fundamentales de la economía nacional, tanto por su contribución al PIB y al empleo industrial como por su papel en el comercio exterior. En 2026, esta industria afronta un contexto caracterizado por la convergencia de transformaciones tecnológicas, medioambientales y geopolíticas que condicionan su competitividad y sostenibilidad a medio y largo plazo.

España mantiene su posición como segundo productor de vehículos de la Unión Europea, pero el mercado se enfrenta a un escenario de moderación de la demanda, encareci-



miento de los costes energéticos y logísticos, y creciente presión regulatoria sobre las emisiones y la electrificación. Las inversiones necesarias para cumplir con los objetivos de descarbonización y digitalización suponen un desafío significativo, especialmente para las pequeñas y medianas empresas de la cadena de suministro.

En este contexto, resulta esencial analizar la capacidad del sector para adaptarse a un entorno global en transición, marcado por la volatilidad de los mercados, la evolución de las políticas industriales europeas y la redefinición del modelo de movilidad. El presente informe ofrece una visión general sobre cómo esta situación puede afectar el comportamiento del consumidor ante la decisión de compra de productos de movilidad.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional. Para mí, por lo tanto, es un placer compartir, nuevamente, el conocimiento depositado en estas páginas con todos vosotros e invitaros, no solamente a leer este documento, sino a profundizar en el trabajo que lleva a cabo El Observatorio Cetelem desde 1997 en nuestro país. ■

## EDITORIAL

Liliana Marsán | Responsable de El Observatorio Cetelem

Cada año tenemos una cita con el sector del motor en España. Desde El Observatorio Cetelem analizamos cómo el consumidor español se enfrenta a las decisiones de compra en los sectores del automóvil y la moto.

El 2025 fue un año muy positivo tanto para el sector del automóvil como para el sector de moto, con unos incrementos del 13% y 7% respectivamente. Los primeros meses del 2026 siguen siendo positivos, aunque habrá que esperar como evoluciona todo el contexto de la situación geopolítica actual y el impacto que puede tener en el sector:

El sector del motor en España constituye uno de los pilares fundamentales de la economía nacional. En 2026, esta industria afronta un contexto caracterizado por diversos factores como las transformaciones tecnológicas, medioambientales y geopolíticas que impactan claramente en el desarrollo de su competitividad y sostenibilidad a medio y largo plazo.

Seguimos el tránsito progresivo hacia motorizaciones sostenibles y aunque el crecimiento de la electrificación sigue sin ser tan rápido en España,



como en otros países europeos, la intención de compra manifestada por los españoles para vehículos eléctricos crece respecto al año anterior en ambos mercados (coche y moto), lo que refleja un creciente interés hacia este tipo de vehículos. Para ello, son fundamentales las medidas gubernamentales como el "Plan Auto Plus" para fomentar la compra de vehículos eléctricos en nuestro país.

Otro de los temas importantes es la presencia progresiva de los coches de fabricantes de marcas chinas en nuestro país, su fuerte competencia y la

problemática de los aranceles, son otro campo de batalla sectorial. La percepción por parte de los consumidores españoles hacia estas marcas es cada vez más positiva y su confianza crece respecto al año anterior.

La importancia del asesoramiento de los profesionales y vendedores de los concesionarios, es importante para los conductores a la hora de tomar su decisión de compra, pero también lo son, el uso de herramientas como la inteligencia artificial y las redes sociales a la hora de informarse.

Un año más, hemos preguntado a los conductores españoles sobre sus hábitos y tendencias de consumo respecto al mundo del motor, y en estas páginas compartiremos esos datos que esperamos puedan resultar de utilidad y ser interesantes tanto para el sector del motor, como para los medios de comunicación y la sociedad en general.

Desde El Observatorio Cetelem, como siempre, seguiremos en la brecha compartiendo puntualmente los resultados de nuestros informes y estudios.

Disfruten de la lectura. ■

---

# ENTREVISTA A NUESTROS PARTNERS



## ENTREVISTA

Jose Correia Luis Presidente de Anesdor

**¿Cómo valorarías el año 2025 en relación con las ventas del sector de la moto y el vehículo ligero? ¿Y los primeros meses de este 2026?**

El año 2025 fue muy positivo para nosotros. Cerramos el ejercicio con 265.220 matriculaciones, lo que supuso un crecimiento del 6,9% respecto a 2024 y confirma que España sigue siendo uno de los mercados más fuertes de Europa en el ámbito de la moto y el vehículo ligero. Fue el mejor dato desde 2008.

En cuanto a 2026, hemos comenzado el año con fuerza, creciendo por encima del 20% en el primer trimestre. La tendencia demuestra que la moto sigue afianzándose como un vehículo clave en la movilidad.

**¿Cuál es la situación actual del envejecimiento del parque de motos en España y cuáles son vuestras propuestas para solucionar este tema?**

El parque de motos en España presenta un envejecimiento muy preocupante. El 44% de las motos en circulación supera los 15 años. Esta situación impacta directamente en la seguridad y en las emisiones.

Además, se ve agravada por la baja tasa de bajas definitivas y por el gran peso del mercado de ocasión, especialmente el de más de 10 años. Ambos factores que dificultan una renovación natural del parque.

Es necesario impulsar incentivos específicos para renovar el parque de motocicletas y reformar su fiscalidad. La carga impositiva actual sobre los vehículos nuevos dificulta la renovación, mientras que los más antiguos contribuyen muy poco. Proponemos suprimir el impuesto de matriculación y redistribuir el de circulación para vincularlo a las emisiones, manteniendo la recaudación e incentivando la adquisición de modelos más eficientes.



Una fiscalidad justa y adaptada, unida a ayudas estables, es imprescindible para que los usuarios puedan acceder a motos más seguras, eficientes y modernas.

**La moto está siendo un elemento clave en la nueva movilidad. ¿Qué problemas existen a nivel regulatorio?**

El principal problema es que las Administraciones siguen sin reconocer plenamente el papel de la moto. Ayuda a descongestionar el tráfico y contribuye a la descarbonización y a la mejora de la calidad del aire gracias a sus bajas emisiones, pero estas ventajas no se reflejan en las políticas públicas.

Muchas regulaciones no tienen en cuenta sus particularidades. La Ley de Movilidad Sostenible no la menciona y la mayoría de los Planes de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) tampoco le otorgan un tratamiento específico.

**También existe confusión sobre las etiquetas medioambientales. ¿Por qué, siendo distintas a las de los turismos, se regulan de la misma forma?**

Es un problema estético que lleva a confusión incluso dentro de las propias Administraciones. Aunque las etiquetas incluyen un QR que identifica el vehículo

ligero, comparten las mismas categorías -B, C, ECO y CERO- que las de los turismos.

Como ejemplo, una moto con etiqueta C de la etapa Euro 5 emite, de media, mucho menos que un turismo con etiqueta ECO: hasta un 62% menos de CO, un 89% menos de NOx y un 75% menos de PM, según el standard COPERT, coordinado por la Agencia Europea de Medioambiente. Estos valores se reducen aún más en el caso de los scooters de 125cc, que son los más utilizados en el ámbito de la movilidad urbana.

Esta similitud hace que, en muchos ayuntamientos, el personal encargado de diseñar las normas de las Zonas de Bajas Emisiones desconozca esta diferencia y aplique automáticamente los mismos criterios que para los coches. No se tiene en cuenta que se trata de vehículos con realidades ambientales distintas ni que las etiquetas no significan lo mismo.

Como consecuencia, se toman decisiones basadas en premisas erróneas. Esto está derivando en restricciones injustas que discriminan a los usuarios de vehículos ligeros.

***Una fiscalidad justa y adaptada, unida a ayudas estables, es imprescindible para que los usuarios puedan acceder a motos más seguras, eficientes y modernas.***

**¿Cómo crees que puede afectar la situación geopolítica actual a vuestro sector?**

La situación geopolítica puede afectarnos en varios frentes: desde la logística y el suministro de componentes hasta la volatilidad de las materias primas y su impacto en los costes finales.

Aun así, la moto ha demostrado ser un vehículo muy resistente a la incertidumbre. Durante la pandemia de la Covid-19 quedó claro que, incluso en un contexto de restricciones y cambios drásticos, la moto siguió siendo una opción clave para miles de usuarios por su eficiencia y autonomía.

Esa experiencia demostró que el sector es muy resiliente y sabe adaptarse a escenarios complejos. Lo mismo ocurre ahora con la situación internacional: la demanda se mantiene estable porque la moto continúa siendo una solución práctica y el vehículo motorizado más económico.

#### ¿Cómo afronta el sector de la moto la descarbonización?

Uno de los grandes retos es la descarbonización, y para avanzar en esa dirección es fundamental poner más vehículos nuevos en la calle. Solo así

***Lo esencial es que cualquier avance en descarbonización sea compatible con la realidad del mercado y con las necesidades de millones de usuarios, manteniendo un enfoque flexible, pragmático y abierto.***

podremos sustituir progresivamente un parque demasiado antiguo que ya no refleja los avances en seguridad y eficiencia de las motos actuales. Renovar el parque es imprescindible para reducir emisiones y mejorar la calidad del aire. Una motocicleta moderna con etiqueta C y etapa Euro 5+ emite niveles muy bajos de contaminantes, con valores aproximados de 1,0 g/km de CO, 0,1 g/km de hidrocarburos y 0,06 g/km de NOx, lo que refleja un impacto ambiental extremadamente reducido en comparación con motos más antiguas y vehículos de otras categorías.

En este contexto, la transición debe abordarse con realismo y equilibrio. Por eso defendemos la neutralidad tecnológica. La Unión Europea ha decidido eximir a la moto y al vehículo ligero de la prohibición de vender motores de combustión a partir de 2035, reconociendo que su impacto ambiental es irrelevante en el total de las emisiones del tráfico.

Esa decisión permite que el sector siga evolucionando sin imponer un único camino. Abre la posibilidad de que convivan motores térmicos cada vez más eficientes, impulsado por e-fuels, eléctricos y otras soluciones emergentes, dejando que sea el propio usuario quien elija la opción que mejor se adapte a su movilidad diaria.

Para nosotros, lo esencial es que cualquier avance en descarbonización sea compatible con la realidad del mercado y con las necesidades de millones de usuarios, manteniendo un enfoque flexible, pragmático y abierto. ■



## ENTREVISTA

**Víctor González** Director General de Yamaha España

### ¿Cómo valorarías el año 2025 en relación con las ventas del sector en general y en concreto de Yamaha?

El año 2025 ha sido un ejercicio de crecimiento continuado que consolida una tendencia muy positiva para el sector de la moto tras años marcados por una demanda excepcional. La moto se ha posicionado como un elemento de movilidad indispensable en nuestro país.

En el caso concreto de Yamaha, el balance es muy positivo. Nuestra marca ha conseguido defender cuota y posicionamiento creciendo al mismo ritmo que el mercado, especialmente en los segmentos más estratégicos, apoyándose en una gama muy consolidada, una fuerte imagen de marca y una red de concesionarios oficiales sólida y profesional.

### ¿Qué nos puedes contar sobre vuestro programa "YOU EASY GO"?

El programa YOU EASY GO es una iniciativa clave dentro de la estrategia comercial de Yamaha orientada a facilitar el acceso a la moto y reducir las barreras de entrada para el cliente final. Se trata de una propuesta flexible que combina: Financiación adaptada a distintos perfiles de cliente, cuotas mensuales asequibles y opciones de valor futuro garantizado.



El cliente valora cada vez más el uso y la experiencia frente a la propiedad tradicional. YOU EASY GO permite a Yamaha captar nuevos usuarios y ofrecerles un producto premium que puede ser renovado cada 3 años con ventajas excepcionales. Cetelem, como uno de nuestros Partners financieros principales, nos permite ofrecer de forma muy ventajosa este producto.

