nielsen

AN UNCOMMON SENSE OF THE CONSUMER™

AUTOMOCIÓN Y SOSTENIBILIDAD

COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES DE LOS ESPAÑOLES

Club de Excelencia en Sostenibilidad

Madrid, Julio de 2015
Club de Excelencia en Sostenibilidad
Nielsen

AGENDA

1 Antecedentes y Objetivos

2 Ficha técnica

3 Datos relevantes

4 Análisis de Resultados

1. Hábitos generales sobre el uso del coche
2. Aspectos generales sobre sostenibilidad
3. La Sostenibilidad y la Administración
4. La Sostenibilidad y los Consumidores
5. La Sostenibilidad y los vehículos alternativos

5 Conclusiones

6 Apéndice

Julio 2015 © Copyright 2015 The Nielsen Company

This document is highly confidential and intended for internal use only.

1. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS

La responsabilidad corporativa de las empresas es un elemento cada vez más importante en la forma de interactuar con los consumidores y con la sociedad en general.

Concretamente, en el sector de la **automoción**, los principales fabricantes muestran una gran implicación en colaborar con la creación de un entorno sostenible a través de la innovación en sus procesos productivos y la investigación con energías alternativas para sus automóviles.

Se hace necesario conocer la **opinión** de los conductores españoles acerca de las diferentes medidas desarrolladas en todos los ámbitos de la sociedad que contribuyan a hacer realidad este modelo de convivencia sostenible: las Administraciones Públicas, la empresa privada/fabricantes y los consumidores.

En este contexto, **Nielsen** y el **Club de Excelencia en Sostenibilidad** han realizado un proyecto de investigación con el siguiente **objetivo:**

"Conocer los hábitos actuales y las opiniones de los conductores ante la sostenibilidad en el mundo del automóvil"

Concretamente, los conductores han sido preguntados por los siguientes bloques de información:

1. Hábitos generales sobre el uso del coche
2. Aspectos generales sobre sostenibilidad
3. Administraciones Públicas
4. Los consumidores
5. Los fabricantes de vehículos / vehículos alternativos

Julio 2015 © Copyright 2015 The Nielsen Company

This document is highly confidential and intended for internal use only.

2. FICHA TÉCNICA

Nielsen ha utilizado una metodología **CUANTITATIVA** para abordar los objetivos de este estudio, mediante la realización de **entrevistas online.**

UNIVERSO

- Conductores de automóviles (carnet de conducir B) en España

TAMAÑO MUESTRAL

- Se han realizado un total de **611 entrevistas,** distribuidas de la siguiente forma:

	Muestra	Error muestral
Hombre	n=311	5,7%
Mujer	n=300	5,8%
18-30 años	n= 141	8,4%
31-40 años	n= 175	7,6%
41-50 años	n= 168	7,7%
51-60 años	n= 127	8,9%
TOTAL	**N=611**	**4,1%**

FECHAS TRABAJO DE CAMPO

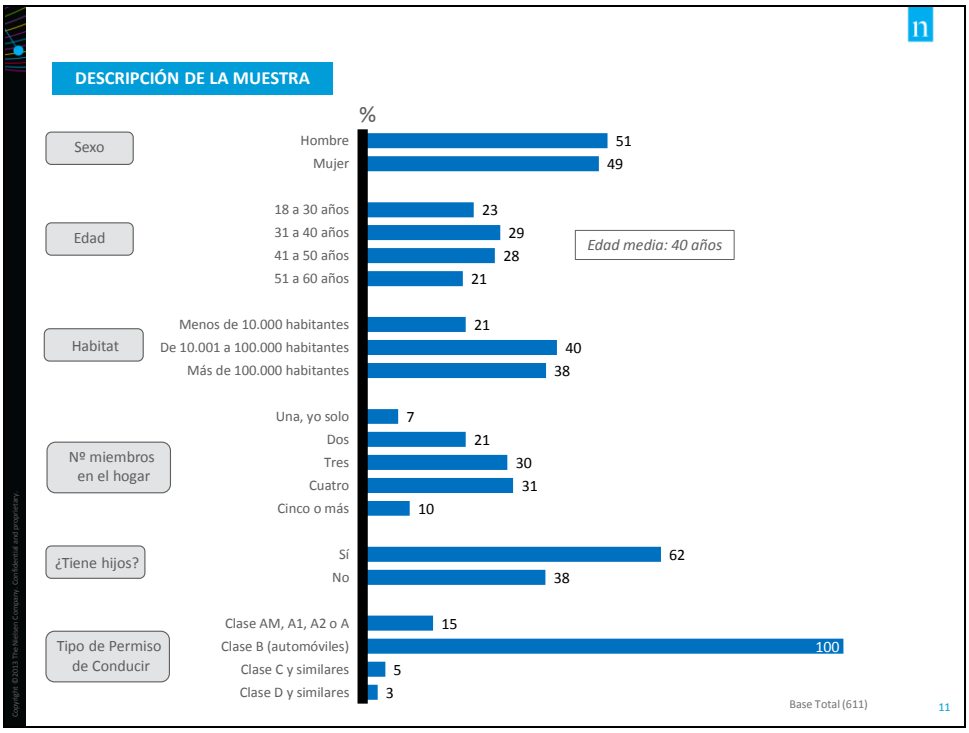
- Las entrevistas se realizaron a finales del mes de **Febrero de 2015.**

Julio 2015 © Copyright 2015 The Nielsen Company

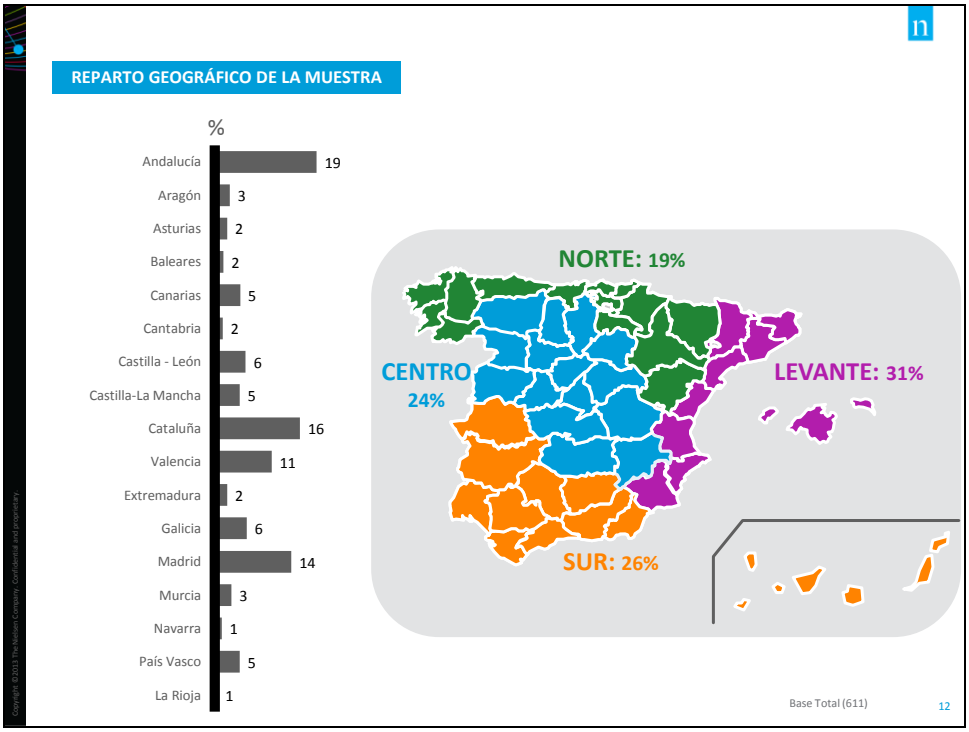
This document is highly confidential and intended for internal use only.

DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

Todos los participantes en la encuesta debían ser poseedores del permiso de conducir B y tener coche disponible en la actualidad.



Las entrevistas se han repartido geográficamente de manera proporcional a la distribución de la población española. Para el análisis, se han realizado 4 agrupaciones geográficas: Centro, Norte, Sur y Levante.



3. DATOS RELEVANTES

A continuación, se detalla un resumen de los **datos más relevantes** extraídos del estudio:

- Casi **la mitad** de los conductores **utiliza el coche a diario** y 3 de cada 4 recorre menos de 50 kilómetros al día.

- Los consumidores se sienten **más motivados** a comprar productos de una empresa que **invierte, genera empleo y forma a jóvenes en España.**

- Son conscientes de que los **esfuerzos** para hacer un entorno más sostenible tienen que ser desarrollados **por todas las partes (**Administración, fabricantes y consumidores).

- Los programas públicos de **impulso al vehículo eléctrico** son aún poco conocidos por los conductores.

- Se reclama una **mayor formación en la utilización de técnicas de conducción eficiente**. Existe una sensibilización por ahorrar combustible, sobre todo entre los mayores de 50.

- La penetración de las **plataformas de Car Sharing** es del **7%.** La percepción es que es que no perjudica demasiado al sector del transporte y fabricantes.

- **3 de cada 4 mencionan espontáneamente el coche eléctrico** como alternativa. Por su parte, el coche de gas es conocido espontáneamente por un 24%.

- La principal **fortaleza** percibida del **coche eléctrico** es el respeto con el **medio ambiente**, mientras que en el **coche de gas** se aprecia más su **ahorro de combustible**.

- El coche eléctrico es percibido como la **opción ecológica del futuro** y un 36% se plantea su compra futura.

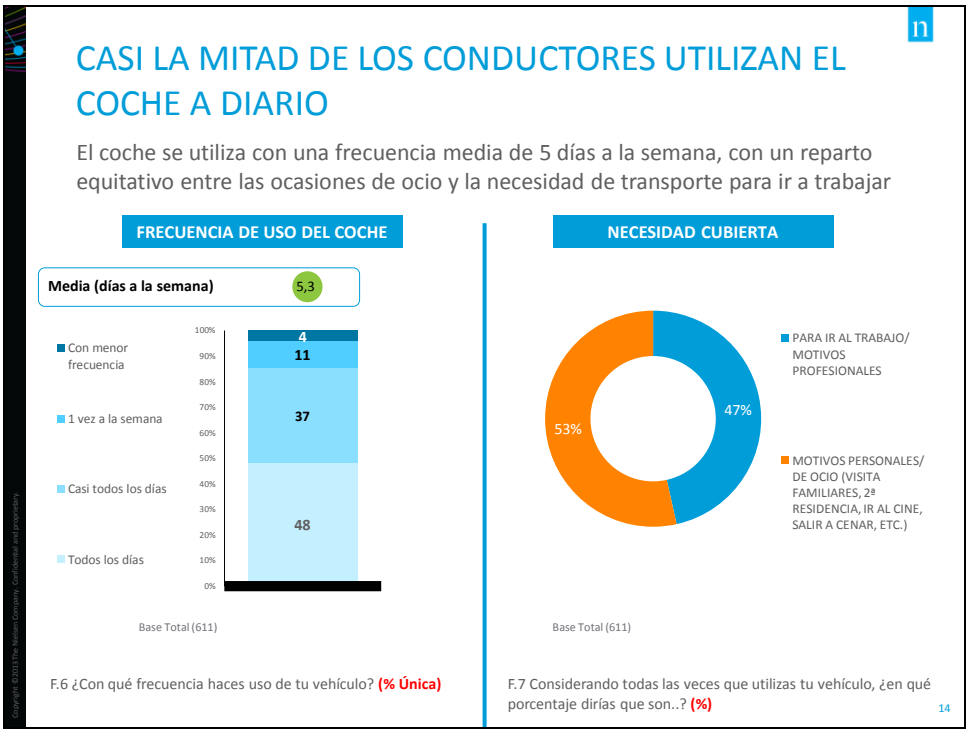
Julio 2015 © Copyright 2015 The Nielsen Company

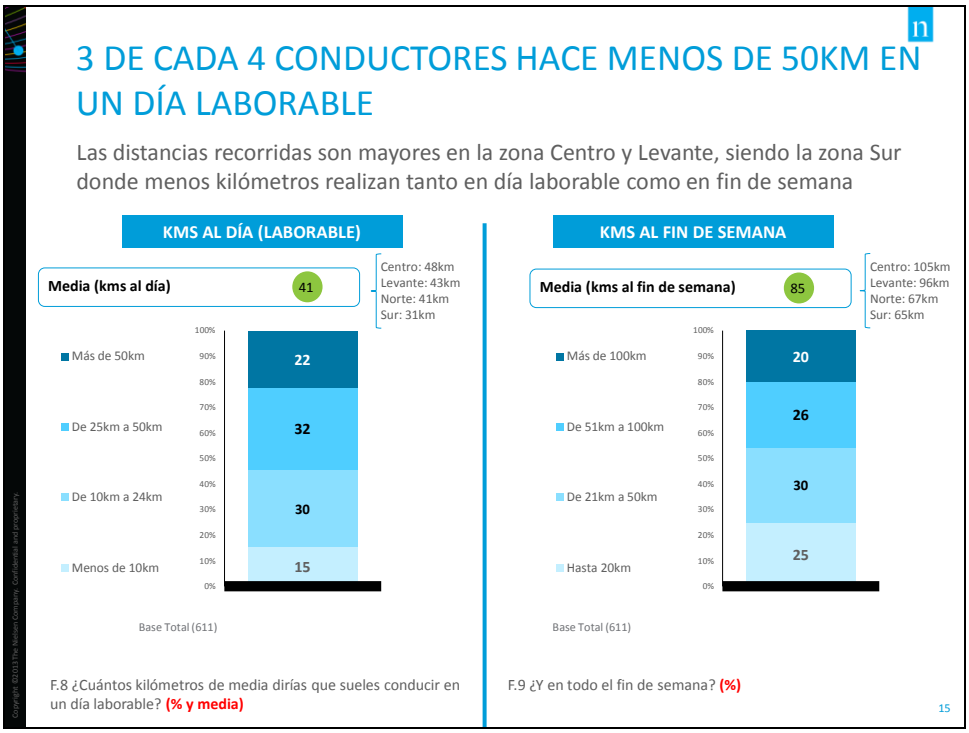
This document is highly confidential and intended for internal use only.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

