

2021 / 13ª EDICIÓN

Estudios, análisis, previsiones
y tendencias de la movilidad

Arval Mobility
Observatory



ARVAL MOBILITY OBSERVATORY

2021

13ª EDICIÓN

ESTUDIOS, ANÁLISIS, PREVISIONES
Y TENDENCIAS DE LA MOVILIDAD



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	ARTÍCULO DE MANUEL OREJAS, DIRECTOR ARVAL MOBILITY OBSERVATORY	8
---------------------	---	----------

CAPÍTULO I	LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: INDICADORES MACROECONÓMICOS	10
-------------------	--	-----------

I. PIB	12
II. INFLACIÓN	13
III. EMPLEO	14
IV. CONSUMO PRIVADO	14
V. AHORRO DE LOS HOGARES	15
VI. CONSUMO PÚBLICO	16
VII. EXPORTACIONES / IMPORTACIONES	17
VIII. DÉFICIT PÚBLICO	19

CAPÍTULO II	MERCADO DEL VEHÍCULO NUEVO	20
--------------------	-----------------------------------	-----------

I. PARQUE DE VEHÍCULOS	22
A. Evolución y previsión del Parque Total	22
B. Distribución del parque por canal de distribución	24
C. Distribución del parque por edad de los vehículos	24
D. Distribución del parque según potencial contaminante	25
E. Distribución del parque por emisiones de CO ₂	28
F. Distribución del parque por precio medio del vehículo	29
G. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución	30
H. Distribución por tipo de combustible	31
II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO	32
A. Evolución matriculaciones totales, por canal de distribución y tipo de vehículo	32
B. Matriculaciones mensuales	35
C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución	36
D. Matriculaciones por segmento de vehículos	37
E. Matriculaciones por tipo de combustible	39
F. Matriculaciones por emisiones de CO ₂	42
G. Comparativa sobre emisiones medias de CO ₂	46
H. Matriculaciones por marca del fabricante	47
I. Mapa mundial de Matriculaciones de Turismos Nuevos por cada 1.000 (1k) habitantes	52
J. Mapa español de Matriculaciones Totales de VN por cada 1.000 (1k) habitantes	54
III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES	56
A. Previsión de matriculaciones totales, por tipo de vehículo y por canal de distribución	56
B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos	60
C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante	63

CAPÍTULO III	MERCADO DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	66
I.	HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS DE VEHÍCULOS DE OCASIÓN	68
A.	Evolución y previsión de las Ventas de VO	68
B.	Evolución y previsión de las ventas de VO por edad de los vehículos vendidos	69
C.	Ratio Vehículo de Ocasión vs Vehículo Nuevo	70
D.	Ventas de VO por tipo de combustible	71
E.	Evolución de las ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo	71
F.	Evolución de las ventas de VO por segmento	72
G.	Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante	73
CAPÍTULO IV	EQUIPAMIENTOS	76
I.	EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO	78
A.	Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas	78
B.	Vehículo Conectado	79
II.	EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN	81
A.	Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de ayuda a la conducción	81
B.	Cuota de integración de los equipamientos de ayuda a la conducción por tipología de vehículo	82
C.	Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de ayuda a la conducción en función del método de financiación	83
CAPÍTULO V	MANTENIMIENTO	84
I.	INTRODUCCIÓN	86
A.	Uso del vehículo	86
B.	Vías de circulación	87
C.	Kilometraje anual	89
D.	Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo	90
E.	Tipo de motor	93
F.	Contrato de mantenimiento	94
II.	NEUMÁTICOS	95
A.	Necesidad de cambiar neumáticos en 2020	95
B.	Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo	95
C.	Necesidad de cambio de neumáticos por edad del vehículo	96
D.	Necesidad de cambio de neumáticos según el método de financiación	96
E.	Lugar de reparación	97
F.	Antigüedad del vehículo según el canal de cambio del neumático	97
G.	Decisión de la elección del taller	98
H.	Decisión de la elección del taller según el tipo de vehículo	98
I.	Decisión de la elección del taller según el método de financiación	99

III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO	100
A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2020.	100
B. Por tipología de vehículo	100
C. Según método de financiación	101
D. Lugar de reparación	101
E. Antigüedad del vehículo según el canal de realización del mantenimiento.	102
F. Decisión del lugar de realización del mantenimiento	102

CAPÍTULO VI DAÑOS Y REPARACIONES EN EL VEHÍCULO DE EMPRESA 104

I. REPARACIONES	106
A. Entradas al taller según edad del vehículo	106
B. Entradas al taller según tipología de vehículo y método de financiación	106
C. Entradas al taller según edad por tipología del vehículo y método de financiación.	107
D. Lugar de realización de la reparación	107
E. Lugar de realización de la reparación en función del método de financiación y antigüedad del vehículo	108
II. GARANTÍA	110
A. Vehículo en garantía	110
B. Garantía en función del tipo de vehículo	110
C. Garantía en función del método de financiación del vehículo	111
III. SEGURO	112
A. Tipo de seguro	112
B. Tipo de seguro en función de la edad y uso del vehículo	113
C. Tipo de seguro en función del tipo de vehículo y método de financiación	113
D. Accidentes	114
E. Tasa de accidentes	115
F. Accidentes declarados al seguro	115
G. Responsable del coste de reparación	116
H. Lugar de reparación de los daños	116
I. Responsable de la elección del lugar de reparación	117

CAPÍTULO VII BARÓMETRO	118
I. ASPECTOS DE LA FLOTA	120
A. Tamaño de la flota	120
B. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2024	122
C. ¿Cuánto tiempo mantienen las empresas los vehículos en sus flotas?	123
II. ELECTRIFICACIÓN Y MIX ENERGÉTICO	124
A. Desarrollo potencial de la electrificación en la flota	124
B. Proporción de empresas tomando medidas para reducir las emisiones de sus flotas	128
III. FINANCIACIÓN	129
A. Métodos de financiación de flotas	129
IV. POLÍTICAS DE FLOTA Y GESTIÓN DE MOVILIDAD	131
A. Alternativas al vehículo de empresa	131
B. Interés de las empresas en productos y servicios adicionales para la gestión de la movilidad	132
C. La movilidad como factor estratégico	133
V. VEHÍCULO CONECTADO	136
A. Equipamiento telemático	136
 FUENTES Y METODOLOGÍA	 139
 ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y MAPAS	 145

¡BIENVENIDOS A LA DECIMOTERCERA EDICIÓN DE NUESTRO OBSERVATORIO!

El número 13 es un número singular, siempre causa expectación, ya los Mayas le atribuían un carácter místico por las 13 fases que tiene la luna, y los primitivos habitantes de los países nórdicos lo asociaban a su dios del mal, Loki.

La realidad, es que, en la actualidad, evitamos el número 13 en muchos lugares, no existe en la Formula 1, Madrid no tiene línea de autobuses número 13 y en la mayoría de hoteles o aviones no hay habitación o fila 13.

Pero para nosotros, como observadores fieles del mercado y reflejando sus datos con todo el rigor y cariño, el número 13, es un número natural, que viene después del 12 y antes del 14.

Este año 13 se torna además excepcional por muchos motivos, y para un observador del mercado, la variabilidad y la excepcionalidad se tornan en un desafío apasionante. La retrospectiva de 12 años, la mentalidad de mejora constante y de servicio a la comunidad de automoción, y a cualquiera que quiera conocerla en detalle, nos sitúa en una posición privilegiada de observación.

El libro que tenéis en vuestras manos es el fruto de esa observación. Es el producto de muchos meses de cariño, de discusiones apasionadas para hacerlo mejor, de mucho trabajo invisible, de lecturas y redacciones, de reuniones con nuestros habituales compañeros de camino y, sobre todo, de la generosidad de los clientes, que nos proporcionan su opinión y sus intenciones en el ámbito de la movilidad.

Ellos son los grandes protagonistas y los mayores aportadores de valor.



Gracias a ellos podemos contrastar el mayor optimismo español frente al europeo en recuperación de flota, su preocupación por la reducción de la huella de carbono y cómo los planes de movilidad forman parte de la realidad estratégica empresarial en un 66%, y subiendo.

Nos hace ver como el mercado avanza de la mano para tener un planeta más limpio, una movilidad, con electrificación pausada pero alcista y, por qué no decirlo, optimismo frente al futuro.

Una vez más, esperamos que disfrutéis tanto de su lectura como nosotros de su elaboración.

Manuel Orejas

Director Arval Mobility Observatory

CAPÍTULO I

LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: INDICADORES MACROECONÓMICOS



La pandemia provocada por el coronavirus propició que la economía española se anotara en 2020 un descenso histórico del Producto Interior Bruto (PIB) del 11%, lo que supuso el segundo mayor retroceso desde la Guerra Civil, cuando se desplomó un 26%. La producción se hundió de forma mucho más dramática que el empleo, algo inusual, debido a la red de contención desplegada por los ERTE. Sin embargo, y aunque el último trimestre logró cerrar el ejercicio en positivo, el frenazo de final de año, tras el respiro veraniego que impulsó la recuperación, anticipa una vuelta a los niveles pre-Covid lenta y compleja.

DESCENSO
HISTÓRICO
DEL PRODUCTO
INTERIOR
BRUTO (PIB) DEL

11%

A CAUSA DE LAS DIFICULTADES
ECONÓMICAS PROPICIADAS
POR LA CRISIS DEL COVID-19



LA TASA DE PARO CERRÓ
EL EJERCICIO EN EL 16,1%
DE LA POBLACIÓN ACTIVA

SIN OLVIDAR QUE EL RETROCESO
DE LA OCUPACIÓN SE VIO FRENADO
POR LA UTILIZACIÓN DE LOS ERTE



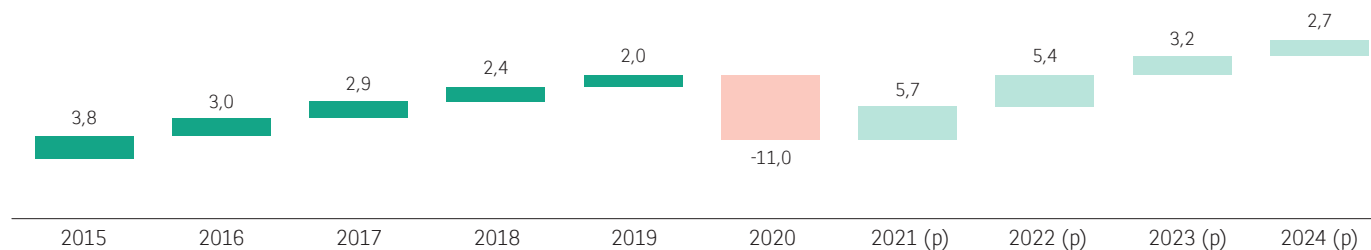
LA TASA DE AHORRO DE LOS
HOGARES VOLVIÓ A CERRAR EN
NIVELES HISTÓRICAMENTE ALTOS EN
2020 DEBIDO A LA INCERTIDUMBRE
APAREJADA A LA CRISIS

LOS EFECTOS DE
LA PANDEMIA DEL
CORONAVIRUS SOBRE
LOS INGRESOS Y GASTOS
PÚBLICOS DISPARARON
EL DÉFICIT HASTA EL
10,1% DEL PIB EN 2020,
EL MAYOR DESDE 2009



I. PIB

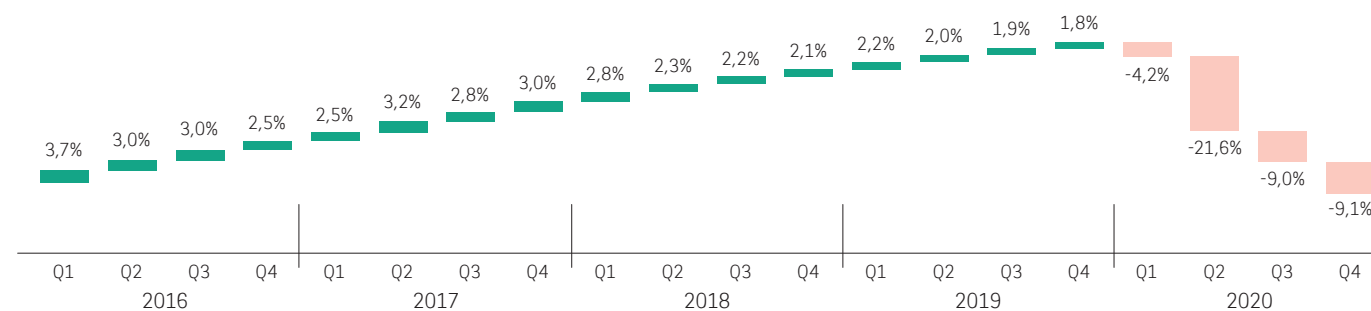
GRÁFICO I.1. Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

La pandemia provocada por el coronavirus provocó una contracción del PIB del 11% en la economía española en 2020. La mayor parte de este retroceso es achacable a la demanda nacional, responsable de casi nueve puntos de la caída, mientras que los dos restantes correspondieron a la demanda externa. Las consecuencias de la crisis sanitaria rompieron con seis años seguidos de crecimiento sostenido y supusieron la primera contracción anual del PIB desde 2013. Las previsiones apuntan a aumentos superiores al 5% en los dos próximos ejercicios, que se irán atemperando a partir de 2023.

GRÁFICO I.2. Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución interanual por trimestres

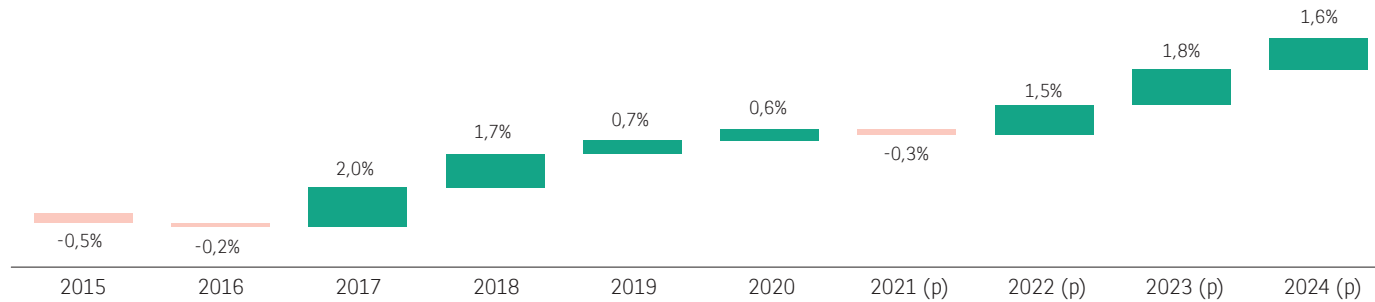


Fuente: INE

El hundimiento provocado en la economía española por los confinamientos para contener el virus inició su impacto en el primer trimestre, pero fue en el segundo donde golpeó con mayor dureza ante el desmoronamiento del consumo de los hogares. El descenso del 21,6% registrado en el segundo cuarto del año provocó que el ejercicio se cerrase con la mayor caída desde la Guerra Civil, con la agricultura como único sector con cifras positivas. Pese a la recuperación veraniega, la actividad volvió a quedar cortocircuitada en el tramo final de 2020 por las restricciones a la movilidad y los cierres obligados de negocios para intentar frenar las sucesivas olas de expansión del Covid-19.

II. INFLACIÓN

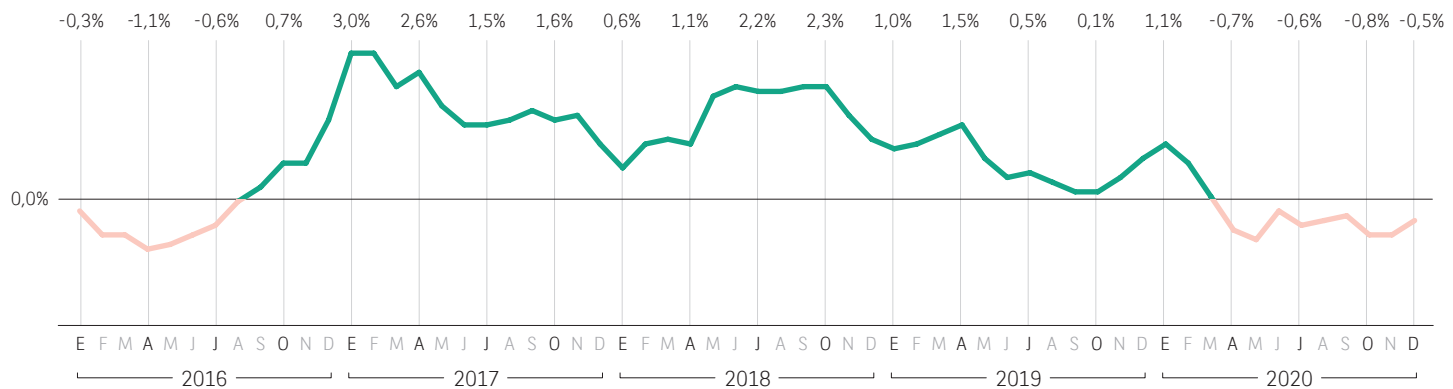
GRÁFICO I.3. Inflación (IPC) - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

El comportamiento de la inflación a lo largo de 2020 estuvo muy condicionado por el impacto de la pandemia. En un contexto de fuerte parón de la actividad y la demanda, como consecuencia del deterioro de la confianza y las medidas restrictivas para contener la expansión del coronavirus, los servicios (transporte, ocio, etc.), los más afectados por las restricciones, perdieron protagonismo en la cesta de la compra frente a la alimentación. A pesar del repunte anotado en diciembre motivado por la energía, la inflación se mantuvo en terreno negativo y motivó que finalizara 2020 por debajo de las cifras del ejercicio precedente. El lento ritmo de las vacunaciones y la sucesión de confinamientos perimetrales, que ya impidieron los viajes internos en Semana Santa, auguran nuevas caídas en 2021.

GRÁFICO I.4. Inflación (IPC) - Evolución mensual

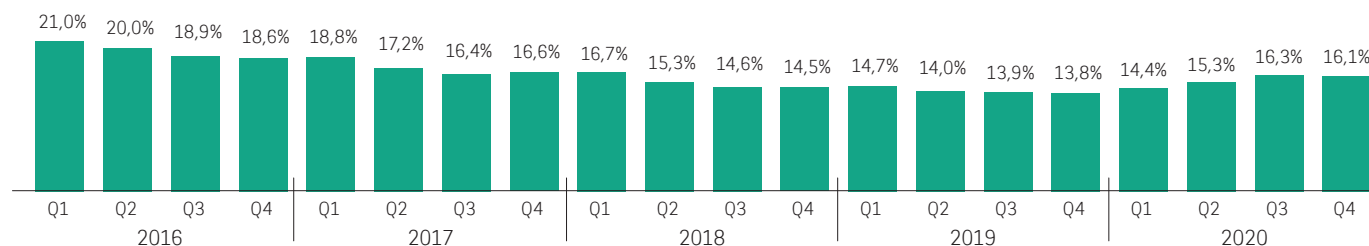


Fuente: INE

El repunte de los precios registrado a principios de 2020 fue cercenado de raíz por la pandemia, que los llevó a su cota más baja en el mes de mayo al coincidir con el cierre total del país. La paulatina disminución de las restricciones permitió a la inflación recuperar parte del terreno perdido a lo largo del verano y repuntó en la recta final del año, en gran parte a causa del incremento del recibo de la luz.

III. EMPLEO

GRÁFICO I.5. Encuesta de población activa (EPA) - Tasa de paro

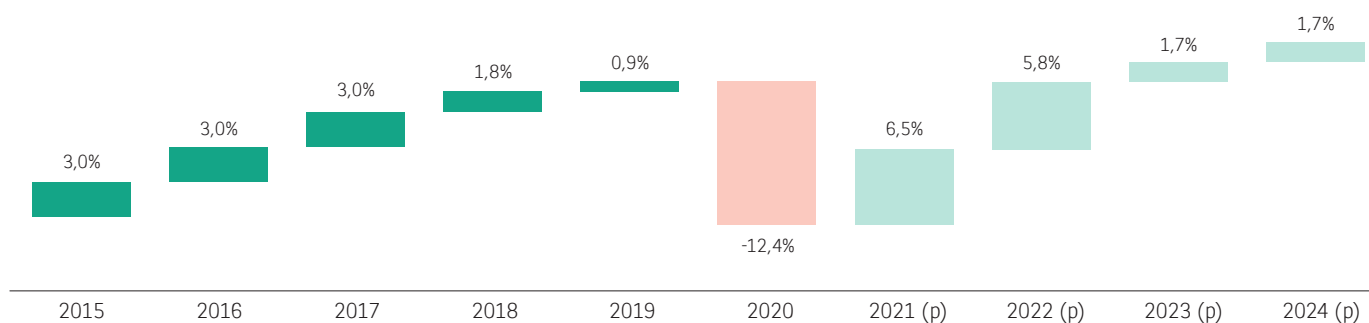


Fuente: INE

El balance del año 2020, con los peores registros de desempleo en ocho años, muestra el decisivo impacto de la pandemia sobre el mercado laboral, al que provocó la pérdida de casi 623.000 empleos. La tasa de paro cerró el ejercicio en el 16,1% de la población activa, tras aumentar las listas de desempleados en 528.000 personas. Estas cifras fueron atemperadas por la caída de la población activa de casi 95.000 personas y sin olvidar que el retroceso de la ocupación se vio frenado por la utilización de los ERTE.

IV. CONSUMO PRIVADO

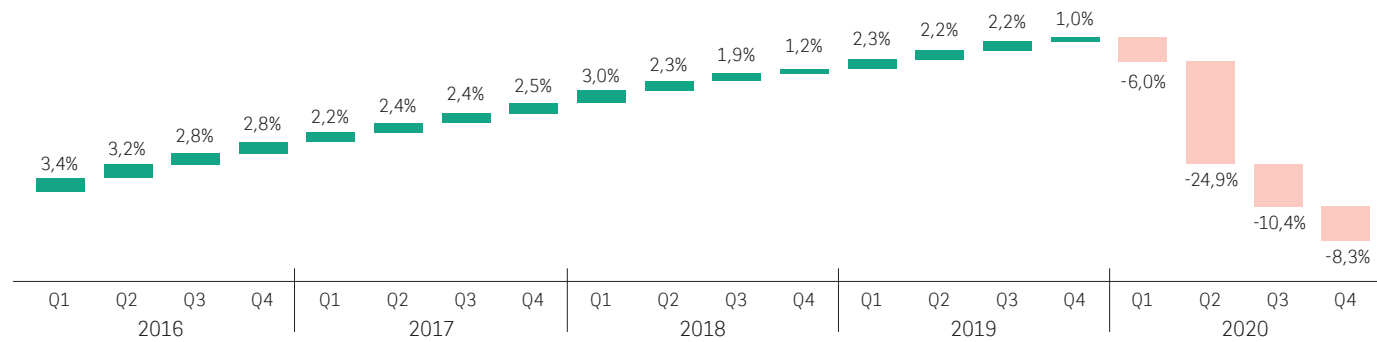
GRÁFICO I.6. Consumo privado - Evolución anual



Fuente: Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

La pandemia provocó que la demanda doméstica sufriera en España una de las mayores caídas dentro de las economías avanzadas, al ceder un 12,4%, su cifra más baja desde 1970. La elevada tasa de desempleo, la dependencia del sector servicios y el ahorro precautorio provocaron que el consumo se resintiera en mayor medida que en los países del entorno comunitario. Las previsiones apuntan a una fuerte recuperación cuando la situación sanitaria se estabilice.