***El año 2025 ha sido un ejercicio de crecimiento continuado que consolida una tendencia muy positiva para el sector de la moto tras años marcados por una demanda excepcional.***

### ¿Cómo crees que puede afectar la situación geopolítica actual a vuestro sector?

La situación geopolítica continúa siendo un factor de incertidumbre relevante para la economía mundial. Las tensiones internacionales impactan en los costes logísticos y en el precio de la gasolina. No obstante, el sector de la moto ha demostrado ser ágil y adaptable a estas circunstancias. La necesidad de una movilidad de calidad siguen impulsando la demanda a pesar de dichas incertidumbres.

### Cómo crees que evolucionará el sector de la moto en los próximos años? ¿Cuáles son los principales retos a los que os enfrentáis los actores del mercado?

Nuestros clientes cada vez son más racionales, valoran la experiencia, el coste total de uso y la flexibilidad financiera. La financiación será una palanca clave, de hecho ya se está convirtiendo en un elemento central del proceso de venta.

Por otro lado, debemos tener muy en cuenta la transición tecnológica, nuevas normativas medioambientales muy exigentes y una electrificación progresiva en ciertos segmentos de movilidad urbana. ■

## ENTREVISTA

**Ramón Bosch** Director General en Kawasaki Motor Europe

**Cómo valorarías el año 2025 en relación con las ventas del sector en general y en concreto de Kawasaki?**

2025 ha sido un buen año, tenemos que tener en cuenta que a finales de 2024 tuvimos un fin serie que forzó auto matricular cerca de 8000 unidades que se han vendido como KMO en 2025.

El mercado total creció un 7,6%, si le añadimos las KMO la demanda real de creció un 11,2%.

Si nos centramos en motocicletas de más de 125cc el mercado creció 2,5% y si añadimos el factor fin de series creció un 7%.

***El uso de la moto, tanto como el mejor medio de transporte para el día a día como su uso lúdico se sigue demostrando como la mejor alternativa para mejorar nuestra calidad de vida.***

En este contexto Kawasaki hemos crecido un 7% (sin efecto fin de serie) ganando cerca de un punto de cuota de mercado.

Estamos en un mercado sólido y con crecimiento continuado, si miramos los últimos 5 años el crecimiento es del 55% demostrando la solidez de la demanda.

El uso de la moto, tanto como el mejor medio de transporte para el día a día como su uso lúdico se sigue demostrando como la mejor alternativa para mejorar nuestra calidad de vida.



**¿Qué nos puedes contar sobre vuestro nuevo lanzamiento en España de vuestra KLE 500? ¿Qué tiene de revolucionario para el sector?**

La nueva KLE 500 es un modelo muy importante para Kawasaki pues entramos en un segmento en el que no teníamos representación.

Es uno de los segmentos con mayor crecimiento de mercado y vamos a ofrecer una fantástica moto que cubrirá una demanda que no tiene oferta con el nivel de calidad de una primera marca como es Kawasaki y a un nivel de precio sin competencia.

La KLE 500 tiene la combinación perfecta para su uso diario, carretera y fuera carretera, sin duda una moto atractiva y divertida.

La nueva KLE 500 nos ayudara a tener un crecimiento sólido los próximos años.

**¿Cómo crees que puede afectar la situación geopolítica actual a vuestro sector?**

Estamos en un periodo de crecimiento sólido, en línea con la estabilidad económica de los últimos años, como todos los sectores si hay un freno económico o falta de confianza puede afectar la demanda, pero en cualquier caso en el contexto económico que sea creo que la demanda del mercado de la moto seguirá por encima de la tendencia general pues cubre una serie de necesidades muy claras, transporte eficiente y ocio que seguirá siendo necesario.

Necesitaremos más que nunca ir por la vida con una sonrisa y esto la moto te lo garantiza.

**¿Cómo crees que evolucionará el sector de la moto en los próximos años? ¿Cuáles son los principales retos a los que os enfrentáis los actores del mercado?**

Comercialmente estamos en un momento disruptivo, con nuevas marcas asiáticas. Es un momento muy interesante que esta creando una nueva demanda atraídos por nuevos productos, será interesante ver cómo se consolidan todo esto.

Este será uno de los principales retos para muchas marcas y concesionarios. Pero esta claro, la demanda del mercado seguirá positiva los próximos años, no vemos ningún motivo, excepto la situación geopolítica, para que la demanda no siga sólida. ■

El mercado de la motocicleta en España atraviesa un momento de consolidación y transformación, impulsado por la evolución del contexto económico, los cambios en los hábitos de movilidad y una creciente sensibilidad al precio por parte del consumidor. En un entorno marcado por la presión inflacionaria y la incertidumbre energética, la moto se posiciona como una alternativa eficiente y cada vez más racional frente a otros medios de transporte.

Los resultados del estudio muestran un consumidor más pragmático, que prioriza la optimización del gasto, retrasa decisiones de compra relevantes y adapta sus hábitos de movilidad. Al mismo tiempo, se observa una creciente apertura hacia nuevas marcas y canales de compra, especialmente en un contexto de promociones agresivas y mayor digitalización del proceso de compra.

En este escenario, la motocicleta se consolida no solo como vehículo de ocio, sino como una solución eficiente de movilidad urbana.



# EVOLUCIÓN DE LAS MATRICULACIONES DE MOTOS EN ESPAÑA

Evolución de las matriculaciones de motos por segmento  
(en nº de unidades)

|                                    | Segmento              | 2025           | 2024           | Var 25/24 en % |
|------------------------------------|-----------------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Ciclomotor</b>                  | Moto 45 km/h          | 4.178          | 3.982          | +4,9%          |
|                                    | Scooter 45 km/h       | 8.694          | 9.348          | -7,0%          |
| <b>Motocicleta</b>                 | Campo                 | 5.268          | 10.715         | -50,8%         |
|                                    | Carretera             | 102.074        | 94.116         | +8,5%          |
| <b>Scooter</b>                     | Maxiscooter (> 11 kW) | 34.111         | 28.682         | +18,9%         |
|                                    | Urban (< 11 kW)       | 98.155         | 88.444         | +11,0%         |
| <b>Microcoches &amp; Microvans</b> | Ligero 45km/h         | 2.749          | 3.320          | -17,2%         |
|                                    | Pesado                | 497            | 297            | +67,3%         |
| <b>Triciclo</b>                    | Ligero 45 km/h        | 1              | 1              | 0,0%           |
|                                    | Pesado                | 2.925          | 3.746          | -21,9%         |
| <b>Utility &amp; Powersports</b>   | Pesado                | 6.120          | 4.995          | +22,5%         |
| <b>Otros Ciclomotor</b>            | Otros Ciclomotor      | 133            | 230            | -42,2%         |
| <b>Otros Motocicleta</b>           | Otros Motocicleta     | 119            | 141            | -15,6%         |
| <b>Otros Especiales</b>            | Otros Especiales      | 196            | 59             | +232,2%        |
| <b>TOTAL</b>                       |                       | <b>265.220</b> | <b>248.076</b> | <b>+7%</b>     |

Fuente: Anesdor

## Evolución de las matriculaciones de motos por tipo de combustible

(en nº de unidades)

|                                    | Combustible | 2025           | 2024           | Var 25/24<br>en % |
|------------------------------------|-------------|----------------|----------------|-------------------|
| <b>Ciclomotor</b>                  | Eléctrico   | 2.563          | 2.378          | +7,8%             |
|                                    | Gasolina    | 10.309         | 10.952         | -5,9%             |
| <b>Motocicleta</b>                 | Eléctrico   | 1.114          | 724            | +53,9%            |
|                                    | Gasolina    | 106.228        | 104.107        | +2,0%             |
| <b>Scooter</b>                     | Eléctrico   | 5.050          | 4.617          | +9,4%             |
|                                    | Gasolina    | 127.216        | 112.509        | +13,1%            |
| <b>Microcoches &amp; Microvans</b> | Diesel      | 1.403          | 2.325          | -39,7%            |
|                                    | Eléctrico   | 1.794          | 1.242          | +44,4%            |
|                                    | Gasolina    | 49             | 50             | -2,0%             |
| <b>Triciclo</b>                    | Eléctrico   | 226            | 424            | -46,7%            |
|                                    | Gasolina    | 2.700          | 3.323          | -18,7%            |
| <b>Utility &amp; Powersports</b>   | Diesel      | 171            | 179            | -4,5%             |
|                                    | Eléctrico   | 31             | 9              | +244,4%           |
|                                    | Gasolina    | 5.918          | 4.807          | +23,1%            |
| <b>Otros Ciclomotor</b>            | Eléctrico   | 115            | 193            | -40,4%            |
|                                    | Gasolina    | 18             | 37             | -51,4%            |
| <b>Otros Motocicleta</b>           | Eléctrico   | 43             | 60             | -28,3%            |
|                                    | Gasolina    | 76             | 81             | -6,2%             |
| <b>Otros Especiales</b>            | Eléctrico   | 101            | 45             | +124,4%           |
|                                    | Gasolina    | 95             | 14             | +578,6%           |
| <b>TOTAL</b>                       |             | <b>265.220</b> | <b>248.076</b> | <b>+7%</b>        |

Fuente: Anesdor

El mercado total de motos en 2025 (incluyendo otros vehículos ligeros) alcanzó las 265.200 matriculaciones con un aumento del 7% respecto a 2024. Se aprecia un significativo aumento en la matriculación de los vehículos eléctricos y en el segmento del scooter.

A continuación, abordamos los resultados de la encuesta realizada a conductores españoles, donde pretendemos mostrar los aspectos más relevantes en lo que a 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.

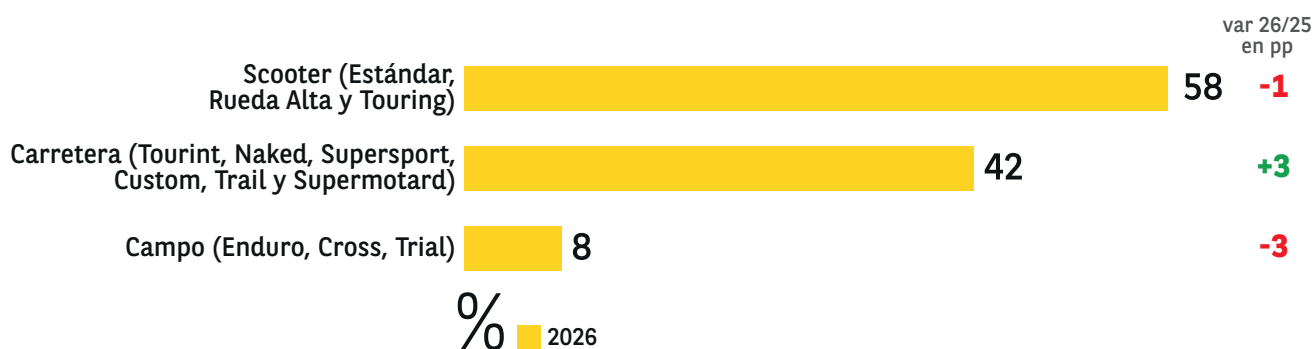
# MI MOTO ACTUAL

Entre los españoles encuestados que han comprado una moto en el último año o pretenden comprar una motocicleta o ciclomotor en los próximos 2 años, nos encontramos con que un 67% posee actualmente una moto, 9 puntos porcentuales menos que en las declaraciones del

año pasado. En este escenario, la motocicleta se consolida no solo como vehículo de ocio, sino como una solución eficiente de movilidad urbana. Asimismo, se aprecia un mayor uso de canales online y una creciente disposición a considerar modelos alternativos de adquisición.