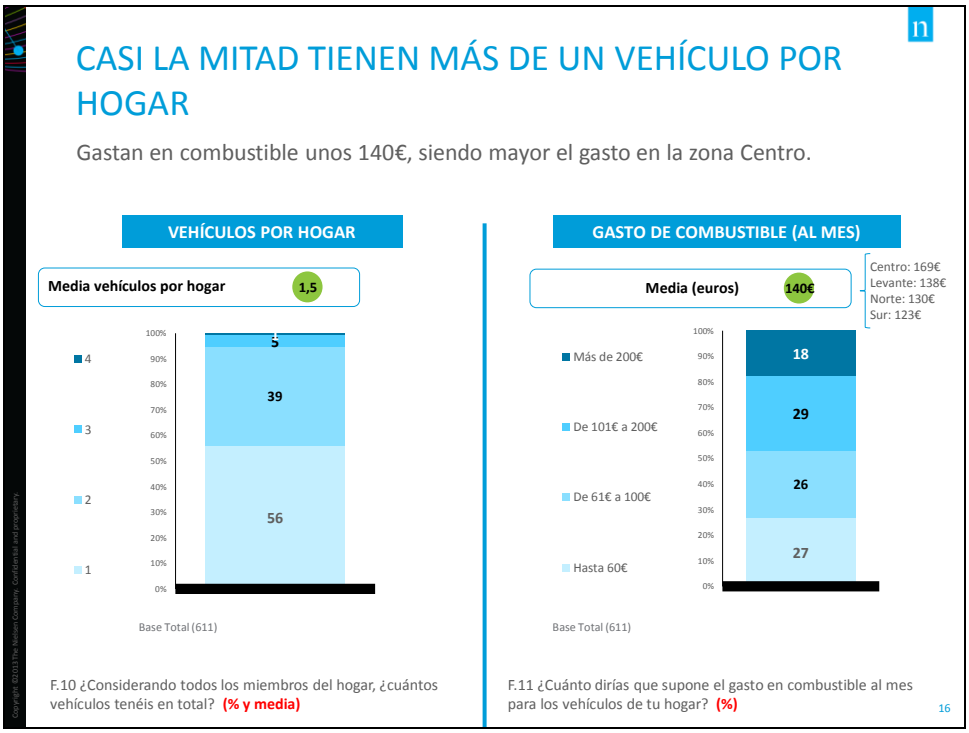
4.1 HÁBITOS GENERALES SOBRE EL USO DEL COCHE

La frecuencia del uso del coche es elevada: el 85% de los conductores declara utilizarlo "todos o casi todos los días". Sin embargo, las distancias recorridas son cortas: el 77% recorre menos de 50 kilómetros en un día laborable.

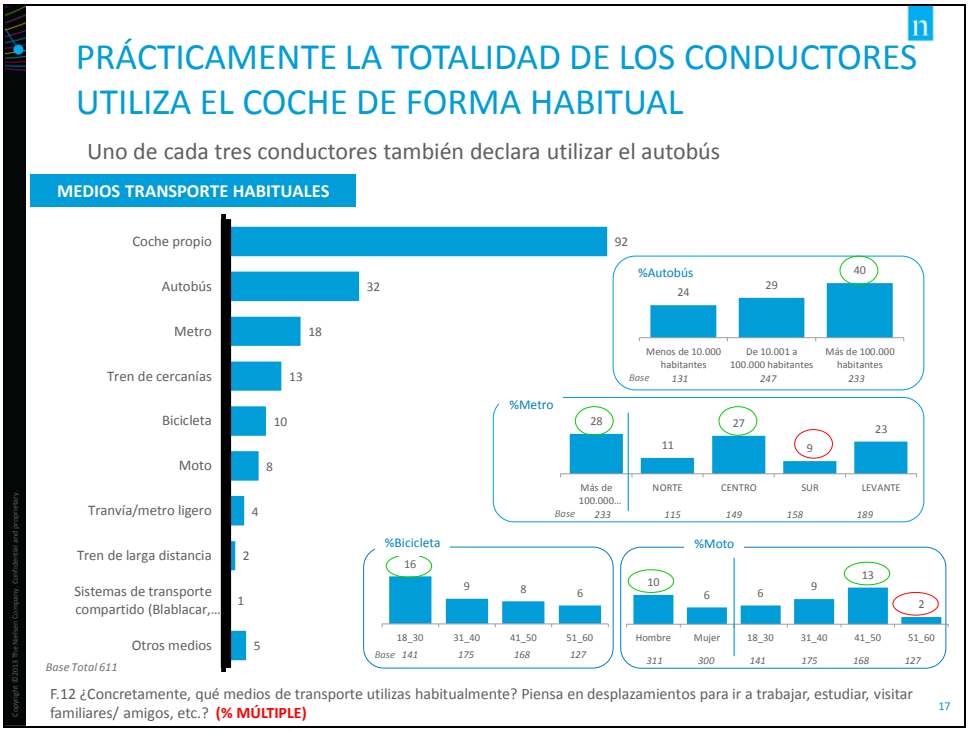




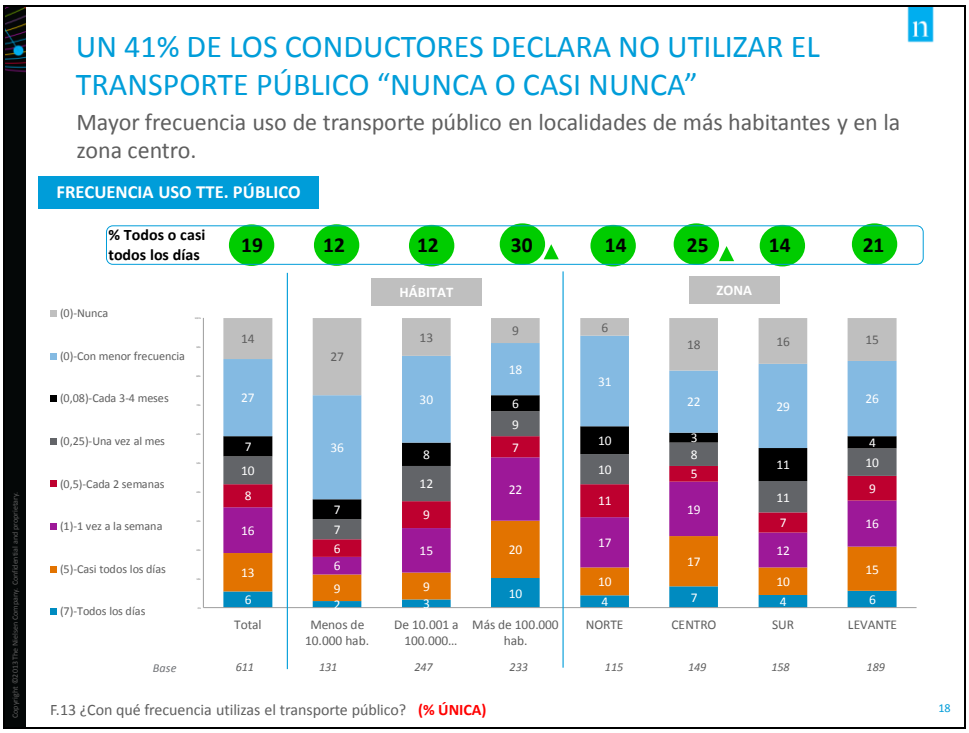
Casi la mitad de los hogares tienen más de un vehículo para uso propio. Los hogares españoles se gastan una media de 140€ al mes en combustible, aproximadamente 93€ por vehículo y mes.



El coche es el principal medio de transporte para los conductores españoles: el 92% declara utilizarlo de forma habitual. El autobús es el segundo medio de transporte en penetración, siendo utilizado por uno de cada tres conductores.

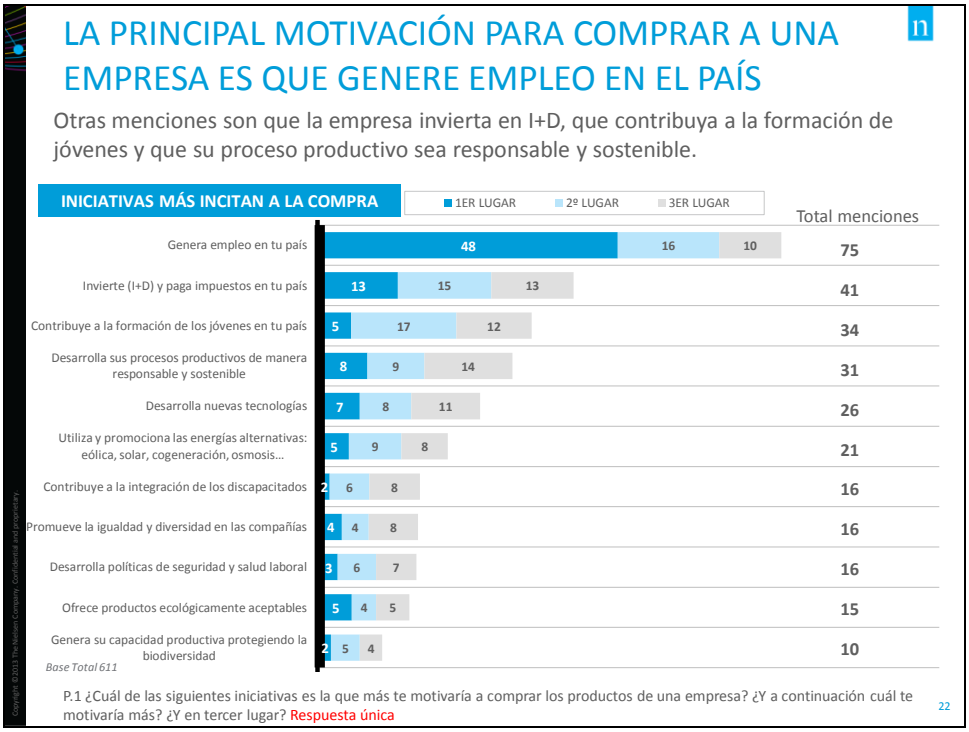


La preferencia del coche también se demuestra con este dato: el 41% declara no utilizar “nunca o casi nunca” el transporte público.