GRÁFICO I.7. Consumo privado - Evolución trimestral (tasas interanuales)

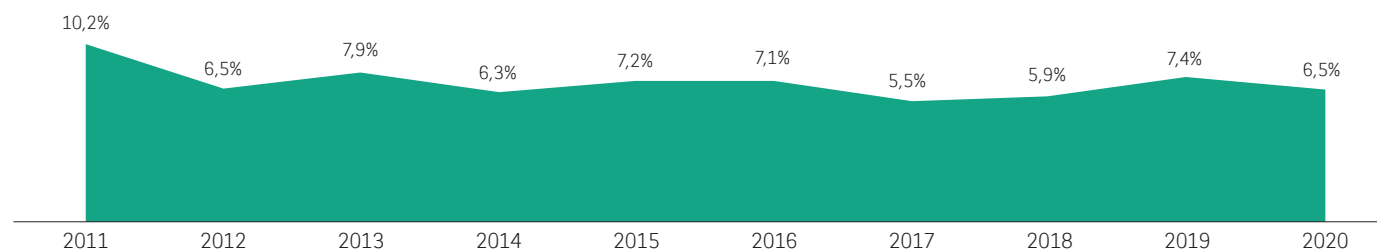


Fuente: Banco de España

La irrupción del coronavirus generó cambios en los patrones de consumo incluso antes de la implementación del estado de alarma. El gasto por parte de los residentes repuntó en la primera quincena de marzo, debido al mayor interés en productos de primera necesidad, mientras que el de los extranjeros empezó a caer ante el temor a las cancelaciones producto de la pandemia. El gasto en comercio minorista (electrodomésticos, textil, muebles, etc.), en ocio y restauración y en transporte se recuperó con mayor rapidez que el gasto en bienes y servicios turísticos con la caída de las restricciones a la movilidad en las comunidades pioneras en cambiar de fase. En este periodo destacó el avance experimentado por el comercio electrónico.

V. AHORRO DE LOS HOGARES

GRÁFICO I.8. Evolución de la tasa de ahorro anual de los hogares

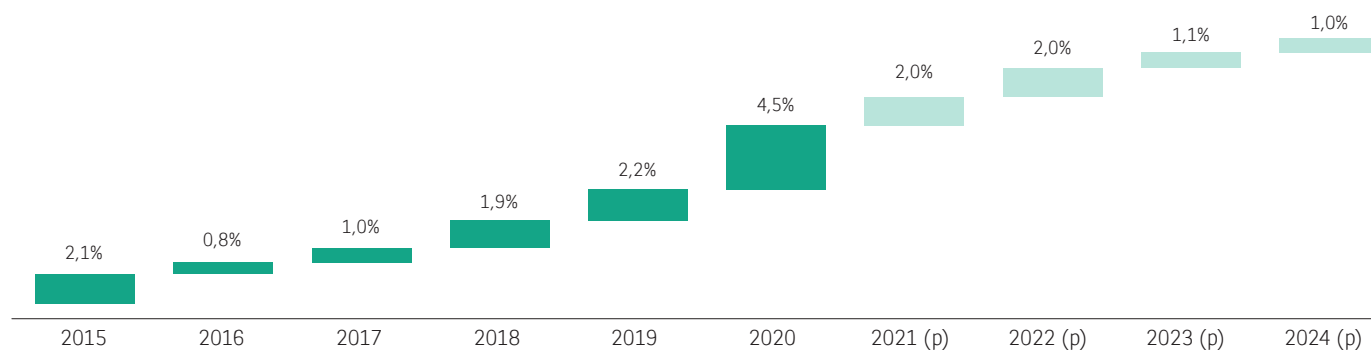


Fuente: INE

La tasa de ahorro de los hogares volvió a cerrar en niveles históricamente altos en 2020 debido a la incertidumbre aparejada a la crisis, que motivó un aumento de las reservas precautorias, así como por el apoyo de las políticas que permitieron a los ciudadanos mantener sus rentas pese a perder su empleo, como los expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE). Estas medidas, junto con la incapacidad de gastar durante el periodo del confinamiento, elevaron el remanente privado disponible.

VI. CONSUMO PÚBLICO

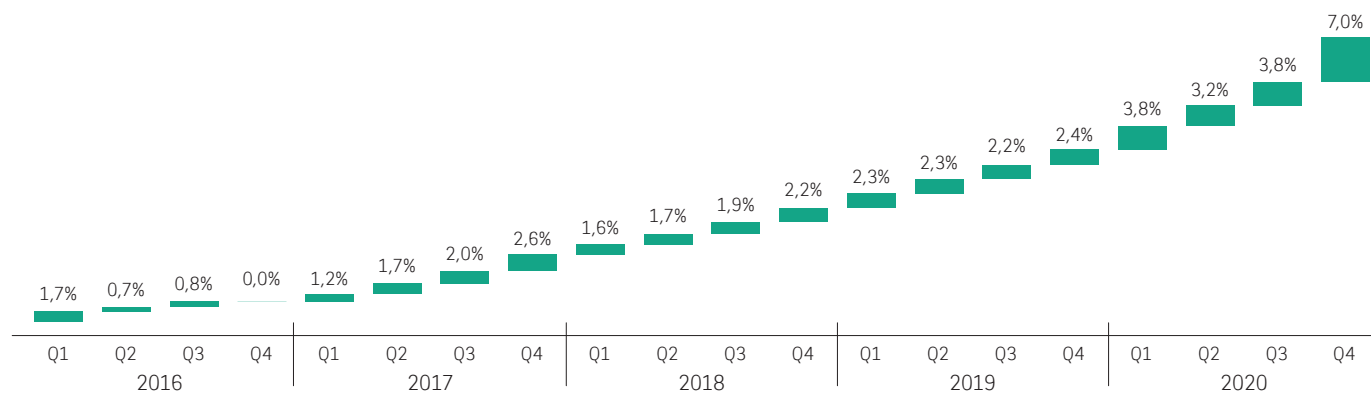
GRÁFICO I.9. Consumo público - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

El desembolso público aumentó significativamente en 2020 debido al mayor gasto sanitario y las medidas para blindar los servicios y mantener las rentas y el tejido productivo, como han sido los expedientes de regulación de empleo (ERTE) o las ayudas para autónomos. Por otro lado, la caída de la recaudación y el parón de la actividad causada por los confinamientos mermaron los ingresos de las arcas públicas.

GRÁFICO I.10. Consumo público - Evolución trimestral (tasas interanuales)

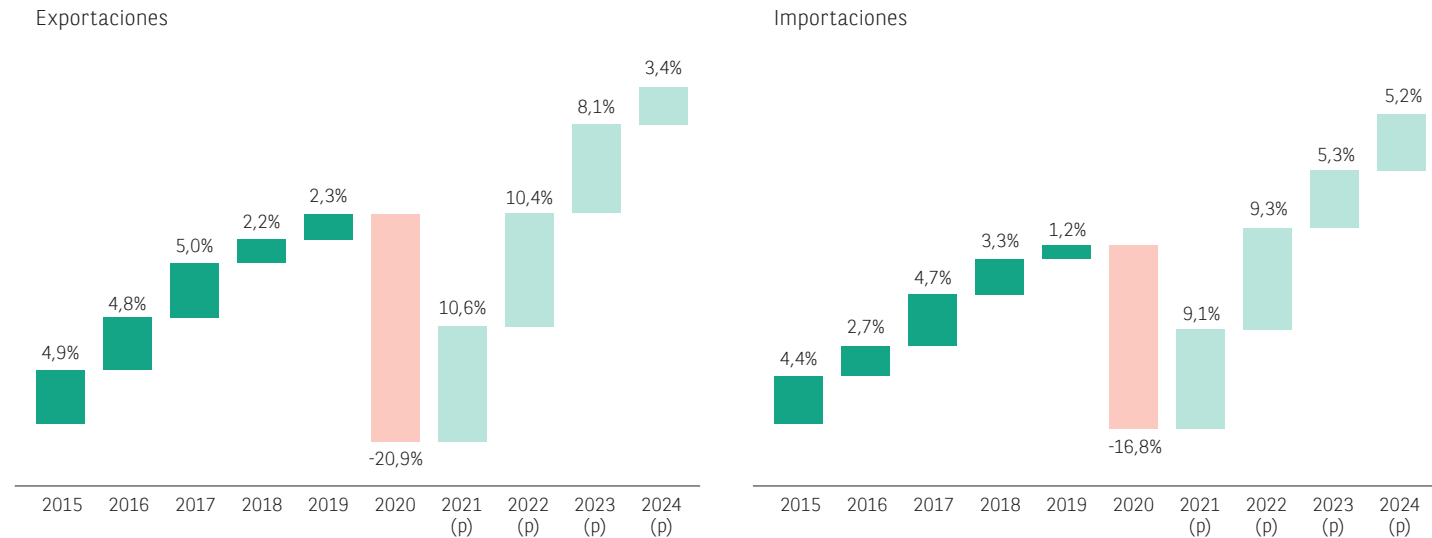


Fuente: INE

El desembolso de fondos para combatir la pandemia se elevó a medida que avanzaba el ejercicio. El aumento de partidas que se convirtieron en estructurales como la subida de las nóminas de los funcionarios, el coste de las pensiones o el aumento de las prestaciones por desempleo, así como la ampliación de medidas en principio temporales, como los expedientes de regulación de empleo, dispararon el gasto a final de año.

VII. EXPORTACIONES / IMPORTACIONES

GRÁFICO I.11. Exportaciones e importaciones - Evolución anual

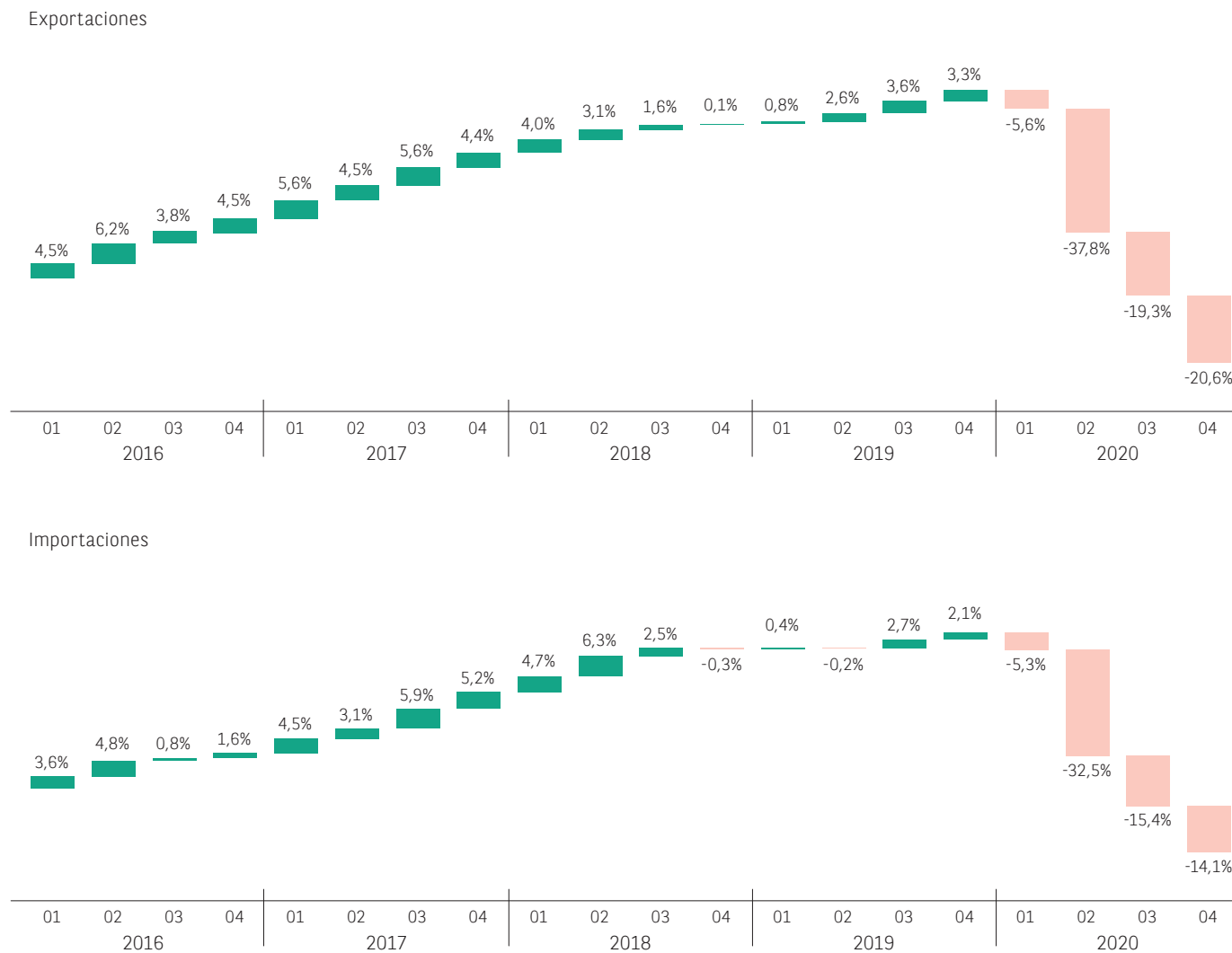


Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

Las exportaciones registraron el pasado año el menor crecimiento anual desde la crisis financiera. El descenso en las transacciones de servicios fue muy superior a las de bienes, ya que las medidas de confinamiento y las restricciones en los viajes perjudicaron especialmente a actividades como el turismo que dependen de la movilidad de las personas. Una parte importante de la caída también se explica por el descenso de los envíos al Reino Unido. Las empresas británicas adelantaron la compra de bienes extranjeros ante el temor de que unos controles en frontera más estrictos, coincidiendo con la entrada en vigor del nuevo acuerdo con la Unión Europea en enero de 2021, retrasase la recepción de los pedidos. Las previsiones apuntan a que a medida que las vacunaciones masivas en todo el mundo mitiguen la pandemia se recuperará el terreno perdido.

La caída de los flujos comerciales también tuvo su efecto en las importaciones, que cayeron más que las exportaciones en bienes, pero menos en servicios. Aunque la balanza comercial en bienes y servicios fue positiva, el saldo se redujo.

GRÁFICO I.12. Exportaciones e importaciones – Evolución trimestral



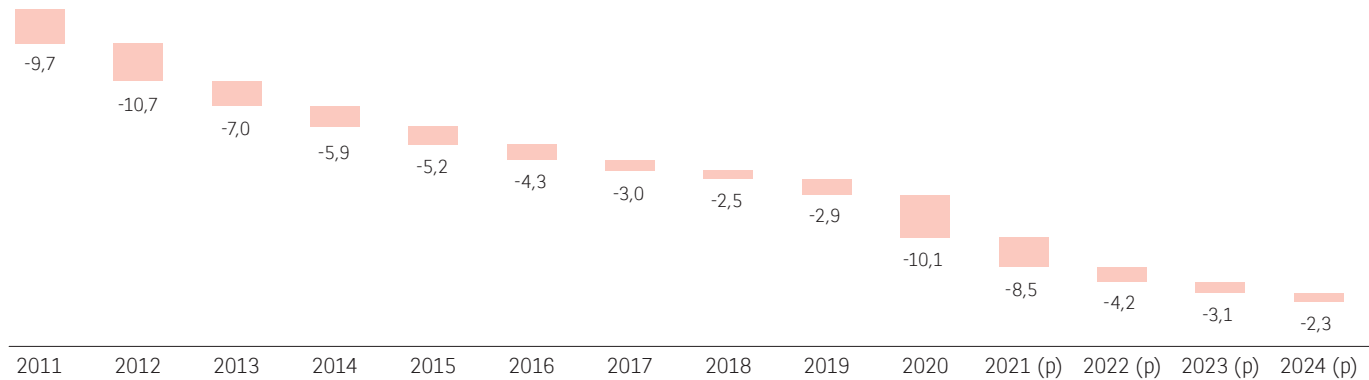
Fuente: INE

La caída de las exportaciones coincidió con la introducción de las medidas de confinamiento en los socios comerciales más importantes de España. Aun cuando la caída de la exportación de servicios se atenuó a partir de julio de 2020, la recuperación fue mucho menor que en los bienes. Esto se explica por la casi nula recuperación del turismo, a la espera del pasaporte sanitario europeo que impulse la movilidad. A su vez, la menor demanda de crudo y sus derivados por el parón empresarial afectó a las importaciones.

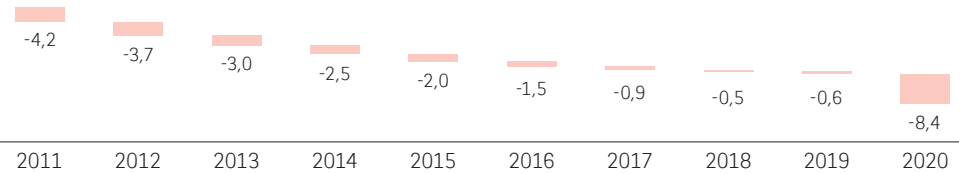
VIII. DÉFICIT PÚBLICO

GRÁFICO I.13. Déficit Público

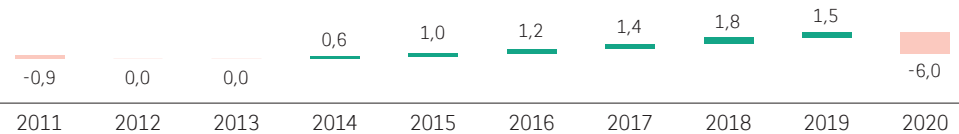
España



Eurozona (19)



Alemania



Fuente: Eurostat y Previsiones BNP Paribas (p)

Los efectos de la pandemia del coronavirus sobre los ingresos y gastos públicos dispararon el déficit hasta el 10,1% del PIB en 2020, el mayor desde 2009. La mayor parte del incremento de gasto, un total de 44.907 millones estuvo directamente ligada a la pandemia, con medidas como los ERTÉs, las incapacidades temporales y los ceses de actividad (21.520 millones), gastos COVID y sociosanitarios (8.284 millones) o exoneraciones de cuotas a la Seguridad Social (7.791 millones). Por su parte, los ingresos públicos se redujeron un 5%, hasta los 463.317 millones, ante el derrumbe de la recaudación tributaria, que a pesar de todo fue inferior a la contracción económica.

En el conjunto de la Eurozona, el déficit público se disparó al 8,4%. Alemania, por su parte, registró un déficit financiero del 6%, el primero desde 2011 y el segundo más alto desde la reunificación del país, solo superado por el déficit récord de 1995.



MERCADO DEL VEHÍCULO NUEVO

El mercado del automóvil se vio en 2020 duramente afectado por la pandemia provocada por el coronavirus y apenas registró crecimiento en comparación con el año anterior. La densidad de vehículos por habitante se situó en terreno negativo por primera vez en la serie histórica, al contabilizarse 592 coches por cada 1.000 ciudadanos, uno menos que en 2019, aunque las previsiones indican que a medida que avance la inmunización de la población contra el Covid-19 y finalicen las restricciones de movilidad se dinamice el mercado. Otra de las consecuencias indeseadas del coronavirus es el aumento de antigüedad del parque automovilístico, que se sitúa en torno a los 12 años de media. Por otro lado, Seat se mantuvo en 2020 en la primera posición por ventas de turismos en España con una cuota de mercado del 8,2%.





EL MERCADO DEL VEHÍCULO NUEVO AFECTADO POR LA PANDEMIA PROVOCADA POR EL COVID 19, LO QUE APENAS REGISTRA CRECIMIENTO VS EL AÑO ANTERIOR

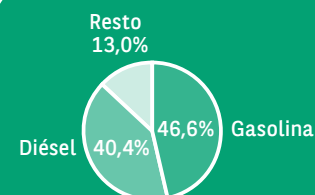
2019 vs **2020**
27.778.871 27.999.467

LA CRISIS SANITARIA GOLPEÓ CON FUERZA LAS NUEVAS MATRICULACIONES

DESCENSO MÁS IMPORTANTE REGISTRADO EN EL CANAL DE ALQUILER (RENT A CAR), CEDIENDO UN 56%.



EL RETROCESO GENERALIZADO EN EL SECTOR AUTOMOVILÍSTICO Y EN ESPECIAL EN LAS COMPRAS DE LOS PARTICULARES LLEVÓ A LOS MODELOS DE GASOLINA A PERDER PARTE DE LA CUOTA DE MERCADO ALCANZADA EN LOS DOS EJERCICIOS ANTERIORES



EN EL SEGMENTO DE LOS TURISMOS, LAS EMISIONES A LA ATMÓSFERA MANTUVIERON LA TENDENCIA DESCENDENTE DE LOS ÚLTIMOS AÑOS. LOS NUEVOS VEHÍCULOS EMITIERON UNA MEDIA DE 110 GR/KM EN COMPARACIÓN CON EL TOTAL DEL PARQUE, QUE EXPULSÓ 121 GR/KM

	Parque	Matriculaciones VN
Mercado total	129	110
Empresa	121	108
Renting	113	108

LAS NUEVAS INCORPORACIONES EN EL SEGMENTO DE COMERCIALES REDUJERON DE FORMA LEVE SU IMPACTO AMBIENTAL EN 2020. LAS NUEVAS MATRICULACIONES EXPULSARON 128 GR/KM EN COMPARACIÓN CON TODO EL PARQUE QUE EMITIÓ 139 GR/KM

	Parque	Matriculaciones VN
Mercado total	139	128
Empresa	135	126
Renting	128	124



I. PARQUE DE VEHÍCULOS

A. Evolución y previsión del Parque Total

TABLA II.1. Evolución y previsión del parque total

	2015		2016		2017		2018		2019	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	25.067.471	1,7%	25.709.428	2,6%	26.471.814	3,0%	27.175.574	2,7%	27.778.871	2,2%
Población	46.468.102	0,1%	46.440.099	-0,1%	46.439.791	0,0%	46.427.975	0,0%	46.867.125	0,9%
Densidad (veh/1000 hab)	539	1,4%	554	2,6%	570	3,0%	585	2,7%	593	1,3%

	2020		2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	27.999.467	0,8%	28.125.712	0,5%	28.522.513	1,4%	28.779.548	0,9%	29.031.729	0,9%
Población	47.332.614	1,0%	47.326.958	0,0%	47.353.590	0,1%	47.381.955	0,1%	47.413.275	0,1%
Densidad (veh/1000 hab)	592	-0,2%	594	0,5%	602	1,4%	607	0,8%	612	0,8%

Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI. Proyecciones (p) MSI

El parque automovilístico español se quedó en 2020 a poco más de 500 unidades de sobrepasar los 28 millones de vehículos, al crecer apenas un 0,8% en relación con el ejercicio anterior. La crisis sanitaria supuso un nuevo empujón para la desaceleración iniciada en 2018. La densidad de vehículos por habitante se situó en terreno negativo por primera vez en la serie histórica, al contabilizarse 592 vehículos por cada 1.000 ciudadanos, uno menos que en 2019. Las previsiones para los próximos apuntan a la recuperación en el próximo bienio y se espera que para 2022 se superen los 600 vehículos por cada 1.000 habitantes.