## ¿Qué tipo/s de ciclomotor o motocicleta tienes?

(% respuesta múltiple) Base: tienen moto



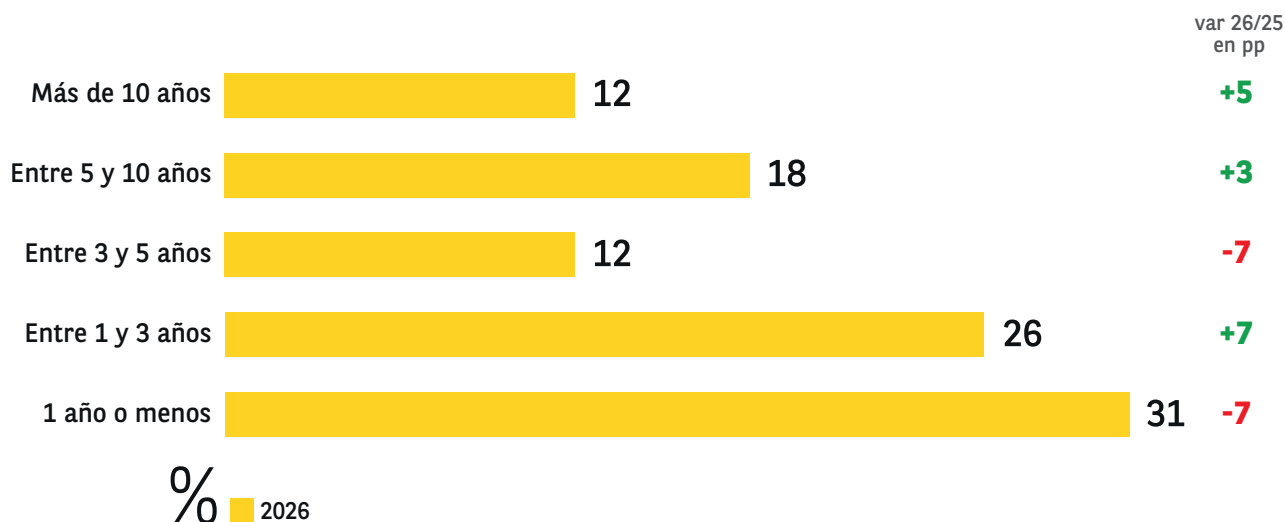
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

El 58% de los españoles encuestados que poseen actualmente una motocicleta o un ciclomotor, dice tener una moto tipo Scooter (destacan por encima de la media los conductores de 45 a 54 años con un 73%), seguidos del

42% que afirma tener una moto de carretera y por último el 8% que posee motos de campo. Este año aumentan los conductores de motos de carretera en detrimento de los conductores de motos de campo.

## ¿Cuándo compraste tu ciclomotor o motocicleta actual?

(% respuesta única) Base: tienen moto



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

El 26% (+7 puntos respecto al año anterior) de los conductores españoles encuestados afirma haber comprado su moto entre hace 1 y 3 años (los más jóvenes de 18 a 25 años están por encima de la media un 44% de menciones). El 31% afirma haberla comprado en el último año,

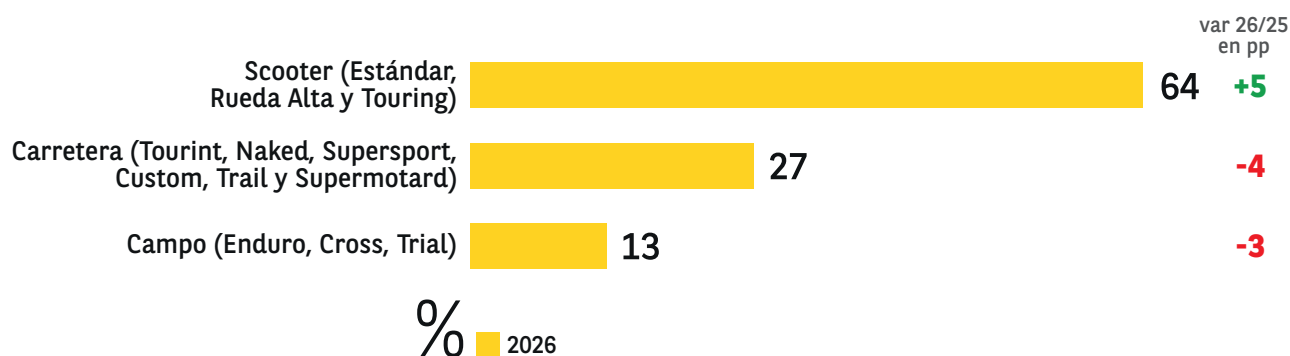
con un descenso de 7 puntos porcentuales respecto a 2025. Es importante señalar el aumento de 5 puntos porcentuales en el porcentaje de los que dicen tener una moto de más de 10 años, alcanzando el 12% y destacando entre ellos los conductores mayores de 55 años.

# COMPRAS REALIZADAS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

## TIPO DE MOTO COMPRADA

¿Qué tipo de ciclomotor o motocicleta compraste en los últimos 12 meses?

(% respuesta múltiple) Base: han comprado una moto en el último año



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Entre los conductores encuestados que compraron su moto durante el último año, el 64% adquirieron una moto tipo Scooter, con un aumento de 5 puntos porcentuales respecto a 2025. Los conductores mayores de 55 años son los que más se animaron a comprar este tipo de motos con un 79% de menciones.

El 27% compraron motos de carretera descendiendo en 4 puntos respecto al año anterior, y las motos de campo caen hasta el 13% descendiendo en 3 puntos porcentuales.

## ESTABLECIMIENTO DE COMPRA

¿Dónde adquiriste la/s motocicleta/s /ciclomotor/es que compraste en los últimos 12 meses?  
(% respuesta múltiple) Base: han comprado una moto en el último año

|                                              |     | var 26/25<br>en pp |
|----------------------------------------------|-----|--------------------|
| En un concesionario o tienda monomarca       | 33% | -1                 |
| En un concesionario o tienda multimarca      | 33% | -5                 |
| En un compra-venta de segunda mano           | 24% | -2                 |
| Internet                                     | 7%  | 0                  |
| A través de una empresa de renting o leasing | 4%  | 0                  |
| En un taller o agente                        | 3%  | -1                 |
| En otro tipo de establecimiento              | 3%  | +2                 |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

En cuanto al tipo de establecimiento donde adquirieron su moto, el 33% de los encuestados nos dice que la ha comprado en un concesionario o tienda multimarca (descendiendo en 5 puntos porcentuales), junto a otro 33% que

lo ha hecho en un concesionario monomarca. En tercer lugar, con un 24%, encontramos a los consumidores que han comprado su moto en un compraventa de segunda mano, cayendo en 2 puntos respecto al año anterior.

## GASTO REALIZADO Y MEDIO DE PAGO

### ¿Cuánto te gastaste en la compra de tu ciclomotor o motocicleta?

(Respuesta abierta numérica) Base: han comprado una moto en los últimos 12 meses



**MEDIA**

**6.489 €**

**-17%**

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

### ¿Cuánto te gastaste?

(Respuesta abierta numérica) Base: han comprado una moto en el último año

|                                                                                     |                |             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| <b>Scooter</b><br>(Estándar,<br>Rueda Alta y Touring)                               | <b>4.021 €</b> | <b>-28%</b> |
| <b>Carretera</b><br>(Touring, Naked,<br>Supersport, Custom,<br>Trail y Supermotard) | <b>9.402 €</b> | <b>+13%</b> |
| <b>Campo</b><br>(Enduro, Cross, Trial)                                              | <b>6.043 €</b> | <b>-37%</b> |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

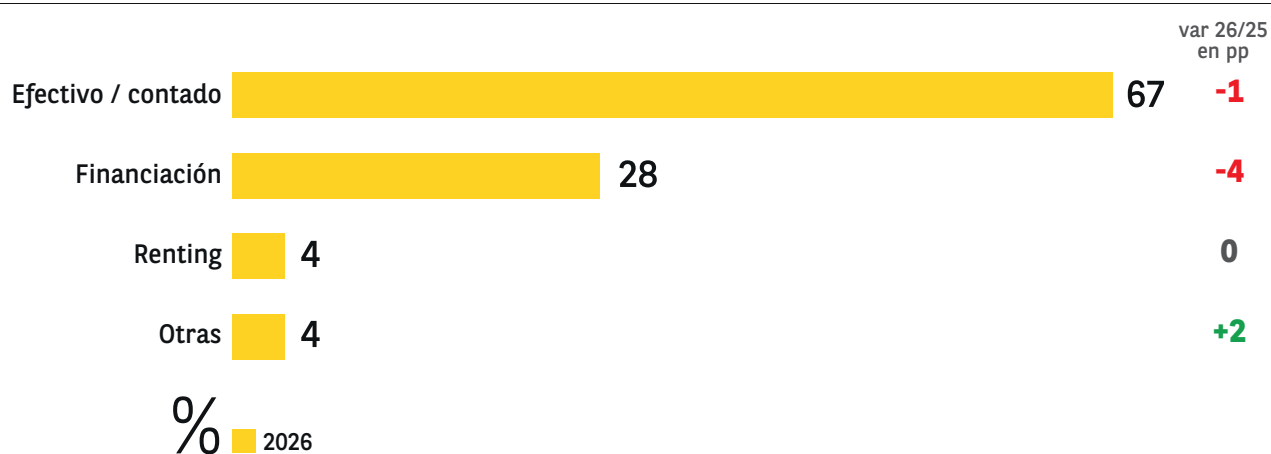
El gasto medio realizado por aquellos que compraron algún tipo de moto en 2025 fue de 6.489€, lo que supone un descenso del 17% respecto al año anterior.

Si separamos el gasto por tipo de moto, el mayor desem-

bolso se realizó en las motos de carretera con una media de 9.402€ y creciendo un 13%. Las motos de campo están en segundo lugar con un gasto medio de 6.043€ y , por último, las scooter con una media de 4.021€ y una caída del 28%.

### ¿Qué medio/s de pago utilizaste para la compra de tu ciclomotor o motocicleta?

(% respuesta múltiple) Base: han comprado una moto en el último año



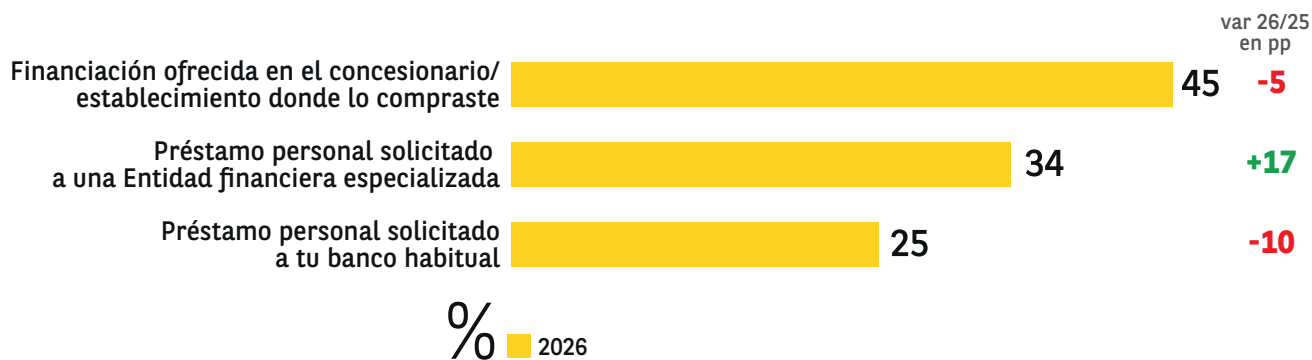
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

El medio de pago más utilizado por los compradores de ciclomotor o motocicleta ha vuelto a ser el pago en efectivo con un 67% de menciones. El 28% optó por la finan-

ciación, destacando los encuestados de 25 a 34 años con un 42% de menciones.

