

Madrid, 29 de marzo de 2022

La intención de compra de un coche eléctrico sube del 10% al 15% en solo un año

- El híbrido cae dos puntos, pero con un 40% sigue siendo la opción mayoritaria, por encima del diésel y de la gasolina, ambos con un 22%.
- El precio medio del importe de compra previsto para un coche crece un 8%, hasta los 27.065 euros.
- La moto de carretera crece un 8% e iguala al scooter como la elección de los usuarios a la hora de comprarse una moto.

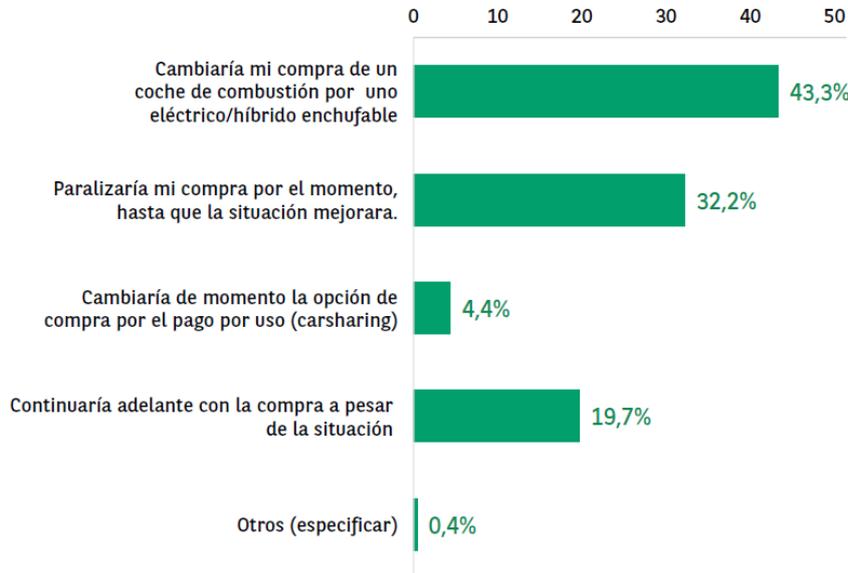
El Observatorio Cetelem, unidad de estudios e inteligencia económica de BNP Paribas Personal Finance, cumple 25 años en España y lanza una nueva entrega del Estudio Motor. En su edición de 2022, este estudio dibuja un detallado análisis del comportamiento del conductor español en relación al automóvil, la moto y el caravaning, que se ha visto muy condicionado por factores como la escasez de la oferta de vehículos o la subida del coste energético.

El aumento del precio del combustible y de la energía haría que un tercio (32,2%) de los españoles que tuvieran la intención de comprar un coche de combustión, y casi la mitad de los que tuvieran la intención de comprar un eléctrico, paralizaran la compra hasta que la situación mejorara. La crisis de los microchips ha provocado un crecimiento de la compra de coches de segunda mano y del importe medio destinado (+21% hasta 6.189 euros). Entre los que intentaron comprar un coche, el 53% tuvo que esperar mucho o incluso cambiar su opción de compra. El proceso de electrificación sigue su marcha, con un importante crecimiento de la intención de compra de un coche eléctrico, que pasa del 10% de los encuestados en 2021 al 15% en 2022. Otra conclusión interesante del Estudio Motor 2022 es que, a pesar del teletrabajo y del menor uso del vehículo para ir a trabajar, el 73% de los propietarios no piensan modificar nada respecto al uso de su vehículo y solo un 7% se plantea venderlo.



Si tuviese intención de comprar un coche de combustión, ¿la situación actual del aumento del precio de combustible le haría plantearse alguna de las siguientes cuestiones?...

Fuente: Encuesta Cetelem - Invesmarket



De cara a la futura compra de un coche de combustión, la situación actual del precio de combustible hace que el 43% de encuestados afirme que se plantearía cambiar su opción de compra de uno de combustión por un eléctrico o híbrido enchufable.

Sin embargo el 32% preferiría paralizar su compra y esperar a una mejora de la situación.

El 20% no parece que le importe la subida de precios, y seguiría adelante con su compra.

Automóvil

Entre los encuestados con intención de comprar un coche, el 76% de ellos se decantará por un coche nuevo, y el 24%, por uno de segunda mano. El estudio detecta un importante crecimiento de la intención de compra de un coche eléctrico, que es la opción para un 15% de los encuestados. El híbrido cae dos puntos, pero con un 40% sigue siendo la opción mayoritaria, por encima del diésel y de la gasolina, ambos con un 22%. El precio medio del importe de compra previsto crece un 8%, hasta los 27.065 euros; cifra que asciende a 28.259 euros (un 9% más que en 2021) si se trata de un coche eléctrico.