TABLA II.2. Evolución y previsión del parque por canal de distribución

Total	2020		2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Empresas	2.106.955	1,2%	2.126.404	0,9%	2.205.337	3,7%	2.239.457	1,5%	2.260.855	1,0%
Particulares	25.505.252	0,8%	25.607.595	0,4%	25.914.886	1,2%	26.132.571	0,8%	26.357.311	0,9%
Rent-a-car	387.260	3,2%	391.713	1,2%	402.290	2,7%	407.520	1,3%	413.563	1,5%
Densidad (veh/1000 hab)	27.999.467	0,8%	28.125.712	0,5%	28.522.513	1,4%	28.779.548	0,9%	29.031.729	0,9%

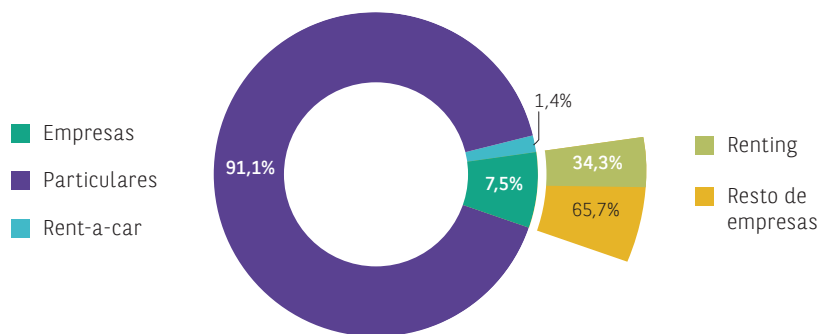
Parque de empresa	2020		2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Renting	722.814	7,1%	748.112	3,5%	777.813	4,0%	798.813	2,7%	817.985	2,4%
Resto empresas	1.384.141	-0,8%	1.378.291	-0,4%	1.427.525	3,6%	1.440.644	0,9%	1.442.870	0,2%
	2.106.955	1,2%	2.126.404	0,9%	2.205.337	3,7%	2.239.457	1,5%	2.260.855	1,0%

Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI. Proyecciones (p) MSI

El parque de vehículos de alquiler certificó la senda ascendente de los ejercicios previos y fue el que más creció en porcentaje (3,2%) durante 2020, mientras que el de empresa avanzó un 1,2% y el de particulares fue el que más acusó el parón provocado por el Covid-19. Las previsiones apuntan a que durante 2021 los segmentos de alquiler y empresas experimentarán ligeros crecimientos cercanos al punto porcentual, mientras que seguirá la atonía entre los particulares, para acelerar las subidas en 2022. El canal del renting superó las 700.000 unidades tras un importante impulso superior al 7%, avance que se atemperará en los ejercicios venideros, aunque sostendrá los incrementos del parque de empresas ante las dudas del resto de compañías.

B. Distribución del parque por canal de distribución

GRÁFICO II.1. Distribución del parque en 2020 por canal de distribución (Total y Empresa)

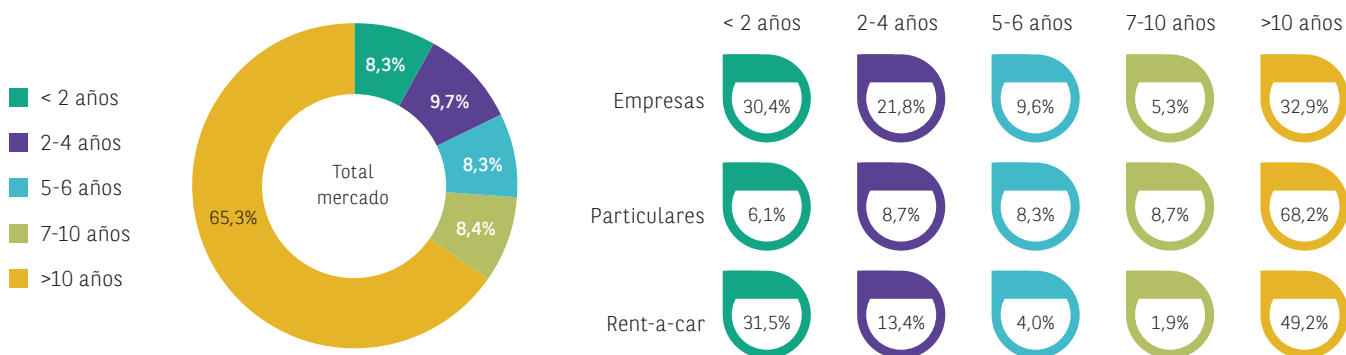


El parque de vehículos español continúa en manos de los particulares con una cuota que se mantiene en torno al 91%, frente al 1,4% del Rent-a-car y el 7,5% de las empresas. En lo referente al parque corporativo, el renting mantiene algo más de un tercio del total.

Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

C. Distribución del parque por edad de los vehículos

GRÁFICO II.2. Distribución del parque por edad de los vehículos - Empresas, Particulares y Rent-a-car

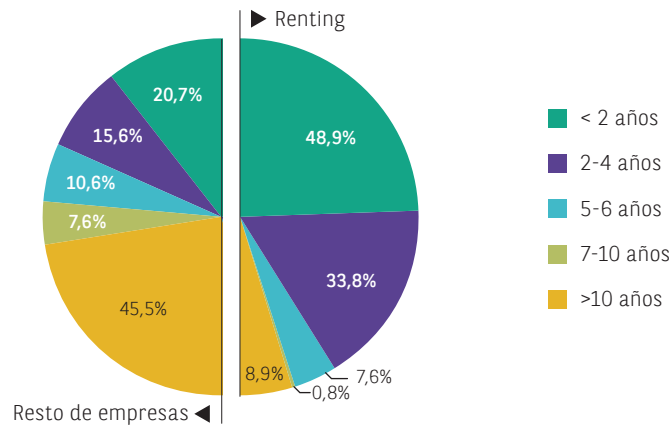


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

España cada vez cuenta con más vehículos y estos son a su vez más antiguos. La crisis financiera iniciada en 2008 supuso el inicio del envejecimiento del parque español y la cronificación de la pandemia no ayudará a la renovación de una flota que supera los 12 años de media de antigüedad. Esta situación deparó que más del 65% de las unidades que circularon en 2020 por las carreteras españolas contaba con más de diez años de vida y otro 8,4% superara los siete. Por otro lado, los coches con menos de cuatro años de uso solo sumaban el 18% del total.

El segmento de alquiler sumó el mayor número de unidades de nueva matriculación, al agrupar el 31,5% del total, seguido de cerca por los vehículos de empresa (30,4%). Los particulares son los que más aprovechan la vida de sus utilitarios, al contar un 68,2% de los mismos con más de una década de uso, mientras que 49,2% de los de alquiler y casi un tercio de los de empresa se enmarcan en el rango de mayor edad.

GRÁFICO II.3. Distribución del parque por edad de los vehículos - canal empresas



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El renting vuelve a destacar en el canal de empresas por la juventud de sus unidades, ya que casi la mitad de su parque tiene menos de dos años y cerca del 83% no supera los cuatro de uso. El 45,5% de los vehículos corporativos suma más de diez años.

D. Distribución del parque según potencial contaminante

Los vehículos se clasifican en función de su potencial contaminante, de acuerdo con los criterios establecidos por la UE y a la información técnica disponible en el Registro Nacional de Vehículos. Los criterios para catalogar las unidades tienen su origen en el Plan Nacional de Calidad del Aire 2013-2016, que indica que el tráfico rodado es una importante fuente de emisiones en las grandes ciudades, por lo que propone la catalogación de los vehículos para discriminar positivamente a las unidades más respetuosas con el medio ambiente.



CERO EMISIONES; Ciclomotores, triciclos, cuadríciclos y motocicletas; turismos; furgonetas ligeras, vehículos de más de 8 plazas y vehículos de transporte de mercancías clasificados en el Registro de Vehículos de la DGT como vehículos eléctricos de batería (BEV), vehículo eléctrico de autonomía extendida (REEV), vehículo eléctrico híbrido enchufable (PHEV) con una autonomía mínima de 40 kilómetros o vehículos de pila de combustible.



ECO; Turismos, furgonetas ligeras, vehículos de más de 8 plazas y vehículos de transporte de mercancías clasificados en el Registro de Vehículos como vehículos híbridos enchufables con autonomía <40km, vehículos híbridos no enchufables (HEV), vehículos propulsados por gas natural, vehículos propulsados por gas natural (GNC y GNL) o gas licuado del petróleo (GLP). En todo caso, deberán cumplir los criterios de la etiqueta C.



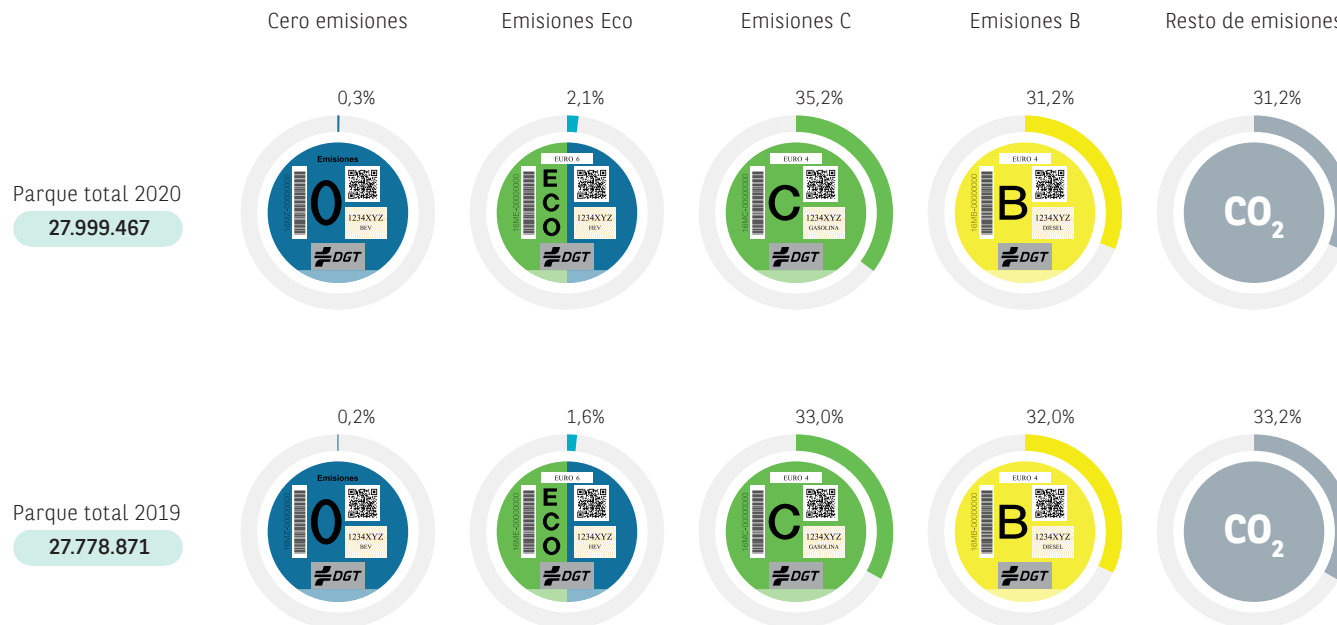
C; Turismos y furgonetas ligeras de gasolina matriculadas a partir de enero de 2006 y diésel a partir de 2014. Vehículos de más de 8 plazas y de transporte de mercancías, tanto de gasolina como de diésel, matriculados a partir de 2014. Por tanto, los de gasolina deben cumplir la norma Euro 4,5 y 6 y en Diésel la Euro 6.



B; Turismos y furgonetas ligeras de gasolina matriculadas a partir de enero del año 2000 y de diésel a partir de enero de 2006. Vehículos de más de 8 plazas y de transporte de mercancías tanto de gasolina como de diésel matriculados a partir de 2005. Por tanto, los de gasolina deben cumplir la norma Euro 3 y en Diésel la Euro 4 y 5.

Fuente: DGT

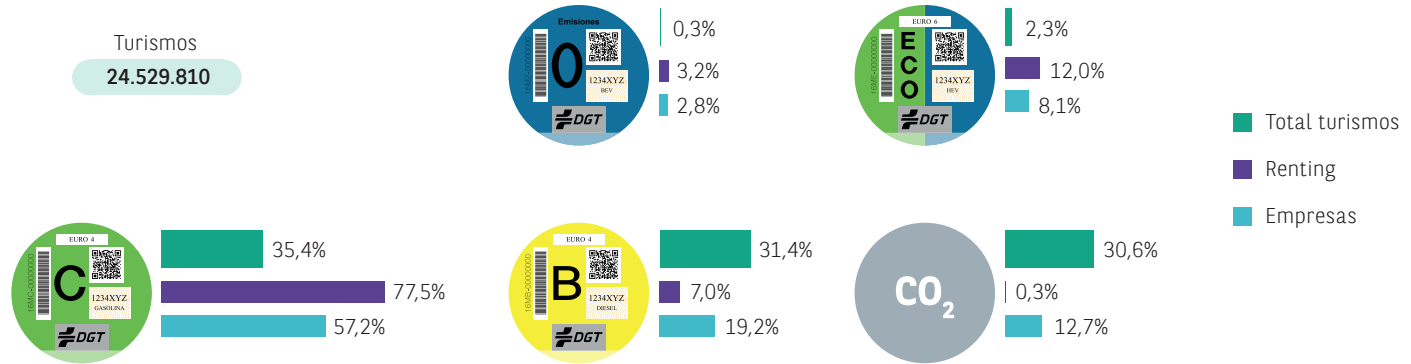
GRÁFICO II.4. Distribución del parque total por potencial contaminante



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Las restricciones para circular por el núcleo de algunas de las principales ciudades españolas y la mayor concienciación medioambiental de la población han permitido la reducción de emisiones de dióxido de carbono (CO₂) a la atmósfera, aunque la antigüedad del parque impide que progrese con mayor rapidez. No obstante, en 2020 creció el porcentaje de vehículos de todas las categorías menos contaminantes en comparación con el año anterior, a la vez que se ha reducido el porcentaje de los que más CO₂ emiten.

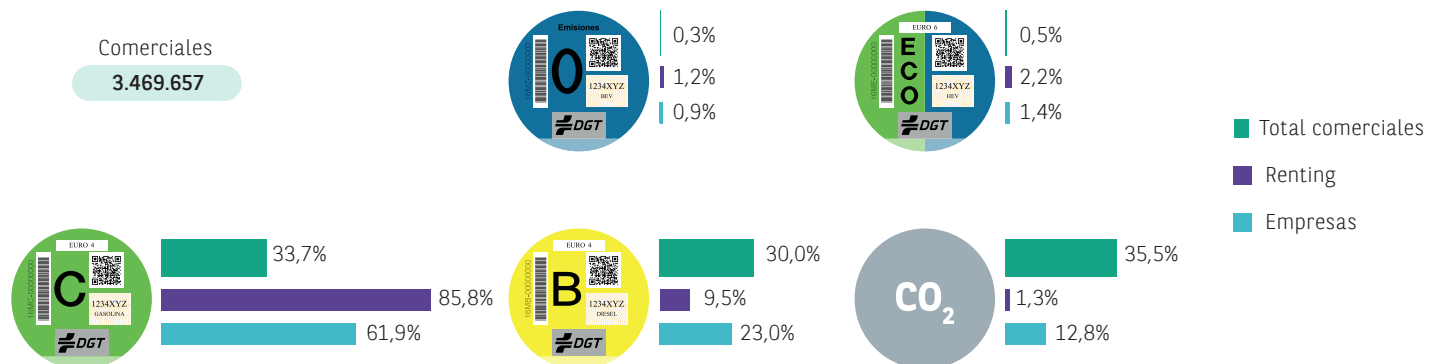
GRÁFICO II.5. Distribución del parque de turismos por potencial contaminante



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El 92,7% de los turismos pertenecientes a la modalidad de renting están situados en el rango menos contaminante de la clasificación, frente al 68,1% del resto de unidades del canal de empresa. Sólo el 0,3% de los coches con la modalidad de renting se incluyen entre los más contaminantes.

GRÁFICO II.6. Distribución del parque de comerciales por potencial contaminante

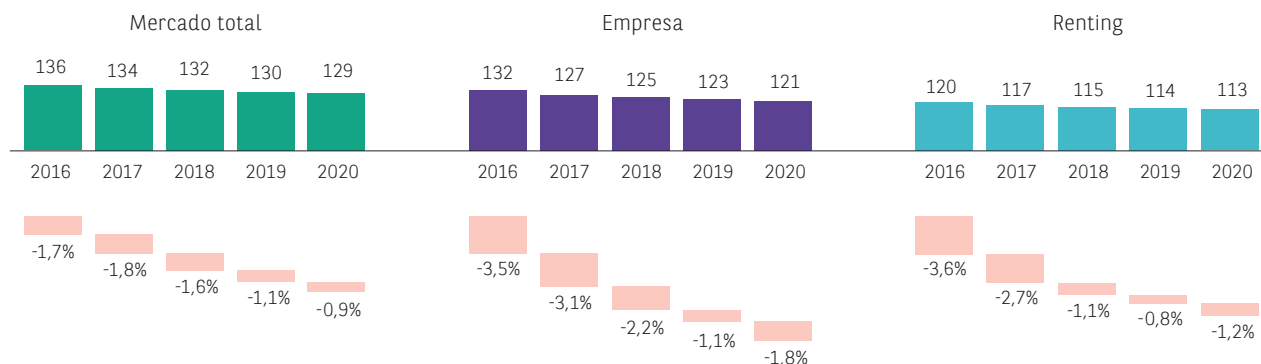


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El 65,5% de la flota de comercial se encuadra entre las modalidades más contaminantes. En este segmento, el canal de renting también cuenta con el mayor porcentaje de unidades más respetuosas con el medio ambiente.

E. Distribución del parque por emisiones de CO₂

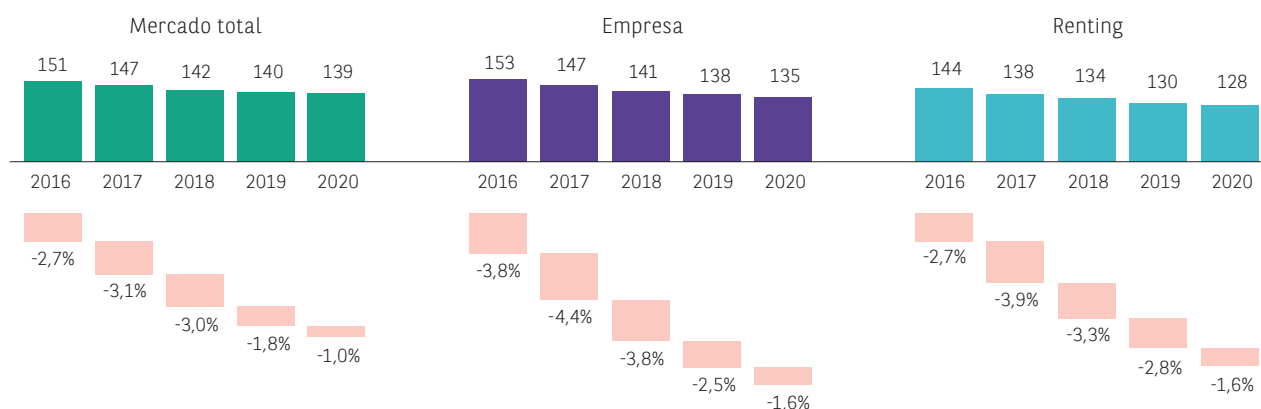
GRÁFICO II.7. Emisión media de CO₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) – Turismos
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Las restricciones para circular por el centro de algunas de las principales ciudades españolas y otras medidas sobre la concienciación medioambiental, han permitido una ligera reducción de las emisiones medias de dióxido de carbono a la atmósfera, situándose por debajo de los niveles alcanzados en 2018, para situarse en 129 gramos por kilómetro, lo que supuso un descenso de casi un 1% en términos interanuales. Este descenso se produjo en todos los canales, pero con mayor incidencia en el canal empresa.

GRÁFICO II.8. Emisión media de CO₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) – Comerciales
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)

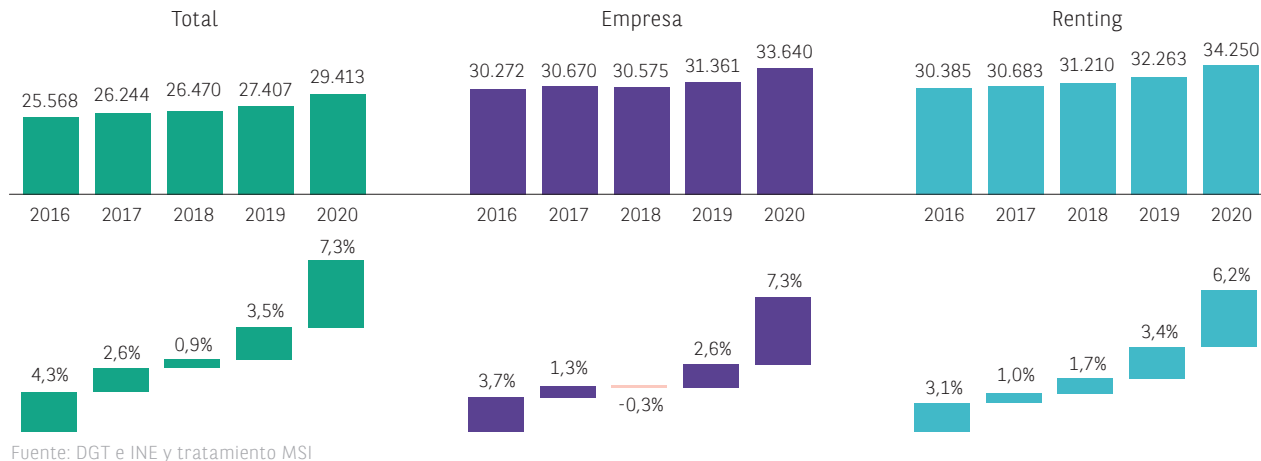


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

La flota comercial redujo sus emisiones un 1% interanual, para situarse en los 139 gramos por kilómetro. La media del canal de empresa atajó las emisiones un 1,6% en 2020, al igual que lo hizo el canal de renting.

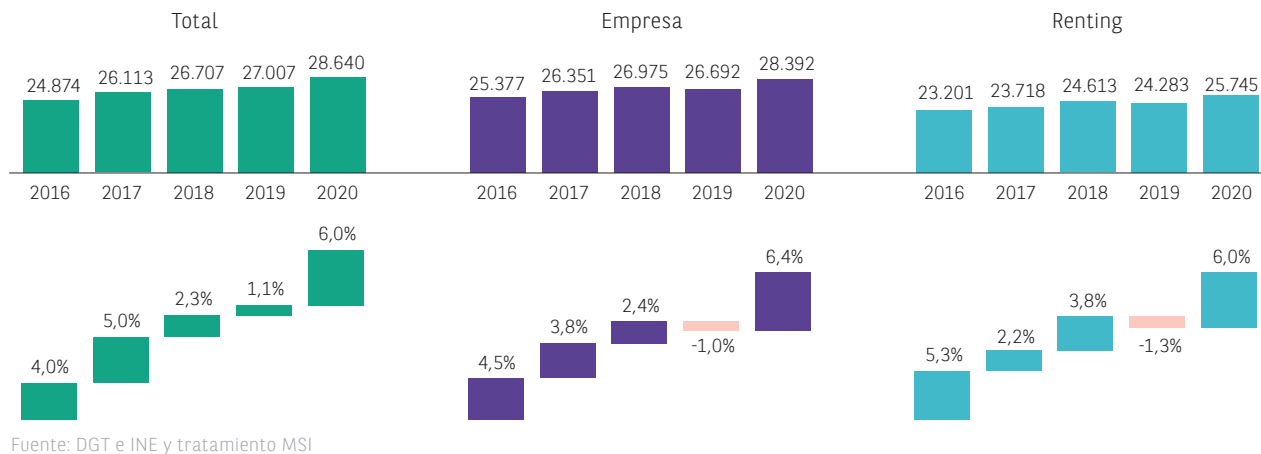
F. Distribución del parque por precio medio del vehículo

GRÁFICO II.9. Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



El precio medio de los turismos que circula por las carreteras españolas registró por segundo año consecutivo un importante incremento, que le llevó a superar los 2.000 euros por unidad, hasta alcanzar los 29.413 euros. Los turismos destinados al renting experimentaron un fuerte ascenso, al situarse en 34.250 euros de media, mientras que en los dedicados al canal de empresa registraron la mayor subida de precio porcentual, del 7,3%, para alcanzar los 33.640 euros.