## ¿Qué tipo de financiación solicitaste?

(% respuesta múltiple) Base: han financiado su compra



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Entre aquellos que financiaron, destacar que el tipo de financiación más solicitada fue la ofrecida en el concesionario con un 45% de menciones frente al 50% del año anterior;

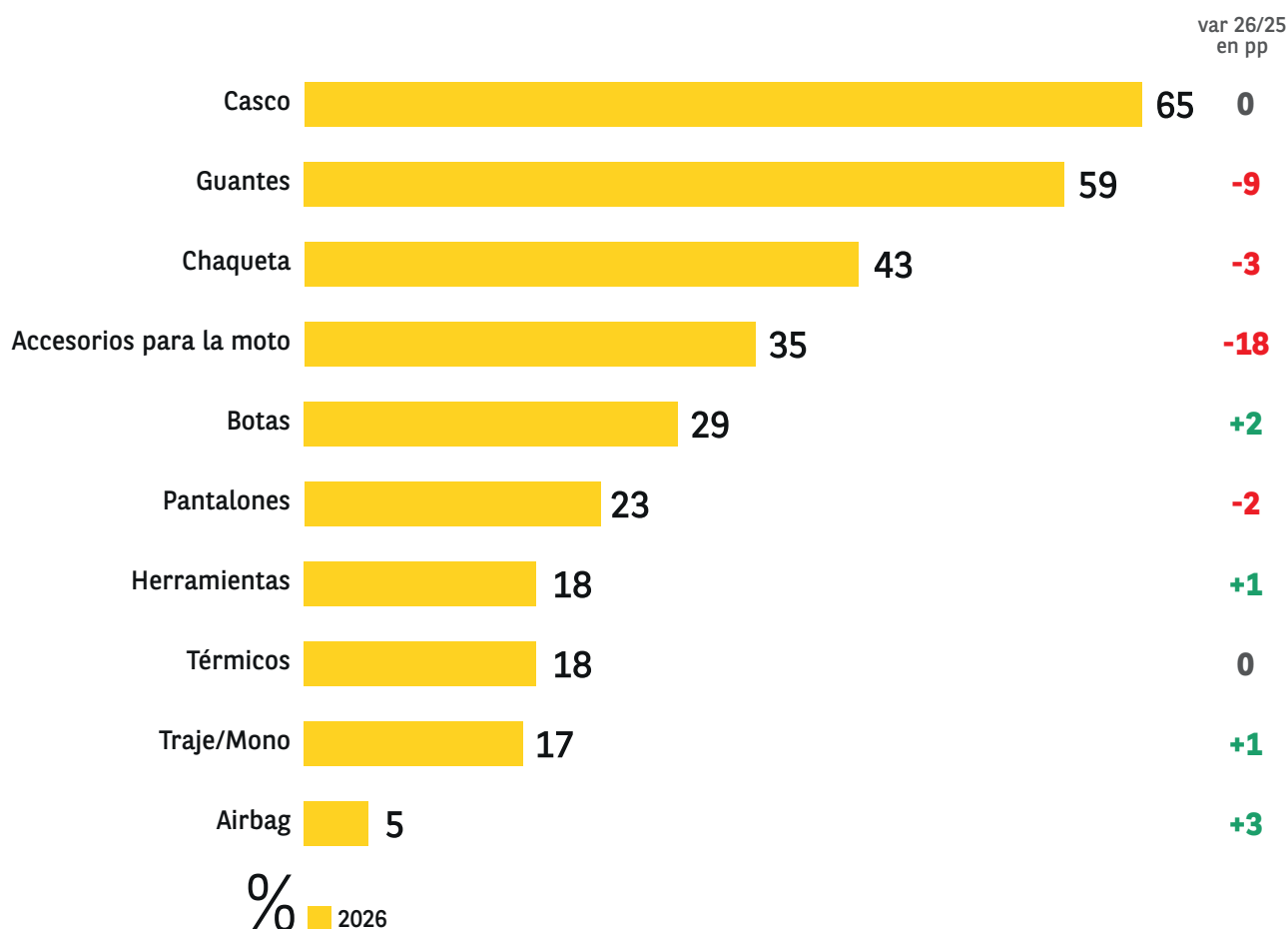
mostrando un ligero descenso de 5 puntos porcentuales. El crédito demandado a una entidad financiera especializada aumenta de un 17% a un 34%.



## ACCESORIOS DE MOTO

El 52% 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 descenso respecto al año anterior de 7 puntos porcentuales. Son los conductores de entre los 45 y 54 años los que destacan por encima de la media en la compra de accesorios con un 58% de menciones.

**¿Qué tipo de equipación o accesorios de moto compraste en los últimos 12 meses?**  
 (% respuesta múltiple) Base: se han comprado equipación o accesorios de moto en los últimos 12 meses



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
 Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Entre el 52% de encuestados que afirman haber comprado accesorios en el último año, encabezan el ranking los que han comprado cascos con un 65% de las menciones, segui-

dos por las compras de guantes con el 59% y chaquetas con un 43%. Desciende mucho el porcentaje de compradores de accesorios para la moto.

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

(% respuesta múltiple) Base: han comprado una moto en el último año

|                                              |     | var 26/25<br>en pp |
|----------------------------------------------|-----|--------------------|
| En un concesionario o tienda multimarca      | 54% | 0                  |
| Internet                                     | 29% | -10                |
| En un concesionario o tienda monomarca       | 13% | +3                 |
| En un compra-venta de segunda mano           | 11% | +1                 |
| En un taller o agente                        | 10% | +5                 |
| En otro tipo de establecimiento              | 8%  | -9                 |
| A través de una empresa de renting o leasing | 1%  | 0                  |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

En cuanto al tipo de tienda, 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 29% de menciones, descendiendo 10 puntos respecto al año anterior.

### ¿Cuánto te gastaste en equipación o accesorios de moto en los últimos 12 meses?

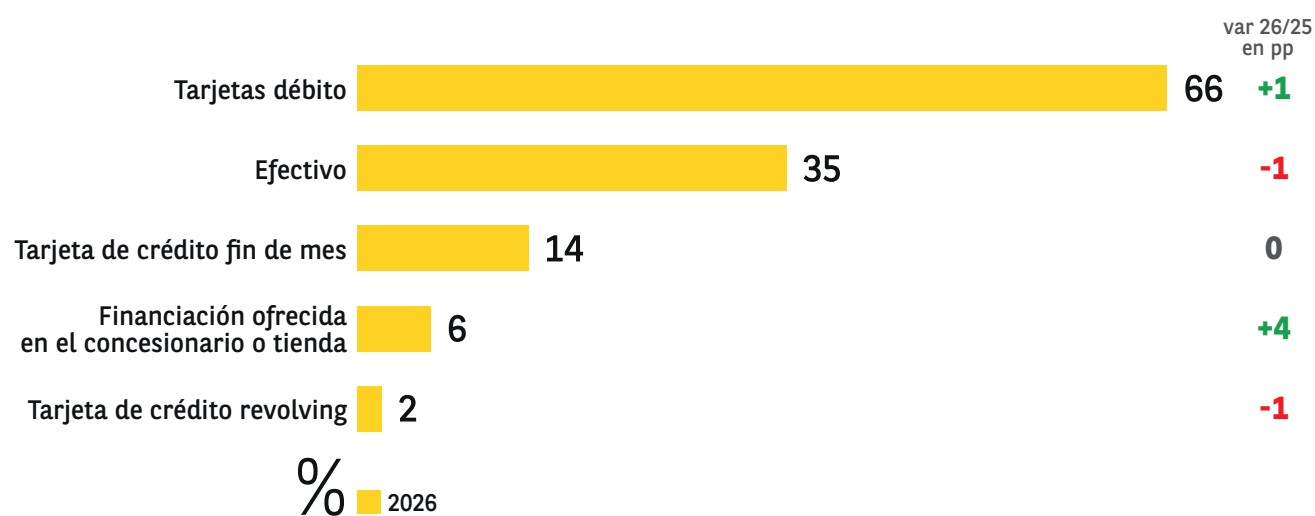
(Respuesta abierta numérica) Base: se han comprado equipación o accesorios de moto en los últimos 12 meses



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

### ¿Qué medio/s de pago utilizaste para la compra de tu equipación o tus accesorios para la moto?

(% respuesta múltiple) Base: han comprado equipación o accesorios de moto en los últimos 12 meses



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Por otro lado, el medio de pago más utilizado a la hora de comprar accesorios para la moto ha sido el pago mediante tarjeta de débito con el 66% de las menciones.

El pago en efectivo es el siguiente en el ranking con un 35% de declaraciones, descendiendo en un punto respecto al año anterior.

# ASPECTOS GENERALES Y PROCESO DE COMPRA

**A la hora de comprar una moto, elige los dos aspectos que más valoras entre los siguientes:**  
(% respuesta múltiple) Base: se han comprado una moto en el último año o se van a comprar una en los próximos dos años

|                                                |     | var 26/25<br>en pp |
|------------------------------------------------|-----|--------------------|
| Seguridad                                      | 47% | -1                 |
| La marca                                       | 37% | -8                 |
| Funcionalidad                                  | 36% | -1                 |
| Duración                                       | 31% | -4                 |
| Diseño novedoso                                | 14% | +5                 |
| Que no dañe el medio ambiente                  | 8%  | +1                 |
| Que la empresa realice acciones de solidaridad | 5%  | +1                 |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

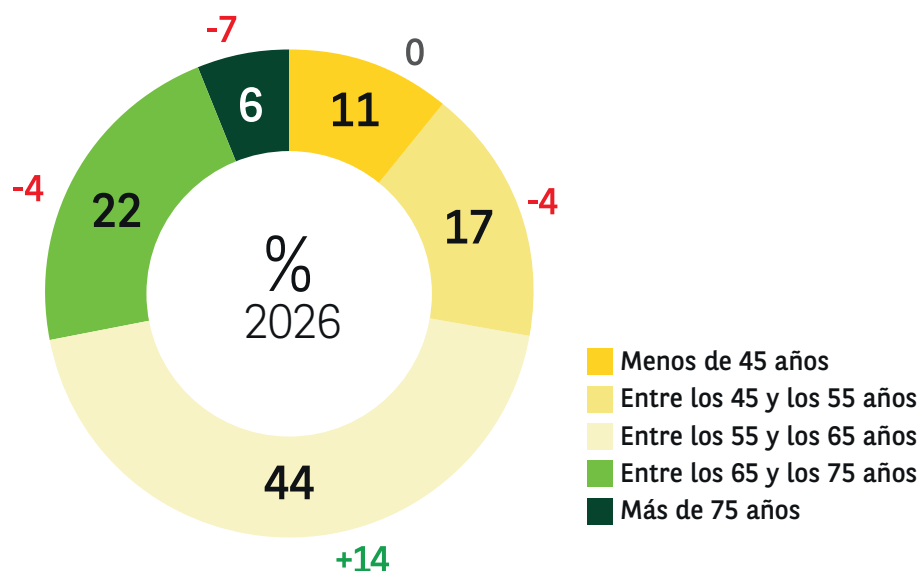
Los aspectos más valorados por los consumidores a la hora de comprar una moto son, en primer lugar, la seguridad con un 47%, la marca con un 37% de menciones y la funcionalidad con un 36%. Un diseño novedoso, que no dañe el medio ambiente y acciones solidarias por parte de la marca, son los únicos aspectos que aumen-

tan su porcentaje de menciones respecto al año anterior.

La mayor parte de los consumidores, cuando se trata de comprar una moto, tiene sus compras planificadas, y además, un 64% de los conductores nos dice que compraría una moto de segunda mano en lugar de una nueva.

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

(% Respuesta única) Base: se han comprado una moto en el último año o se van a comprar una en los próximos dos años



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

El plazo óptimo de renovación de una moto es de 5 a 7 años para el 44% de los usuarios. Los mayores de 55 años destacan por encima de la media en este periodo de renovación con un 57% de menciones.