¿Qué tipo de carburante utilizará tu próximo automóvil? (% respuesta única)	Compra 2022	Var 2022/2021
Híbrido	40%	▼ -2 ptos
Diésel	22%	▼ -2 ptos
Gasolina	22%	■ 0 ptos
Eléctrico	15%	▲ +5 ptos
GLP	2%	■ 0 ptos

	¿Cuánto dinero piensas destinar a la compra de tu próximo automóvil? (Respuesta abierta numérica)		
	2021	2022	Var 2022/2021
 Vehículo Nuevo	22.357 €	21.955 €	▲ +8%
 Vehículo de ocasión	12.380 €	11.448 €	▼ -8%
MEDIA	21.955 €	23.318 €	▲ +6%

8 de cada 10 conductores españoles que tienen intención de comprar un vehículo optará por un VN y 2 de cada 10 por un VO. El importe medio que piensan destinar aumenta un 6% respecto al año anterior

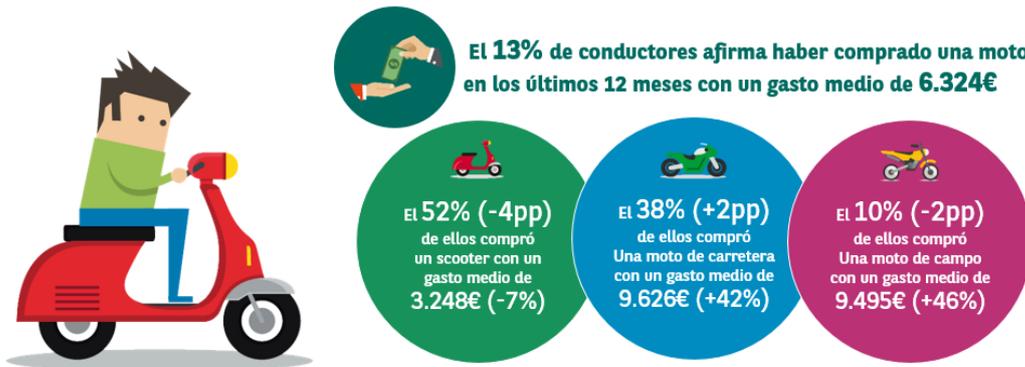
Los motivos por los que no se compraría un coche eléctrico siguen siendo el precio (del 60% de 2021 al 66% de 2022), la autonomía (del 54 al 55%), el no disponer de un espacio para recarga (del 39% al 41%) y el tiempo de recarga (del 31% al 36%). En cuanto a la autonomía necesaria para valorar la compra de un coche eléctrico, es entre 0 y 100 kilómetros para un 14% de los encuestados; entre 200 y 300 kilómetros para un 18% de los encuestados; entre 300 y 400 km. para un 22%; y entre 400 y 500 km. para otro 22%; y más de 500 kilómetros para un 21%.

El aumento del precio del combustible y de la energía hace que un 34% de los españoles intente usar menos el coche y que un 29% se esté planteando el cambio a uno híbrido o eléctrico. Además, ha paralizado la decisión de compra, hasta que la situación mejore, para un tercio de los encuestados que tenían la intención de comprar un coche de combustión, y para la mitad de los que querían comprar un eléctrico.

Otra tendencia que se ve reflejada en el Estudio Motor 2022 del Observatorio Cetelem son las consecuencias del teletrabajo. Entre los que no tienen coche, un 52% se plantea comprar un vehículo más barato o de ocasión y un 13% no tiene claro adquirir un automóvil. Entre los que sí lo tienen, solo un 7% se plantea venderlo para reducir costes.

Moto

La moto de carretera crece un 8% e iguala al scooter (ambos, con un 50%) como la elección de los usuarios a la hora de comprarse una moto. La moto de campo cae del 7 al 4%.



El importe planeado para la compra de una moto de carretera también crece con fuerza (un 24%) hasta situarse cerca de la barrera psicológica de los 10.000 euros (9.624 euros). En el lado opuesto, el importe planeado para adquirir un scooter baja un 7%, hasta los 4.638 euros. Mucho más acusada en la caída en la moto de campo, cuyo gasto planeado para la compra cae un 58% y se sitúa en 7.220 euros.

Un 29% de los conductores encuestados, cuatro puntos más que en 2021, tiene la intención de comprar una moto eléctrica; pero un 42% (9 puntos más que el año pasado) no está dispuesto a realizar ningún esfuerzo económico adicional para adquirirla. Un 31% estaría dispuesto a pagar entre un 10 y un 30% adicional; y un 14%, más de un 30%.

Los motivos por los que los encuestados no comprarían una moto eléctrica siguen siendo los mismos: es demasiado cara (para un 55%), la autonomía no es suficiente (48%), no tiene con qué cargarla (32%) y requiere mucho tiempo de recarga (30%).

