



FACONAUTO

Preferencias de movilidad y tendencias de compra 2023

Encuesta Faconauto & PwC

El papel clave del concesionario



Índice

Caracterización de la muestra

¿Cómo percibe el encuestado la movilidad?

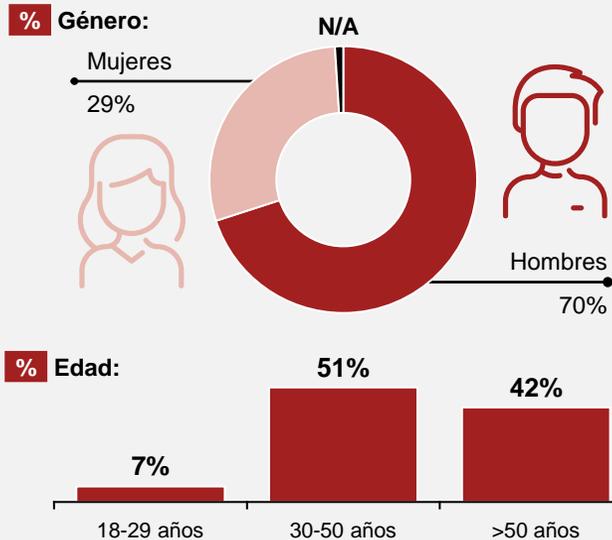
¿Cuál es la preferencia en torno al tipo de vehículo?

La experiencia de compra como elemento diferencial

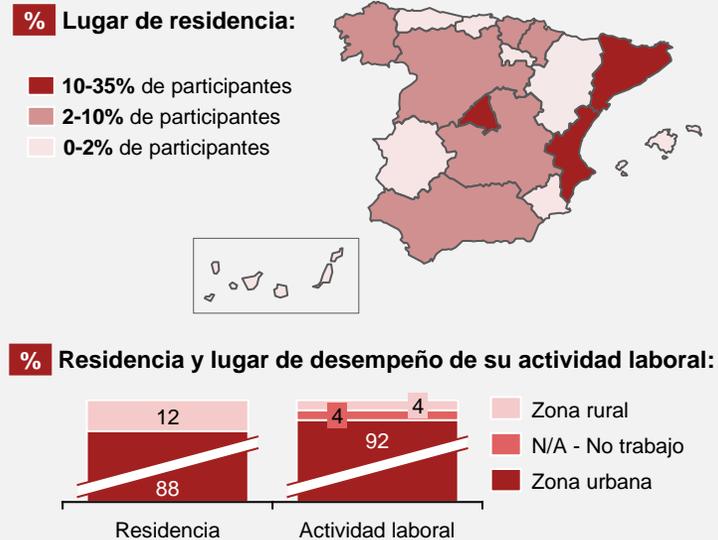
¿Quién ha respondido a nuestra encuesta?

+50% de los encuestados son **hombres de entre 30 y 50 años**, que residen y trabajan **en zonas urbanas** y con un un volumen de **ingresos anuales superiores a 40k€ (+52%)**

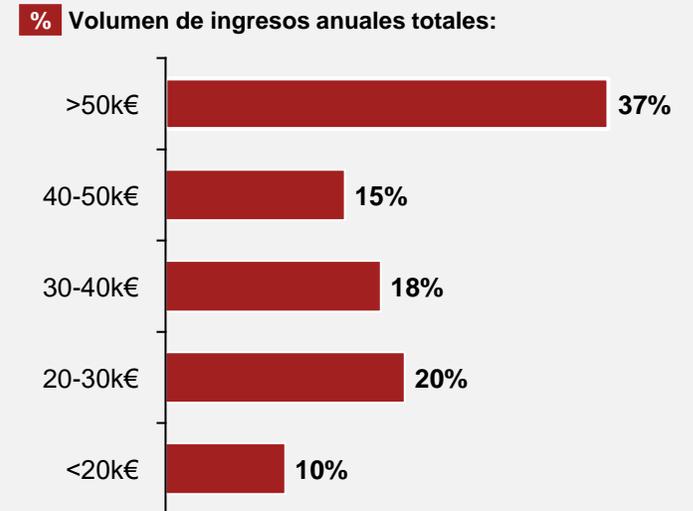
Edad y género



Origen geográfico



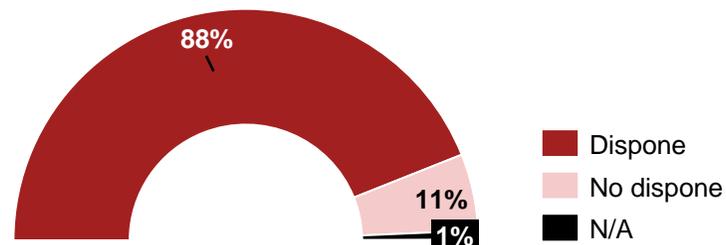
Poder adquisitivo



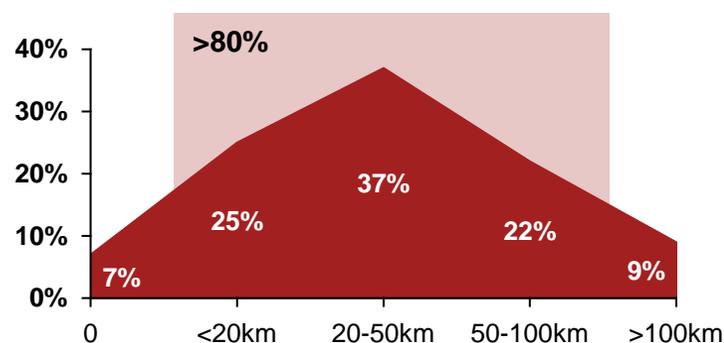
¿Cómo perciben la movilidad?