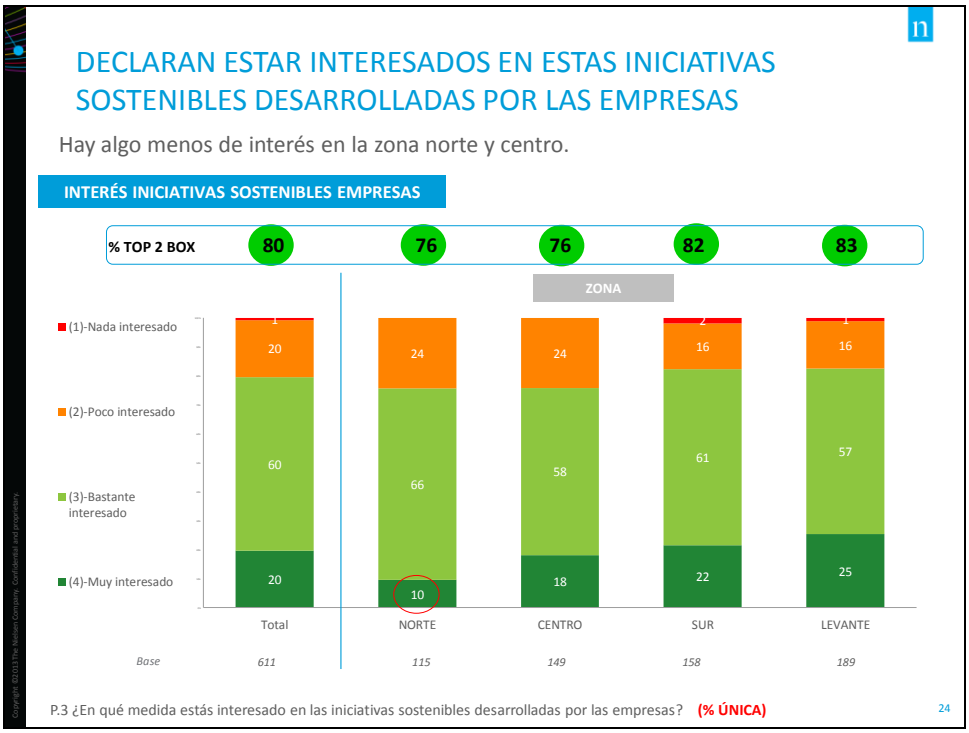


4.2 ASPECTOS GENERALES SOBRE SOSTENIBILIDAD

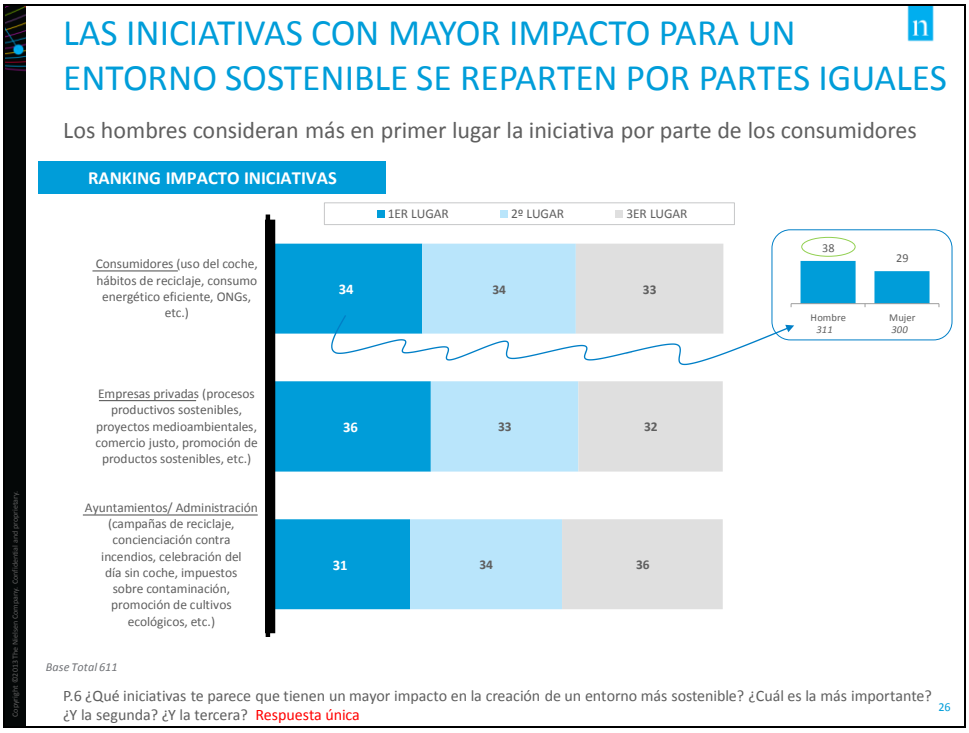
La crisis económica y sus efectos sobre la población española han calado hondo entre los consumidores. No en vano, están más dispuestos a comprar los productos de una empresa si esta genera empleo en España, si invierte y paga impuestos en España y si contribuyen a la formación de los jóvenes de España.



Existe un interés notable por parte de los ciudadanos en las diferentes iniciativas sostenibles que desarrollen las empresas.

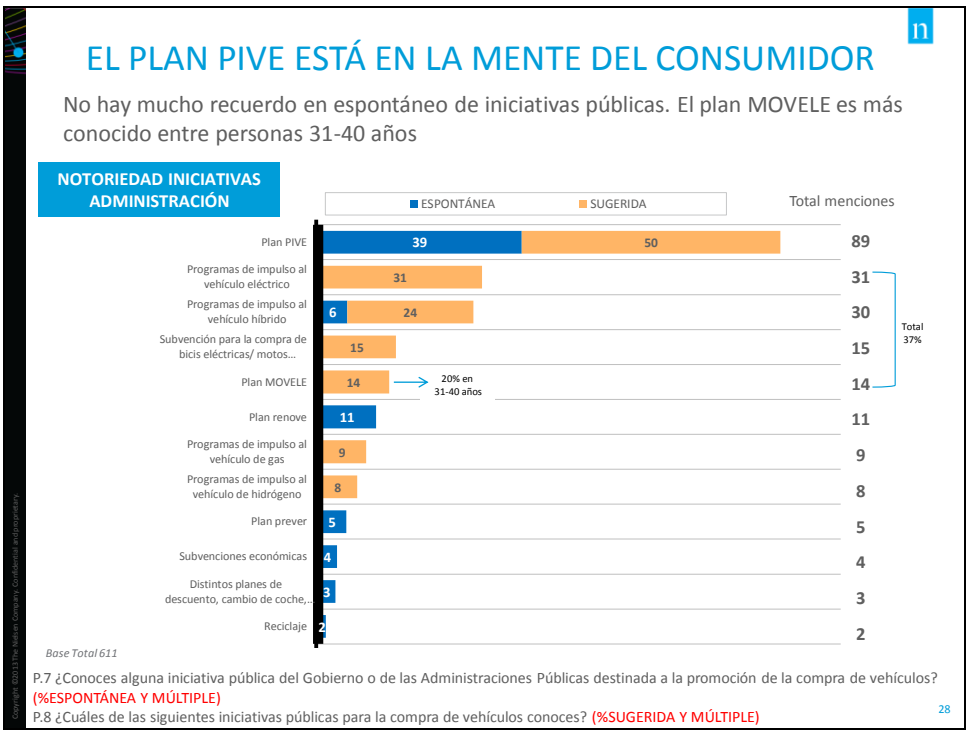


Los consumidores demandan una corresponsabilidad en la creación y desarrollo de un entrono sostenible por parte de todos los actores sociales: ciudadanos, Administración y empresas

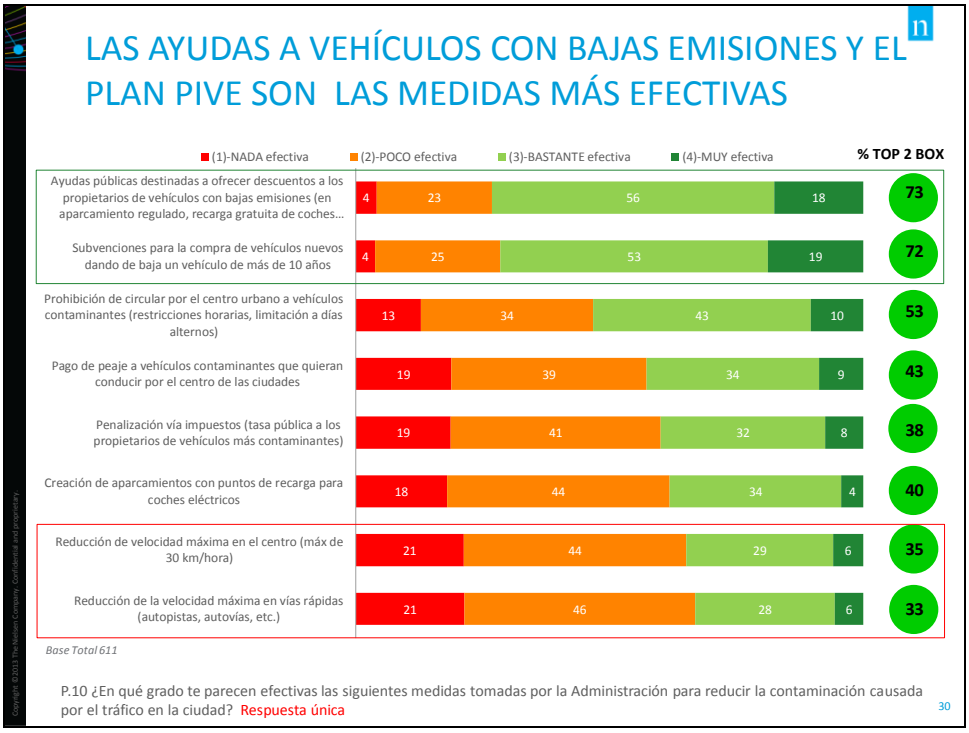


4.3 LA SOSTENIBILIDAD Y LA ADMINISTRACIÓN

El Plan PIVE es conocido por el 89% de los conductores, siendo la iniciativa que tiene un conocimiento espontáneo más elevado (39%). El conocimiento de planes de ayuda al vehículo eléctrico alcanza el 37% de los entrevistados, aunque no tiene menciones espontáneas.

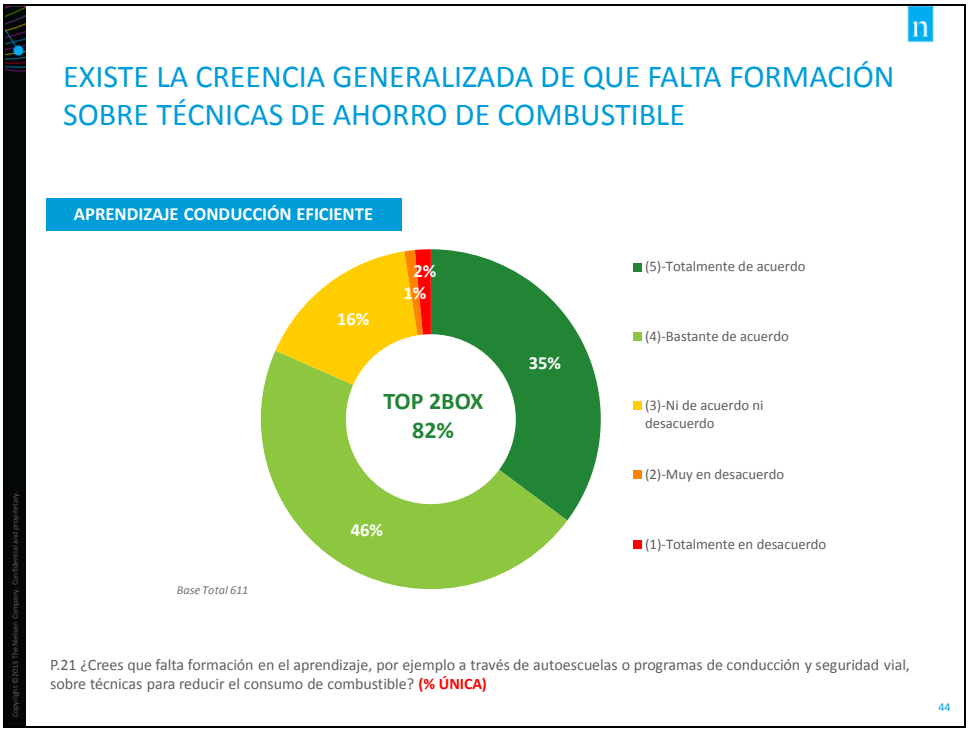


Los consumidores perciben como medidas más efectivas contra la contaminación las ayudas públicas (por vehículos poco contaminantes, PIVE, etc.) mientras que desestiman la reducción de la velocidad máxima.