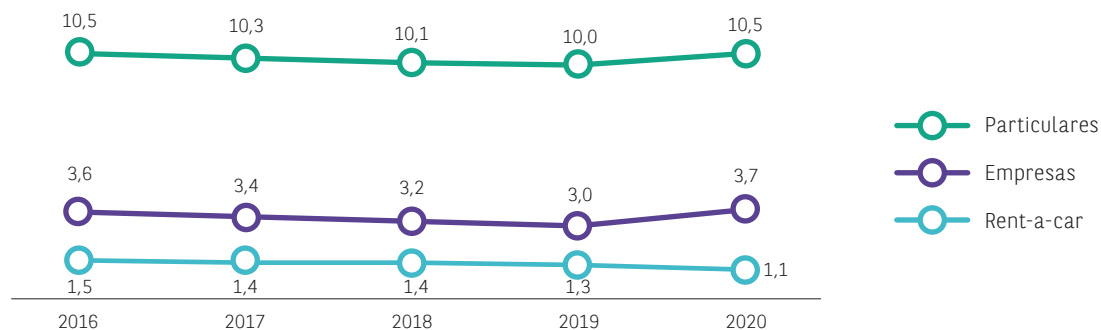
GRÁFICO II.10. Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Comerciales (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



En el segmento de los comerciales, el precio medio mantuvo la senda alcista del último lustro y se situó en 28.640 euros, un 6% más que en 2019. El aumento del coste de las unidades dedicadas al renting se situó en la media general para alcanzar un precio de 25.745 euros, por debajo de la media del canal de empresa, cifrada en 28.392 euros, un 6,4% más.

G. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución

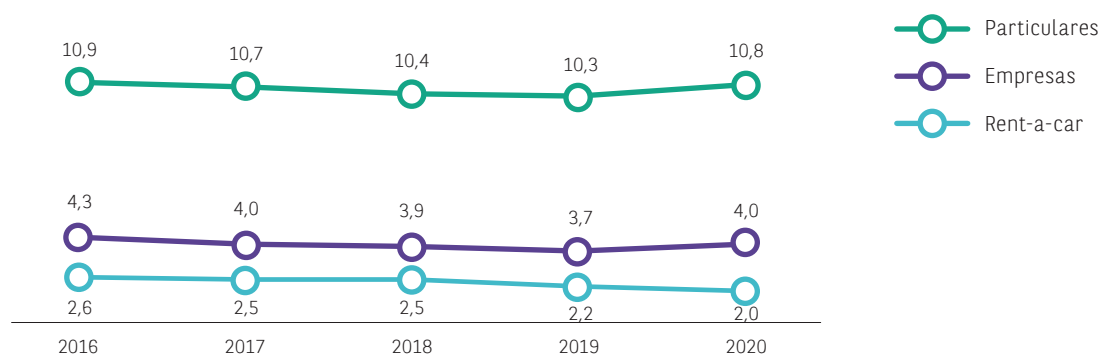
GRÁFICO II.11. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI (*). En empresas se han filtrado las automatrículas y Kms 0

La incertidumbre económica provocada por la pandemia global cercenó el pasado año la tendencia a la modernización de las flotas empresariales, por lo que el tiempo medio de cambio volvió a crecer en 2020 tras varios ejercicios en descenso. De este modo, las empresas aumentaron hasta los 3,7 años el tiempo medio de renovación de sus turismos, mientras que los particulares lo elevaron hasta los 10,5 años, lo que los sitúa en niveles de 2016. Las unidades de alquiler fueron las únicas que mantuvieron el ritmo de renovaciones, ya que los sustituyen cada año, casi la mitad que hace una década.

GRÁFICO II.12. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Comerciales

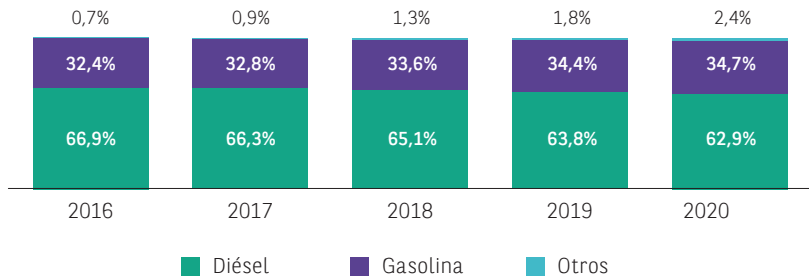


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI (*). En empresas se han filtrado las automatrículas y Kms 0

El tiempo medio de posesión de los vehículos comerciales también creció el pasado año con la excepción de las unidades dedicadas al alquiler. De este modo, la media de renovación para los comerciales de empresa creció hasta los cuatro años, mientras en el caso de los particulares queda fijada en 10,8 años. Los de alquiler, por su parte, redujeron la posesión hasta los dos años.

H. Distribución por tipo de combustible

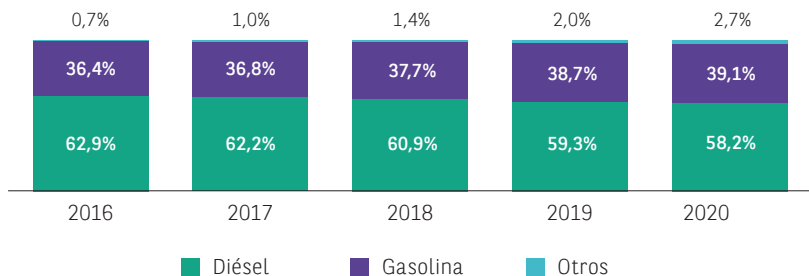
GRÁFICO II.13. Distribución del parque total por tipo de combustible - Total Mercado



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El progresivo descenso experimentado por las motorizaciones diésel en los últimos ejercicios se mantuvo en 2020, aunque todavía agrupan casi el 63% del parque total de vehículos y su pérdida de relevancia parece lejana. Los vehículos de gasolina mantienen la lenta progresión iniciada en los últimos ejercicios y ganaron tres décimas porcentuales de cuota, hasta alcanzar el 34,7% del total, mientras que el resto de las motorizaciones suma el 2,4% restante.

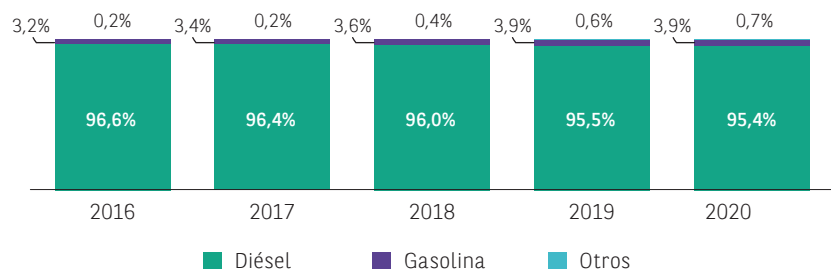
GRÁFICO II.14. Distribución del parque de turismos por tipo de combustible



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En lo referente al parque de turismos, los vehículos de gasolina restaron 1,1 puntos porcentuales al diésel para integrar el 39,1% de cuota de mercado, con lo que dejaron al combustible predominante en el 58,2%.

GRÁFICO II.15. Distribución del parque de comerciales por tipo de combustible



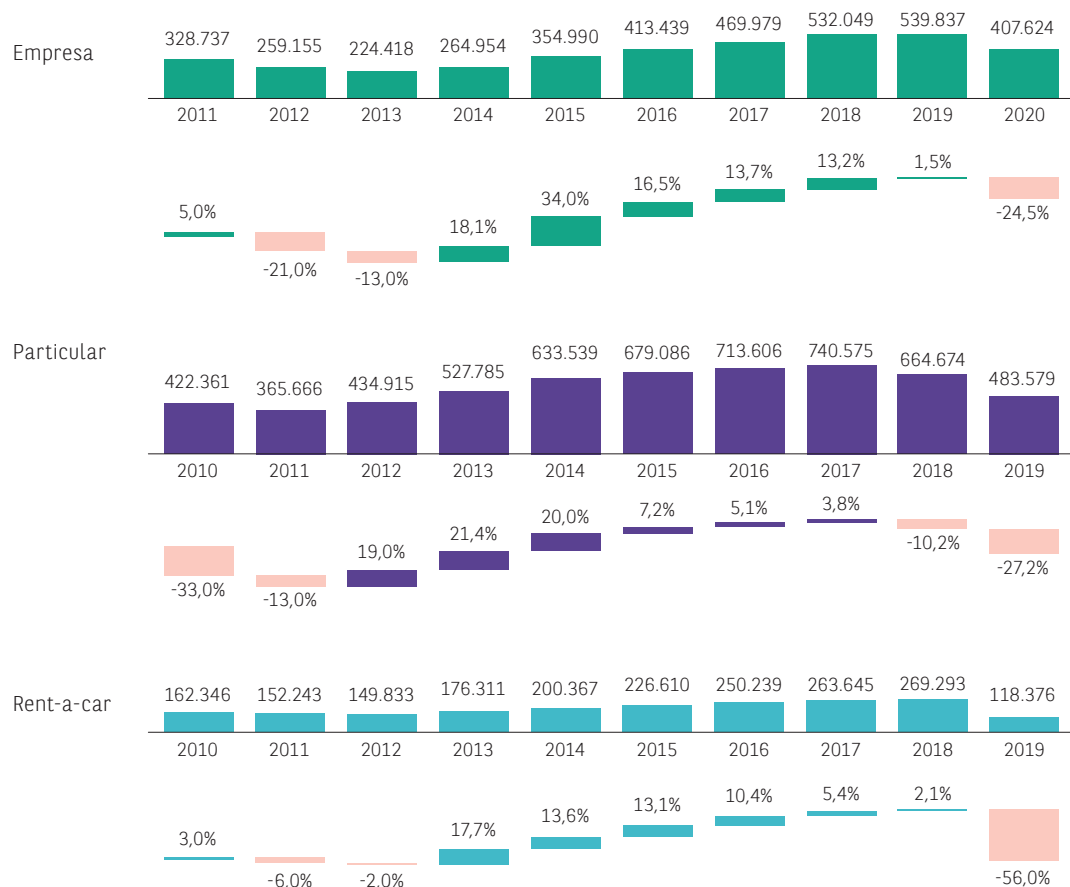
Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En el parque comercial el cambio de tipo de combustible se resiste y la pérdida de cuota del diésel apenas tiene relevancia. Esta opción alcanzó en 2020 el 95,4% del mercado, mientras que las mecánicas de gasolina se quedan en el 3,9% de cuota en este segmento.

II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO

A. Evolución matriculaciones totales, por canal de distribución y tipo de vehículo

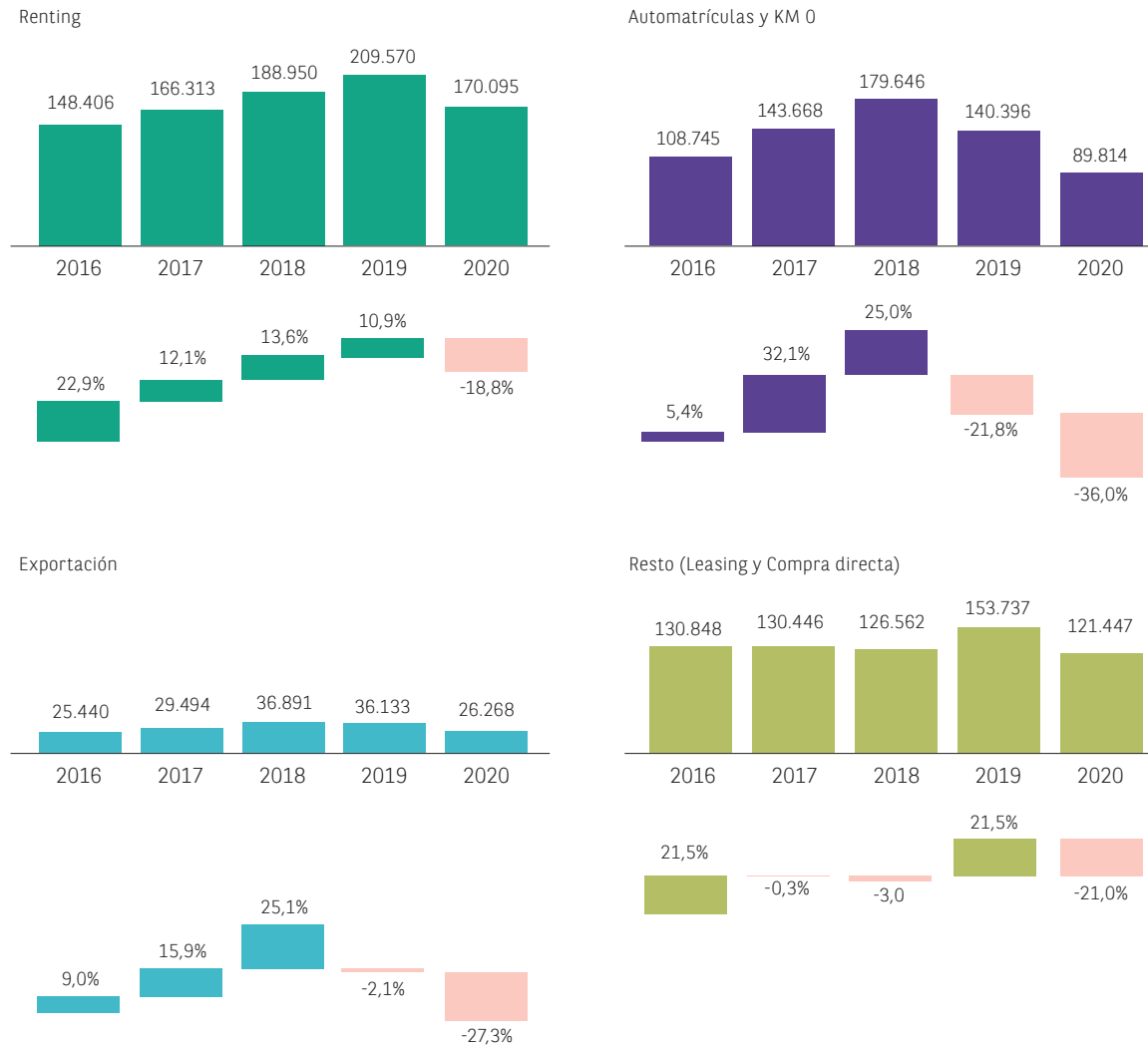
GRÁFICO II.16. Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La crisis sanitaria golpeó con fuerza el sector del automóvil, que además se enfrentaba a la normativa de medición de emisiones, la WLTP, y a la de Emisiones de Combustible medias Corporativas (Cafe, por sus siglas en inglés), que determina la media de emisiones en 95 gramos. Por todo ello, el descenso de matriculaciones más importante se lo anotó el canal de alquiler, muy golpeado por la falta de turistas y las restricciones a la movilidad, que cedió el 56% en comparación con 2019. Las placas de particulares cayeron un 27,2%, mientras que las de empresas se dejaron un 24,5%.

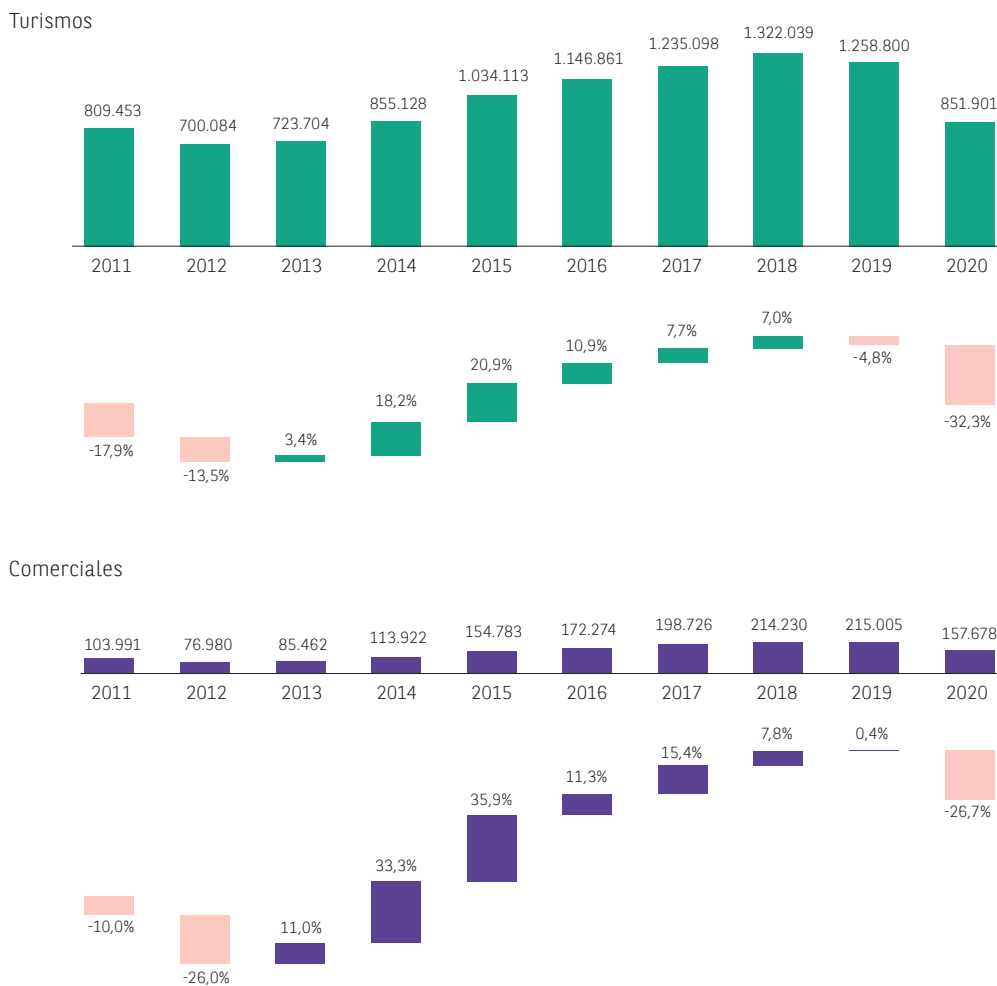
GRÁFICO II.17. Evolución matriculaciones por canal de distribución - Canal Empresa
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La caída en el número de matriculaciones se repartió en 2020 entre todos los integrantes del canal de distribución, pero el impacto fue más acusado en las automatrículas y el kilómetro cero, segmento que cedió un 36% en comparación con el año anterior, en el que ya habían acusado un fuerte descenso. El canal de exportación también aceleró la tendencia a la baja tras caer un 27,3%, mientras que leasing y compra directa se anotaron un retroceso del 21% en comparación con el ejercicio precedente. Las firmas de renting aguantaron mejor el golpe, aunque perdieron casi un 19% de placas, con lo que se cortó la racha ascendente de los últimos años.

GRÁFICO II.18. Evolución matriculaciones por segmentos de vehículos - Total Mercado
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)

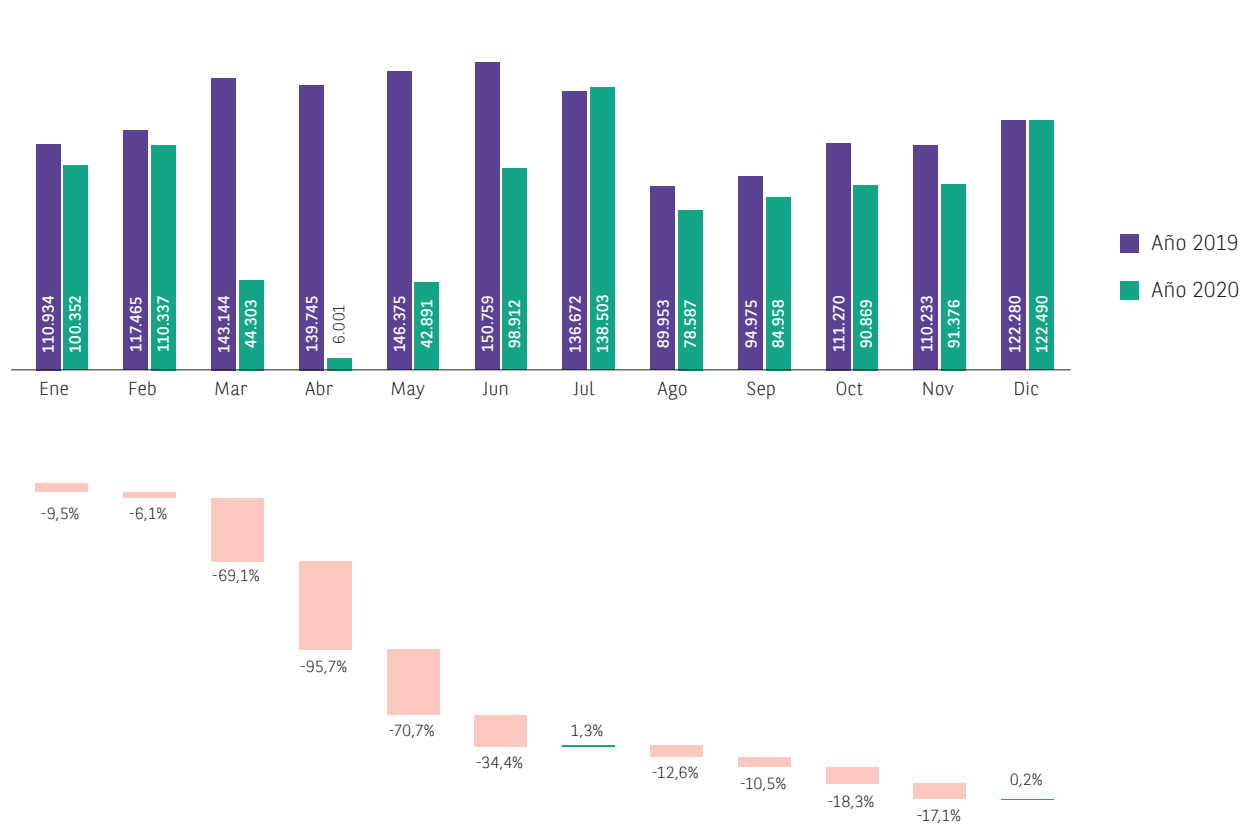


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Tanto el segmento de turismos como el de comerciales registraron una importante caída en las matriculaciones, mucha más acusada en el caso de los primeros, que superó el 32%, mientras que la flota comercial cedió casi el 27%.