~70% de los encuestados **recorre más de 20km** cada día y, optan por el **uso del coche privado (+95%)** aunque aparecen alternativas como el **coche en suscripción, la micro movilidad y el carsharing**

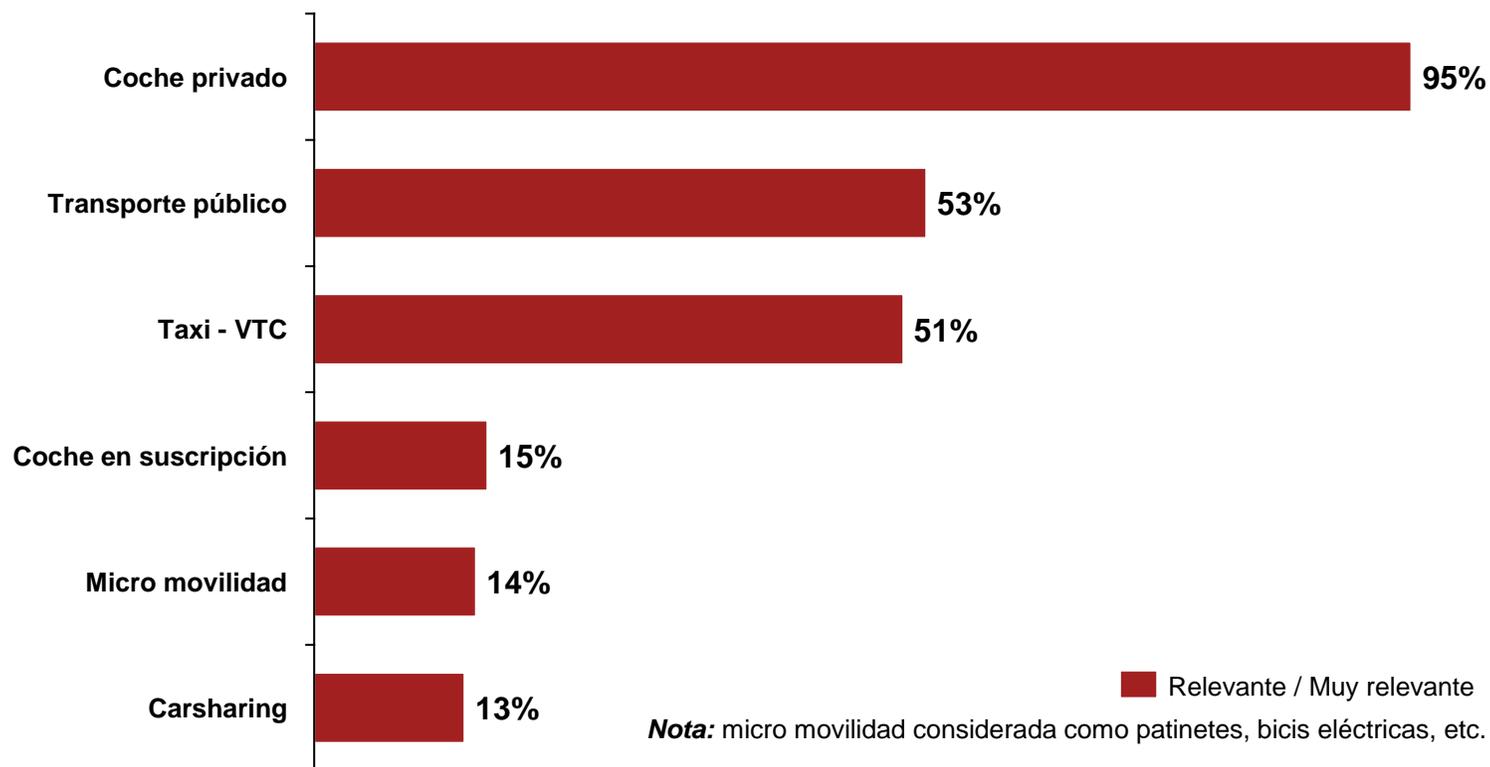
% “¿Dispone de aparcamiento privado en su domicilio habitual?”



% “¿Cuántos kilómetros recorre diariamente en automóvil?”



% “¿Cómo de relevantes considera las siguientes opciones de movilidad?”



■ Relevante / Muy relevante
Nota: micro movilidad considerada como patinetes, bicis eléctricas, etc.

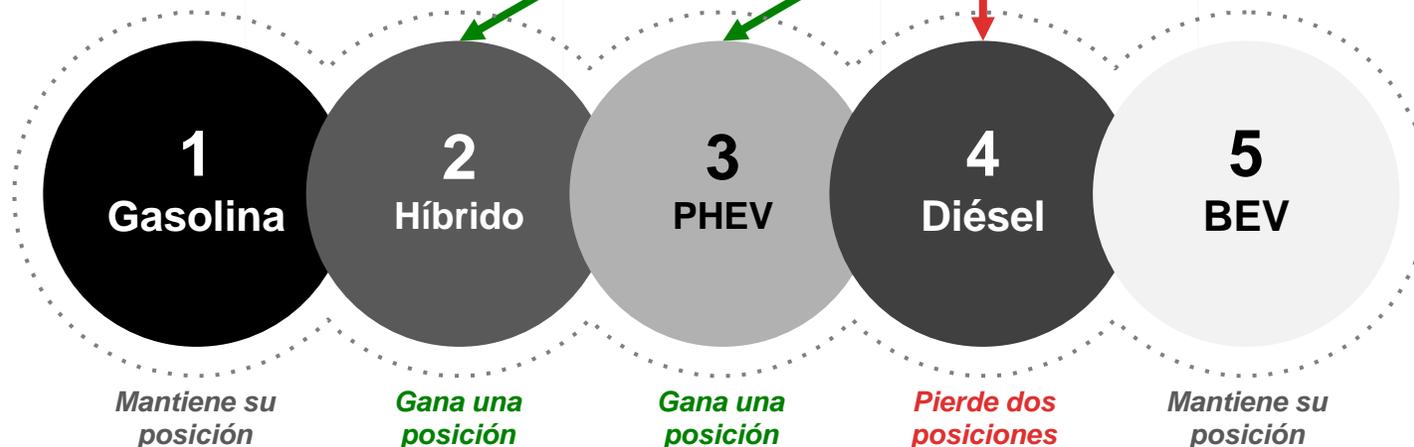
¿Cuál es la preferencia del tipo de vehículo?