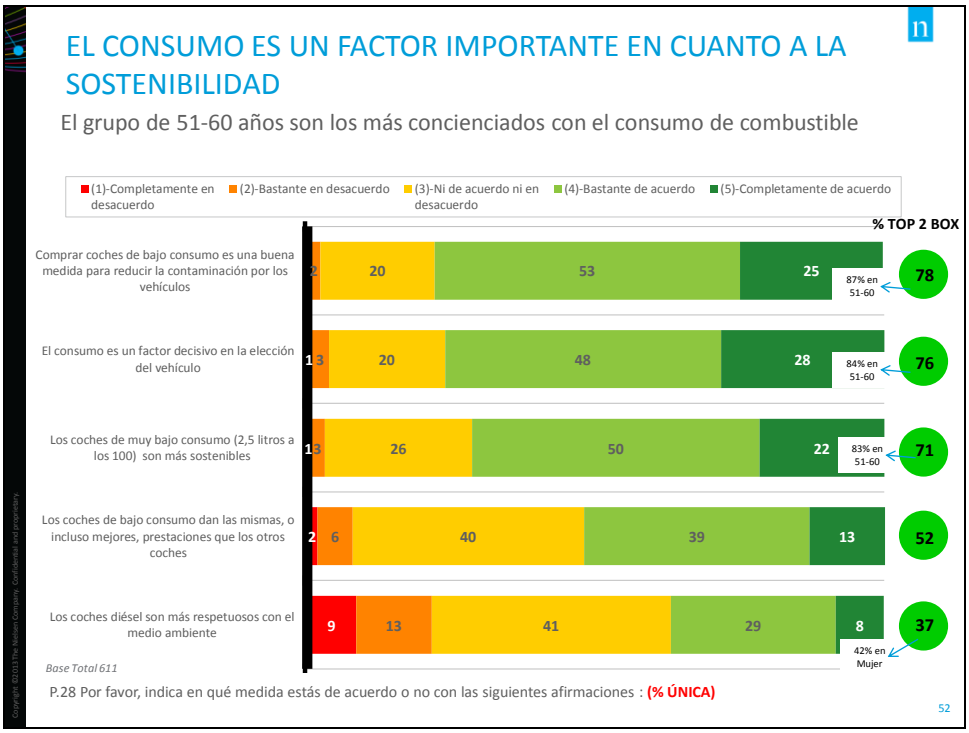


4.4 LA SOSTENIBILIDAD Y LOS CONSUMIDORES

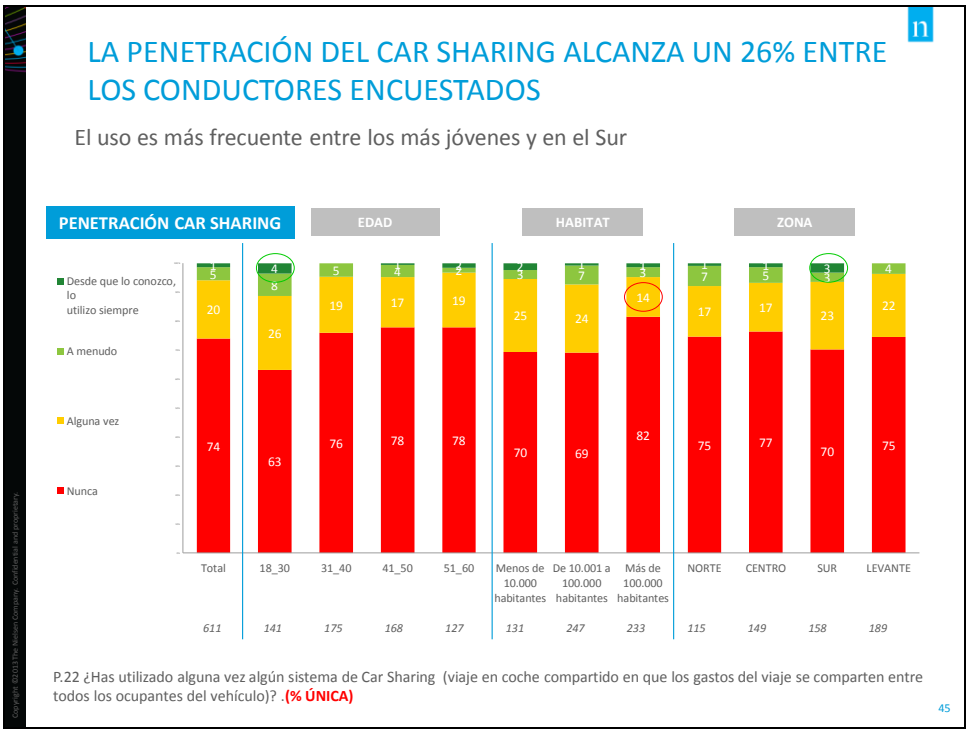
Un 82% de los conductores reclaman mayor información sobre técnicas de conducción eficiente que les permita ahorrar en combustible y reducir la contaminación



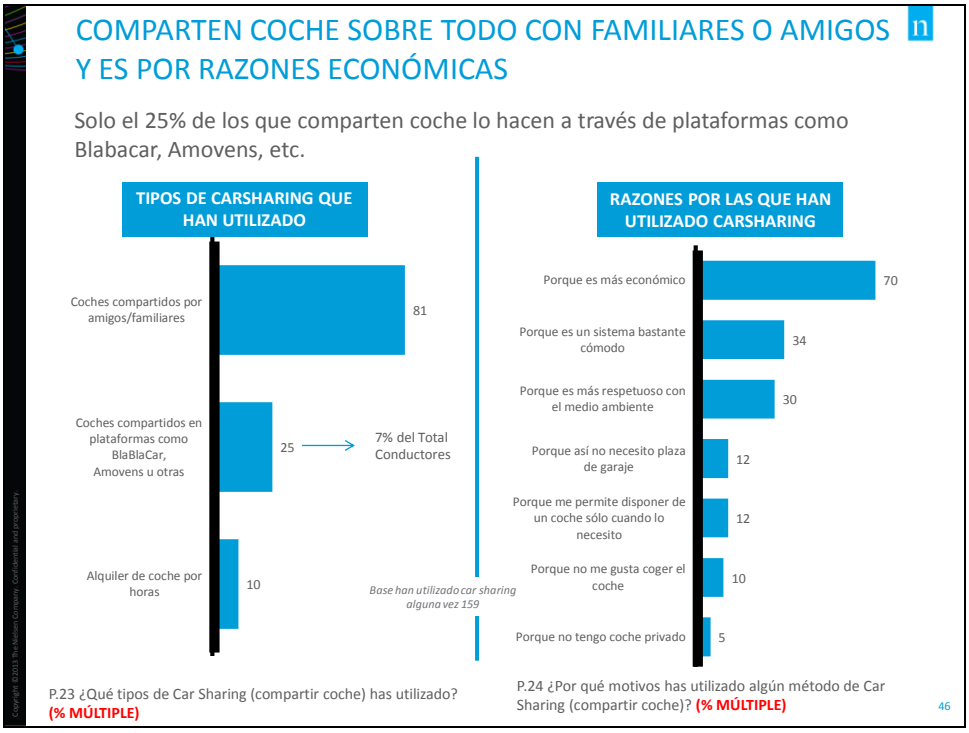
Efectivamente, el gasto en combustible es una preocupación para los conductores españoles: 3 de cada 4 considera el consumo como un factor decisivo en la compra del vehículo y además piensan que comprar coches de bajo consumo es una buena medida para reducir la contaminación.



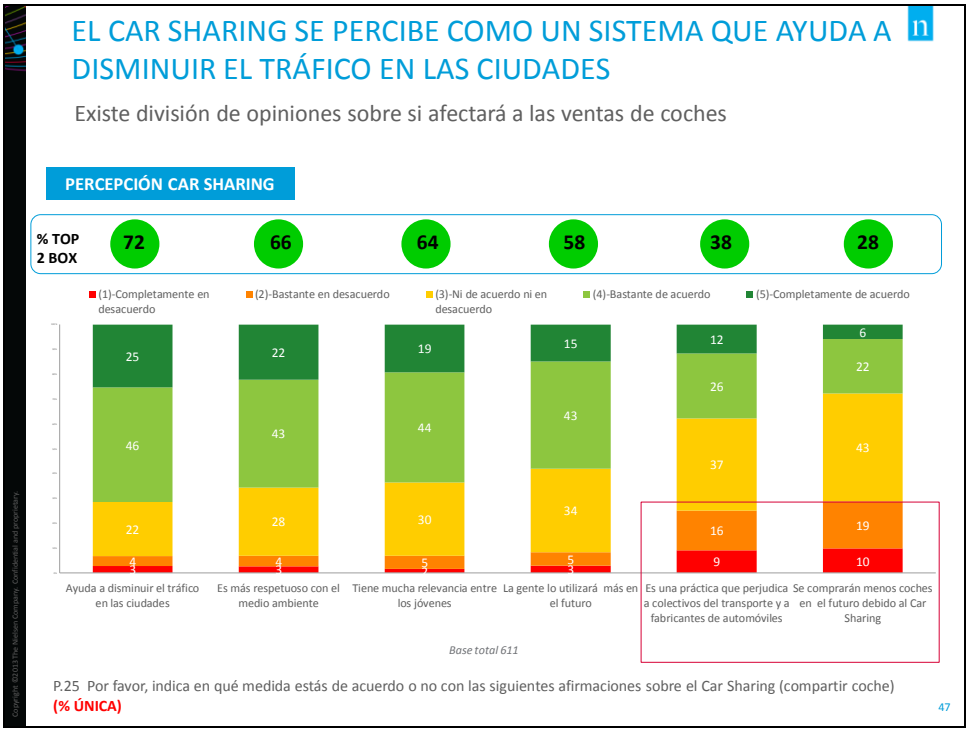
Un 26% declara haber utilizado el coche compartido en alguna ocasión, siendo mayor este porcentaje entre los más jóvenes.



En realidad, este uso de coche compartido se corresponde en la mayoría de los casos con amigos, familiares y compañeros de trabajo. El uso de plataformas de "car sharing", etc. únicamente llega al 7% del total de conductores.

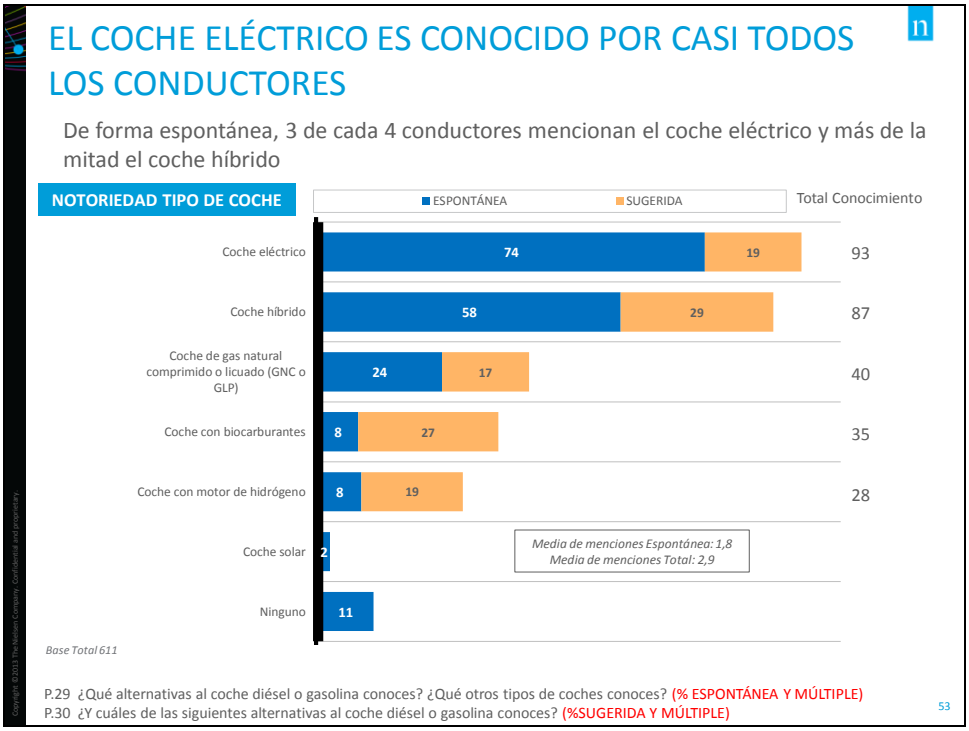


En general, los conductores no consideran al “car sharing” como un fenómeno perjudicial para los fabricantes de automóviles y el colectivo del transporte. Sólo uno de cada tres piensa lo contrario.