Para el 71% de los usuarios encuestados, la moto es un medio de transporte (2 puntos menos que en 2025, y destacando los conductores de 18 a 25 años con un 84% de menciones). Con un 33% les siguen los usuarios que consideran la moto como ocio (45% en 2025) y para un 25% es tan solo una herramienta de trabajo (25% en 2025).

En cuanto a la edad hasta la que tienen intención de seguir conduciendo su moto, la mayoría de los usuarios (44%) cree que lo seguirá haciendo hasta los 65 años. Tan solo el 6% (13% el año anterior) cree que seguirá conduciendo después de los 75 años.

Igual que ocurría el año anterior, casi la totalidad de usuarios (93%) prefiere tener una moto en propiedad a utilizar el transporte público y alquilar motos en ocasiones puntuales. 7 de cada 10 prestará atención durante la compra de su próxima moto a que esta sea poco contaminante, y 8 de cada 10 tendrá en cuenta el consumo de carburante.

**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) Base: se han comprado una moto en el último año o se van a comprar una en los próximos dos años

|                                                                                        |                              | var 26/25<br>en pp |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------|
|                                                                                        | <b>Imagen, prestigio 37%</b> | <b>+3</b>          |
|                                                                                        | <b>Elegancia, diseño 35%</b> | <b>+6</b>          |
|                                                                                        | <b>Equipamiento 29%</b>      | <b>0</b>           |
| <b>Contrato de servicios post-venta (frecuencia de revisiones, mantenimiento)</b>      | <b>19%</b>                   | <b>+4</b>          |
| <b>Protección del medio ambiente (eficacia del motor)</b>                              | <b>19%</b>                   | <b>-4</b>          |
| <b>Dinamismo y potencia (aceleración, velocidad punta)</b>                             | <b>18%</b>                   | <b>-2</b>          |
| <b>Seguridad</b>                                                                       | <b>16%</b>                   | <b>-6</b>          |
| <b>Comodidad (calidad de los materiales)</b>                                           | <b>11%</b>                   | <b>+3</b>          |
| <b>Servicios en el punto de venta (recepción, disponibilidad, asesoramiento)</b>       | <b>11%</b>                   | <b>-15</b>         |
| <b>Garantía (duración, cobertura)</b>                                                  | <b>9%</b>                    | <b>-6</b>          |
| <b>Atractivo y placer de conducir (facilidad de maniobra, sensaciones de conducir)</b> | <b>8%</b>                    | <b>-5</b>          |
| <b>Control, manejo y calidad de conducción (adherencia, facilidad de maniobra)</b>     | <b>8%</b>                    | <b>-2</b>          |
| <b>Resistencia y fiabilidad</b>                                                        | <b>5%</b>                    | <b>-2</b>          |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

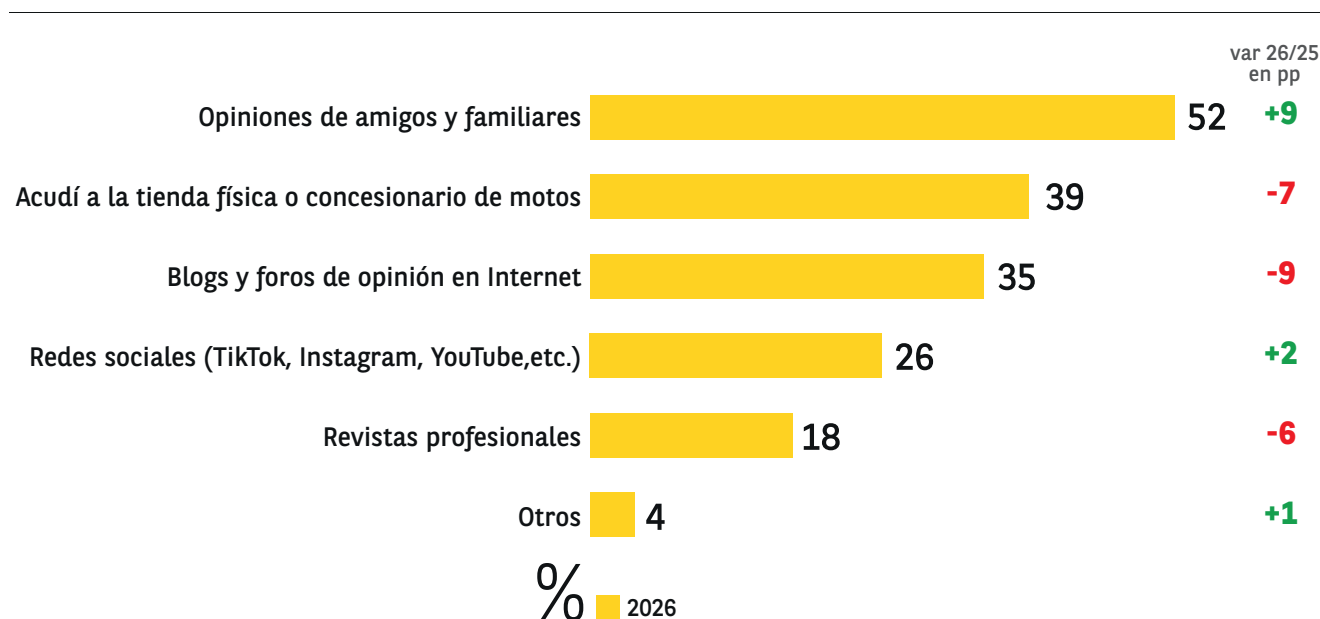
Para poder acceder a precios más bajos, los 3 aspectos en los que los usuarios estarían dispuestos a reducir el nivel de las prestaciones son, en primer lugar, la imagen/prestigio (37%), la elegancia en el diseño (35%) y el equipa-

miento (29%). Los servicios en el punto de venta descienden en 15 puntos como aspecto prescindible, lo que significa que le dan más importancia.

# FUENTES DE INFORMACIÓN PREVIA A LA COMPRA

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

(% respuesta múltiple) Base: han comprado una moto o equipación/accesorios de moto en los últimos 12 meses



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 sufre variaciones respecto al año anterior. En los datos de este año aparecen en el primer puesto los que siguen las opiniones de amigos/familiares con un 52% y un aumento de

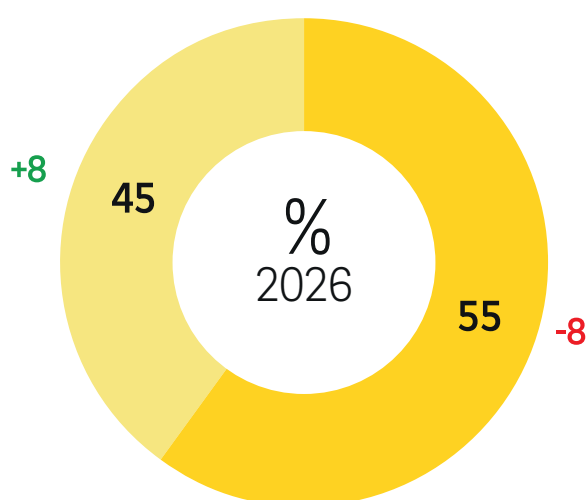
9 puntos porcentuales. Le siguen con un 39% (45% en los datos de 2025) los que se informan directamente en la tienda física y, con un 35% de menciones, las consultas de blogs y foros de opinión en internet (9 puntos menos que en 2025).

## MI MARCA Y MI CONCESIONARIO

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

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

(% respuesta única) Base: se han comprado una moto en el último año o se van a comprar una en los próximos dos años



- Prefiero escoger una o varias MARCAS y después voy a los concesionarios o tiendas que las venden
- Prefiero escoger uno o varios CONCESIONARIOS O TIENDAS, y después decido qué marca comprar

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

A la hora de comprar una moto, el 55% prefiere escoger una o varias marcas y después ir a los concesionarios o tiendas que las vendan, 8 puntos menos que el año anterior. En este aspecto destacan también los mayores de 55 años con un 71% de menciones.

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.

## ¿Dónde adquiriste la/s motocicleta/s /ciclomotor/es que compraste en los últimos 12 meses?

(% respuesta múltiple) Base: se han comprado una moto en el último año o se van a comprar una en los próximos dos años

|                                     |     | var 26/25<br>en pp |
|-------------------------------------|-----|--------------------|
| Precio                              | 64% | -8                 |
| Variedad de productos/marcas        | 41% | +6                 |
| Buen servicio postventa             | 36% | -14                |
| Satisfacción previa con el producto | 33% | -2                 |
| Facilidades de pago                 | 25% | -1                 |
| Trato agradable de vendedores       | 22% | -10                |
| Plazo de entrega                    | 17% | -10                |
| Otros                               | 1%  | -1                 |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Igual que ocurría en los datos del año anterior, el precio con el 64% es el motivo principal por el que los conductores optarían por comprar en un establecimiento concreto. Le sigue con un 41% la variedad de productos/marcas y con un 36% el buen servicio de postventa, aunque desciende en 14 puntos.

3 de cada 4 encuestados nos dice que tiene intención de volver al concesionario donde compraron su última moto.

# MI FUTURA MOTO

## TIPO DE MOTO

Entre los conductores que pretenden comprar una moto durante el próximo año (8%), el 63% comprará una nueva y el 37% una de segunda mano.

**Has dicho que tienes intención de comprar una moto en los próximos 12 meses.**

**¿Qué tipo/s de moto/s tienes pensado adquirir?**

(% respuesta única) Base: tienen intención de comprarse una moto en los próximos 12 meses

|                                                                               | MEDIA GENERAL | var 26/25 en pp | MOTO NUEVA | SEGUNDA MANO |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------|------------|--------------|
| <b>Scooter</b><br>(Estándar, Rueda Alta y Touring)                            | 55%           | +4              | 60%        | 47%          |
| <b>Carretera</b><br>(Touring, Naked, Supersport, Custom, Trail y Supermotard) | 44%           | -2              | 41%        | 49%          |
| <b>Campo</b><br>(Enduro, Cross, Trial)                                        | 2%            | -2              | 1%         | 4%           |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Centrándonos en el tipo de moto, encontramos a los que prefieren las scooters como primera opción con el 55% de las menciones (4 puntos porcentuales por encima de la intención del año anterior), opción preferida por los usuarios de 35 a 44 años con un 90% de menciones. De cerca aparecen las motos de carretera con un 44%, descendiendo

en 2 puntos respecto a la intención mostrada en 2025, y siendo las preferidas por los de 18 a 34 años. Por último, optarán por las motos de campo el 2% de los usuarios, cayendo este porcentaje de intención de compra en 2 puntos respecto al año anterior.

## ESTABLECIMIENTO DE COMPRA

### ¿Dónde pretendes adquirir tu futura motocicleta/ciclomotor?

(% respuesta múltiple) Base: tienen intención de comprarse una moto en los próximos 12 meses

|                                              | MEDIA GENERAL | var 26/25 en pp | MOTO NUEVA | SEGUNDA MANO |
|----------------------------------------------|---------------|-----------------|------------|--------------|
| En un concesionario o tienda multimarca      | 55%           | -2              | 72%        | 27%          |
| En un concesionario o tienda monomarca       | 24%           | -2              | 27%        | 20%          |
| En un compra-venta de segunda mano           | 22%           | -8              | 11%        | 40%          |
| En Internet                                  | 13%           | +4              | 4%         | 28%          |
| En un taller o agente                        | 11%           | 0               | 12%        | 9%           |
| En otro tipo de establecimiento              | 5%            | 0               | 2%         | 10%          |
| A través de una empresa de renting o leasing | 2%            | -4              | 3%         |              |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

El 55% de los usuarios pretende adquirir su próxima moto en un concesionario o tienda multimarca, destacando muy por encima de la media los usuarios de 45 a 54 años con

un 64% de menciones. Aumentan respecto al año anterior los porcentajes de conductores que pretenden comprar su moto en internet.