B. Matriculaciones mensuales

GRÁFICO II.19. Matriculaciones mensuales 2020 y 2019 - Total Mercado
(absolutos en barras y evolución 2020 vs. 2019 en cascada)

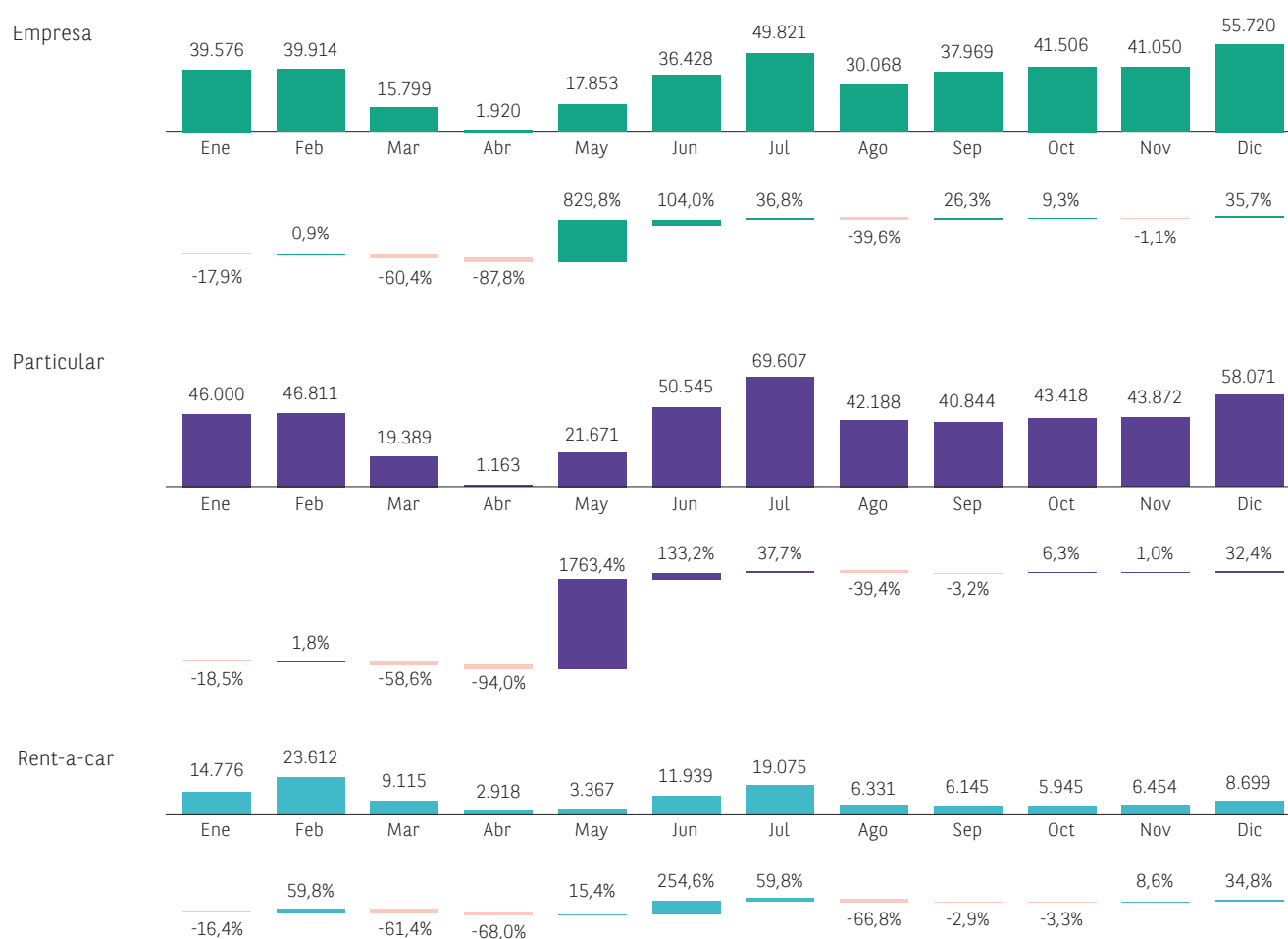


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El mercado del automóvil fue, junto con la industria hotelera y la turística, el gran damnificado por la pandemia en 2020, año en el que sumó 10 meses en negativo. El parón provocado por el coronavirus y el reto de fabricar coches bajo las nuevas exigencias medioambientales lastraron al sector, que vio como el estado de alarma paralizó desde marzo toda la cadena de valor (fábricas, concesionarios, talleres y proveedores), lo que motivó que en el mes de abril se registrara una caída en las matriculaciones cercana al 96%, la mayor de la historia. Tras un leve repunte en julio con la disminución de las restricciones a la movilidad, las sucesivas olas de la crisis sanitaria cercenaron de nuevo el optimismo en el sector, en el que el Plan Renove y en menor medida el Moves II apenas consiguieron atemperar los retrocesos antes de final de año.

C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución

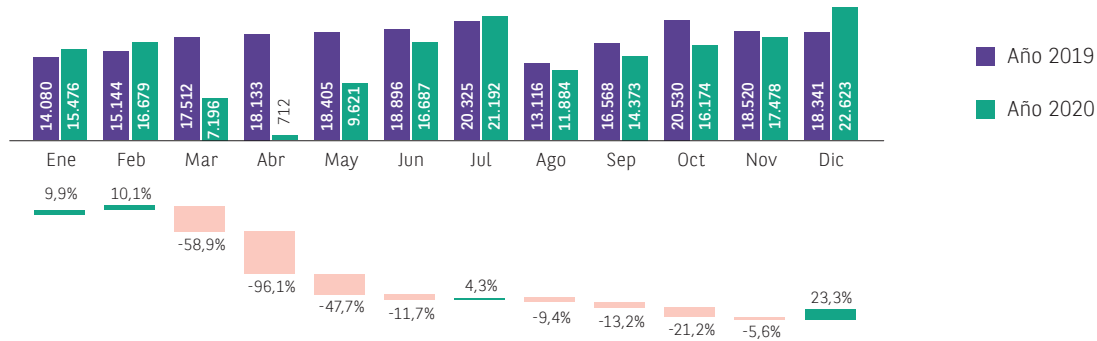
GRÁFICO II.20. Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2020 - Total Mercado
(absolutos en barras y evolución mensual en cascada)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En un ejercicio condicionado por los parones y restricciones a la movilidad provocados por los efectos del Covid-19, el confinamiento que inició el país en primavera motivó históricos descensos en las matriculaciones en todos los canales en abril, para remontar en mayo en los canales de empresa y particular, mientras que el de alquiler vivió su mayor ascenso en junio, al confirmarse la apertura de la temporada turística de verano. El último trimestre del año arrojó cifras positivas en el canal de particulares, mientras que el de empresa y alquiler registraron altibajos, aunque finalizaron también el ejercicio en positivo.

GRÁFICO II.21. Evolución matriculaciones mensuales 2020 y 2019 - Renting
(absolutos en barras y evolución 2020 vs. 2019 en cascada)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La flota de renting, tras un inicio de año al alza, acusó el cierre gubernamental y no pudo remontar las matriculaciones hasta julio, único mes en positivo desde el inicio de la crisis sanitaria junto con diciembre, en el que el sector se vio impulsado por los nuevos planes económicos y sanitarios y sumó un ascenso del 23,3%, con el que el renting mantuvo su peso en el mercado español.

D. Matriculaciones por segmento de vehículos

TABLA II.3. Matriculaciones por segmento - Total Mercado

Turismos	2020		Comerciales	2020	
	Volumen	Evol. 20-19		Volumen	Evol. 20-19
Micro	30.858	- 45,2%	Comerciales	295	-56,9%
Pequeño	154.887	- 38,2%	Derivados turismo	77.281	-34,8%
Medio	159.480	- 29,9%	Microvan	399	-22,1%
Medio alto	38.321	- 39,0%	(< 2 Tn.)	3.732	-20,7%
Alto	5.359	- 42,5%	(2 a < 2,7 Tn)	5.953	-41,6%
Lujo	2.479	- 27,9%	(2,7 a < 3,5 Tn)	33.349	-3,8%
Monovolumen compacto	105.696	- 30,3%	(3,5 Tn.)	24.494	-18,4%
Monovolumen estándar	10.728	- 46,8%	Pick-up	8.571	-18,3%
Deportivos	1.830	- 48,1%	Otros comerciales	3.604	-62,0%
Todo terreno bajo	253.429	- 30,6%	Total	157.678	-26,7%
Todo terreno medio	63.183	- 19,9%			
Todo Terreno Alto	25.523	- 12,8%			
Otros	128	21,9%			
Total	851.901	-32,3%			

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En un ejercicio marcado por las caídas de las matriculaciones en todos los modelos, los todoterrenos más pequeños volvieron a liderar las preferencias de los consumidores al sumar más de 253.000 nuevas placas, aunque en porcentaje perdieron más de un 30% en comparación con 2019. Los modelos de tamaño medio, con casi 160.000 unidades, se situaron en segundo lugar por delante de las unidades más pequeñas, que rondaron las 155.000. El monovolumen compacto mantuvo la importancia en el mercado pese a ceder más de un 30% y sumar 105.696 vehículos. Todos los demás modelos quedaron por debajo de las seis cifras.

Por su parte, el segmento de derivados de turismo volvió a situarse al frente de las preferencias entre los comerciales con 77.281 unidades nuevas pese a ceder casi un 35%. Comerciales (-56,9%) y otros comerciales (-62%) registraron las mayores caídas porcentuales.

TABLA II.4. Matriculaciones por segmento - Canal Empresa

Turismos	2020		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 20-19
Micro	7.062	22,9%	-45,8%
Pequeño	45.778	29,6%	-34,3%
Medio	65.059	40,8%	-19,1%
Medio alto	20.329	53,0%	-34,9%
Alto	3.331	62,2%	-41,0%
Lujo	1.185	47,8%	-27,4%
Monovolumen compacto	39.985	37,8%	-14,6%
Monovolumen estándar	2.985	27,8%	-31,9%
Deportivos	849	46,4%	-40,0%
Todo terreno bajo	85.546	33,8%	-22,3%
Todo terreno medio	33.467	53,0%	-16,6%
Todo terreno alto	17.963	70,4%	-11,3%
Otros	92	71,9%	22,7%
Total	323.631	38,0%	-23,8%

Comerciales	2020		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 20-19
Comerciales	289	98,0%	-56,8%
Derivados turismos	42.245	54,7%	-32,2%
Microvan	351	88,0%	-23,4%
(< 2 Tn.)	2.571	68,9%	-18,4%
(2 a < 2,7 Tn)	3.453	58,0%	-39,6%
(2,7 a < 3,5 Tn)	15.416	46,2%	-11,8%
(3,5 Tn.)	12.214	49,9%	-23,7%
Pick-up	6.714	78,3%	-15,8%
Otros comerciales	740	20,5%	-41,0%
Total	83.993	53,3%	-27,0%

*%sobre Total, hace referencia a la proporción de matriculaciones sobre las matriculaciones sobre el total de mercado

El canal de empresa siguió los pasos del conjunto del mercado, por lo que el todoterreno bajo se situó como la opción preferida de las firmas con 85.546 unidades, pese a perder un 22,3% en relación con el ejercicio precedente. La gama media volvió a situarse como la segunda opción más demandada, con 65.059 adquisiciones en 2020. Los modelos más pequeños registraron la mayor caída interanual (-45,8%).

El segmento de derivados de turismos fue el que soportó mejor las caídas entre los comerciales al sumar 42.245 matriculaciones al parque pese a registrar un descenso del 32,2% en comparación con el año anterior. Los comerciales sufrieron los mayores descensos porcentuales.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

TABLA II.5. Matriculaciones por segmento - Canal Renting

Turismos	2020		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 20-19
Micro	2.585	36,6%	14,2%
Pequeño	17.885	39,1%	- 32,0%
Medio	26.103	40,1%	- 19,2%
Medio alto	10.070	49,5%	- 34,5%
Alto	1.324	39,7%	- 39,7%
Lujo	311	26,2%	- 26,0%
Monovolumen compacto	19.607	49,0%	- 5,5%
Monovolumen estándar	1.031	34,5%	- 8,5%
Deportivos	159	18,7%	- 29,7%
Todo terreno bajo	36.758	43,0%	- 12,4%
Todo terreno medio	18.569	55,5%	- 3,1%
Todo terreno alto	8.407	46,8%	2,4%
Total	142.809	44,1%	-16,1%

Comerciales	2020		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 20-19
Comerciales	173	59,9%	- 64,1%
Derivados turismos	17.367	41,1%	- 34,4%
Microvan	83	23,6%	167,7%
(< 2 Tn.)	896	34,9%	- 15,2%
(2 a < 2,7 Tn)	1.143	33,1%	- 48,5%
(2,7 a < 3,5 Tn)	4.135	26,8%	- 2,5%
(3,5 Tn.)	1.899	15,5%	- 34,4%
Pick-up	1.369	20,4%	- 12,1%
Otros comerciales	221	29,9%	- 33,6%
Total	27.286	32,5%	-30,6%

*%sobre Total, hace referencia a la proporción de matriculaciones sobre las matriculaciones del canal empresa

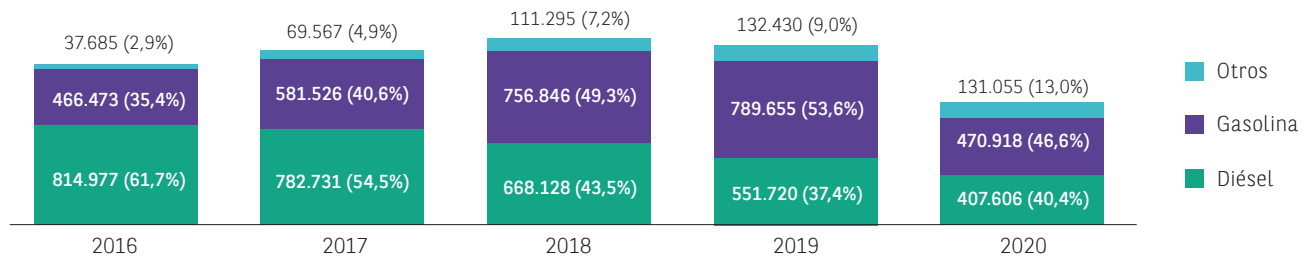
La flota de vehículos destinados al renting retrocedió 16,1% en comparación con 2020. De nuevo los todoterrenos bajos lideraron las preferencias, pese a descender su demanda un 12,4% en comparación con el ejercicio anterior y añadir 36.758 placas. Los turismos de gama media fueron la segunda opción más requerida por delante del monovolumen compacto. Los primeros, con 26.103 unidades, cedieron un 19,2% en comparación con 2019, mientras que los segundos, con 19.607 ejemplares, perdieron un 5,5%.

En lo que se refiere a los vehículos comerciales, los derivados de turismos mantuvieron el puesto de privilegio y alcanzaron las 17.367 matrículas, pese a caer más de un 34%. Los microvanes escaparon de los descensos generalizados y avanzaron un 167,7% interanual al sumar 83 unidades nuevas.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

E. Matriculaciones por tipo de combustible

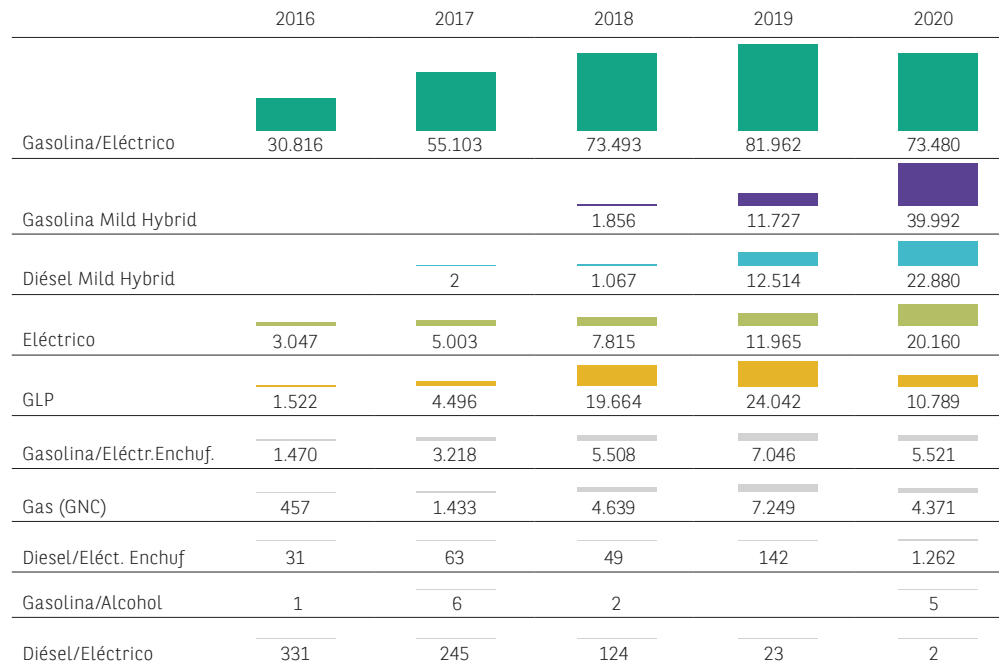
GRÁFICO II.22. Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El retroceso generalizado en el sector automovilístico y en especial en las compras de los particulares llevó a los modelos de gasolina a perder parte de la cuota de mercado alcanzada en los dos ejercicios anteriores, aunque lidera las preferencias al alcanzar el 46,6% y sumar casi 471.000 nuevas unidades. Los modelos diésel recuperaron algo de cuota (40,4%) y sumaron 407.606 matrículas, mientras que el resto de las opciones ya supone el 13%.

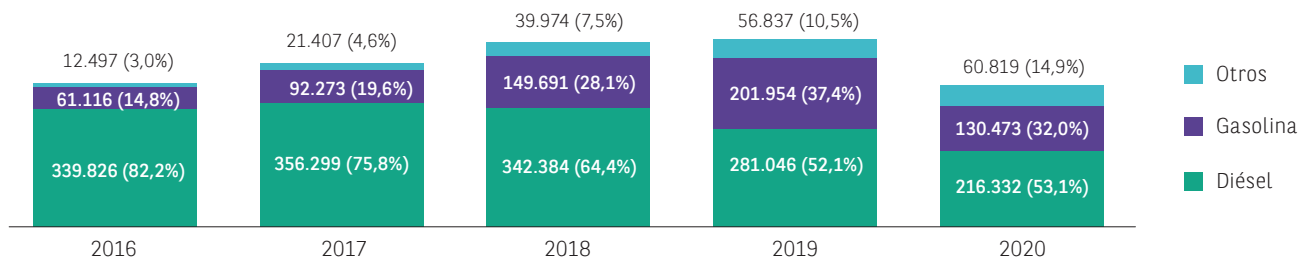
GRÁFICO II.23. Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La gama de vehículos eficientes mantuvo la combinación de la gasolina con el motor eléctrico como la opción más aceptada por el mercado y sumó 73.480 matriculaciones, mientras que los vehículos híbridos, tanto en su versión gasolina como diésel, ya copan las primeras posiciones con cerca de 63.000 nuevas matriculaciones entre ambas. Las motorizaciones que utilizan el gas licuado del petróleo (GLP), por el contrario, se vieron relegados a la cuarta posición, con menos de 11.000 nuevas placas.

GRÁFICO II.24. Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los vehículos de gasolina perdieron cinco puntos porcentuales de cuota en el canal de empresa en 2020 después de varios ejercicios de avances y retrocedieron hasta el 32% de cuota, tras sumar 130.473 vehículos. Gran parte de este porcentaje cedido por la gasolina fue recogido por las nuevas motorizaciones, que añadieron 60.819 matriculaciones y ya suponen casi el 15% del total, mientras que el diésel recuperó parte del terreno perdido el año anterior tras aumentar su cuota un punto porcentual y superar de nuevo el 53% de las matriculaciones, para contabilizar 216.332 unidades.

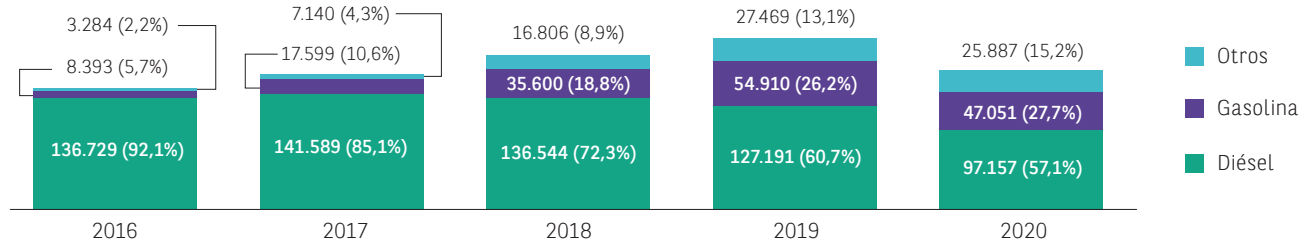
GRÁFICO II.25. Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa

	2016	2017	2018	2019	2020
Gasolina/Eléctrico	8.646	14.052	22.780	30.255	26.072
Gasolina/Eléctr.Enchuf.	952	2.080	3.325	4.954	15.117
Eléctrico	1.863	3.080	5.231	7.453	13.027
Gasolina Mild Hybrid			766	3.598	12.635
Diésel Mild Hybrid			849	6.767	12.387
GLP	493	1.468	6.849	10.843	3.288
Gas (GNC)	283	519	1.641	3.191	2.161
Diésel/Eléct.Enchuf.	29	61	45	131	1.142
Gasolina/Alcohol	1	5	2		5

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las empresas aumentan su confianza en los vehículos eficientes, pese a que la combinación de gasolina y motor eléctrico cedió terreno en comparación con 2019, se mantiene al frente de las preferencias con más de 26.000 matriculaciones. Las de gasolina y gas crecieron en más de 10.000 nuevas unidades y superaron los 15.000 vehículos, mientras que el coche eléctrico añadió más de 5.500 vehículos a los adquiridos en el año 2019. Los híbridos, en cualquiera de sus versiones, continúan su avance.

GRÁFICO II.26. Evolución matriculaciones por tipo de combustible – Renting



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El diésel se mantiene a la cabeza en el canal de renting, pero continúa con la paulatina pérdida de peso iniciada en el último lustro. Este combustible estuvo presente en el 57,1% del total de vehículos adquiridos en 2020 y perdió 3,6 puntos porcentuales con relación al año anterior. Por su parte, la gasolina mantiene la senda alcista de los años precedentes y su porcentaje alcanza ya el 27,7% del total de este segmento, mientras que el resto de modalidades rozó las 26.000 unidades. En todos los casos el número de matriculaciones decreció en comparación con el año anterior.

GRÁFICO II.27. Evolución matriculaciones otros combustibles – Renting

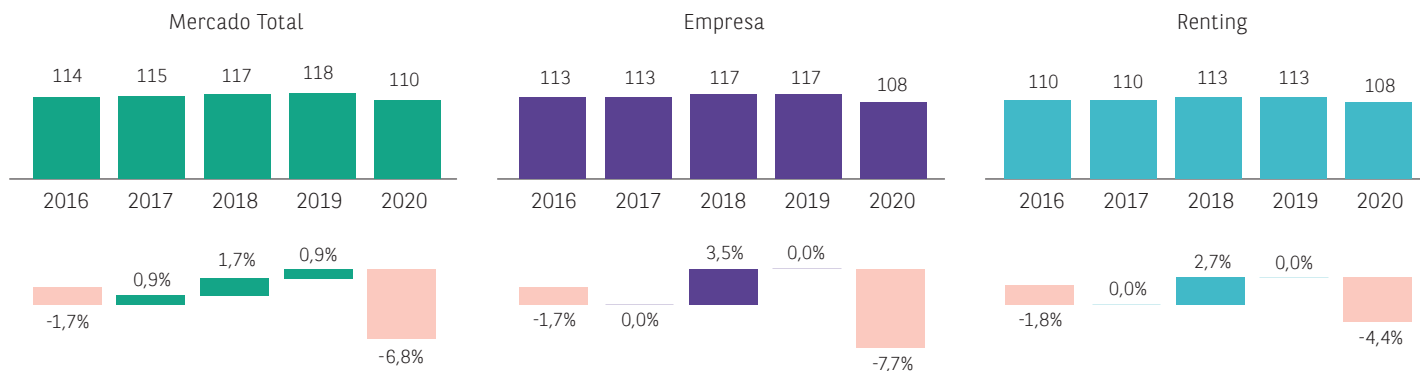
	2016	2017	2018	2019	2020
Gasolina/Eléctrico	2.024	4.808	11.366	16.003	13.682
Diésel Mild Hybrid			321	3.429	7.999
Gasolina/Eléctr.Enchuf.	371	786	1.586	2.840	6.414
Gasolina Mild Hybrid			300	1.113	3.970
Eléctrico	550	963	1.665	2.730	3.284
Gas (GNC)	115	115	807	1.497	1.114
GLP	125		1.270	4.357	1.101
Diésel/Eléct.Enchuf.	9	20	31	36	287
Hidrógeno					5

Al igual que en el canal de empresa, el renting aumentó la adquisición de vehículos que se mueven por medio de combustibles alternativos en 2020. La combinación de electricidad y gasolina vuelve a ser la más demandada y superó las 13.600 matriculaciones, números no obstante inferiores a los del año previo. Los modelos híbridos que utilizan diésel ganan presencia en las preferencias por delante de las combinaciones de gasolina y electricidad y a las de los híbridos con este combustible y superan a los eléctricos puros. Por último, los vehículos híbridos enchufables ya triplican presencia con respecto el año precedente.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

F. Matriculaciones por emisiones de CO₂

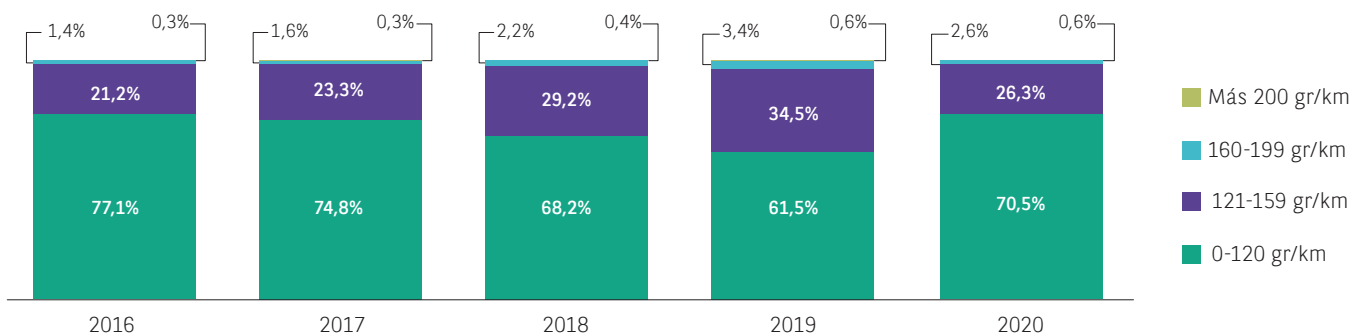
GRÁFICO II.28. Emisión media de CO₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) – Turismos
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

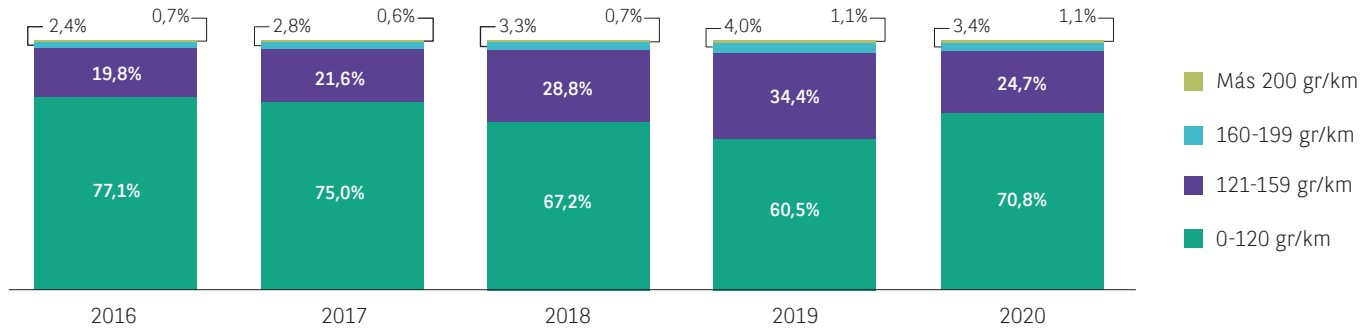
Las restricciones a la movilidad provocadas por la pandemia del coronavirus redujeron las emisiones medias de dióxido de carbono a la atmósfera por debajo de los niveles alcanzados en 2016, para situarse en 110 gramos por kilómetro, lo que supuso un descenso de casi un 7% en términos interanuales. Este descenso se produjo en todos los canales, pero con mayor incidencia tanto en el de renting como en el de empresa, que redujeron sus emisiones por debajo de la media.