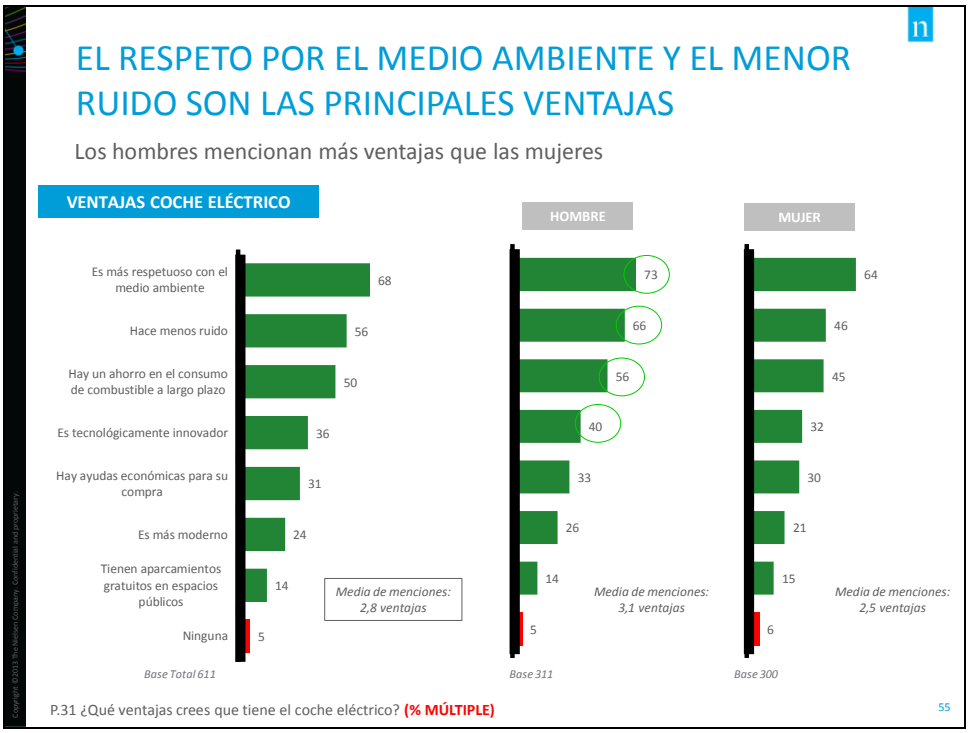


4.5 LA SOSTENIBILIDAD Y LOS VEHÍCULOS ALTERNATIVOS

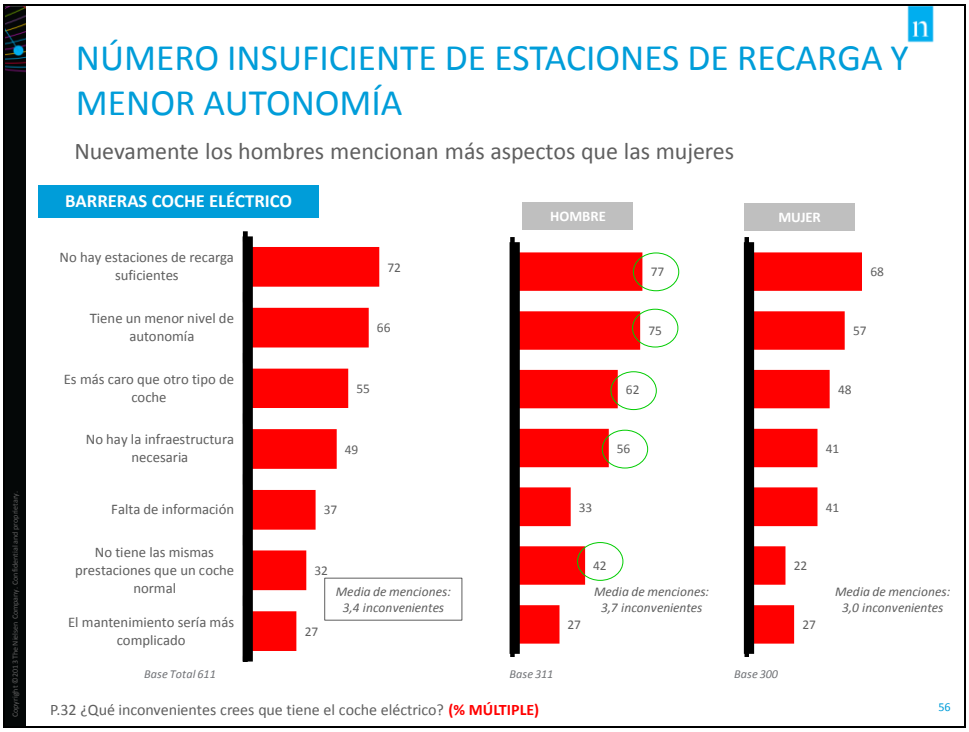
Tres de cada cuatro conductores menciona espontáneamente al coche eléctrico como alternativa al coche diésel o gasolina. A continuación, el coche híbrido es mencionado por el 58% de los conductores. El coche de gas natural comprimido o licuado (GNC o GLP) alcanza el 24% de notoriedad espontánea.



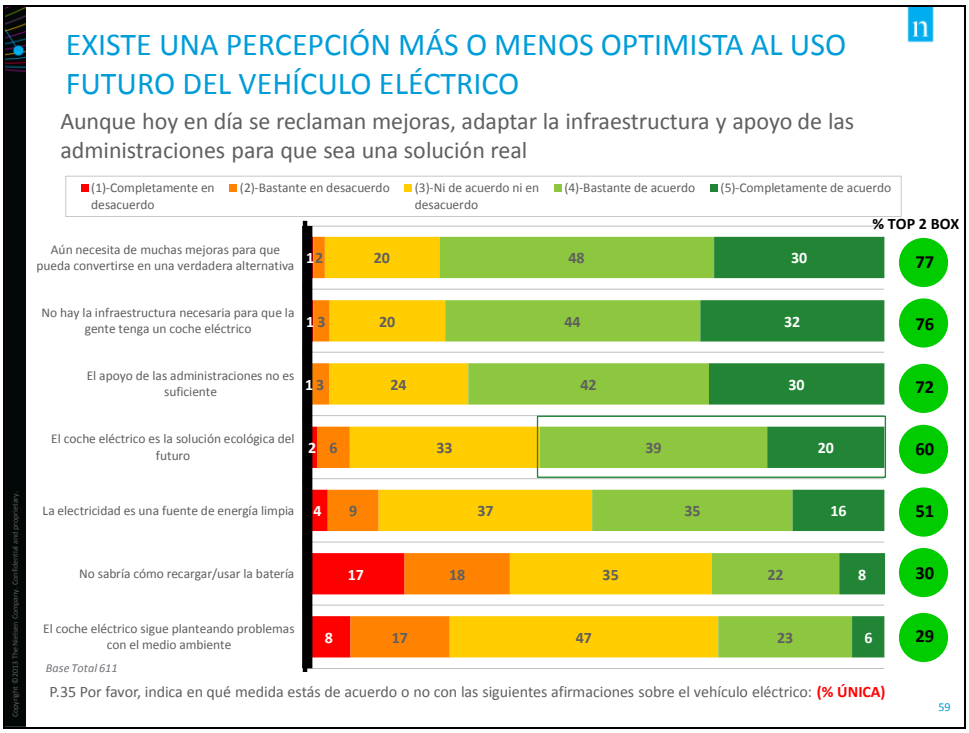
La principal ventaja percibida del coche eléctrico es su respeto por el medio ambiente (68%), seguida de una menor contaminación acústica (56%).

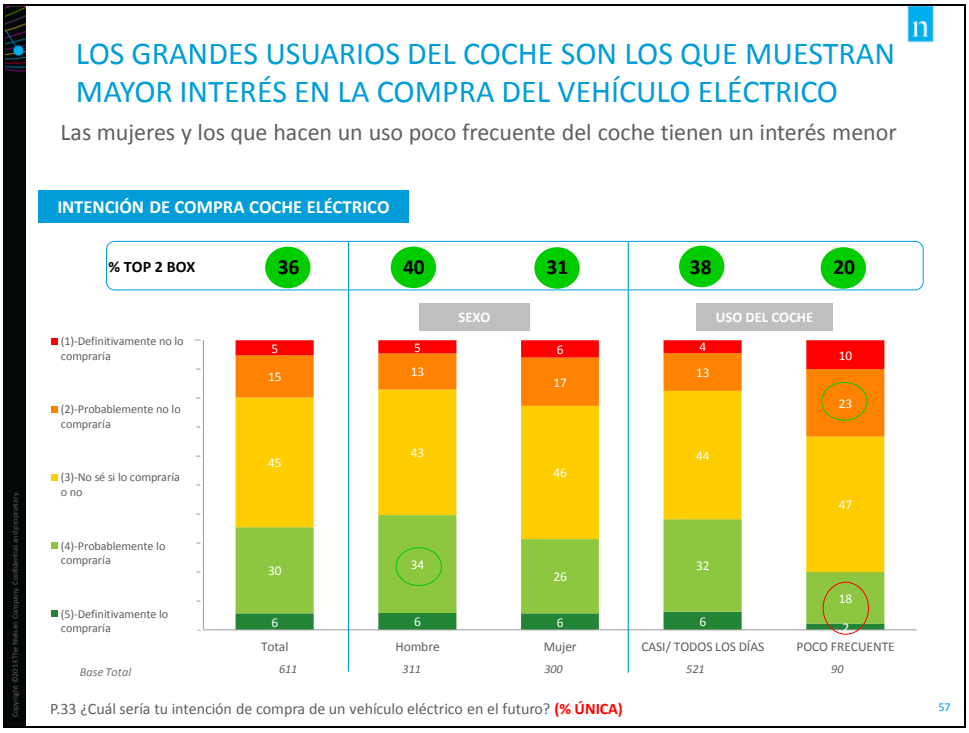


Sin embargo, existen hoy todavía varias barreras percibidas por los conductores: el 72% considera que no hay suficientes estaciones de recarga, mientras que el 66% piensa que tiene un menor nivel de autonomía. El precio elevado también preocupa a más de la mitad de los consumidores.

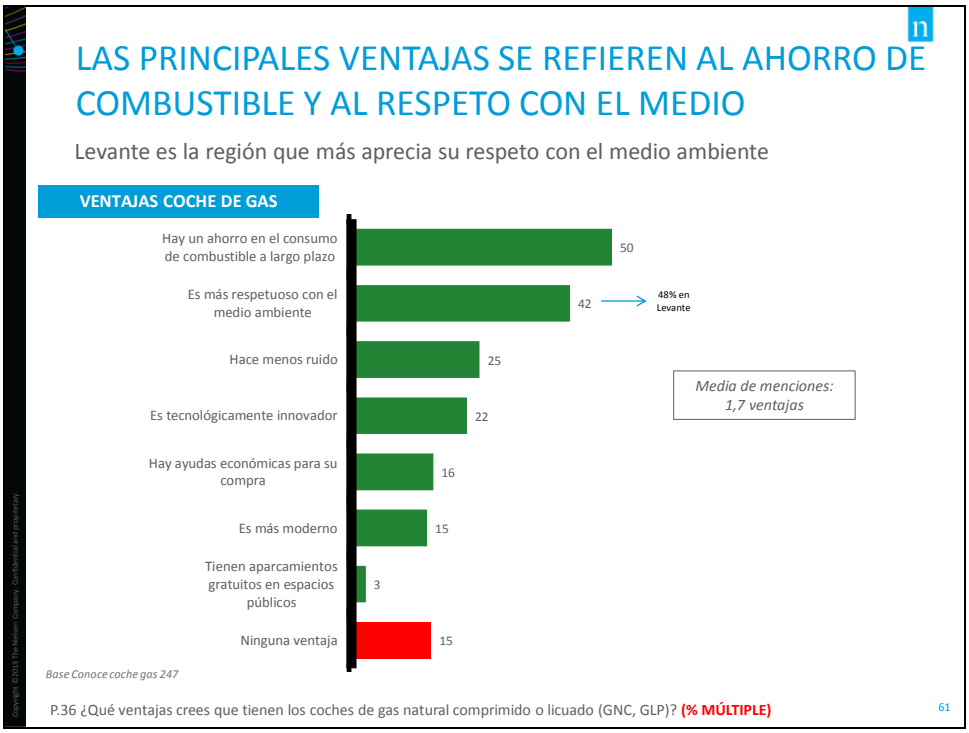


En cuanto a las perspectivas de futuro del coche eléctrico, las previsiones son optimistas: el 60% considera que se trata del vehículo del futuro y un 36% se plantea su compra.