## GASTO PREVISTO Y MEDIO DE PAGO

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

(Respuesta abierta numérica) Base: tienen intención de comprarse una moto en los próximos 12 meses



**MEDIA**

**6.101 €**

**-35%**

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

El gasto medio total que pretenden realizar los consumidores encuestados es de 6.101€, un 35% menos de lo que pensaban destinar el año anterior.

### ¿Qué medio/s de pago utilizarás para la futura compra de tu/s ciclomotor/es o motocicleta/s?

(% respuesta múltiple) Base: tienen intención de comprarse una moto en los próximos 12 meses

|                     | MEDIA GENERAL | var 26/25 en pp | MOTO NUEVA | SEGUNDA MANO |
|---------------------|---------------|-----------------|------------|--------------|
| EFFECTIVO / CONTADO | 57%           | +2              | 50%        | 69%          |
| FINANCIACIÓN        | 43%           | -7              | 54%        | 27%          |
| OTROS               | 4%            | +2              | 3%         | 7%           |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

En cuanto al medio de pago, el pago en efectivo será el más utilizado, concretamente por el 57% de los futuros compradores de motos (aumentando en 2 puntos), seguido

por los usuarios que optarán por la financiación, que aparecen con un 43%, descendiendo en 7 puntos porcentuales respecto al año anterior.

# INTENCIÓN DE COMPRA DE ACCESORIOS O EQUIPACIÓN

Pasando a la intención de compra de accesorios o equipación, encontramos un **45%** que dice que **comprará durante los próximos 12 meses**, aumentando en 2 puntos respecto a las intenciones del año anterior.

**¿Cuánto dinero piensas destinar a la compra de accesorios de motocicleta/ciclomotor?**  
(Respuesta abierta numérica) Base: tienen intención de comprar equipación y/o accesorios de moto en los próximos 12 meses



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Los futuros compradores de accesorios o equipaciones gastarán una media de 210€, lo que supondría un 21% más que la intención de gasto mostrada en 2025.

## 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) Base: tienen intención de comprar equipación y/o accesorios de moto en los próximos 12 meses

|                         |     | var 26/25<br>en pp |
|-------------------------|-----|--------------------|
| Casco                   | 48% | 0                  |
| Guantes                 | 34% | +2                 |
| Chaqueta                | 33% | -4                 |
| Accesorios para la moto | 24% | -3                 |
| Botas                   | 21% | -3                 |
| Traje/Mono              | 20% | +1                 |
| Pantalones              | 19% | 0                  |
| Herramientas            | 17% | +4                 |
| Térmicos                | 13% | -1                 |
| Airbag                  | 9   | +5                 |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

En cuanto a lo que tiene pensado comprar, los cascos con el 48% de las menciones, se encuentran en el primer lugar, seguido por los guantes con un 34%, y por las chaquetas

con un 33%. Aumentan las intenciones de compra en las categorías de airbags, herramientas, guantes y trajes/monos.

## ¿Dónde pretendes adquirir la equipación y/o los accesorios de motocicleta / ciclomotor?

(% Respuesta múltiple) Base: tienen intención de comprar equipación y/o accesorios de moto en los próximos 12 meses

|                                              |     | var 26/25<br>en pp |
|----------------------------------------------|-----|--------------------|
| En un concesionario o tienda multimarca      | 54% | -10                |
| En Internet                                  | 28% | -3                 |
| En un compra-venta de segunda mano           | 22% | +10                |
| En un concesionario o tienda monomarca       | 16% | 0                  |
| En un taller o agente                        | 13% | +1                 |
| En otro tipo de establecimiento              | 7%  | -3                 |
| A través de una empresa de renting o leasing | 2%  | -2                 |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Si observamos el futuro lugar de compra de los accesorios de moto, los concesionarios o tiendas multimarca volverán a ser los favoritos para el consumidor, el 54%

de los conductores así lo indica. De lejos con el 28% encontramos las tiendas online y por detrás con un 22% las tiendas de segunda mano.

## ¿Qué medios de pago utilizarás para la futura compra de equipación y/o accesorios de motocicleta/ciclomotor?

(% Respuesta múltiple) Base: tienen intención de comprar equipación y/o accesorios de moto en los próximos 12 meses

|                                                    |     | var 26/25<br>en pp |
|----------------------------------------------------|-----|--------------------|
| Tarjetas débito                                    | 64% | 0                  |
| Efectivo                                           | 50% | +15                |
| Tarjeta de crédito fin de mes                      | 10% | -11                |
| Tarjeta de crédito revolving                       | 5%  | 0                  |
| Financiación ofrecida en el concesionario o tienda | 4%  | -1                 |
| Préstamo solicitado a mi banco o caja habitual     | 2%  | -3                 |
| Renting/Leasing                                    | 2%  | +1                 |

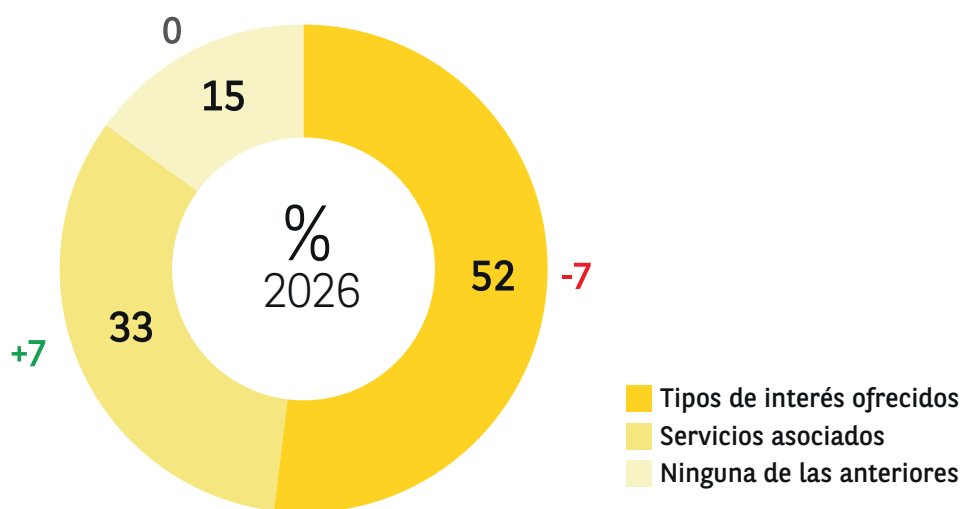
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Con relación 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 64%. El pago en efectivo (50%) y el pago mediante tarjeta de crédito de fin de mes (10%) serán los siguientes medios de pago más utilizados.

Para el 71% 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) Base: se han comprado una moto en el último año o se van a comprar una en los próximos dos años



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Los tipos de interés de la oferta de financiación es la variable que más destaca para el 52% de los usuarios encuestados, sobre todo para los conductores de 45 a 54 años con un 62% de menciones.

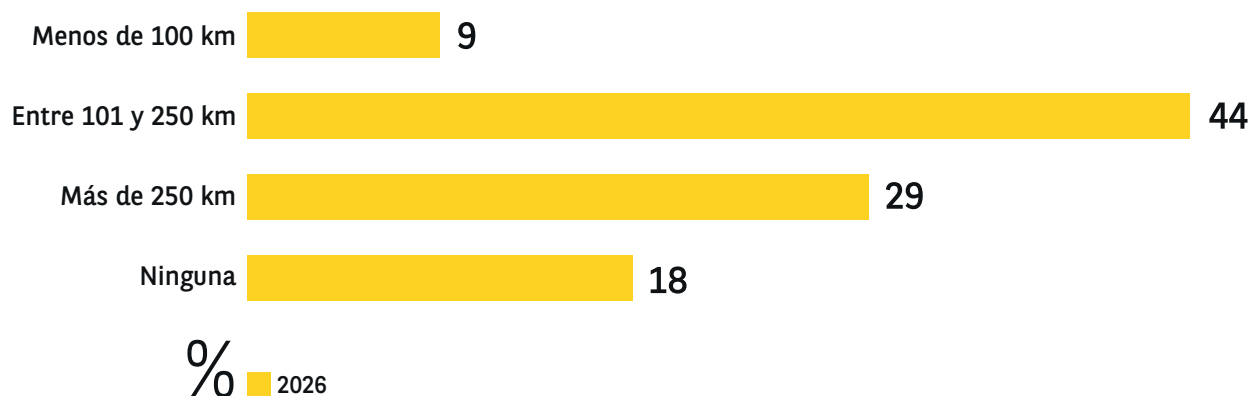
Un 72% de los conductores encuestados considera interesante la opción de que el concesionario o la tienda ofrezca financiación + seguro + servicios, destacando entre ellos los encuestados de 45 a 54 años con un 80% de menciones.

# LA MOTO ELÉCTRICA

Un 25% de los conductores de moto encuestados se plantea la compra de una moto eléctrica en los próximos 2 años. Los encuestados de 18 a 24 años destacan por encima de la media con un 33% de menciones.

## ¿A partir de qué nivel de autonomía estarías dispuesto a comprar una moto 100% eléctrica?

(% respuesta única) Base: se han comprado una moto en el último año o se van a comprar una en los próximos dos años



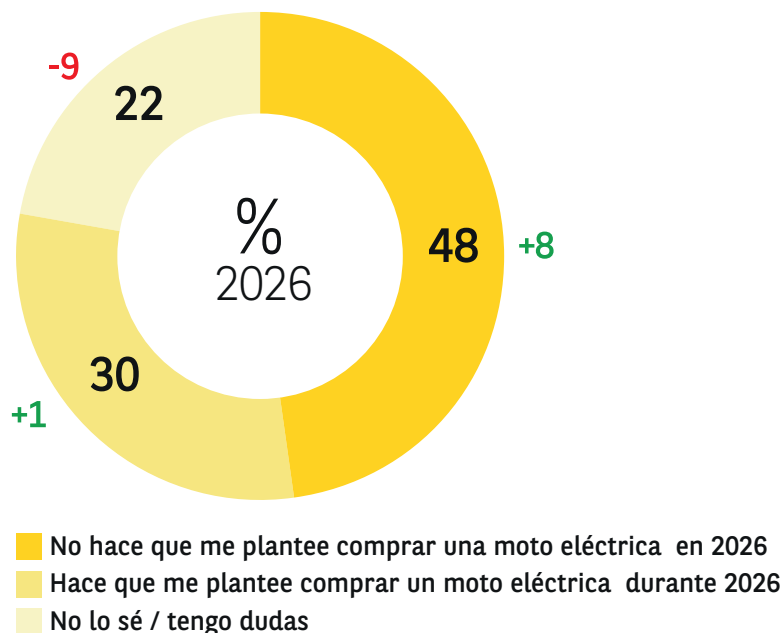
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Para el 44% 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.

Casi la totalidad de los usuarios encuestados (84%) cree que la instalación de puntos de recarga en la vía pública es muy importante o bastante importante.

## ¿Cómo es de importante para ti la existencia de planes de incentivo para comprar una moto eléctrica?

(% Respuesta única) Base: se han comprado una moto en el último año o se van a comprar una en los próximos dos años



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

En cuanto a los incentivos y ayudas para la compra de motos eléctricas, el 48% de los encuestados opina que la existencia de planes de incentivos no le hace plantearse

la compra de una moto eléctrica en 2026. Es el 30% (+1 punto respecto al año anterior) el que vería con buenos ojos la compra gracias a este plan.