Las preferencias por los **vehículos alternativos (PHEV e híbridos)** empiezan a ganar peso frente a la opción tradicional del vehículo de combustión. Por otro lado, el **vehículo eléctrico** no termina de arrancar...

“¿Qué tipo de vehículo valoraba al comprar su último coche?”



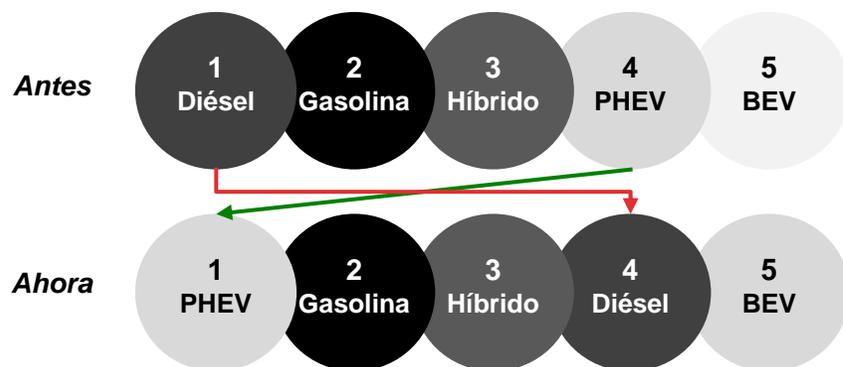
“¿Qué opciones valoraría si tuviera que cambiar de coche a día de hoy?”



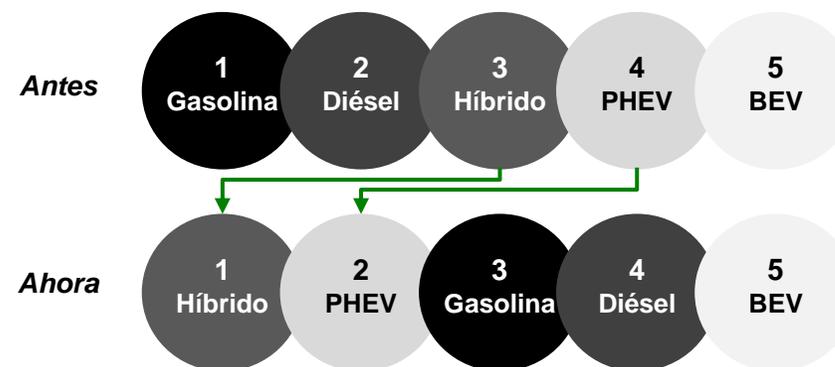
¿Cuál es la preferencia del tipo de vehículo?

...aunque apreciamos ciertas diferencias en las preferencias en función del género y el rango de edad

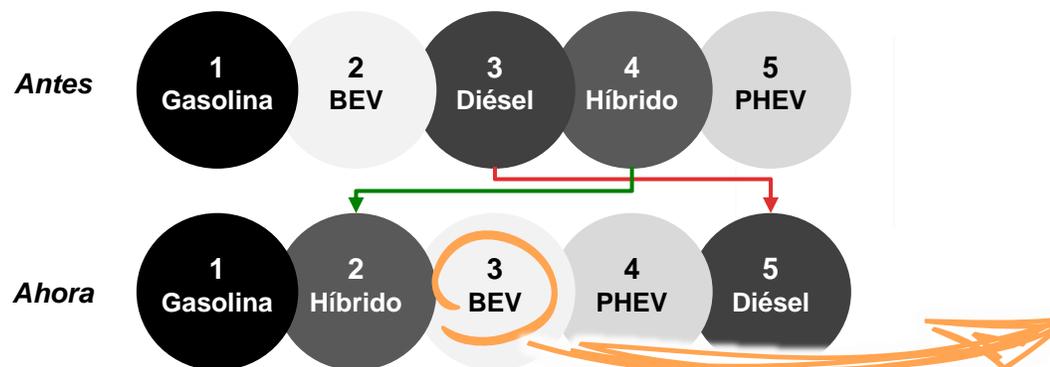
Preferencias de tipos de vehículos: Mujeres