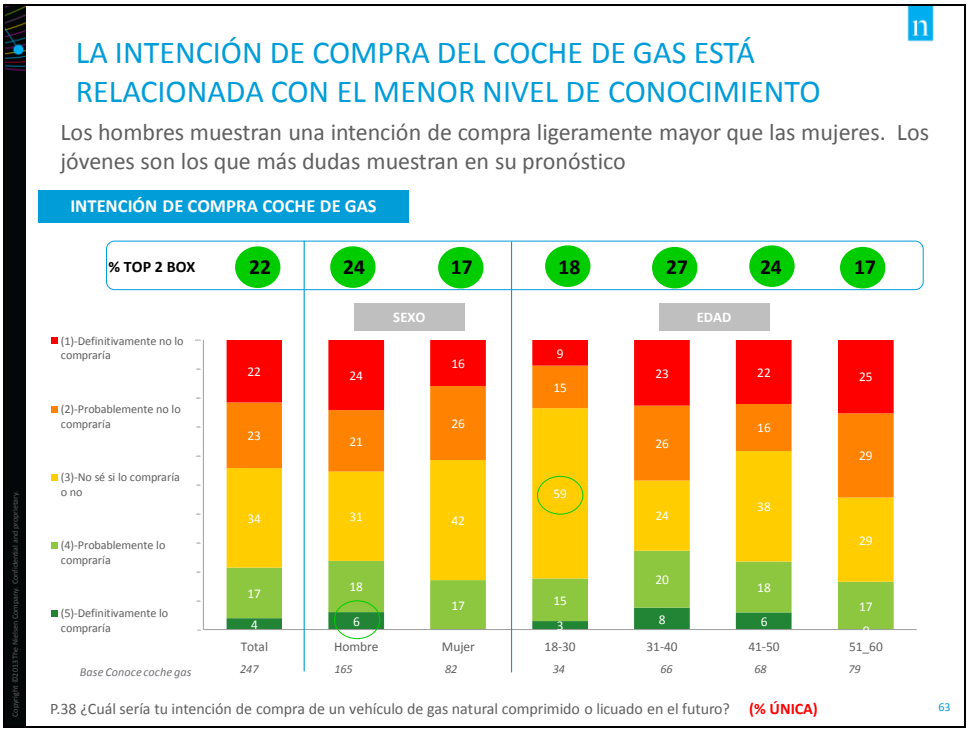




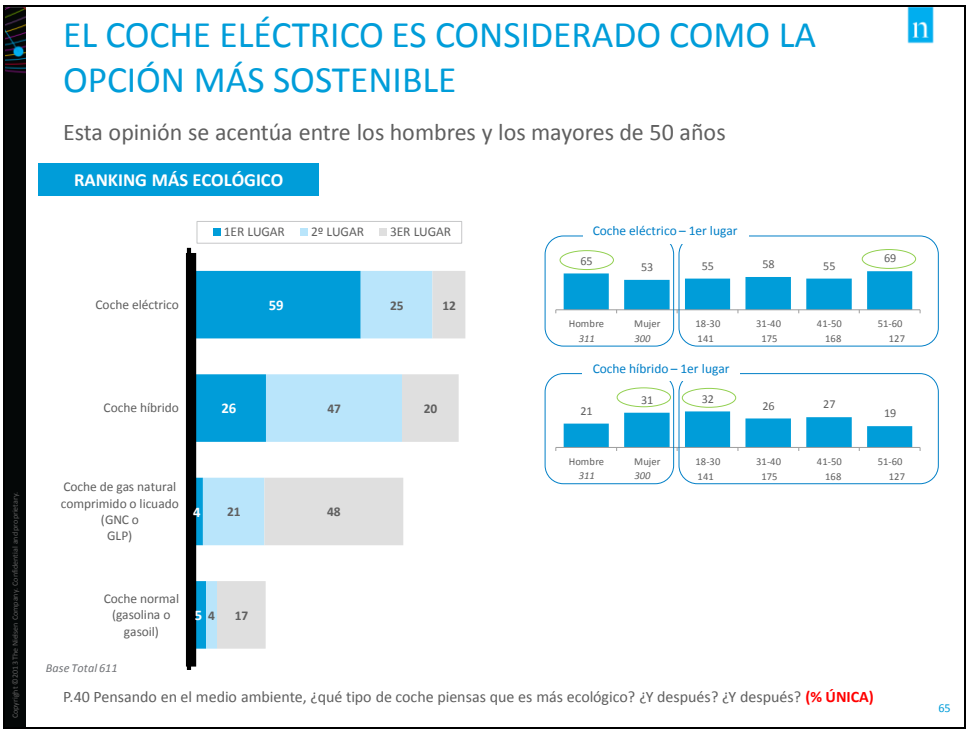
En cuanto al coche gas natural comprimido o licuado (GNC o GLP), presenta como principal fortaleza el ahorro en combustible (50%).



El coche de gas natural comprimido o licuado (GNC o GLP), aparte de tener un mayor desconocimiento entre los conductores, presenta unos ratios menores de intención de compra (22%)



En el ranking de vehículo más ecológico, el coche eléctrico es mencionado en primer lugar por un 59% de los conductores, seguido del vehículo híbrido (26%).



5. CONCLUSIONES

Los conductores españoles son grandes usuarios del coche particular, lo utilizan tanto en sus desplazamientos al trabajo como por motivos de ocio.

Se muestran muy sensibilizados con la actual situación del país, por lo que tienen una predisposición positiva hacia empresas que inviertan, generen empleo y formen a los jóvenes en España.

Están implicados en la creación de un entorno más sostenible, pero reclaman una colaboración por parte de todos los actores sociales: los propios consumidores, la Administración y los Fabricantes.

- A la Administración reclaman ayudas y subvenciones para coches poco contaminantes y la continuación del Plan Pive.
- Los consumidores están muy interesados en poner en marcha técnicas de conducción eficiente y en adquirir coches con consumos bajos.
- Consideran los vehículos alternativos al petróleo como la opción del futuro, destacando el vehículo eléctrico.

Profundizando en el vehículo eléctrico, consideran imprescindible una mejora en las infraestructuras que permita aumentar el número de puntos de recarga disponibles, así como el aumento de las ayudas a la compra para abaratar el precio final del vehículo. Otros aspectos técnicos, como aumentar la autonomía de las baterías se considera fundamental.

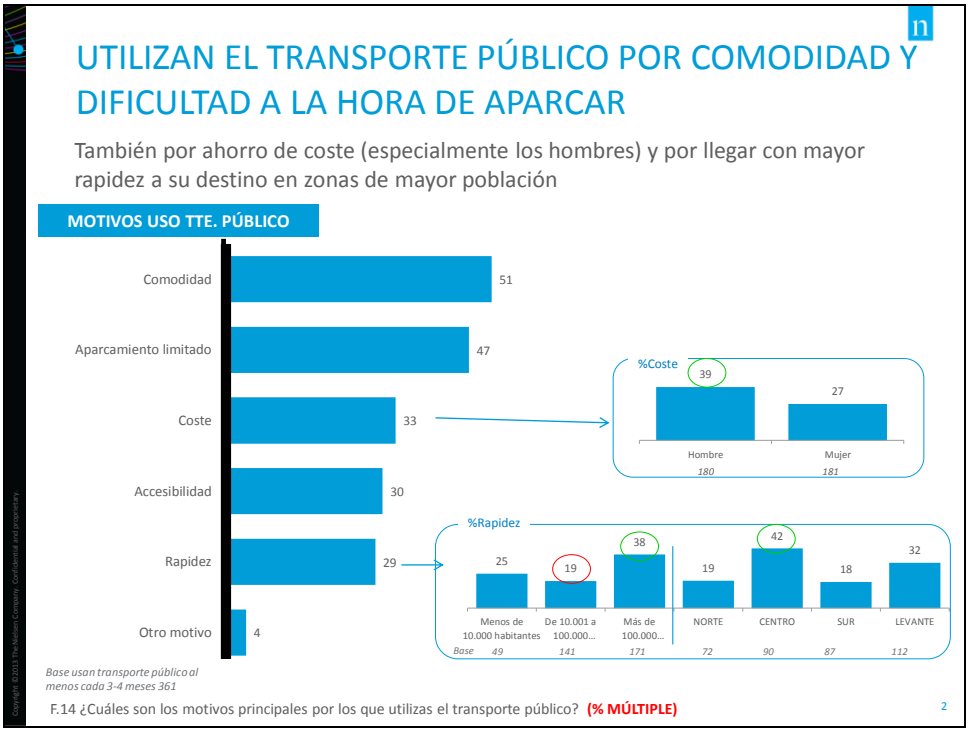
Pero en definitiva, la predisposición a la compra futura de este tipo de vehículo es positiva y seguirá aumentando a medida que los conductores reciban mayor información, algo que también echan en falta.

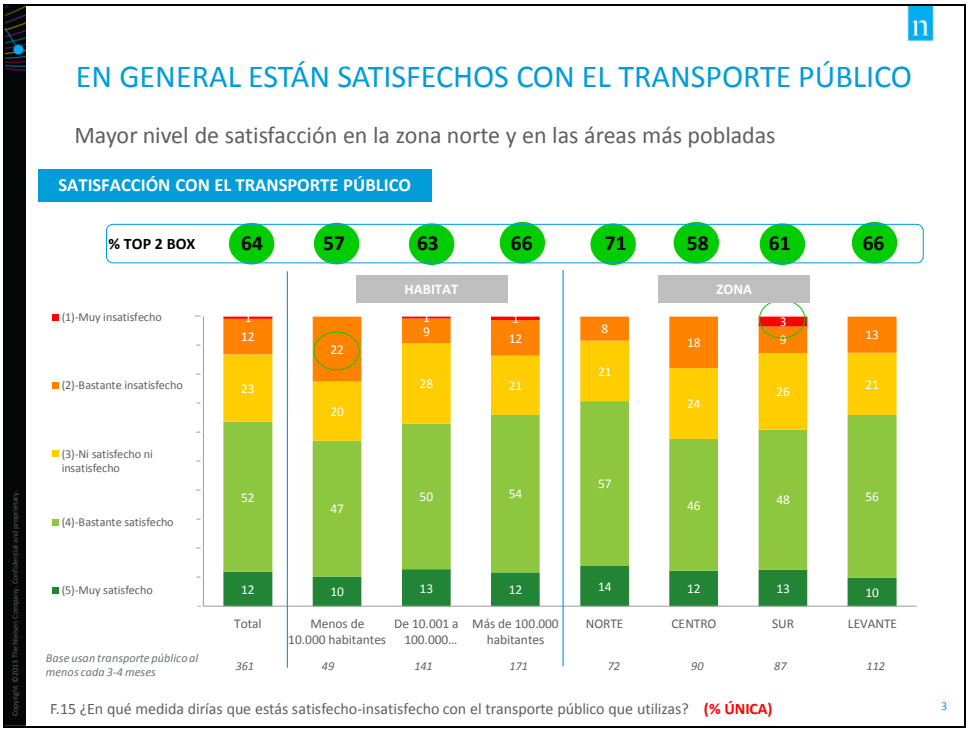
Julio 2015 © Copyright 2015 The Nielsen Company

This document is highly confidential and intended for internal use only.

6. APÉNDICE

A continuación se muestran otras preguntas que han formado parte de la presente encuesta:

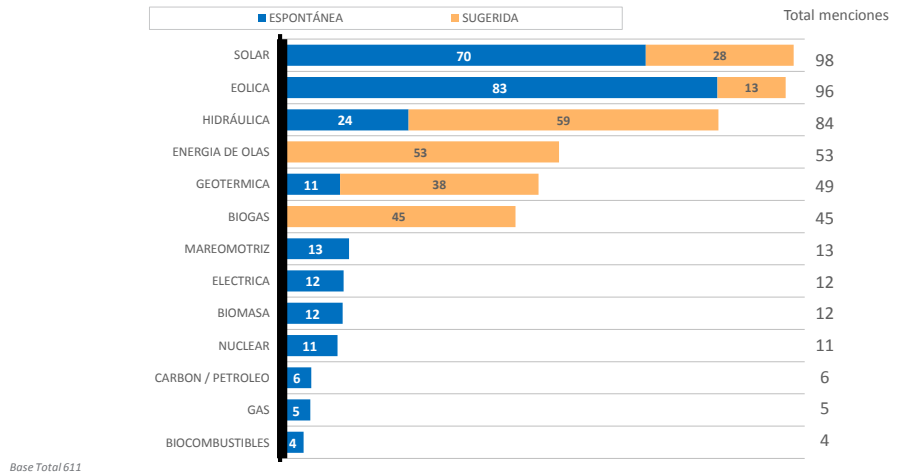




LA ENERGÍA SOLAR Y EÓLICA SON CONOCIDAS POR PRÁCTICAMENTE LA TOTALIDAD DE LOS CONDUCTORES

No reconocen la energía de olas y el biogás de forma espontánea

NOTORIEDAD ENERGÍAS ALTERNATIVAS

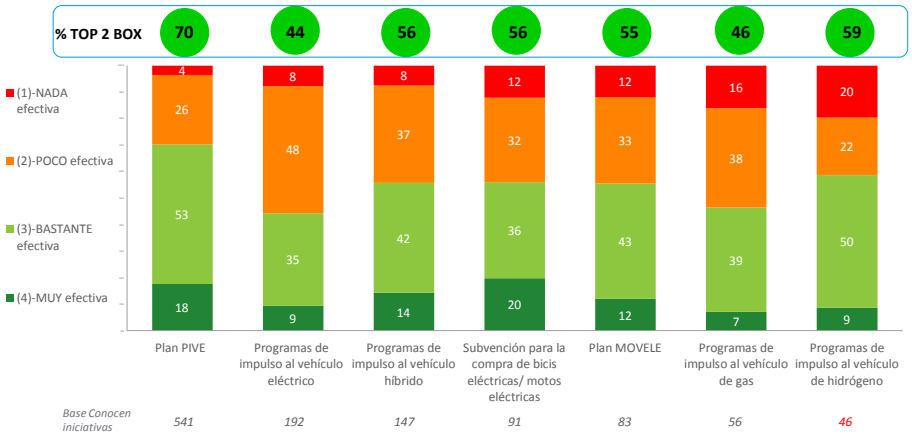


Base Total 611

P.4 ¿Qué energías alternativas conoces? (%ESPONTÁNEA Y MÚLTIPLE)
P.5 ¿Cuál de las siguientes energías alternativas conoces?. (%SUGERIDA Y MÚLTIPLE

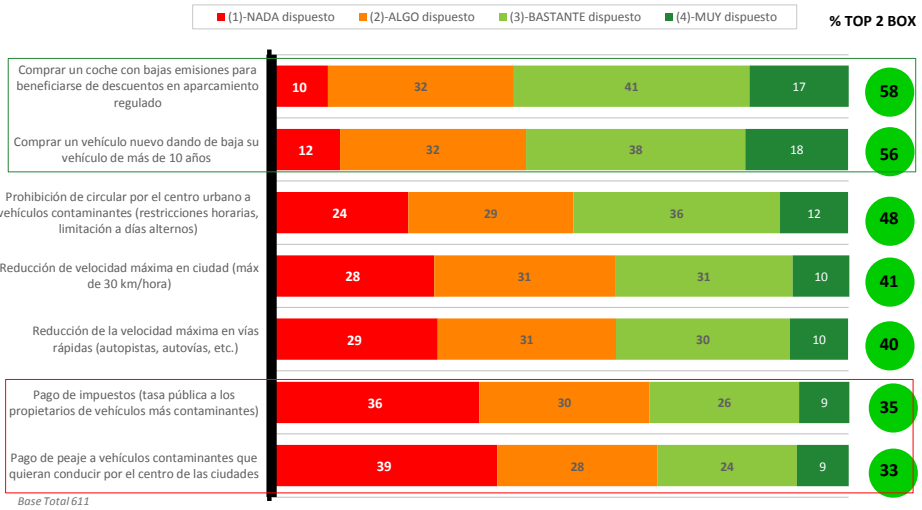
EL PLAN PIVE ES TAMBIÉN CONSIDERADO EL MÁS EFECTIVO PARA INCENTIVAR LA COMPRA DE VEHÍCULOS