Caravaning

Las caravanas perfiladas siguen dominando el sector, pero los encuestados las buscan 12 puntos menos que en 2021, cayendo hasta el 35%. Las camper bajan 2 puntos porcentuales hasta el 27%, y las autocaravanas integrales se mantienen en el mismo porcentaje del año anterior, hasta el 33%. El resto de las opciones son minoritarias: caravana convencional de más de 750 kilos (9%), autocaravana capuchina (4%), caravana convencional de menos de 750 kilos (3%); y remolque tienda, mobilhome y minicaravanas (1% cada una).



Entre los usuarios que tienen pensado adquirir elementos de caravanning en los próximos meses, ¿Qué tipo/s de elemento/s de caravanning buscan?	2022	Var 2022/2021
Autocaravana perfilada	35%	▼ -12 pts
Autocaravana Integral	33%	■ 0 pts
Camper	27%	▼ -2 pts
Caravana convencional de más de 750kg	9%	▲ +6 pts
Autocaravana capuchina	4%	▼ -2 pts
Caravana convencional de menos de 750kg	3%	▲ +1 pto
Remolque tienda	1%	▲ +1 pto
Mobil-home/ bungalow	1%	■ 0 pts
Mini-caravanas	1%	■ 0 pts

Ficha técnica

Para los estudios del sector auto y el sector moto, los datos analizados y las reflexiones mostradas en esta nota de prensa se han obtenido a partir de la realización de una encuesta online realizada por la empresa Canal Sondeo. Universo: Población mayor de 18 años que hayan comprado un coche o moto en el último año o que tengan intención de comprar en los próximos dos años. Ámbito: Nacional. Tamaño de muestra: N real: 1959 (Para tener lectura por CCAA) N =1500 (error muestral $\pm 2,53\%$ al 95% de confianza). Encuestas realizadas del 03 al 22 de febrero de 2022.

Para los estudios del sector caravanning, los datos analizados y las reflexiones mostradas en esta nota de prensa se han obtenido a partir de la realización de una encuesta online realizada por la empresa Canal Sondeo. Universo: Población mayor de 18 años que tengan actualmente o hayan tenido algún elemento de caravanning o que tengan intención de comprarlo en los próximos dos años. Ámbito: Nacional. Tamaño de muestra: N=631 (error muestral $\pm 3,90\%$ al 95% de confianza). Encuestas realizadas del 1 al 28 de febrero de 2022.

Para los datos en relación con el impacto de la subida de carburantes, electricidad y escasez de componentes, los datos analizados y las reflexiones mostradas en esta nota de prensa se han obtenido a partir de la realización de una encuesta online realizada por la empresa Invesmarket. Universo: Población mayor de 18 años. Ámbito: Nacional. Tamaño de muestra: 500 encuestas. Error muestral: $\pm 4,37\%$ para datos globales.

Sobre BNP Paribas Personal Finance en España

BNP Paribas Personal Finance, conocida en el mercado español a través de su marca comercial Cetelem, es especialista en crédito al consumo, préstamos personales y gestión de tarjetas. Opera en España desde 1988, donde cuenta actualmente con más de 1.500 empleados y 3,5 millones de clientes. Partner financiero de importantes empresas de distribución de bienes de consumo duradero y concesionarios de automóviles, es además un referente de información y análisis de su mercado gracias al estudio El Observatorio Cetelem.

BNP Paribas Personal Finance se sitúa en el área de International Financial Services, dentro de área de banca minorista de BNP Paribas. BNP Paribas Personal Finance cuenta con 19.500 empleados y 27 millones de clientes a los que da servicio en 33 países en cuatro continentes.



BNP Paribas Personal Finance es socio de la AEB (Asociación Española de Banca), y forma parte activa de la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF), de la Asociación de Empresas Españolas Contra el Fraude (AEECF) y de la Asociación para el desarrollo de la experiencia cliente (DEC).

Por octavo año consecutivo, BNP Paribas Personal Finance ha sido distinguida con el certificado “Top Employer España” en este 2022, por el que se acredita a la entidad como una empresa que promueve condiciones óptimas para el desarrollo personal y profesional de sus empleados.

El Observatorio Cetelem

El Observatorio Cetelem (@Obs_Cetelem_ES en Twitter) cumple este año su vigésimo quinto aniversario, convirtiéndose en un referente del análisis del consumo y la distribución en España con más de 180 estudios a lo largo de estos 25 años.

A día de hoy, El Observatorio Cetelem se ha consolidado con cuatro importantes informes anuales (Motor, Consumo Europa, Consumo España y e-Commerce), ediciones mensuales, y estudios temáticos específicos y estacionales.

El Observatorio Cetelem es una herramienta informativa de gran calado social; seguido por empresas, asociaciones, consumidores y medios de comunicación.

Contacto

Liliana Marsán
Responsable El Observatorio Cetelem
BNP Paribas Personal Finance
observatorio@cetelem.es



Maribel Silva
Responsable Comunicación Externa
BNP Paribas Personal Finance
prensa@cetelem.es



www.prensacetelem.es | www.elobservatoriocetelem.es | www.cetelem.es