## ¿Cuál/es son los motivos por los que no comprarías una moto 100% eléctrica?

(% respuesta múltiple) Base: no tienen intención de comprar una moto 100% eléctrica en los próximos meses

|                                       |     | var 26/25<br>en pp |
|---------------------------------------|-----|--------------------|
| La autonomía no es suficiente         | 46% | -2                 |
| Es demasiado caro                     | 36% | -13                |
| No tengo confianza                    | 27% | -11                |
| No tengo con qué recargar la batería  | 26% | -3                 |
| Requiere mucho tiempo de recarga      | 22% | -11                |
| Es menos potente que una moto térmica | 17% | -1                 |
| Es peligroso (batería...)             | 14% | -4                 |

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Los motivos para no comprar una moto eléctrica más mencionados por nuestros usuarios encuestados son, en primer lugar, la poca autonomía con un 46% (48% el año anterior), seguido por el elevado precio de estas motos con un 36% (49% el año anterior) y por la falta de confianza con un 27% (37% el año anterior).

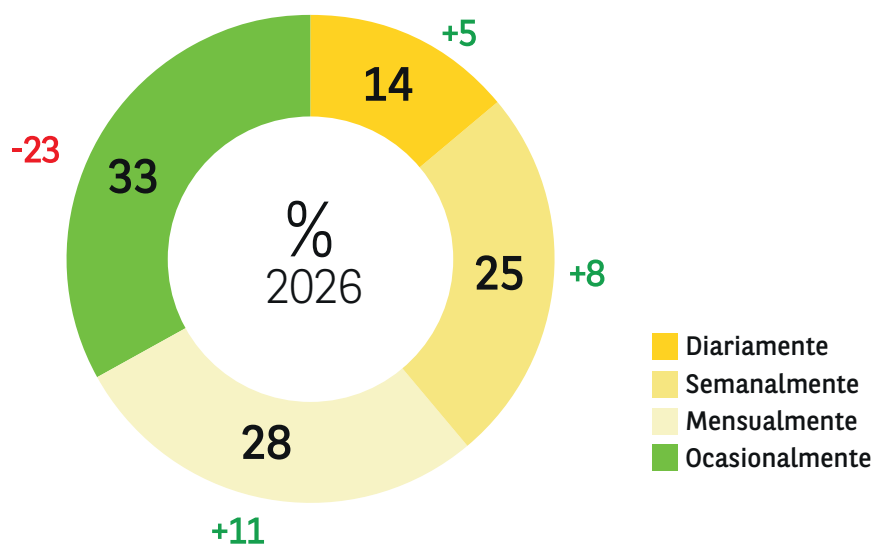
Para el 32% de los encuestados, la opción de usar una moto eléctrica mediante un sistema de alquiler les resultaría interesante, destacando por encima de la media en este aspecto los encuestados de 25 a 34 años con un 36%.

# MOTOSHARING

Tan solo el 8% de los conductores encuestados ha utilizado el motosharing en alguna ocasión.

## ¿Con qué frecuencia usas este tipo de servicios?

(% respuesta única) Base: han usado el motosharing



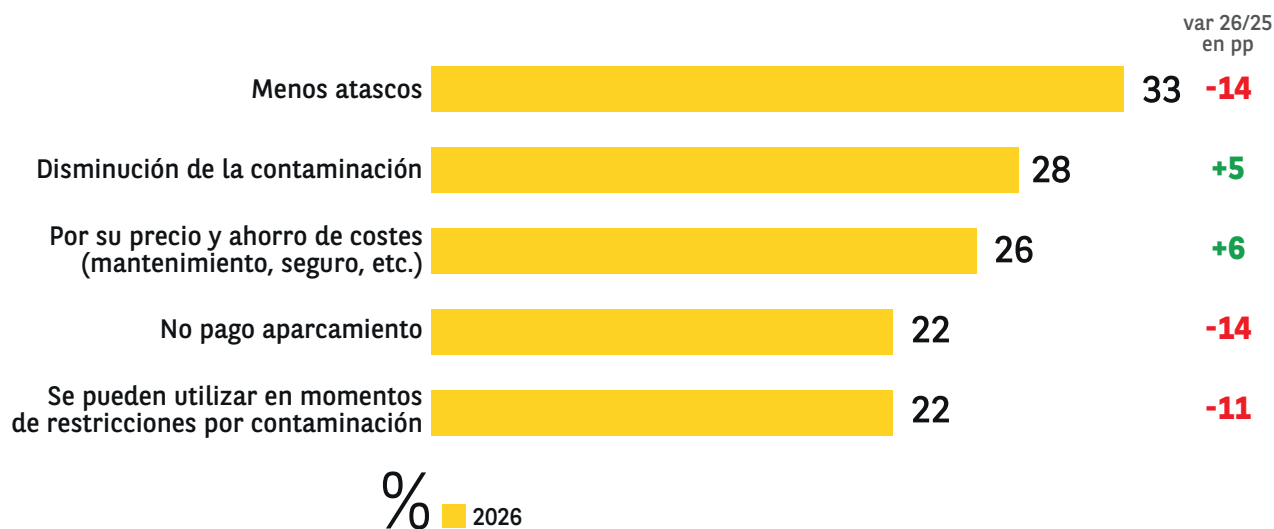
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Preguntando por la frecuencia de uso, vemos que el uso diario, semanal y mensual aumenta considerablemente en detrimento del porcentaje de los que lo usaban solo ocasionalmente.

El 57% dice que solo utiliza el servicio de motosharing para desplazamientos por ocio, seguido de un 30% que lo utiliza exclusivamente para ir y volver de casa al trabajo y un 13% que lo utiliza en ambos casos.

### ¿Por qué utilizas el motosharing?

(% Respuesta múltiple ) Base: han usado el motosharing



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Si observamos los puntos positivos del motosharing, para el 33% de los usuarios de motosharing, la ventaja de evi-

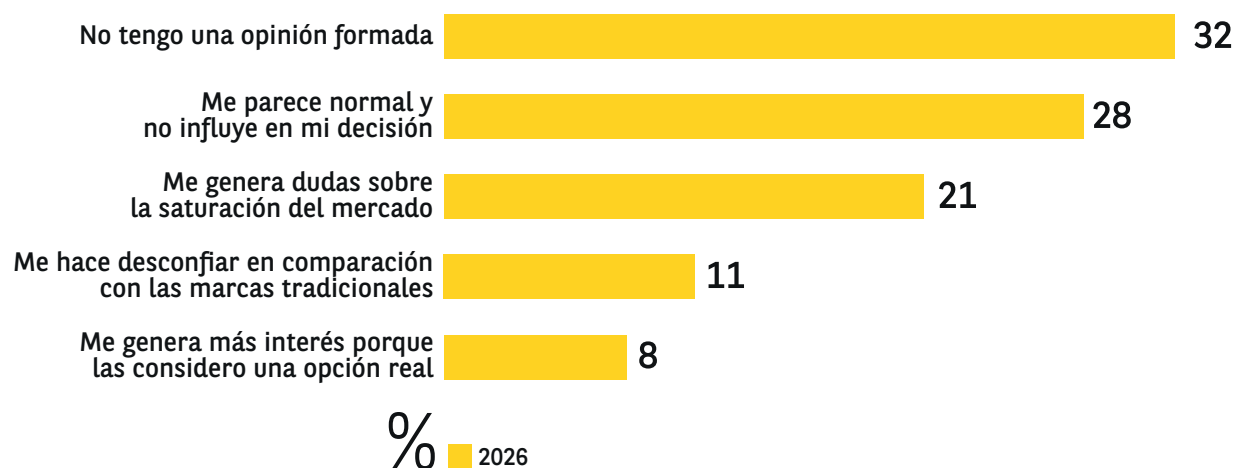
tar atascos, se convierte este año en la razón principal para utilizar este servicio.

# MOTOS DE MARCAS CHINAS

Como cierre de nuestro estudio del sector de la moto, hemos querido dar una visión general de la percepción que tienen los conductores españoles a cerca de las motos chinas que llevan pocos años irrumpiendo en el mercado.

En los últimos años, las marcas de motos chinas han aumentado de forma notable su presencia en el mercado español, con más modelos disponibles y mayor visibilidad frente a marcas tradicionales. ¿Qué percepción tienes sobre el creciente número de motos de marcas chinas en el mercado?

(% respuesta única) Base: total



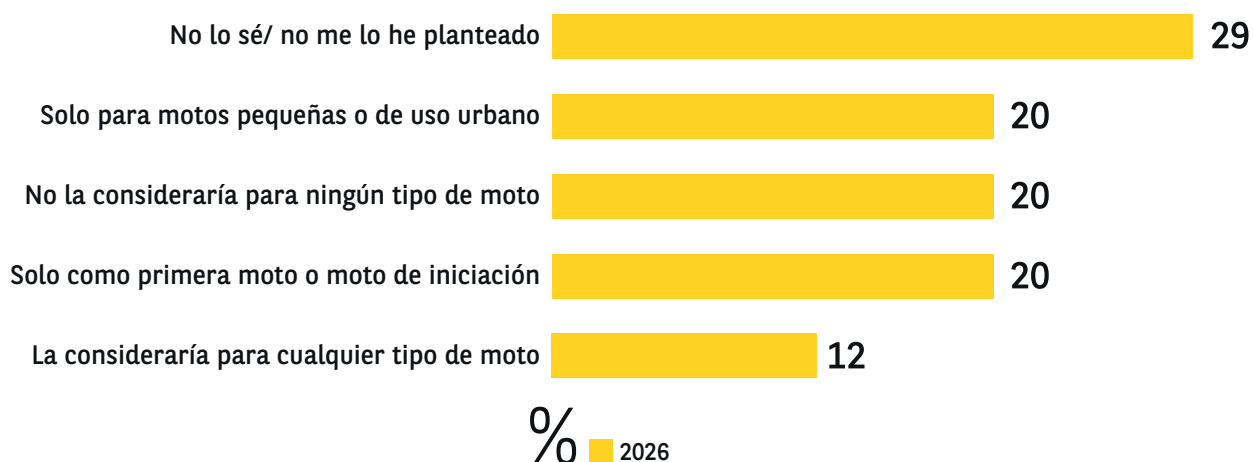
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

En primer lugar, podemos ver como el mayor porcentaje de respuestas nos dice que el conductor español no tiene una opinión formada en cuanto a este tipo de motos e

incluso un 11% dice que le hacen desconfiar frente a las marcas tradicionales. Tan solo un 8% sienten más interés en estas motos al considerarlas una opción real.

**Actualmente las marcas chinas ofrecen motos en distintos segmentos (scooter, naked, Trail, etc), y no solo modelos básicos o de iniciación. ¿En qué medida considerarías una moto de marca china como opción válida según el tipo de moto que estés buscando?**

(% respuesta única) Base: total



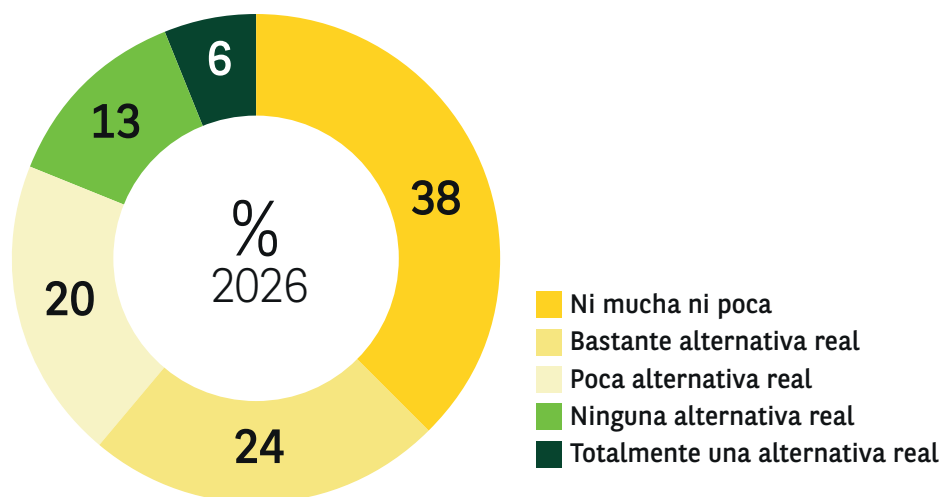
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

El 40% de los conductores dice que solo consideraría estas motos como opción válida si es una moto de iniciación o de uso urbano. También encontramos un 20% que no las considera opción válida para ningún caso y tan solo un 12% que las considerarían válidas para cualquier tipo de uso.