Preferencias de tipos de vehículos: 30-50 años



Preferencias de tipos de vehículos: 18-29 años

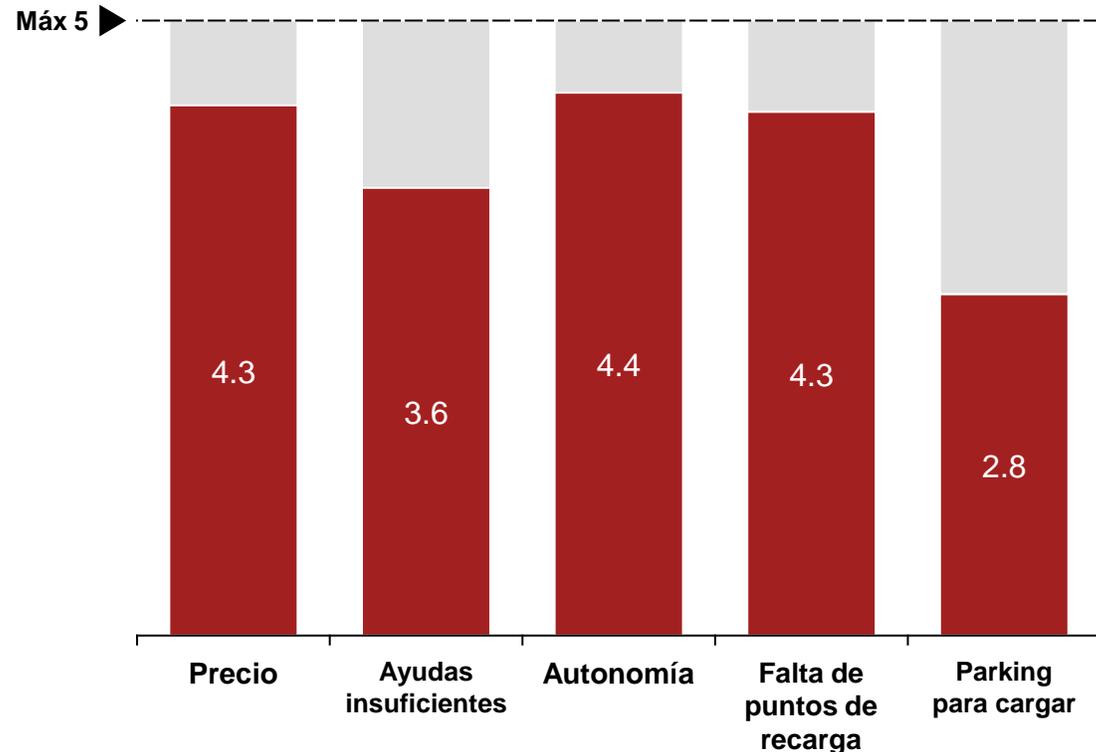


Las **mujeres** de 18-29 años tienen como primera **preferencia** el vehículo 100% eléctrico

Y, ¿por qué no se compran más vehículos eléctricos?

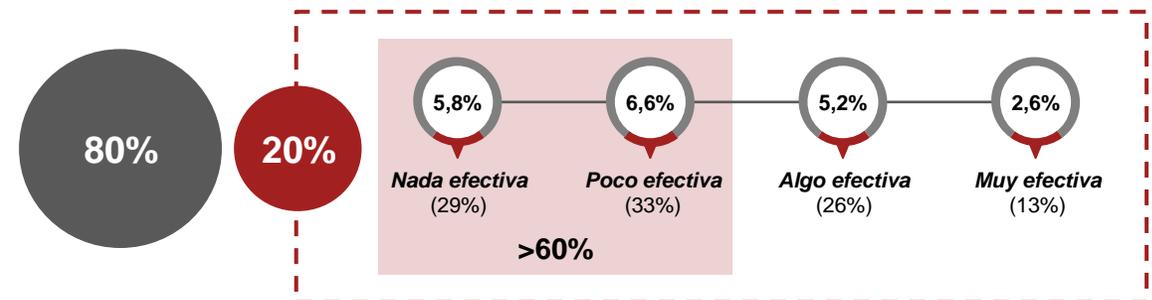
Las principales barreras siguen siendo aspectos como el **precio**, la **autonomía** y la **infraestructura de recarga**, en un contexto en el que más del 60% no considera efectivas las ayudas

% “Indique los motivos por los cuales desestimó la compra de un coche eléctrico”

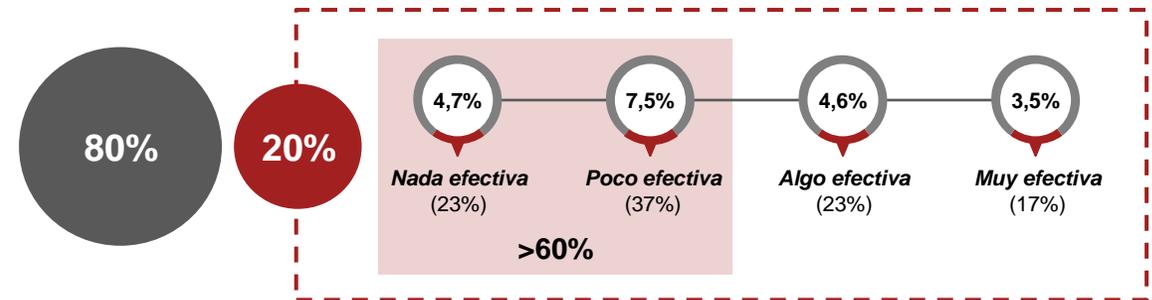


% “¿Cómo valora el programa MOVES? (en caso de haber recibido dicha ayuda)”

▪ Ayuda a la compra del **vehículo** alternativo:



▪ Ayuda a la instalación de **puntos de carga**:

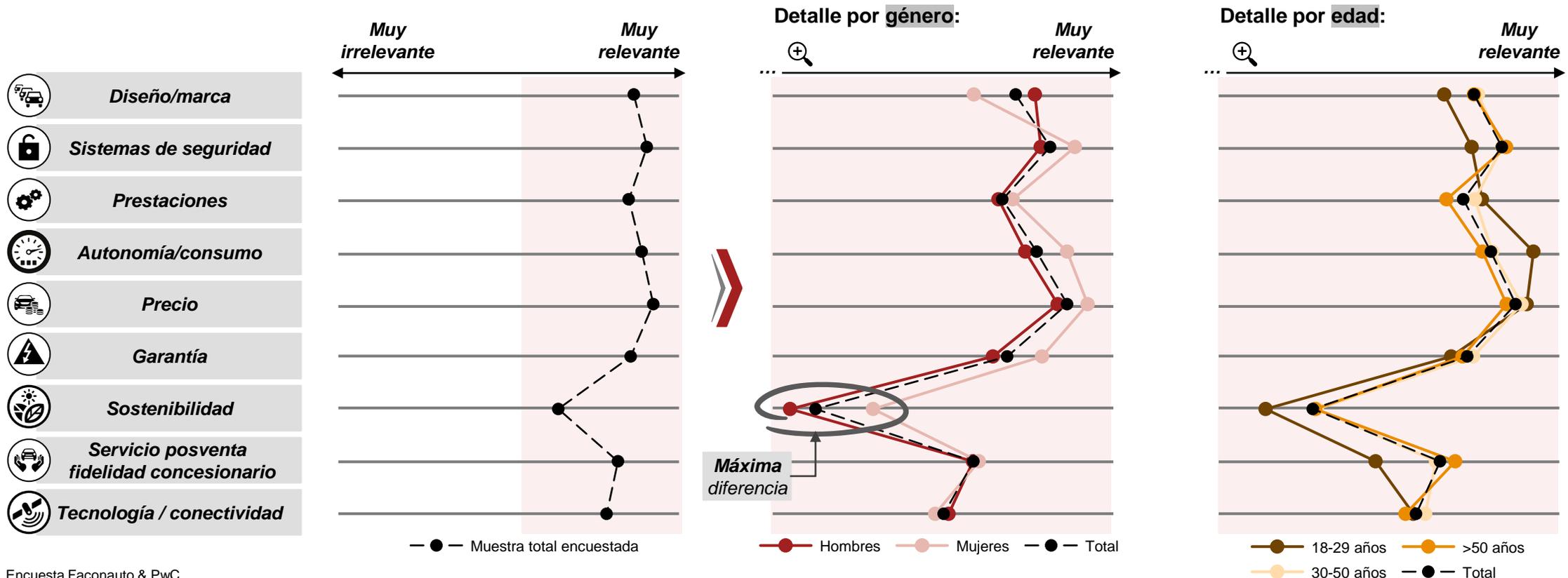


■ No he optado / accedido a la ayuda ■ He recibido la ayuda

Más allá de la motorización, ¿qué características se buscan?

Los mayores drivers de compra son el **precio** y **los sistemas de seguridad**, donde la mayor diferencia de preferencias entre hombres y mujeres ocurre en torno a la sostenibilidad, lejos todavía de ser un criterio relevante

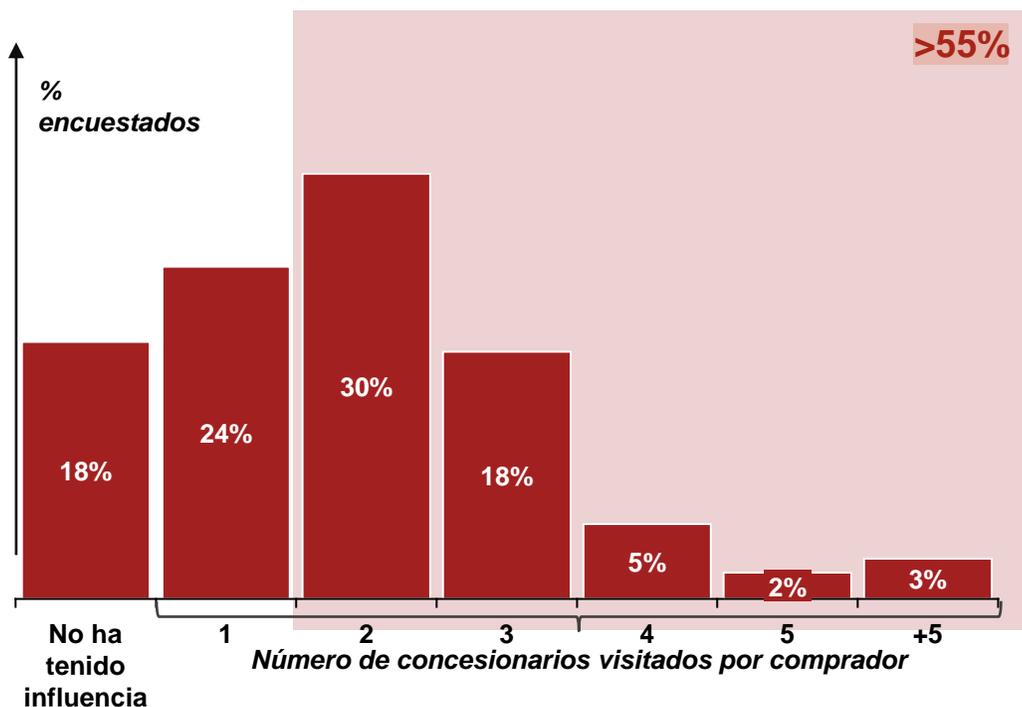
% “¿Cómo de relevantes considera estos criterios a la hora de seleccionar un vehículo?”