EFECTIVIDAD DE LAS INICIATIVAS



P.9 ¿En qué medida te parece que estas iniciativas son efectivas para incentivar la compra de vehículos? Respuesta única

MÁS DE LA MITAD ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR UN COCHE DE BAJAS EMISIONES O A ACOGERSE AL PLAN PIVE

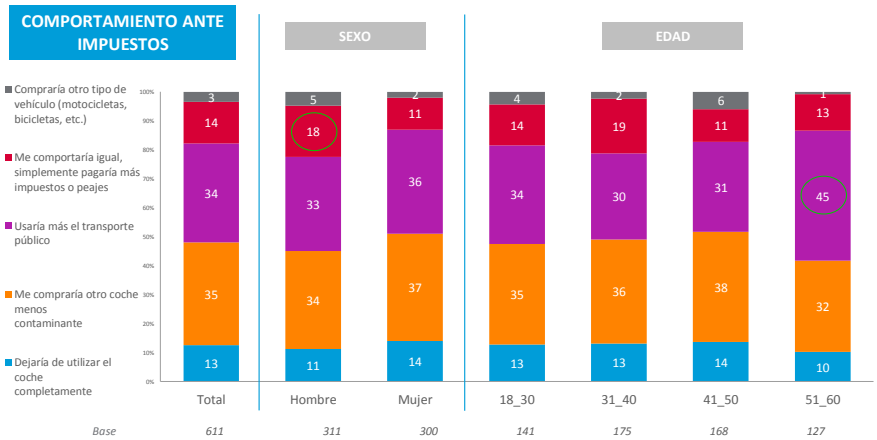


P.11 ¿Estarías dispuesto a cumplir con estas medidas para la reducción de la contaminación causada por el tráfico? Respuesta única

7

COMPRAR UN COCHE MENOS CONTAMINANTE O UTILIZAR MÁS EL TRANSPORTE PÚBLICO SON LAS SOLUCIONES APORTADAS

Los más mayores son los que más dispuestos estarían a usar el transporte público

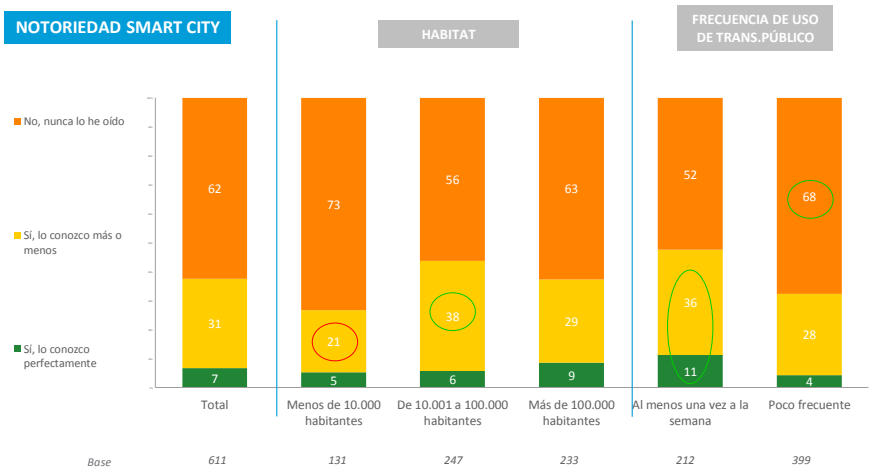


P. 12 Si tuvieras que pagar más impuestos, o algún peaje por circular, conforme al grado de contaminación que causa tu vehículo, ¿cómo crees que actuarías? **(% ÚNICA)**

8

A NIVEL ESPONTÁNEO, EXISTE UN AMPLIO DESCONOCIMIENTO DEL CONCEPTO DE SMART CITY

Se incrementa el conocimiento en zonas de 10.000-100.000 habitantes y entre aquellos que cogen transporte público al menos una vez a la semana

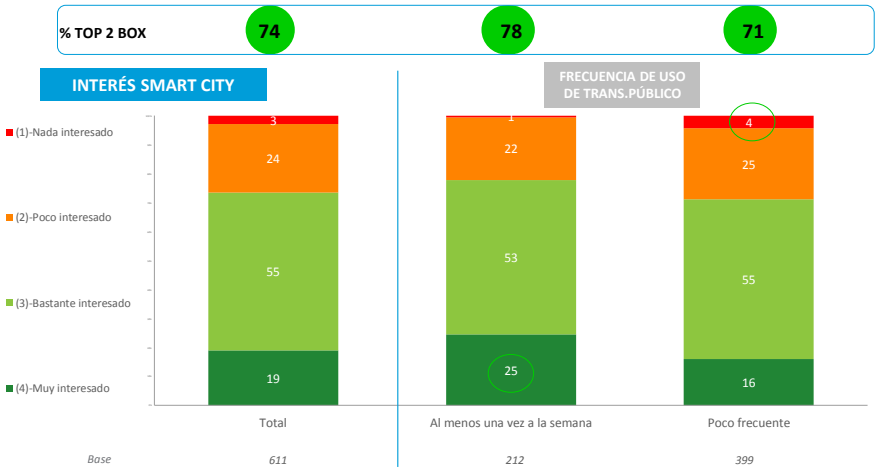


P.13 ¿Conoces el concepto de Smart City? **(% ÚNICA)**

9

UNA VEZ LEÍDA LA DESCRIPCIÓN DE SMART CITY, 3 DE CADA 4 SE MUESTRAN INTERESADOS

Mayor interés entre los usuarios más frecuentes de transporte público

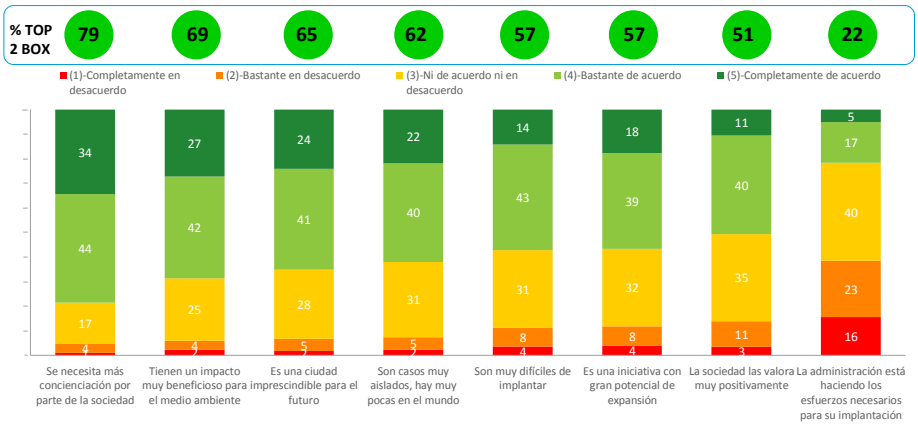


P.14 ¿En qué medida estás interesado en esta iniciativa? **(% ÚNICA)**

10

SON CONSCIENTES DEL DESCONOCIMIENTO DE LA SMART CITY EN LA SOCIEDAD

SMART CITY - IMAGEN



Base total 611

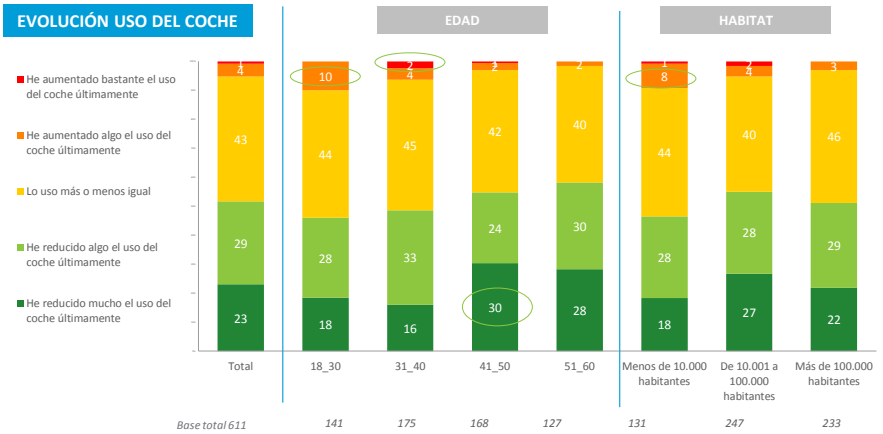
P.15 Por favor, indica en qué medida estás de acuerdo o no con las siguientes afirmaciones respectivas a la Smart City **(% ÚNICA)**

Copyright ©2013 The Nielsen Company. Confidential and proprietary

LA MITAD DE LOS CONDUCTORES HAN REDUCIDO EL USO DEL COCHE ULTIMAMENTE

Aunque la percepción más extendida es que se utiliza más o menos igual

EVOLUCIÓN USO DEL COCHE

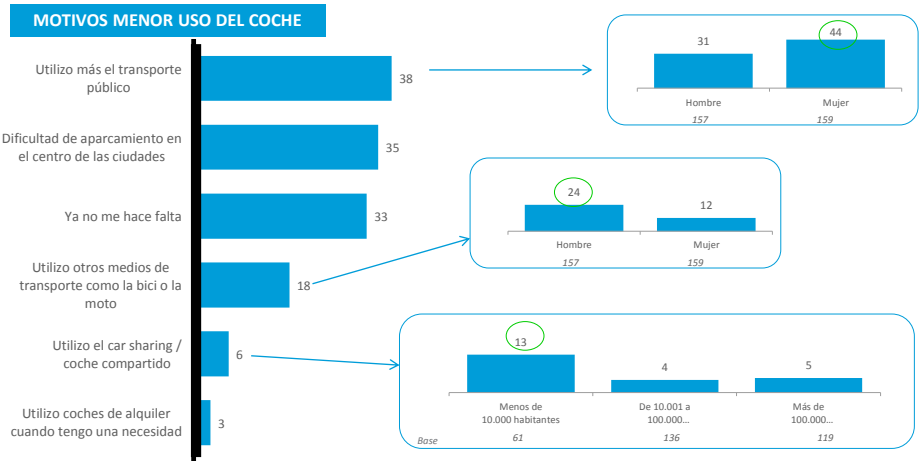


P.16 ¿Has reducido el uso del coche privado en los últimos tiempos? PIENSA EN TU COMPORTAMIENTO DESDE QUE TE SACASTE EL CARNET HASTA EL DÍA DE HOY.**(% ÚNICA)**

Copyright ©2013 The Nielsen Company. Confidential and proprietary

USAN MENOS EL VEHÍCULO PROPIO PORQUE USAN MÁS EL TRANSPORTE PÚBLICO Y POR EVITAR PROBLEMAS AL APARCAR

Mayor uso de bici y moto en hombres. Más común el sharing en municipios menos poblados



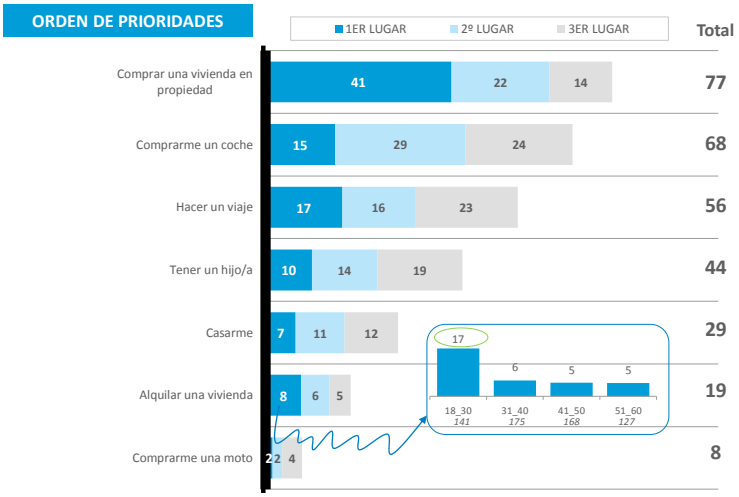
Base han reducido el uso del coche 316

P.17 ¿Por qué motivos has reducido el uso del coche? **(% MÚLTIPLE)**

13

LA COMPRA DE UN COCHE ES EL SEGUNDO OBJETIVO TRAS CONSEGUIR UN EMPLEO ESTABLE

La prioridad principal, comprar una vivienda en propiedad



Base Total 611

P.18 Piensa en cuál era tu orden de prioridades al encontrar un empleo estable (si todavía no lo tienes, piensa en lo que harías cuando lo tengas). En aquel momento, ¿qué era más importante para ti? ¿Y después? ¿Y después? Respuesta única