A igualdad de precio, los conductores que optarían por una moto de marca china frente a una marca tradicional son tan solo el 4%, frente al 24% que tendría claro que se decantaría por la marca tradicional. El 32% nos dice que su decisión dependería del modelo concreto, y el resto se mantiene en una posición más precavida a la hora de elegir entre una y otra.

### ¿Hasta qué punto considerarías un/a moto de marca china como una alternativa real frente a marcas tradicionales?

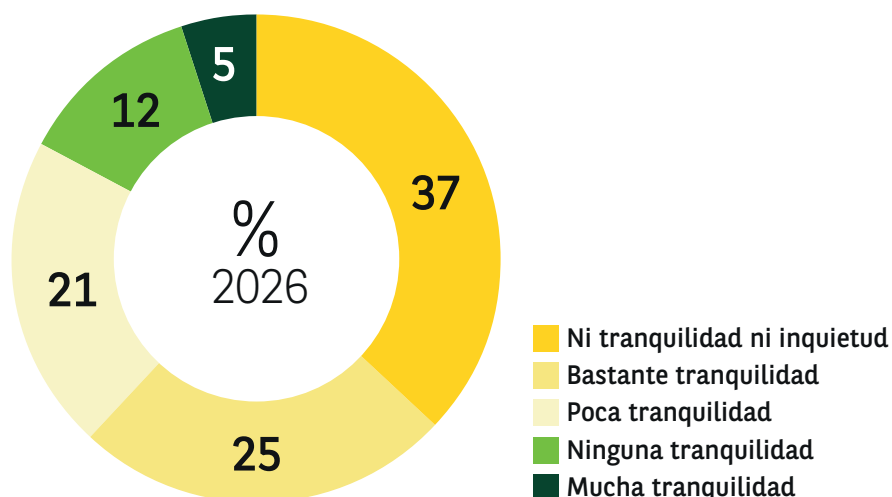
(% respuesta única) Base: total



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

### ¿Qué grado de tranquilidad te daría comprar un/a moto de una marca china?

(% respuesta única) Base: total



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2026

Todavía estamos lejos de confiar totalmente en las marcas chinas para nuestras compras de motos. A día de hoy, tan solo encontramos un 30% de conductores que las ve

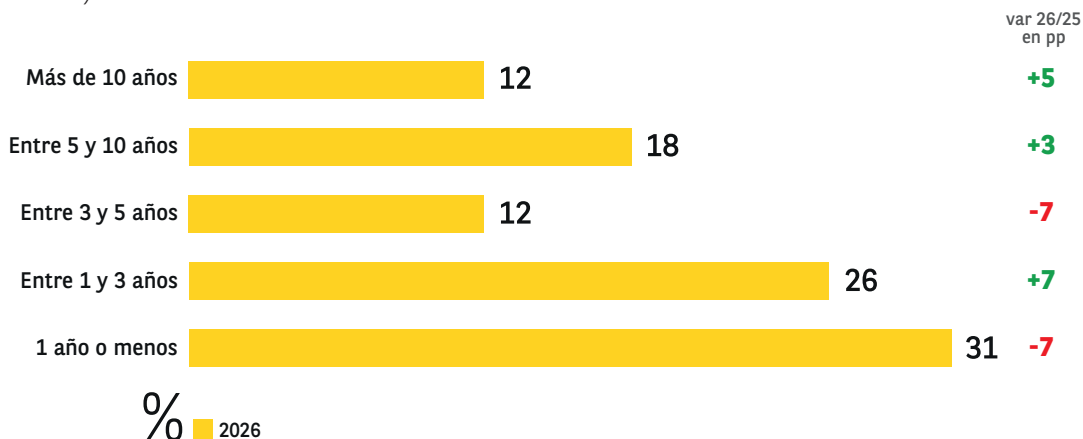
como alternativa real a las marcas tradicionales, que confía en ellas a largo plazo y que estaría tranquilo con su decisión de compra.

# LOS PUNTOS CLAVE

## Mi moto actual

¿Cuándo compraste tu ciclomotor o motocicleta actual?

(% respuesta única)



## Compra en los últimos 12 meses

el **13%** de los conductores encuestados afirma haber adquirido una moto y/o accesorios de moto en los últimos 12 meses, manteniendo el mismo porcentaje que el año anterior.

gastando una media de **6.489€** | un **-17%** menos que el año anterior.

¿Qué tipo/s de ciclomotor o motocicleta compraste en los últimos 12 meses?

(% respuesta múltiple)

### Scooter

Estándar, Rueda Alta y Touring

**64<sup>+5</sup>%**

### Carretera

Touring, Naked, Supersport, Custom, Trail y Supermotard

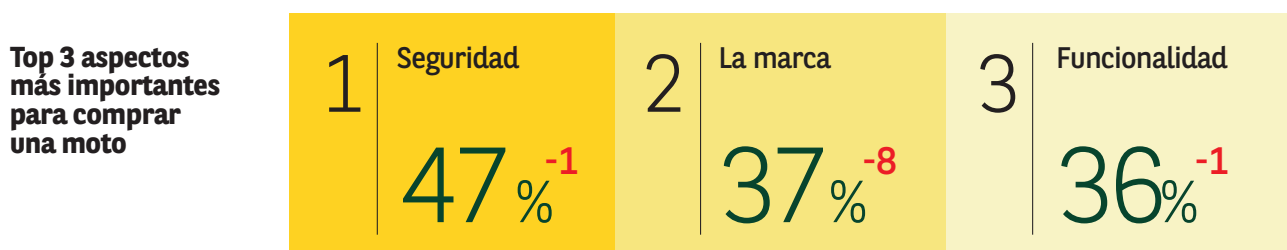
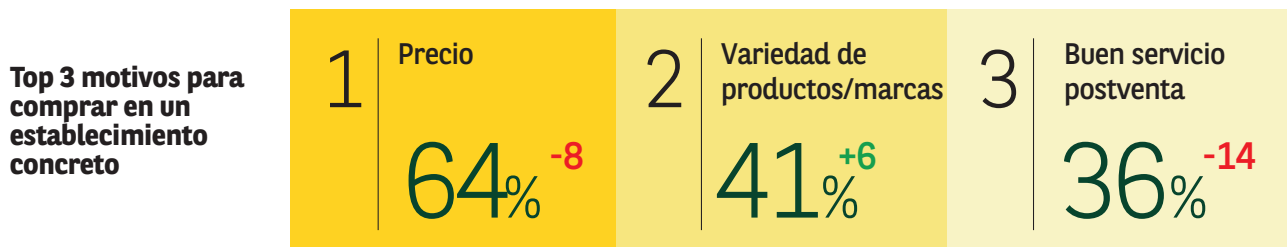
**27<sup>-4</sup>%**

### Campo

Enduro, Cross, Trial

**13<sup>-3</sup>%**

## Proceso de compra



## Intención de compra para los próximos 12 meses

Moto o ciclomotor

**La Scooter**

55%<sup>+4</sup>

la opción más demandada por los conductores que comprarán en este sector en 2026.

El gasto medio previsto es de

6.101€ | -35% menos que lo declarado el año anterior

## Accesorios

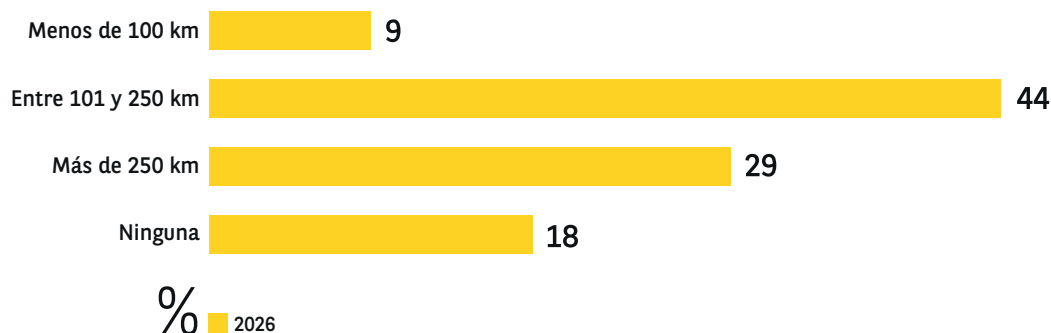
**Crece 2 puntos porcentuales** el porcentaje de conductores de moto con intención de comprar algún tipo de accesorio o equipación para la moto, **pasando de un 44% a un 46%**.

con un gasto medio previsto de **210€** | **+21%** más que la intención de gasto mostrada el año anterior

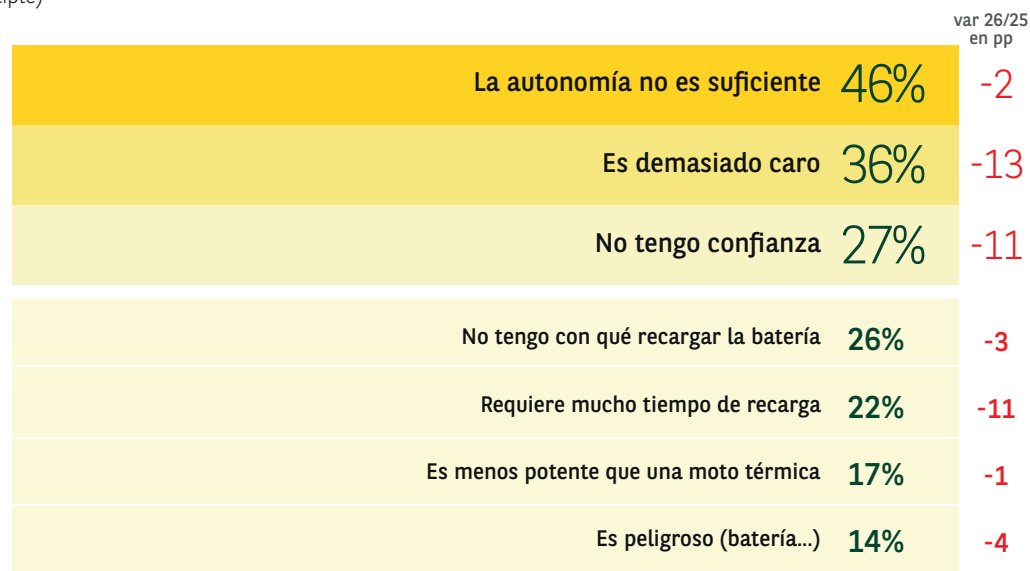
## Moto eléctrica

un **25<sup>+6</sup>%** de los conductores de moto encuestados, se decantarían por comprar una moto 100% eléctrica en los próximos 2 años, creciendo este porcentaje en **6 puntos respecto al año anterior.**

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



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



**Disminuyen de forma importante los porcentajes de los motivos por los que no comprar una moto eléctrica**

# FICHA TÉCNICA

## Motor 2026 El Observatorio Cetelem Sector Auto y Moto

---

### Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

#### Universo:

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

#### Metodología:

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

#### Muestra:

Se han realizado 1.669 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 17 de febrero al 2 de marzo de 2026 por la empresa CANAL SONDEO

## Motor 2025 El Observatorio Cetelem Sector Auto y Moto

---

### Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

#### Universo:

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

#### Metodología:

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

#### Muestra:

Se han realizado 2.088 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 6 al 21 de febrero de 2025 por la empresa CANAL SONDEO.



**OBSERVATORIO**  
Cetelem

 **BNP PARIBAS**  
PERSONAL FINANCE 