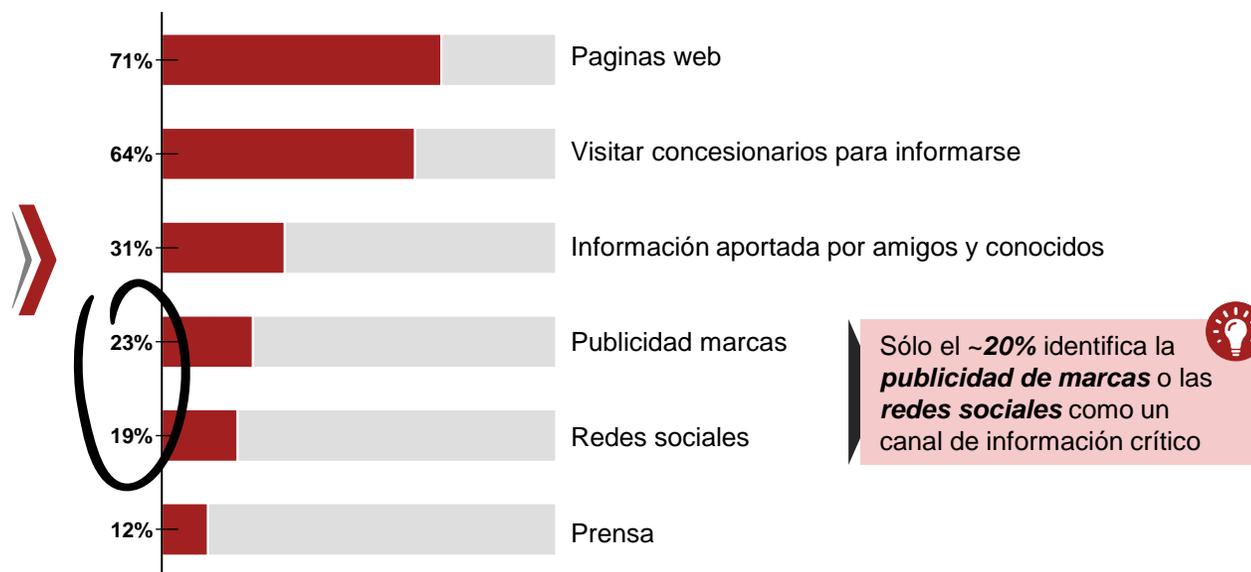
Experiencia de compra: ¿comparativa? ¿canales de inform.?

Observamos que más del 55% visita dos concesionarios o más al realizar una compra, donde llama la atención la baja relevancia reflejada en torno a la publicidad de las marcas o las redes sociales como canales para informarse de dicha compra

“¿Cuántos concesionarios visitó antes de decidir su compra?”



“¿Cuáles son los canales que utiliza para informarse del vehículo que desea comprar?”
(Si es más de uno, marque los tres más relevantes)”



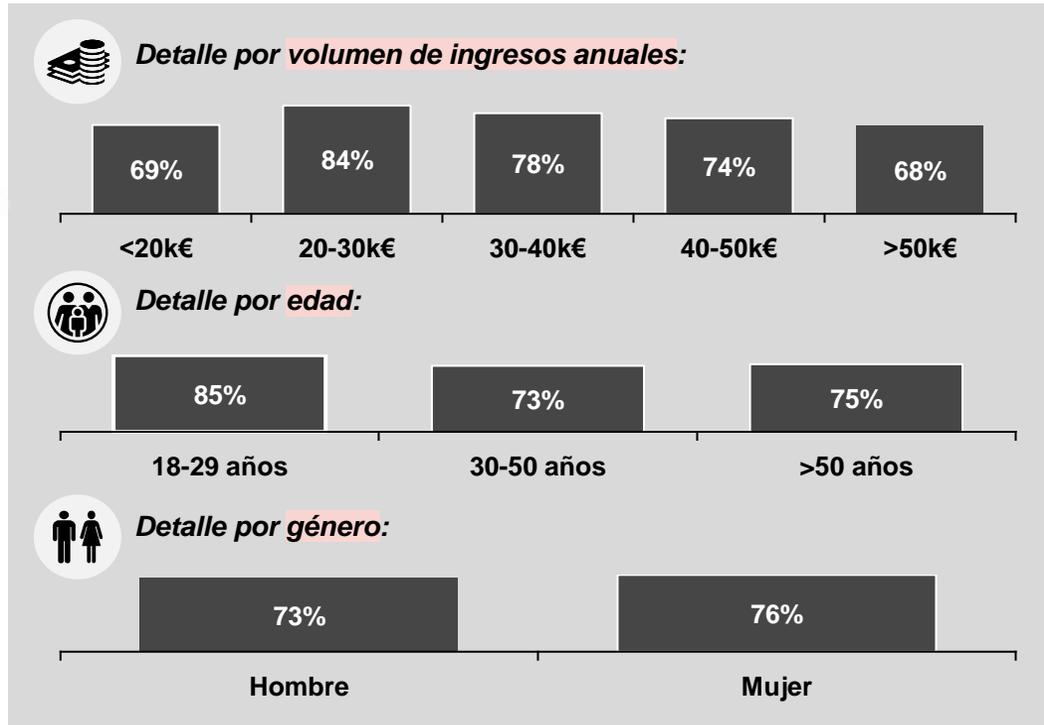
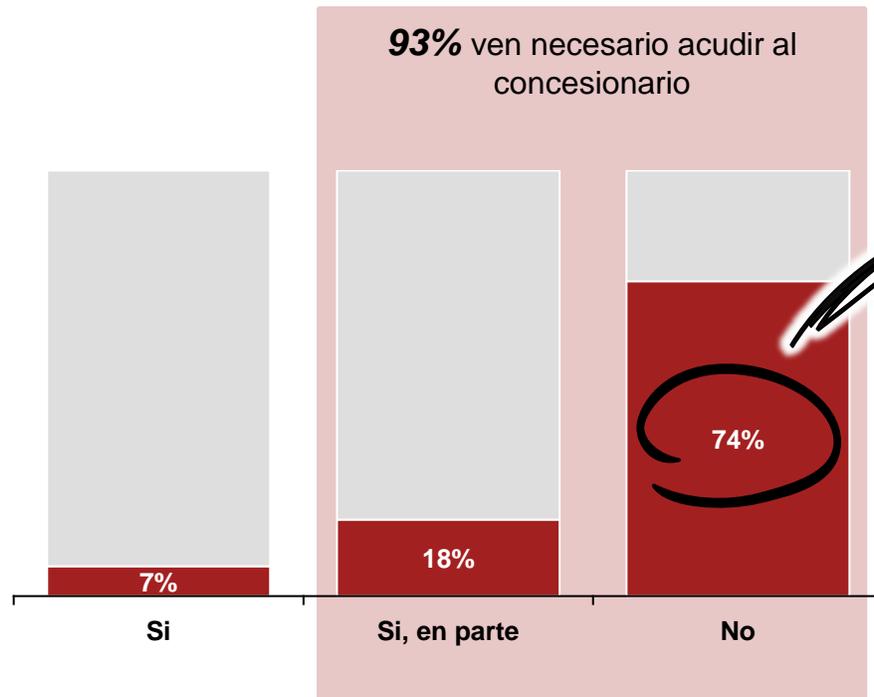
Sólo el ~20% identifica la **publicidad de marcas** o las **redes sociales** como un canal de información crítico