GRÁFICO II.29. Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Total Mercado



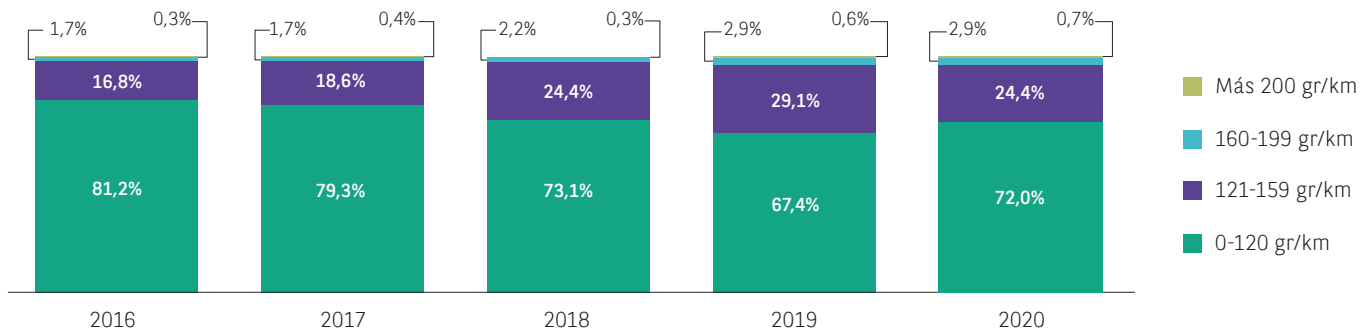
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las matriculaciones de vehículos que reducen las emisiones de dióxido de carbono se mantienen como las mayoritarias y ganaron nueve puntos porcentuales de cuota en relación con el ejercicio precedente. El 70,5% del total de las matriculaciones de turismos pertenece a vehículos con emisiones entre cero y 120 gr/km, mientras que los que emiten entre 121 y 159 gr/km a la atmósfera redujeron su cuota hasta el 26,3%.

GRÁFICO II.30. Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Canal Empresa

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

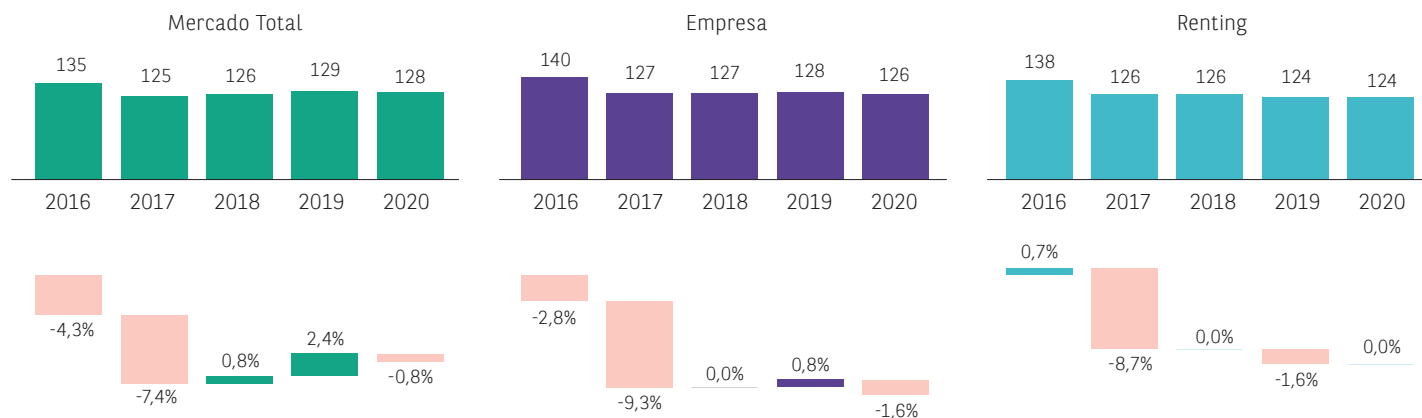
En el caso de las empresas se observó una evolución similar al total del mercado, por lo que el peso de los vehículos menos contaminantes creció notablemente y se situó en el 70,8%, mientras que descendió en similar medida el porcentaje (24,7%) de los que emiten entre 121 y 159 gr/km de dióxido de carbono. La incorporación de unidades de los tramos más contaminantes se mantuvo por debajo en el 4,5% del total.

GRÁFICO II.31. Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Renting

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el canal del renting el número de matriculaciones en el rango menos contaminante ya se sitúa en el 72%, aunque las que emiten entre 121 y 159 gramos por kilómetro redujeron la incorporación de nuevas placas y suponen el 24,4% del total. Las unidades más lesivas para el medio ambiente apenas registraron variación en comparación con 2019.

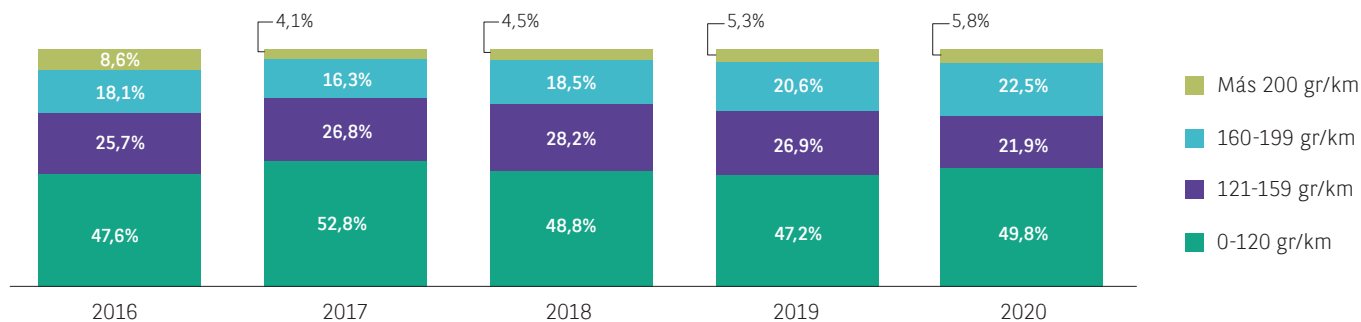
GRÁFICO II.32. Emisión media de CO₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) – Comerciales
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

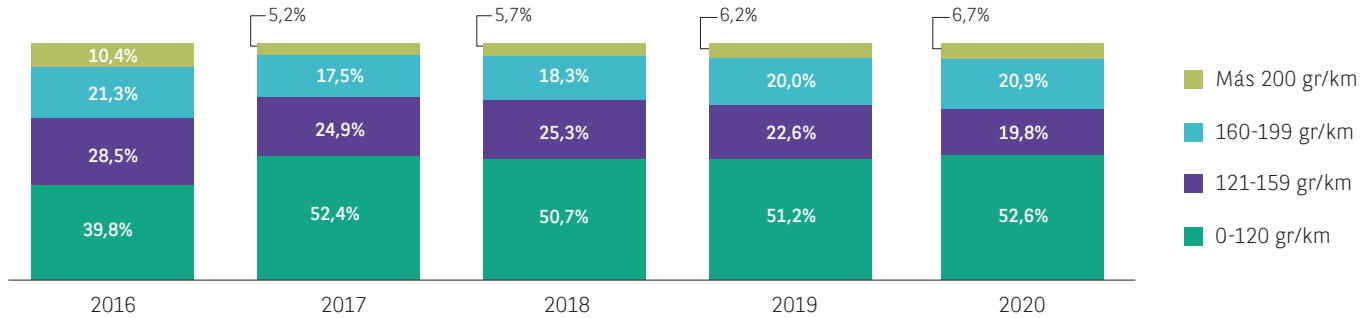
La flota comercial redujo sus emisiones un 0,8% interanual, para situarse en los 128 gramos por kilómetro. La media de empresa atajó las emisiones un 1,6% en 2020, mientras que el renting mantuvo los niveles del ejercicio anterior.

GRÁFICO II.33. Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ – Total Mercado



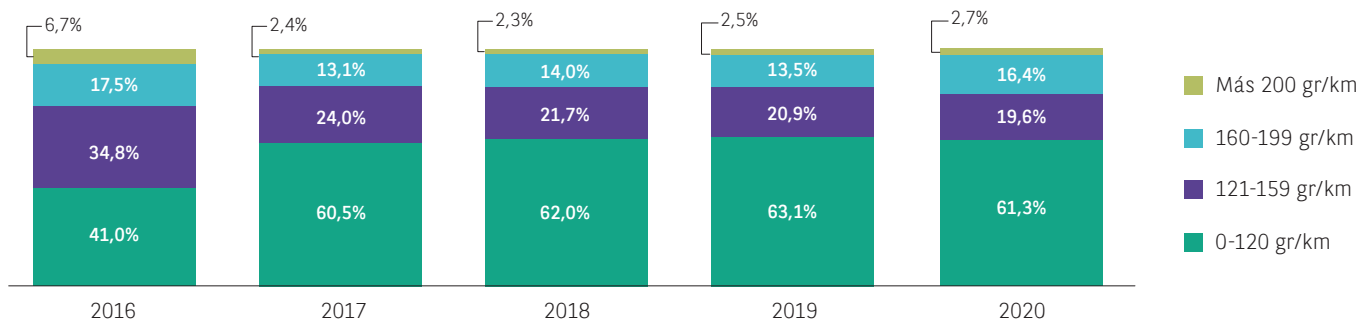
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los comerciales mantuvieron la renovación de la flota por medio de la adquisición de unidades menos contaminantes y ya suponen casi la mitad del total, mientras que casi otro 22% emite por debajo de los 159 gr/km. La compra de modelos menos respetuosos con el medio ambiente avanzó un 2,4%.

GRÁFICO II.34. Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ – Canal Empresa

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el canal empresa, las matriculaciones de comerciales del rango más ecológico suman más de la mitad de la flota (52,6%), mientras que las adquisiciones de vehículos con emisiones entre 121 y 159 gr/km retrocedieron casi tres puntos porcentuales, con lo que suponen el 19,8% del total. El resto pertenece a los modelos más contaminantes.

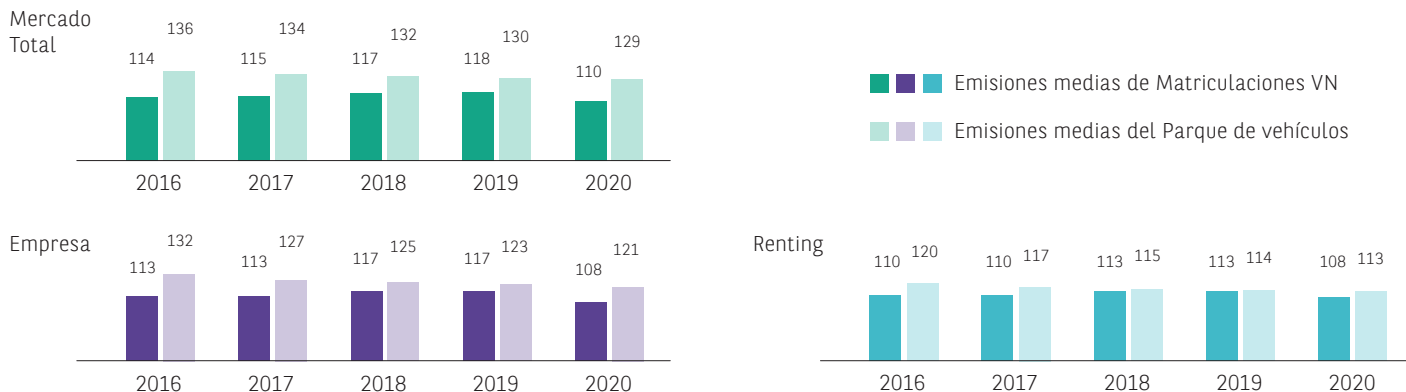
GRÁFICO II.35. Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ – Renting

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El canal del renting se mantiene como el más respetuoso con el medio ambiente, ya que más del 61% de sus adquisiciones se situaron en el rango menos contaminante, mientras que casi otro 20% se enmarcó en el siguiente tramo de los que menos emisiones producen. Aun así, el porcentaje de modelos más contaminantes avanzó en 2020.

G. Comparativa sobre emisiones medias de CO₂

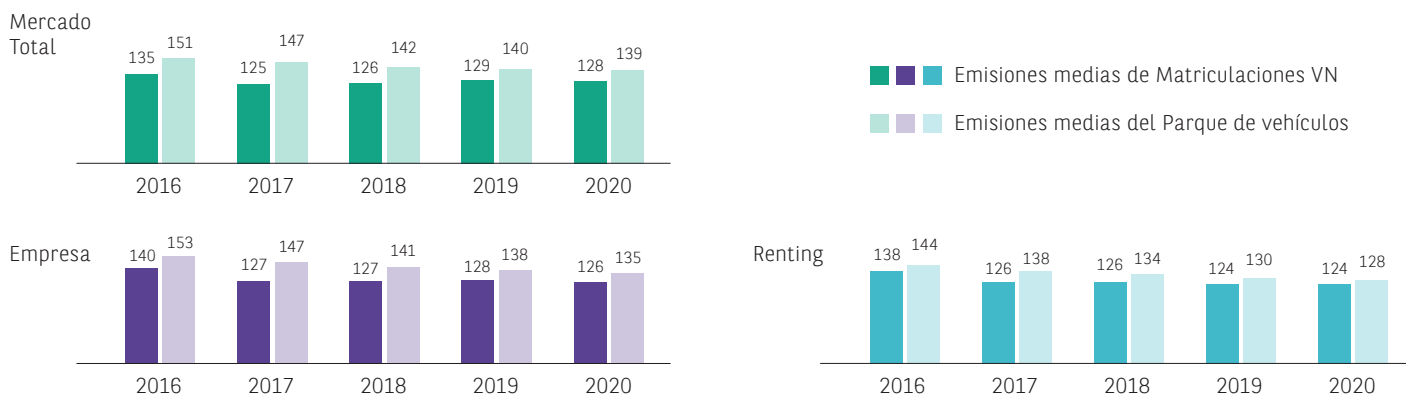
GRÁFICO II.36. Comparativa de emisiones medias de CO₂ (datos en gramos por km) – Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las emisiones a la atmósfera mantuvieron la tendencia descendente de los últimos años en el segmento de los turismos, al incorporarse unidades más respetuosas con el medio ambiente. Los nuevos vehículos emitieron una media de 110 gr/km en comparación con el total del parque, que expulsó 121 gr/km, ambos por debajo de los parámetros de los años precedentes. Los vehículos empresariales y las unidades financiadas mediante renting se situaron por debajo de la media del mercado, tanto en las nuevas adquisiciones como en los modelos de ejercicios anteriores.

GRÁFICO II.37. Comparativa de emisiones medias de CO₂ (datos en gramos por km) – Comerciales

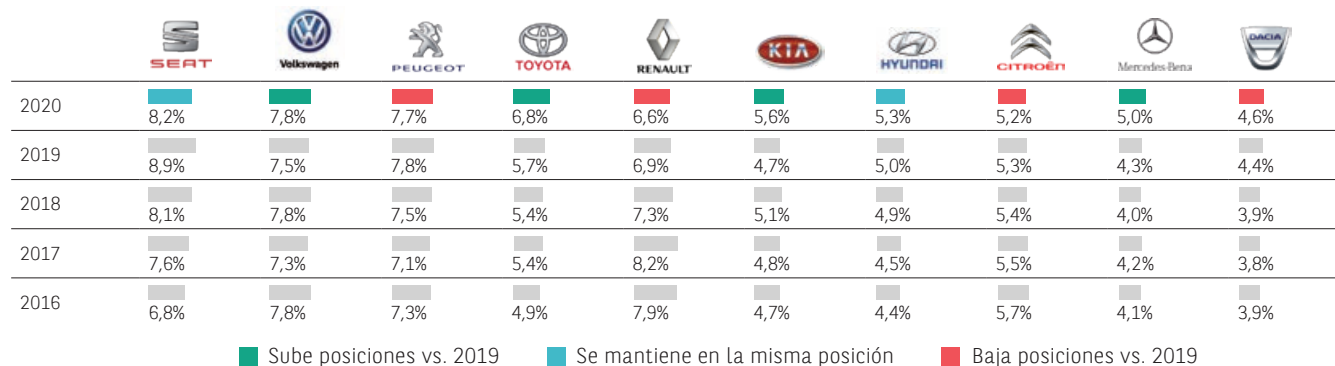


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las nuevas incorporaciones en el segmento de comerciales redujeron de forma leve su impacto ambiental en 2020. Las incorporaciones a través de renting también se sitúan como las que menos emisiones emiten, al expulsar 124 gr/km, dos gr/km menos que el resto del parque empresarial de nueva adquisición.

H. Matriculaciones por marca del fabricante

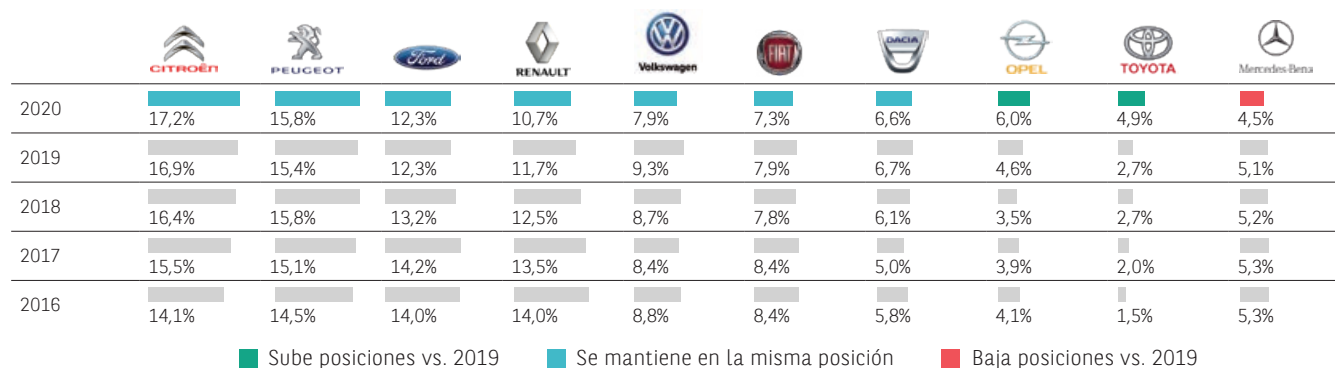
GRÁFICO II.38. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Seat se mantuvo en 2020 en la primera posición por ventas de turismos en España con una cuota de mercado del 8,2%, mientras que Volkswagen (7,8%) arrebató el segundo puesto a Peugeot (7,7%). Toyota (6,8%) intercambió su puesto con Renault (6,6%), mientras que Kia escaló hasta el sexto puesto (5,6%) e Hyundai (5,3%) superó a Citroën (5,2%). Mercedes logró sumar el 5% del total.

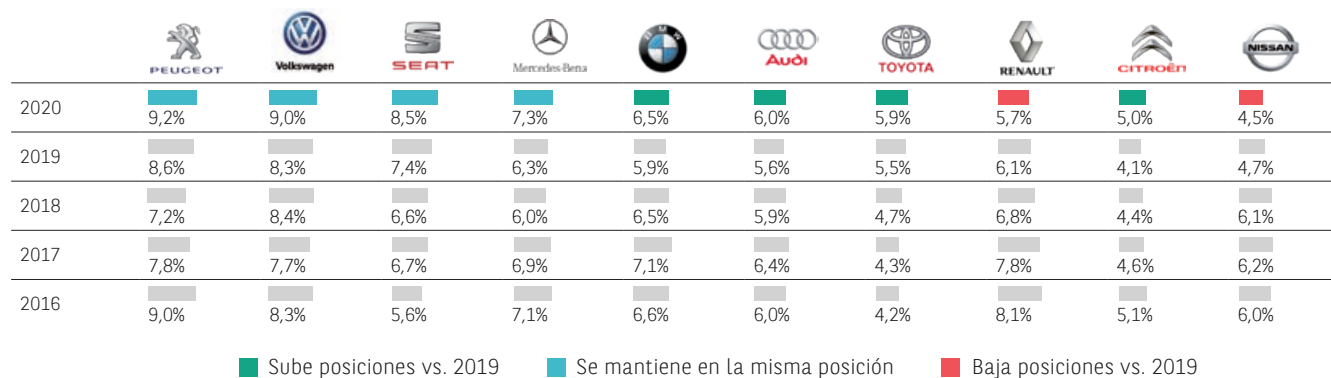
GRÁFICO II.39. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El mercado de matriculaciones de comerciales no registró cambios en los integrantes de sus seis primeras posiciones. De esta forma, Citroën se mantiene al frente de las preferencias y mejora su cuota de mercado tres décimas porcentuales, hasta el 17,2%, seguido de Peugeot (15,8%), que gana cuatro décimas y Ford (12,3%), que se mantiene. Renault repite en el cuarto lugar, aunque mantiene la progresiva pérdida de cuota iniciada en 2016 y se sitúa por debajo del 11%, secundado por Volkswagen (7,9%) y Fiat (7,3%), que también perdieron ventas.