14

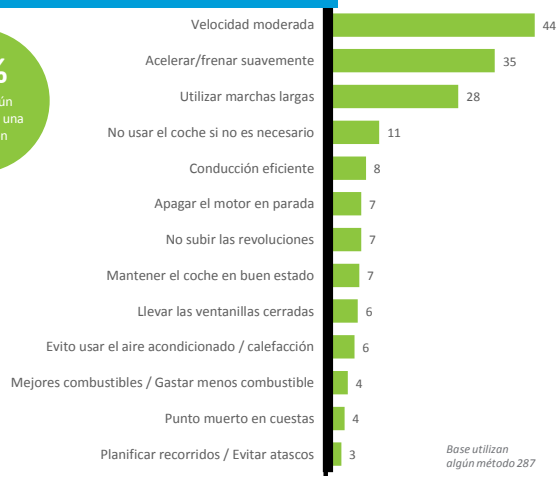
CASI LA MITAD DECLARAN UTILIZAR ALGÚN MÉTODO DE CONDUCCIÓN EFICIENTE

Moderar la velocidad y acelerar o frenar suavemente son los más comunes

MÉTODOS CONDUCCIÓN EFICIENTE - ESPONTÁNEO

47% utilizan algún método para una conducción eficiente

Base Total 611



P.19 ¿Utilizas algún método para una conducción eficiente, para ahorrar combustible con tu coche mientras conduces?
P.19B ¿Qué método? **(% MÚLTIPLE)**

15

MÁS DE LA MITAD DE LOS CONDUCTORES ESTARÍAN DISPUESTOS A UTILIZAR BICICLETA COMO MEDIO ALTERNATIVO AL COCHE

DISPOSICIÓN A UTILIZAR BICICLETA

P.26 ¿Estarías dispuesto a utilizar otros medios alternativos al coche, como la bicicleta? **(% ÚNICA)**

16

SÓLO 1 DE CADA 3 CONDUCTORES ESTARÍAN DISPUESTOS A UTILIZAR MOTO COMO MEDIO ALTERNATIVO AL COCHE

La disposición a usar moto es mayor entre los hombres, los jóvenes y en la gran ciudad

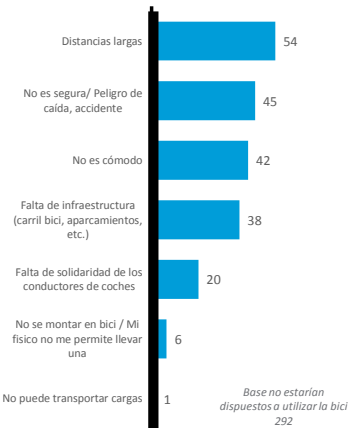
DISPOSICIÓN A UTILIZAR MOTO

P.26 ¿Estarías dispuesto a utilizar otros medios alternativos al coche, como la moto? **(% ÚNICA)**

17

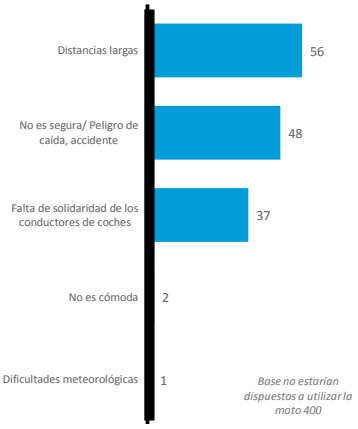
EL MAYOR FRENO QUE LES PRESENTA UTILIZAR BICI O MOTO SON LAS DISTANCIAS LARGAS Y LA ALTA PELIGROSIDAD

RAZONES POR LAS QUE NO USARÍAN BICI



P.27 ¿Por qué no estarías dispuesto a utilizar como medio de transporte la bici? **(% MÚLTIPLE)**

RAZONES POR LAS QUE NO USARÍAN MOTO



P.27 ¿Por qué no estarías dispuesto a utilizar como medio de transporte la moto? **(% MÚLTIPLE)**

18

EL CONOCIMIENTO ES MÁS ALTO ENTRE LOS HOMBRES Y EN EL SEGMENTO DE MAYOR EDAD

NOTORIEDAD TIPO DE COCHE

COCHE ELÉCTRICO	TOTAL	Hombre	Mujer	18-30	31-40	41-50	51-60
Conocimiento Espontáneo	**74**	79	69	68	71	73	86
Conocimiento Sugerido	**19**	15	22	23	22	17	11
TOTAL NOTORIEDAD	**93**	94	91	92	93	90	97

GAS NATURAL (GNC O GLP)	TOTAL	Hombre	Mujer	18-30	31-40	41-50	51-60
Conocimiento Espontáneo	**24**	29	18	12	20	26	39
Conocimiento Sugerido	**17**	24	9	12	18	15	23
TOTAL NOTORIEDAD	**40**	53	27	24	38	41	62
Base Total	*611*	*311*	*300*	*141*	*175*	*168*	*127*

P.29 ¿Qué alternativas al coche diésel o gasolina conoces? ¿Qué otros tipos de coches conoces? (% ESPONTÁNEA Y MÚLTIPLE)
P.30 ¿Y cuáles de las siguientes alternativas al coche diésel o gasolina conoces? (%SUGERIDA Y MÚLTIPLE)

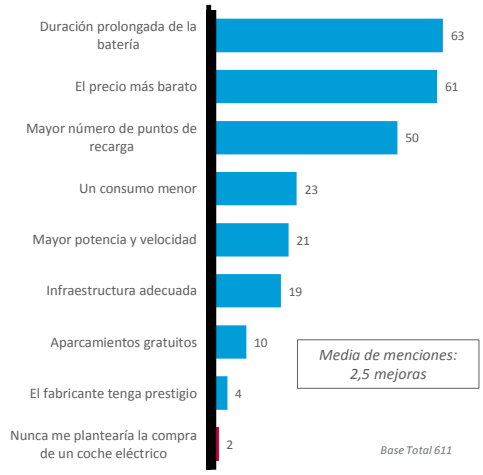
19

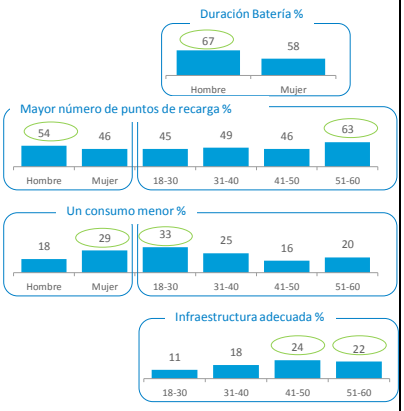
Copyright ©2013 The Nielsen Company. Confidential and proprietary.

LA BATERÍA Y EL PRECIO SON LAS PRINCIPALES MEJORAS PROPUESTAS PARA EL COCHE ELÉCTRICO

El tramo de edad más maduro reclama mejoras en los puntos de recarga e infraestructura

MEJORAS PROPUESTAS COCHE ELÉCTRICO





P.34 ¿Qué aspectos tendría que tener el coche eléctrico para plantearte la compra de uno de ellos? **(% MÁXIMO 3 RESPUESTAS)**

20

Copyright ©2013 The Nielsen Company. Confidential and proprietary.

EL TRAMO DE MAYOR EDAD SE MUESTRA MÁS CRÍTICO CON LA INFRAESTRUCTURA Y LA LABOR DE LA ADMINISTRACIÓN

Los más jóvenes y las mujeres presentan más desconocimiento a la hora de recargar la batería

	TOTAL	Hombre	Mujer	18-30	31-40	41-50	51-60	NORTE	CENTRO	SUR	LEVANTE
Aún necesita de muchas mejoras para que pueda convertirse en una verdadera alternativa	**77**	79	75	68	77	79	85	68	79	75	83
No hay la infraestructura necesaria para que la gente tenga un coche eléctrico	**76**	77	75	73	75	72	87	68	79	75	80
El apoyo de las administraciones no es suficiente	**72**	72	72	65	70	71	84	66	64	73	81
El coche eléctrico es la solución ecológica del futuro	**60**	63	56	59	60	58	63	51	58	63	64
La electricidad es una fuente de energía limpia	**51**	52	49	47	47	52	58	44	54	46	56
No sabría cómo recargar/usar la batería	**30**	22	38	40	26	29	27	27	30	30	32
El coche eléctrico sigue planteando problemas con el medio ambiente	**29**	26	31	33	27	30	24	22	32	29	31
Base Total	*611*	*311*	*300*	*141*	*175*	*168*	*127*	*115*	*149*	*158*	*189*

P.35 Por favor, indica en qué medida estás de acuerdo o no con las siguientes afirmaciones sobre el vehículo eléctrico: **(% TOP2 BOX)**

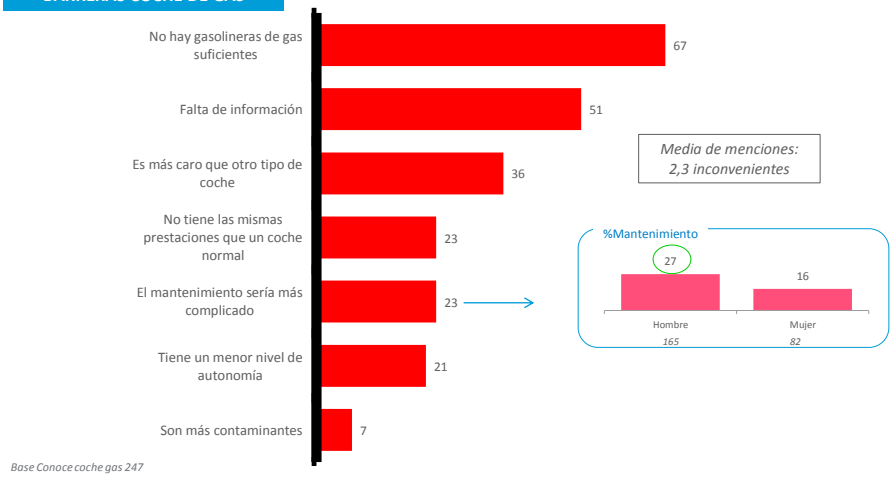
21

Copyright ©2013 The Nielsen Company. Confidential and proprietary.

LA PRINCIPAL BARRERA PARA EL COCHE DE GAS ES LA PERCEPCIÓN DE QUE FALTAN GASOLINERAS

La falta de información también se convierte en un inconveniente para este vehículo

BARRERAS COCHE DE GAS



Base Conoce coche gas 247

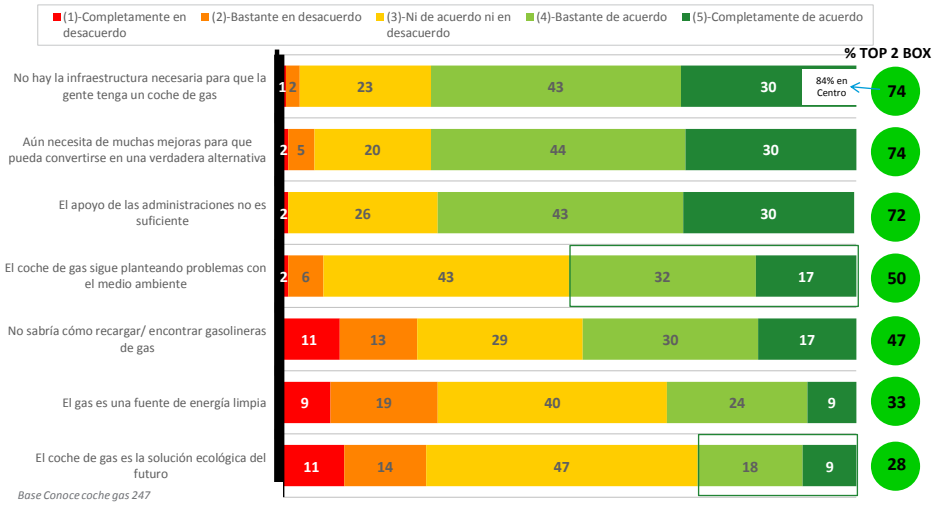
P.37 ¿Qué inconvenientes crees que tienen los coches de gas natural comprimido o licuado? **(% MÚLTIPLE)**

22

Copyright ©2013 The Nielsen Company. Confidential and proprietary.

TODAVÍA EXISTEN BARRERAS IMPORTANTES PARA EL COCHE DE GAS

Problemas de infraestructura y poco apoyo de las administraciones son los principales obstáculos a su desarrollo



P.39 Por favor, indica en qué medida estás de acuerdo o no con las siguientes afirmaciones sobre el coche de gas natural comprimido o licuado: **(% ÚNICA)**

64

Copyright 2013 The Nielsen Company. Confidential and proprietary

Club de Excelencia en Sostenibilidad

nielsen
AN UNCOMMON SENSE OF THE CONSUMER™

About Nielsen

Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) is a global information and measurement company with leading market positions in marketing and consumer information, television and other media measurement, online intelligence, mobile measurement, trade shows and related properties. Nielsen has a presence in approximately 100 countries, with headquarters in New York, USA and Diemen, the Netherlands. For more information, visit www.nielsen.com.