Nota: Además, se valora confianza: experiencia con la marca y talleres especializados

Experiencia de compra: ¿cómo se percibe el concesionario?

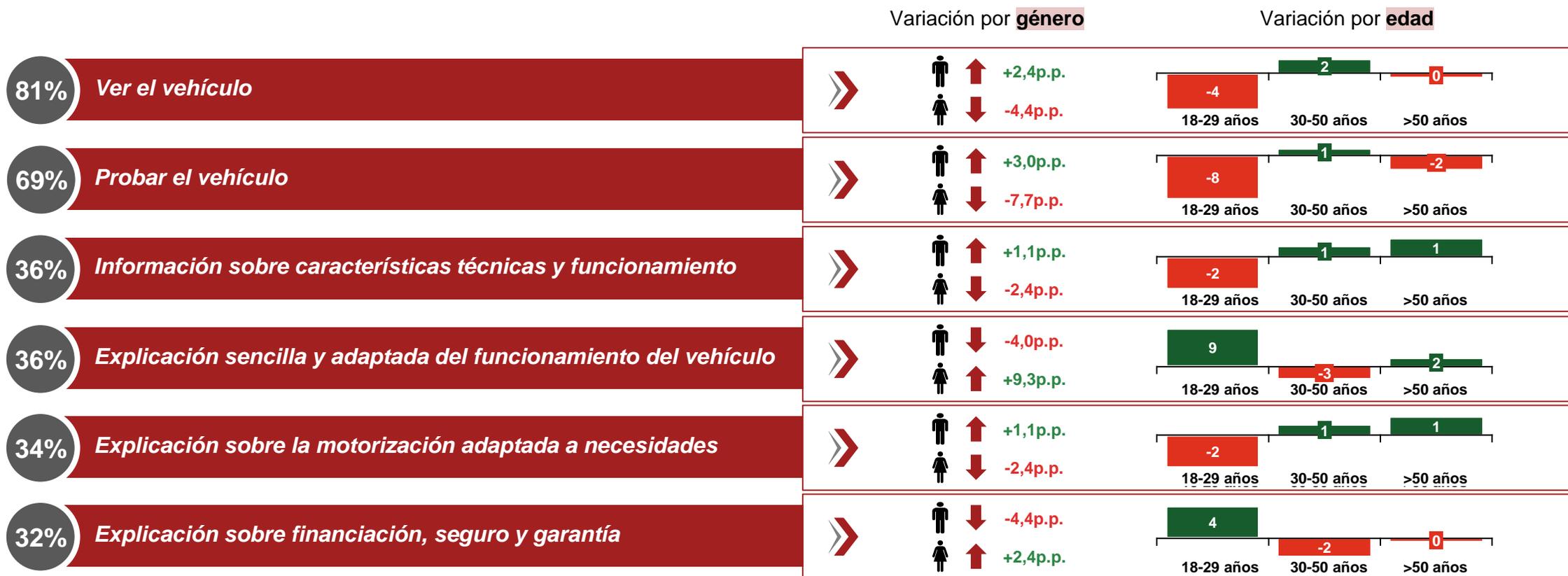
El 93% de los encuestados ve necesario acudir al concesionario para realizar la compra de un vehículo (observamos que sólo al 7% le gustaría realizar el proceso de compra 100% online)

% “¿Le gustaría haber podido realizar el proceso de compra 100% online?”