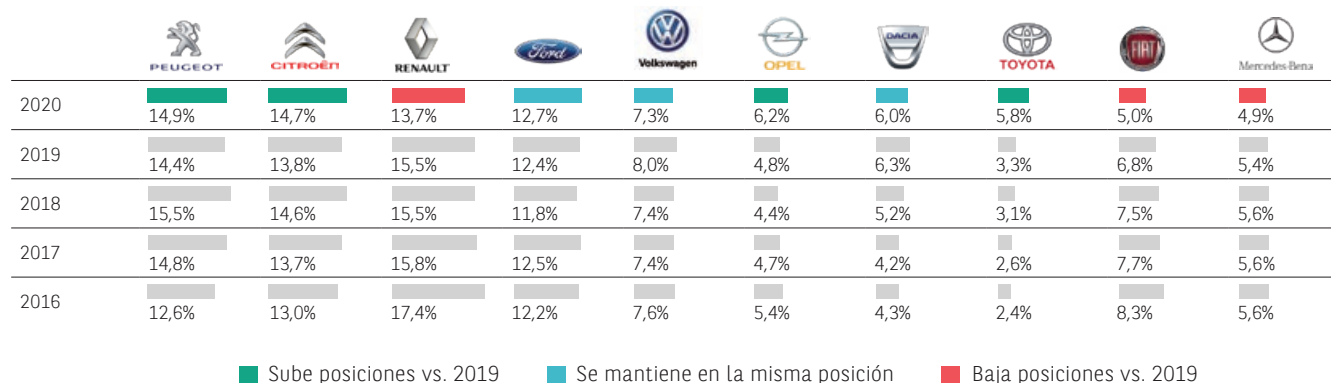
GRÁFICO II.40. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En lo que respecta a los turismos del canal empresa, Peugeot se consolidó en la primera posición con el 9,2% de cuota de mercado seguido de cerca por Volkswagen (9%), ambos con similares aumentos. Seat (8,5%) prosiguió el ascenso apuntado en los años previos por delante de Mercedes (7,3%), mientras que BMW, Audi y Toyota escalaron posiciones en detrimento de Renault, que no logró frenar su pérdida de relevancia.

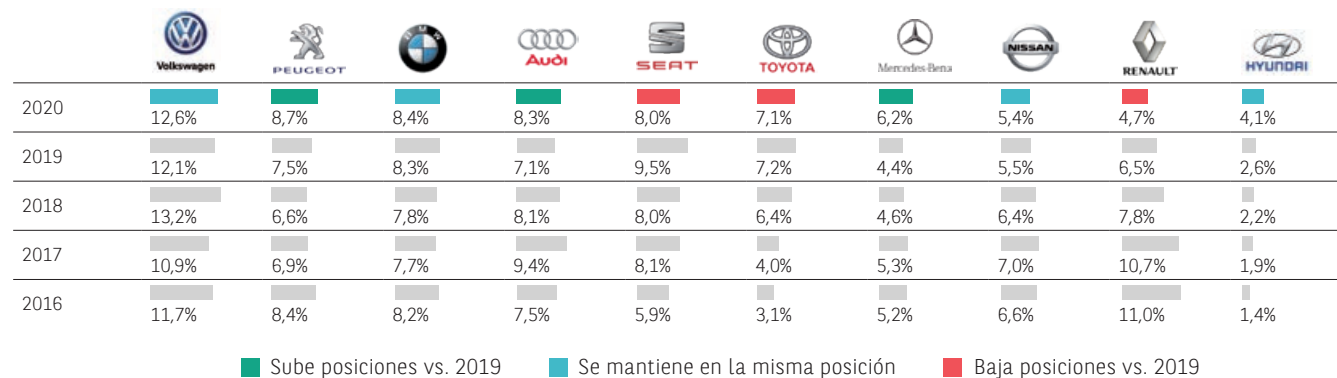
GRÁFICO II.41. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El podio por nuevas matriculaciones en comerciales corporativos varió por completo en 2020 en relación con el año anterior. Peugeot se situó al frente tras ampliar cuota (14,9%) seguido de cerca por Citroën (14,7%), mientras que Renault, el anterior líder, se vio relegado a la tercera plaza (13,7%). Ford (12,7%) mantuvo el cuarto puesto y arañó tres décimas porcentuales seguido de Volkswagen (7,3%) y Opel (6,2%).

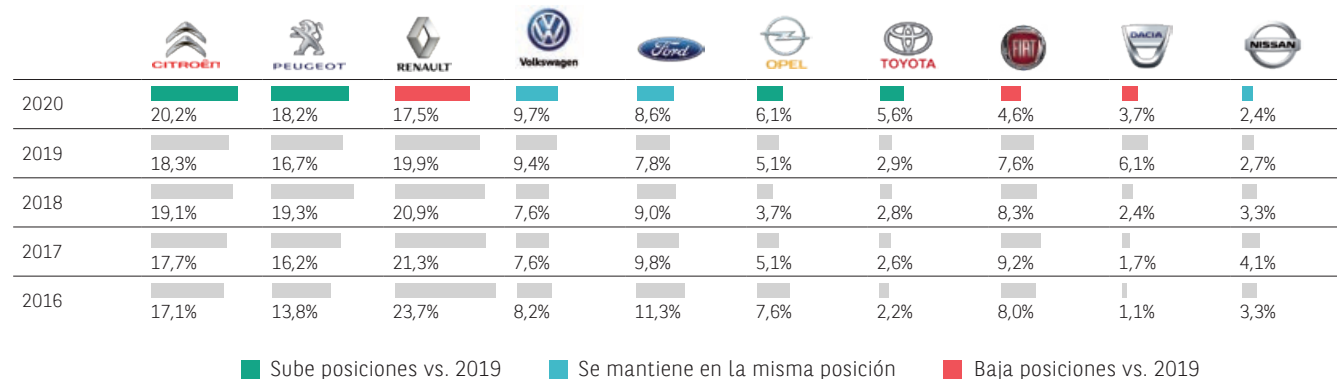
GRÁFICO II.42. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Renting



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el sector del renting, Volkswagen mantuvo la fortaleza de anteriores campañas y sigue un ejercicio más al frente de las preferencias de las compañías con un 12,6% de cuota. Peugeot (8,7%) y Audi (8,3%) ganaron un 1,2%, con BMW (8,4%) intercalado entre ambos. Seat (8%) cedió 1,5 puntos porcentuales y quedó relegado a la quinta posición por delante de Toyota (7,1%), mientras que Mercedes (6,2%) se anotó la mayor subida porcentual.

GRÁFICO II.43. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Renting



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En lo referente a los comerciales, el sector del renting optó el pasado año por Citroën (20,2%) como primera opción seguido por Peugeot (18,2%), mientras que Renault (17,5%) cayó hasta la tercera plaza. Volkswagen (9,7%) y Ford (8,6%) mantuvieron los lugares de 2019 pese a ganar cuota, mientras que Opel recuperó parte del terreno perdido (6,1%) y Toyota se anotó un notable incremento para sumar el 5,6% de cuota, al contrario que Fiat y Dacia, que registraron fuertes caídas.

TABLA II.6. Matriculaciones por modelo de vehículo – Turismos

Top 10 Modelos Turismos 2020 - TOTAL MERCADO			Top 10 Modelos Turismos 2020 - CANAL EMPRESA			Top 10 Modelos Turismos 2020 - RENTING		
	2020			2020			2020	
	Volumen	Cuota de mercado		Volumen	Cuota de mercado		Volumen	Cuota de mercado
Dacia Sandero	24.036	2,8%	SEAT Leon	10.678	3,3%	Nissan Qashqai	5.957	4,2%
SEAT Leon	23.687	2,8%	Nissan Qashqai	9.365	2,9%	SEAT Leon	4.200	2,9%
Nissan Qashqai	19.819	2,3%	Peugeot 308	7.785	2,4%	Peugeot 3008	4.145	2,9%
Renault Clio	17.818	2,1%	Peugeot 3008	7.652	2,4%	Toyota Corolla	3.540	2,5%
Toyota Corolla	15.487	1,8%	SEAT Ateca	6.055	1,9%	Volkswagen Golf	3.461	2,4%
SEAT Arona	15.366	1,8%	Toyota Corolla	5.947	1,8%	SEAT Ateca	3.222	2,3%
Peugeot 2008	15.236	1,8%	Peugeot 2008	5.566	1,7%	Volkswagen Tiguan	3.039	2,1%
Peugeot 3008	14.659	1,7%	Renault Clio	5.479	1,7%	Audi A1	2.976	2,1%
SEAT Ateca	14.285	1,7%	Volkswagen Golf	5.293	1,6%	Volkswagen T-Roc	2.794	2,0%
Renault Captur	14.197	1,7%	SEAT Arona	5.233	1,6%	BMW X2	2.734	1,9%
Total	851.901		Total	323.631		Total	142.809	

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El Dacia Sendero consiguió, con 24.036 unidades, desbancar en 2020 al Seat León como el turismo más vendido, aunque ambos cuentan con la misma cuota de mercado (2,8%). El Nissan Qashqai se mantuvo en el tercer lugar tras rozar las 20.000 matriculaciones y registrar una cuota del 2,3%. El Renault Clio, con 17.818 nuevas matriculaciones se situó a mayor distancia, secundado por el Toyota Corolla, que superó al Seat Arona, pese a que ambos comparten un 1,8% de cuota.

En el canal de empresa, el Seat León se impuso al Nissan Qashqai por 1.313 unidades, ambos seguidos a una considerable distancia por dos modelos de Peugeot, el 308 y el 3008. El modelo de Nissan, por su parte, precedió al de Seat como el más demandado por el sector del renting, seguido muy de cerca por el Peugeot 3008.

TABLA II.7. Matriculaciones por modelo de vehículo – Comerciales

Top 10 Modelos Comerciales 2020 -
TOTAL MERCADO

	2020	
	Volumen	Cuota de mercado
Citroën Berlingo	18.795	11,9%
Peugeot Rifter	14.626	9,3%
Dacia Dokker	10.376	6,6%
Renault Kangoo	8.943	5,7%
Fiat Ducato	6.605	4,2%
Opel Combo	5.519	3,5%
Volkswagen Caddy	5.188	3,3%
Ford Transit Custom	4.712	3,0%
Renault Trafic	4.458	2,8%
Citroën Jumpy	4.363	2,8%
Total	157.678	

Top 10 Modelos Comerciales 2020 -
CANAL EMPRESA

	2020	
	Volumen	Cuota de mercado
Citroën Berlingo	9.002	10,7%
Renault Kangoo	7.332	8,7%
Peugeot Rifter	5.670	6,8%
Dacia Dokker	5.053	6,0%
Opel Combo	3.131	3,7%
Peugeot Partner	3.110	3,7%
Toyota Hi Lux	2.943	3,5%
Volkswagen Caddy	2.910	3,5%
Ford Transit Courier	2.571	3,1%
Ford Ranger	2.274	2,7%
Total	83.993	

Top 10 Modelos Comerciales 2020 -
RENTING

	2020	
	Volumen	Cuota de mercado
Citroën Berlingo	4.227	15,5%
Renault Kangoo	4.006	14,7%
Peugeot Rifter	2.048	7,5%
Peugeot Partner	1.862	6,8%
Volkswagen Caddy	1.403	5,1%
Opel Combo	1.048	3,8%
Dacia Dokker	1.018	3,7%
Ford Transit Courier	896	3,3%
Toyota Hi Lux	882	3,2%
Volkswagen Transporter	632	2,3%
Total	27.286	

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El Berlingo lideró las preferencias entre los comerciales en todos los segmentos del negocio en 2020. El modelo de Citroën repitió por cuarto año consecutivo como el más solicitado del mercado al sumar 18.795 unidades, por delante del Peugeot Rifter, que se consolida en la segunda posición con 14.626 placas. El Dacia Dokker (10.376) desbancó al Renault Kangoo (8.943) del último lugar del podio. El Fiat Ducato se asoma al quinto lugar con 6.605 nuevas placas.

El Citroën Berlingo superó en 2020 al Renault Kangoo al frente de las preferencias empresariales con poco más de 9.000 unidades vendidas, mientras que el segundo sumó 7.732 y se situó por delante del Peugeot Rifter (5.670), que logró sobrepasar al Dacia Dokker (5.053).

Estos tres modelos también encabezaron las preferencias en el caso de los comerciales del sector renting. El Citroën Berlingo añadió 4.227 matriculaciones a su cuota, que se situó en el 15,5%, más del doble que la del tercer vehículo más solicitado, el Peugeot Rifter, que sumó 2.048 unidades. Entre ambos se instaló el Renault Kangoo, con poco más de 4.000 nuevas matriculaciones y un 14,7% de cuota.



I. Mapa mundial de Matriculaciones de Turismos Nuevos por cada 1.000 (1k) habitantes

ALEMANIA

Ratio MTN/1k hab.: 35,07
Población actual: 83.191 k
Total MTN: 2.917.678
Previsión 2021 MTN: 3.155.581

NORUEGA

Ratio MTN/1k hab.: 26,23
Población actual: 5.391 K
Total MTN: 141.405
Previsión 2021 MTN: 146.764

AUSTRIA

Ratio MTN/1k hab.: 27,97
Población actual: 8.894 K
Total MTN: 248.740
Previsión 2021 MTN: 281.627

POLONIA

Ratio MTN/1k hab.: 11,32
Población actual: 37.847 K
Total MTN: 428.362
Previsión 2021 MTN: 485.509

BÉLGICA

Ratio MTN/1k hab.: 37,54
Población actual: 11.493 K
Total MTN: 431.491
Previsión 2021 MTN: 479.819

PORTUGAL

Ratio MTN/1k hab.: 14,12
Población actual: 10.296 K
Total MTN: 145.417
Previsión 2021 MTN: 180.371

DINAMARCA

Ratio MTN/1k hab.: 34,24
Población actual: 5.837 K
Total MTN: 199.884
Previsión 2021 MTN: 202.676

SUECIA

Ratio MTN/1k hab.: 28,14
Población actual: 10.379 K
Total MTN: 292.023
Previsión 2021 MTN: 301.378

FINLANDIA

Ratio MTN/1k hab.: 17,43
Población actual: 5.535 K
Total MTN: 96.487
Previsión 2021 MTN: 102.945

SUIZA

Ratio MTN/1k hab.: 28,28
Población actual: 8.575 K
Total MTN: 242.480
Previsión 2021 MTN: 269.992

COREA DEL SUR

Ratio MTN/1k hab.: 31,41
Población actual: 51.789 K
Total MTN: 1.626.692
Previsión 2021 MTN: 1.544.198

FRANCIA

Ratio MTN/1k hab.: 24,56
Población actual: 67.064 K
Total MTN: 1.646.995
Previsión 2021 MTN: 1.795.252

REINO UNIDO

Ratio MTN/1k hab.: 24,42
Población actual: 66.797 K
Total MTN: 1.631.064
Previsión 2021 MTN: 2.042.017

EE.UU.

Ratio MTN/1k hab.: 44,20
Población actual: 330.105 K
Total MTN: 14.591.265
Previsión 2021 MTN: 16.136.967

ITALIA

Ratio MTN/1k hab.: 23,08
Población actual: 60.245 K
Total MTN: 1.390.251
Previsión 2021 MTN: 1.541.505

BRASIL

Ratio MTN/1k hab.: 7,59
Población actual: 212.750 K
Total MTN: 1.615.056
Previsión 2021 MTN: 2.421.485

MUNDIAL

Ratio MTN/1k hab.: 8,68
Población actual: 7.745.717 K
Total MTN: 67.234.612
Previsión 2021 MTN: 73.888.412

PAÍSES BAJOS

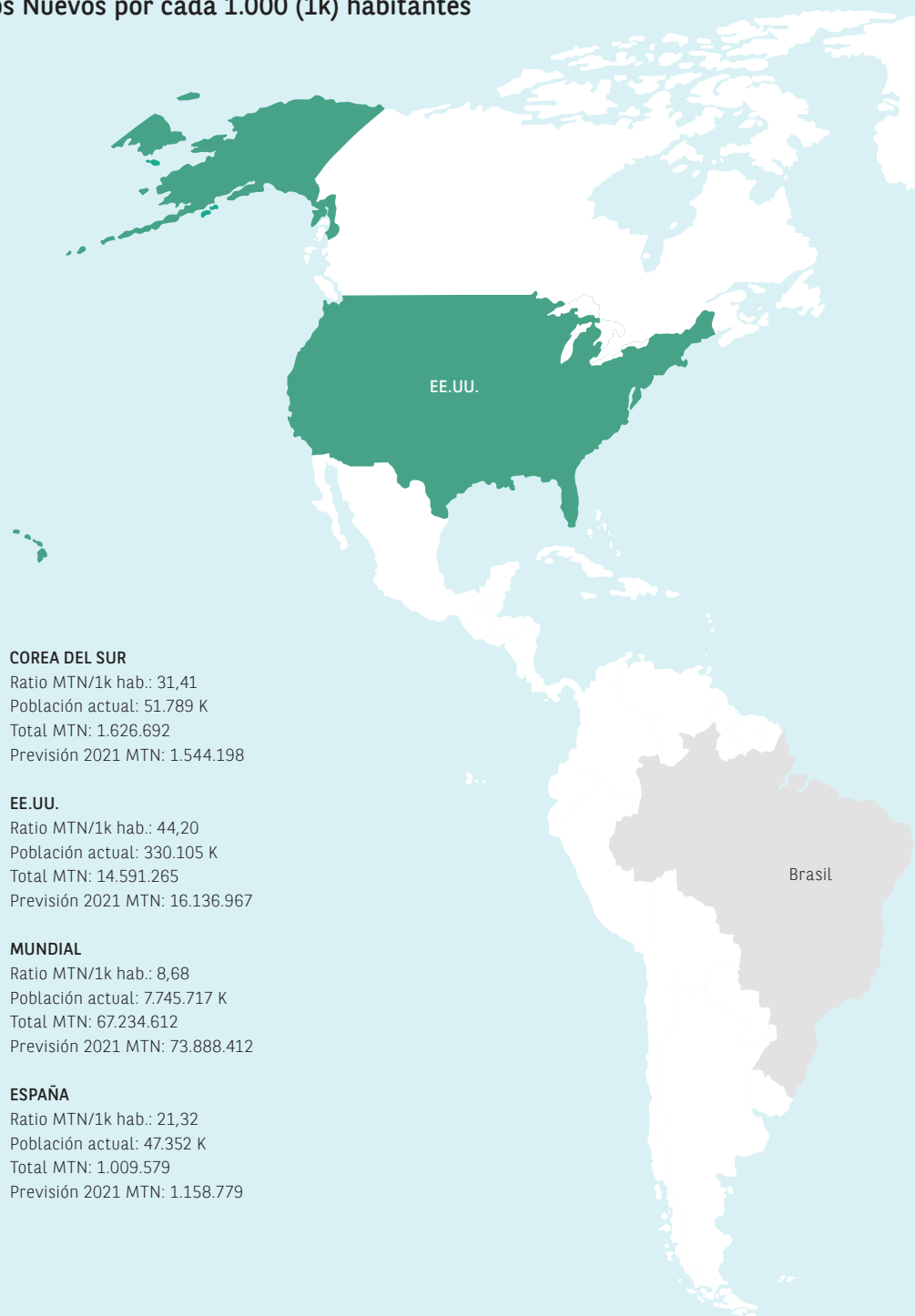
Ratio MTN/1k hab.: 20,43
Población actual: 17.408 K
Total MTN: 355.595
Previsión 2021 MTN: 401.967

CHINA

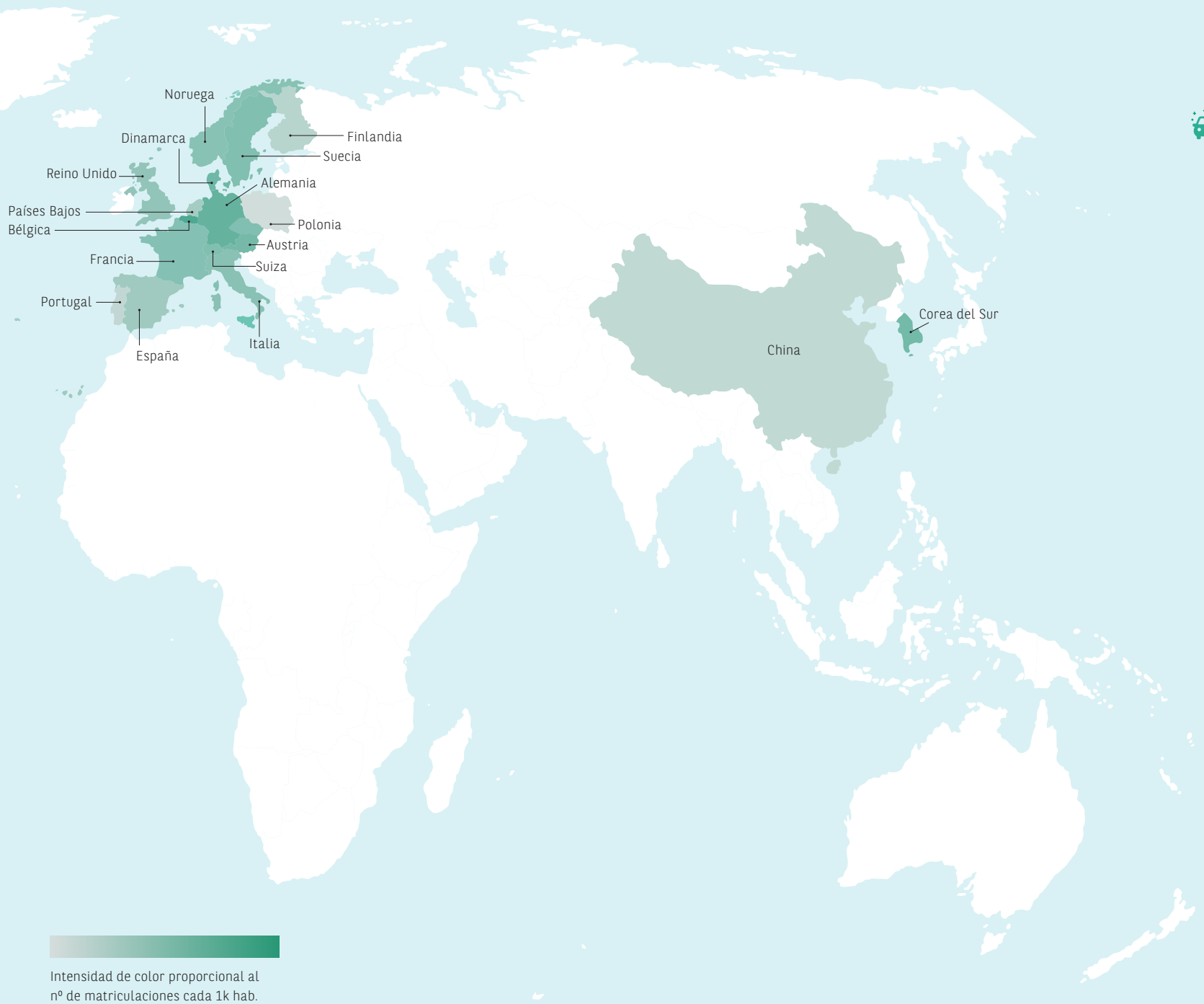
Ratio MTN/1k hab.: 14,17
Población actual: 1.397.715 K
Total MTN: 19.809.962
Previsión 2021 MTN: 21.316.420

ESPAÑA

Ratio MTN/1k hab.: 21,32
Población actual: 47.352 K
Total MTN: 1.009.579
Previsión 2021 MTN: 1.158.779



(*) 1k=1.000 (**) MTN = Matriculaciones de Turismos Nuevos



J. Mapa español de Matriculaciones Totales de VN por cada 1.000 (1k) habitantes

Matriculaciones de VN Turismos cada 1k hab.