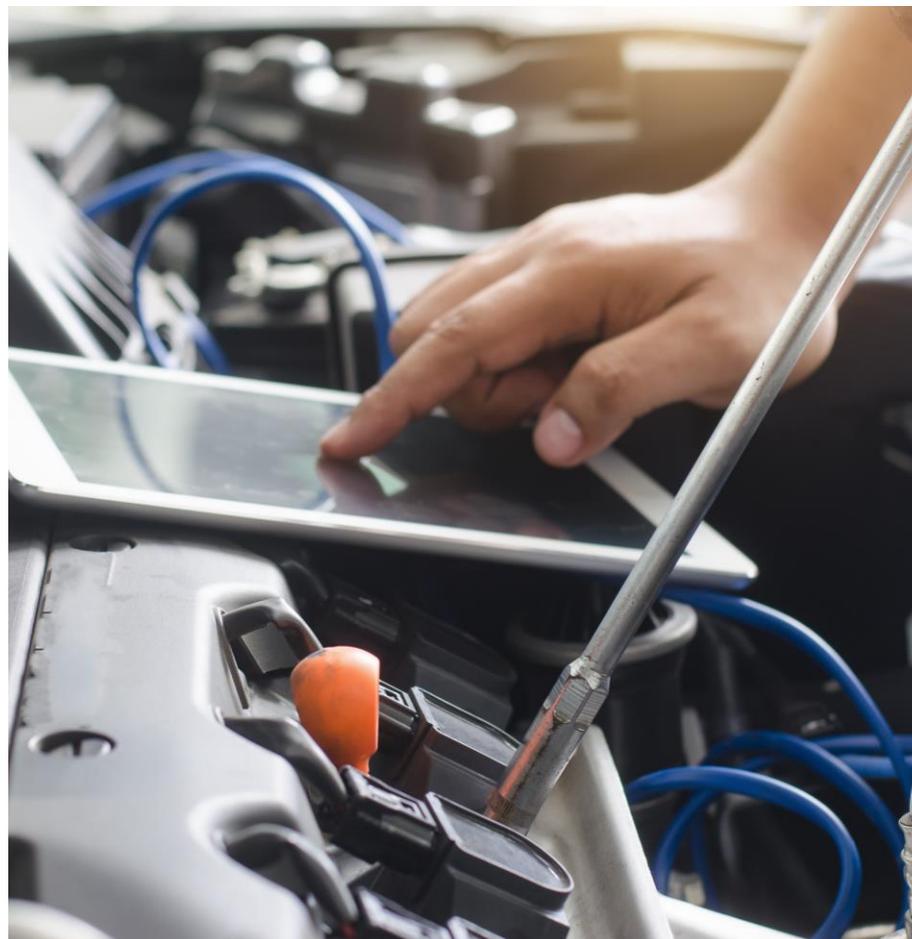
Opinión del encuestado sobre la visita al concesionario

Los aspectos mas valorados son ***poder ver y probar el vehículo***, aunque con pequeñas diferencias por genero y rango de edad



Opinión del encuestado sobre el servicio postventa

El 74% de los encuestados valora el **servicio de entrega a domicilio del vehículo** reparado/nuevo, un 41% sin coste adicional



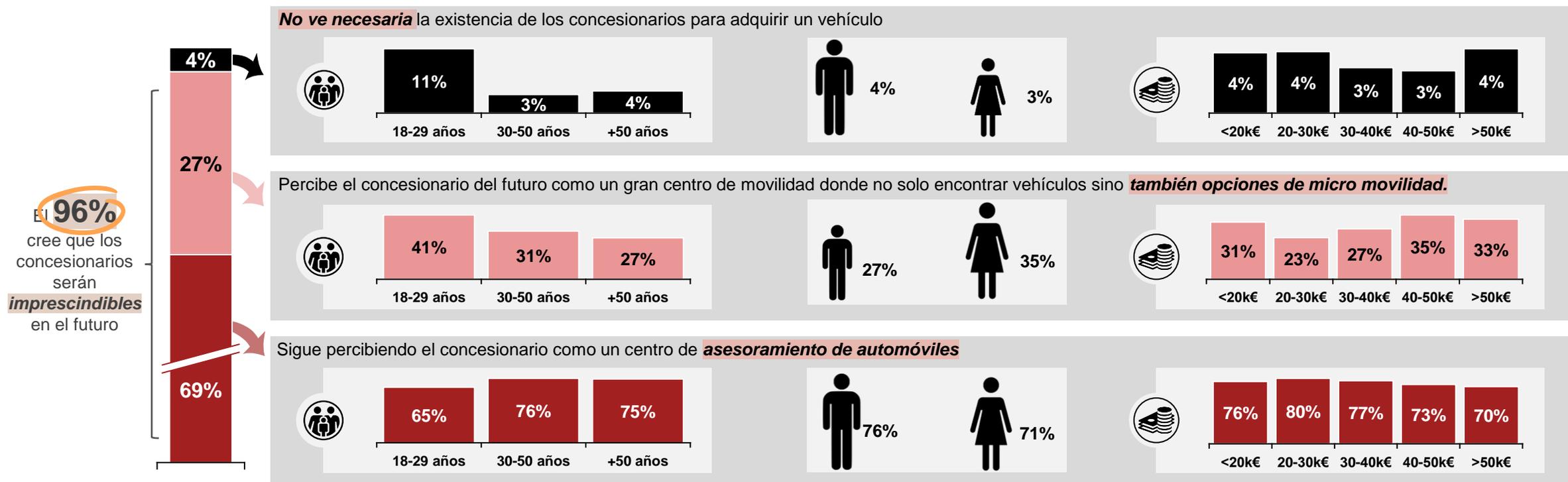
% “¿Qué es lo que más valora de su servicio de posventa?”



¿Cómo se percibe el futuro del concesionario?

Por último, el 96% cree que los **concesionarios serán imprescindibles** en el futuro donde el 27% de los encuestados percibe el futuro del concesionario como un **“gran centro de movilidad”**

% “¿Cómo imagina el concesionario del futuro?” (posible múltiple respuesta)





FACONAUTO



Manuel Díaz Delgado

Socio responsable sectores Automoción e Industrial en PwC España

Tel.: +34 915 685 019 | Mobile: +34 649 614 535
Email: manuel.diaz.delgado@pwc.com

© 2023 PricewaterhouseCoopers Asesores de Negocios, S.L. Todos los derechos reservados. PwC se refiere a la firma miembro española y, en ocasiones, puede referirse a la red de PwC. Cada firma miembro es una entidad legal separada e independiente. Consulte www.pwc.com/structure para obtener más detalles.

Descargo de responsabilidad: este contenido sólo tiene fines de información general y no debe utilizarse como sustituto de servicios de asesoría profesional.