Provincia	Total	Turismos	Comerciales
A Coruña	14.869	12.954	1.915
Álava	6.404	5.090	1.314
Albacete	6.352	5.766	586
Alicante	36.828	32.466	4.362
Almería	10.295	8.229	2.066
Asturias	14.931	12.245	2.686
Ávila	1.853	1.581	272
Badajoz	7.692	6.642	1.050
Barcelona	110.926	94.658	16.268
Burgos	4.872	4.017	855
Cáceres	4.323	3.569	754
Cádiz	16.709	14.752	1.957
Cantabria	9.325	7.872	1.453
Castellón	12.043	9.644	2.399
Ceuta	938	860	78
Ciudad Real	5.659	4.833	826
Córdoba	9.043	7.631	1.412
Cuenca	2.207	1.830	377
Girona	14.528	11.712	2.816
Granada	10.735	9.148	1.587
Guadalajara	3.516	3.051	465
Guipúzcoa	12.305	9.488	2.817
Huelva	5.672	4.918	754
Huesca	4.041	3.121	920
Islas Baleares	19.803	16.312	3.491
Jaén	5.984	5.101	883

Matriculaciones de VN Turismos cada 1k hab.

Provincia	Total	Turismos	Comerciales
La Rioja	4.473	3.652	821
Las Palmas	21.631	16.810	4.821
León	5.699	4.808	891
Lleida	7.475	5.683	1.792
Lugo	4.952	4.074	878
Madrid	373.256	315.712	57.544
Málaga	22.825	19.782	3.043
Melilla	1.046	996	50
Murcia	20.505	17.007	3.498
Navarra	10.631	8.385	2.246
Ourense	3.929	3.456	473
Palencia	1.902	1.621	281
Pontevedra	11.629	9.963	1.666
Salamanca	3.807	3.338	469
Santa Cruz de Tenerife	16.903	13.313	3.590
Segovia	2.064	1.776	288
Sevilla	23.734	20.812	2.922
Soria	1.231	976	255
Tarragona	14.013	11.630	2.383
Teruel	1.868	1.420	448
Toledo	14.611	12.394	2.217
Valencia	44.561	38.262	6.299
Valladolid	7.441	6.621	820
Vizcaya	19.001	15.686	3.315
Zamora	1.977	1.640	337
Zaragoza	16.562	14.594	1.968
Total Matriculaciones	1.009.579	851.901	157.678

Total España

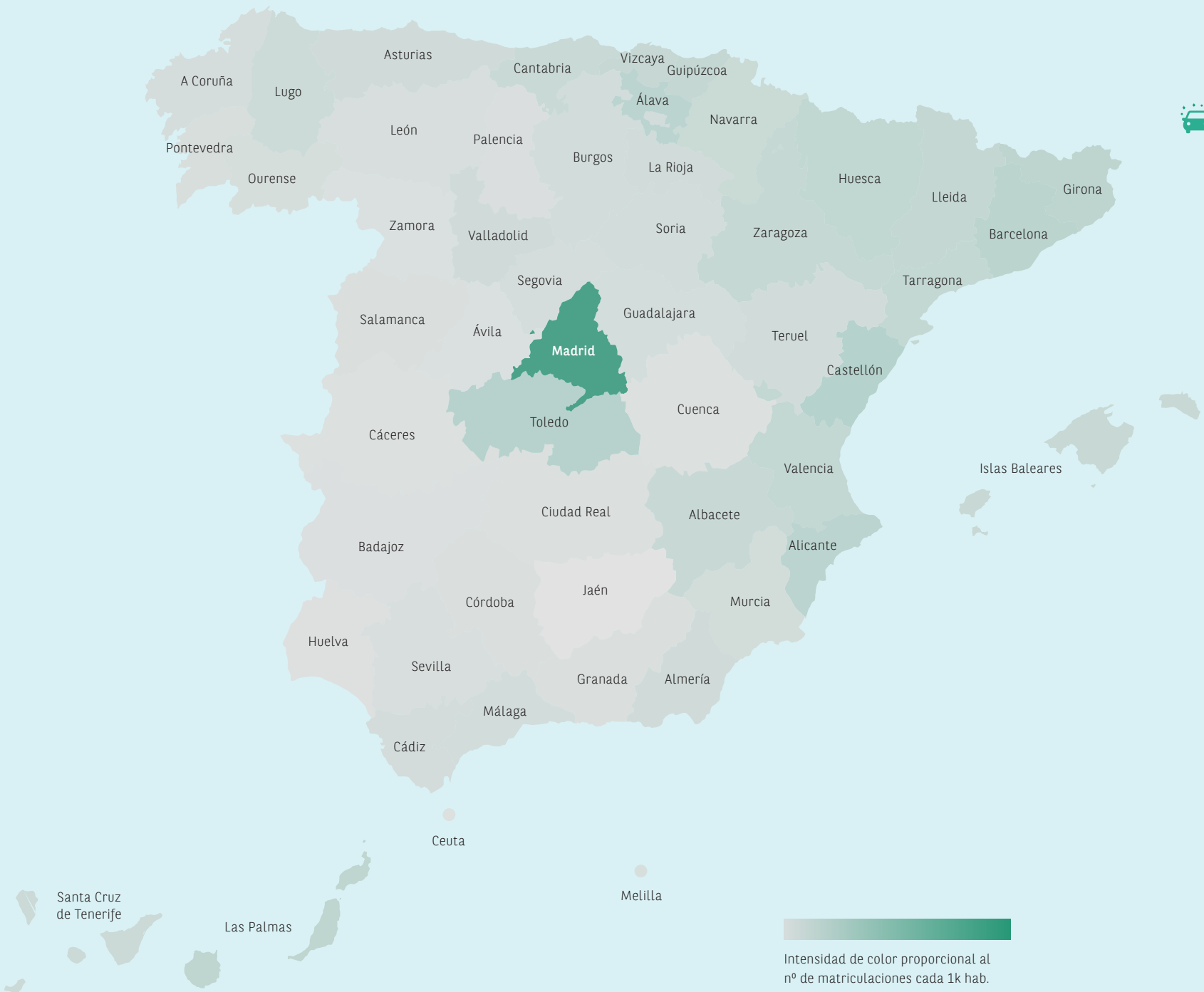
Nº de habitantes 47.351.566

Matriculaciones de VN turismos 851.901

Matriculaciones de VN comerciales 157.678

Matriculaciones totales de VN 1.009.579

Ratio Matriculaciones VN turismos cada 1k hab. **17,99**Ratio Matriculaciones VN comerciales cada 1k hab. **3,33**Ratio Matriculaciones VN total cada 1k hab. **21,32**

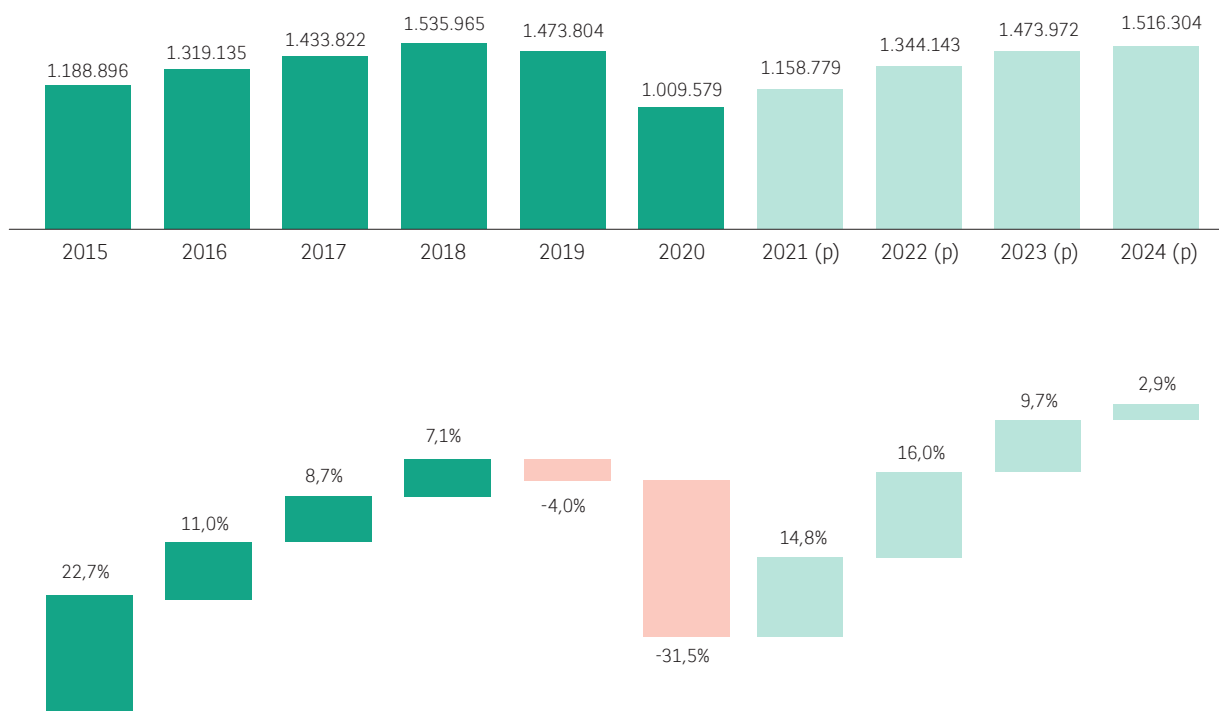


Intensidad de color proporcional al nº de matriculaciones cada 1k hab.

III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES

A. Previsión de matriculaciones totales, por tipo de vehículo y por canal de distribución

GRÁFICO II.44. Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + Comerciales)
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT y previsiones MSI

La recuperación del mercado automovilístico español se efectuará en varias etapas y no se consolidará hasta 2022, siempre que la economía se reactive antes de la segunda mitad de 2021 si la pandemia lo permite. Las previsiones apuntan a que a lo largo del presente ejercicio se matricularán cerca de 1.160.000 vehículos, casi un 15% más que en 2020, para superar los 1,3 millones de placas en 2022, cifra cercana al objetivo marcado por el sector de automóvil, que considera que es la cifra mínima que corresponde a un país como España. En 2023 el mercado avanzaría otro 9,6% para consolidarse en 2024.

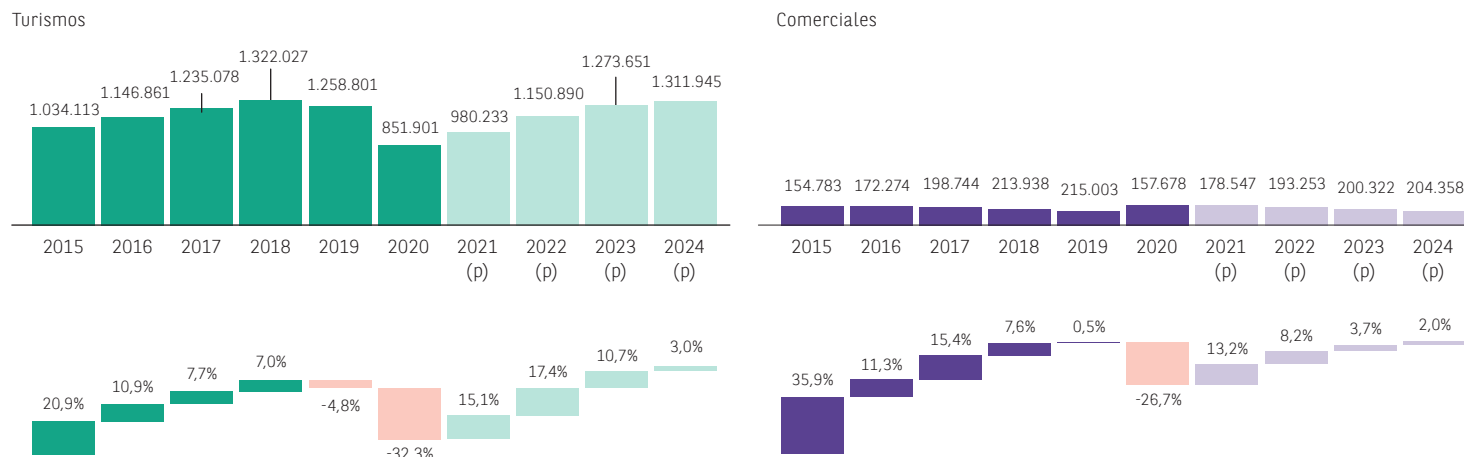
GRÁFICO II.45. Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT y previsiones MSI

La incertidumbre aparejada a la crisis del Covid-19 afectará en especial al canal de los particulares, muy reacios al desembolso de importantes cantidades mientras dure la pandemia, registrando una tasa de ahorro en niveles históricamente altos durante el año pasado y a que las restricciones de movilidad han restado atractivo al vehículo privado. Por ello, las matriculaciones apenas avanzarán un 9.8% y quedarán ligeramente por encima del medio millón de unidades en este canal en 2021. El alquiler será el segmento que más crezca porcentualmente, al avanzar un 33%, mientras que las empresas sumarán casi un 16% más.

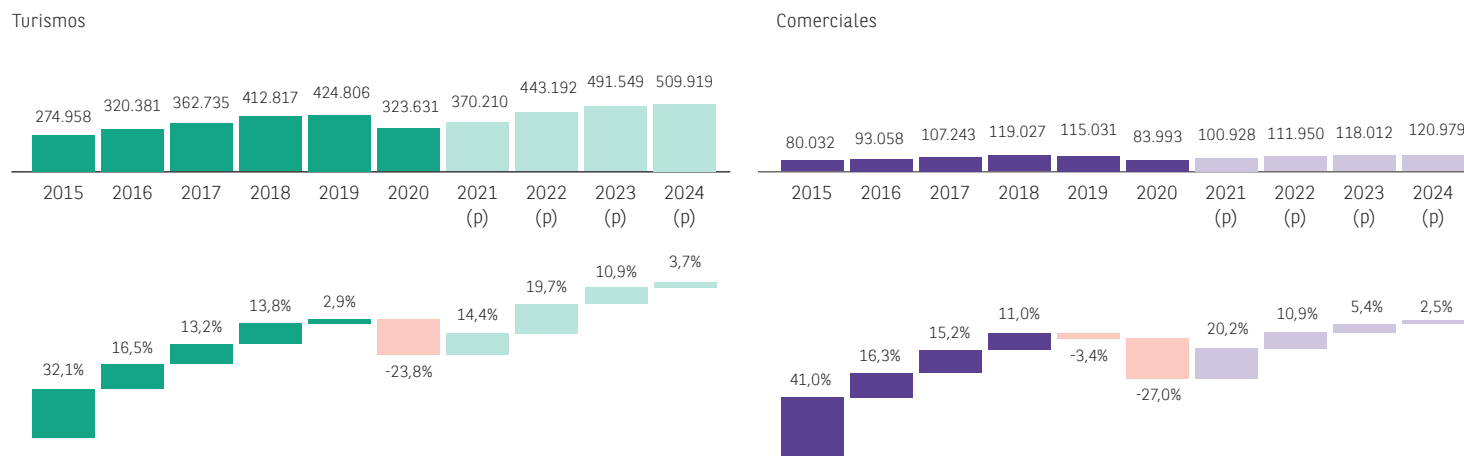
GRÁFICO II.46. Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Total Mercado (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT y previsiones MSI

Por tipo de vehículo, el ritmo de las matriculaciones crecerá en porcentajes similares tanto en los turismos como en los comerciales, ambos segmentos por debajo del 16%. Se espera que la recuperación se acentúe en los años venideros cuando se complete la vacunación de la población contra el coronavirus, momento en el que los turismos se anotarán una subida más acusada.

GRÁFICO II.47. Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)

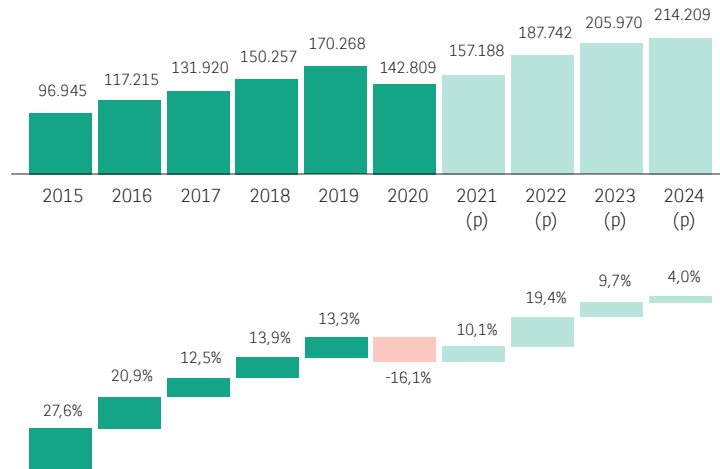


Fuente: DGT y previsiones MSI

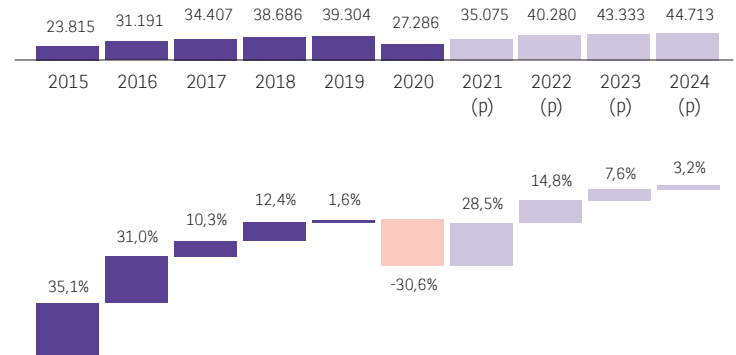
En el canal de empresa, las matriculaciones de turismos no superarán las cifras anteriores a la pandemia hasta 2022, mientras que, en el caso de los comerciales, la recuperación se extenderá hasta 2023.

GRÁFICO II.48. Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Renting (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)

Turismos



Comerciales



Fuente: DGT y previsiones MSI

En el caso del renting, la mayor evolución porcentual tendrá lugar el año que viene en el caso de los turismos, mientras que la recuperación de las matriculaciones de comerciales tendrá su máximo empujón a lo largo del presente ejercicio. A partir de 2023, el crecimiento empezará a atemperarse en ambos canales.

B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos

TABLA II.8. Previsión de matriculaciones turismos - Total Mercado

Mercado Total Turismos	2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	35.134	13,9%	41.935	19,4%	46.543	11,0%	47.943	3,0%
Pequeño	188.430	21,7%	219.016	16,2%	242.667	10,8%	249.765	2,9%
Medio	172.056	7,9%	206.762	20,2%	229.017	10,8%	236.023	3,1%
Medio alto	38.591	0,7%	47.663	23,5%	52.779	10,7%	54.411	3,1%
Alto	5.277	-1,5%	6.358	20,5%	7.072	11,2%	7.293	3,1%
Lujo	3.222	30,0%	3.475	7,9%	3.851	10,8%	3.956	2,7%
Monovolumen compacto	125.732	19,0%	145.093	15,4%	160.549	10,7%	165.294	3,0%
Monovolumen estándar	11.418	6,4%	13.261	16,1%	14.664	10,6%	15.093	2,9%
Deportivos	1.888	3,2%	2.189	15,9%	2.428	10,9%	2.496	2,8%
Todo terreno bajo	298.896	17,9%	349.910	17,1%	386.448	10,4%	398.133	3,0%
Todo terreno medio	73.211	15,9%	85.232	16,4%	94.608	11,0%	97.483	3,0%
Todo terreno alto	26.188	2,6%	29.785	13,7%	32.791	10,1%	33.818	3,1%
Otros	189	47,8%	93	-50,7%	97	4,3%	97	0,0%
Total	980.233	15,1%	1.150.890	17,4%	1.273.651	10,7%	1.311.945	3,0%

Fuente: MSI

TABLA II.9. Previsión de matriculaciones turismos - Canal Empresa

Canal Empresa Turismos	2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	7.426	5,2%	8.754	17,9%	9.603	9,7%	9.958	3,7%
Pequeño	56.973	24,5%	66.800	17,2%	74.137	11,0%	76.967	3,8%
Medio	71.815	10,4%	87.802	22,3%	97.505	11,1%	101.194	3,8%
Medio alto	20.852	2,6%	25.565	22,6%	28.261	10,5%	29.298	3,7%
Alto	3.309	-0,7%	3.976	20,2%	4.400	10,7%	4.558	3,6%
Lujo	1.530	29,1%	1.707	11,6%	1.901	11,3%	1.955	2,8%
Monovolumen compacto	47.796	19,5%	56.476	18,2%	62.663	11,0%	65.045	3,8%
Monovolumen estándar	2.999	0,5%	3.765	25,6%	4.181	11,1%	4.341	3,8%
Deportivos	928	9,3%	1.082	16,6%	1.207	11,5%	1.244	3,1%
Todo terreno bajo	101.129	18,2%	122.098	20,7%	135.558	11,0%	140.661	3,8%
Todo terreno medio	36.878	10,2%	43.785	18,7%	48.544	10,9%	50.307	3,6%
Todo terreno alto	18.433	2,6%	21.217	15,1%	23.405	10,3%	24.203	3,4%
Otros	144	56,9%	165	14,1%	184	11,5%	187	1,7%
Total	370.210	14,4%	443.192	19,7%	491.549	10,9%	509.919	3,7%

Fuente: MSI

Los todoterrenos más económicos retoman la senda iniciada en los tiempos anteriores al Covid-19 y volverán a ser los modelos más demandados en 2021, de los que se espera que se matriculen casi 300.000 unidades, por delante de los modelos más pequeños o de mediano tamaño, más económicos y manejables en las grandes ciudades, que completarán el podio por orden de preferencia y sumarán 188.430 y 172.056 unidades, respectivamente. Los mayores avances porcentuales corresponderán a los vehículos de lujo y a los monovolúmenes compactos, mientras que el total del mercado no superará el millón de unidades pese a crecer casi un 15%. El próximo ejercicio las tendencias no registrarán cambios significativos, aunque se acelerará la recuperación.

El canal empresa también se rinde a los todoterrenos bajos, que con más de 100.000 matriculaciones serán los más demandados. Los vehículos de gama media sumarán más de 70.000 unidades para avanzar un 10%, aunque destaca el importante avance porcentual de las unidades más pequeñas, que crecerán un 24,5% y rozarán las 57.000 nuevas placas.

TABLA II.10. Previsión de matriculaciones turismos - Renting

Renting Turismos	2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	2.906	12,4%	3.268	12,5%	3.529	8,0%	3.655	3,6%
Pequeño	20.184	12,9%	24.083	19,3%	26.395	9,6%	27.456	4,0%
Medio	28.003	7,3%	33.861	20,9%	37.160	9,7%	38.657	4,0%
Medio alto	10.265	1,9%	12.319	20,0%	13.486	9,5%	14.025	4,0%
Alto	1.468	10,9%	1.711	16,5%	1.876	9,7%	1.950	3,9%
Lujo	350	12,7%	408	16,4%	449	10,0%	467	4,1%
Monovolumen compacto	21.664	10,5%	25.269	16,6%	27.724	9,7%	28.825	4,0%
Monovolumen estándar	894	-13,3%	1.141	27,5%	1.250	9,6%	1.300	4,0%
Deportivos	170	7,2%	198	15,9%	217	9,9%	226	4,0%
Todo terreno bajo	43.754	19,0%	52.628	20,3%	57.832	9,9%	60.179	4,1%
Todo terreno medio	18.553	-0,1%	22.735	22,5%	24.983	9,9%	25.969	3,9%
Todo terreno alto	8.975	6,8%	10.121	12,8%	11.069	9,4%	11.499	3,9%
Total	157.188	10,1%	187.742	19,4%	205.970	9,7%	214.209	4,0%

Fuente: MSI

En el caso del renting, los todoterrenos más económicos también serán los más requeridos y sumarán más de 43.754 nuevas placas, un 19% más, por delante de los vehículos de tamaño medio, que rozarán las 30.000 incorporaciones y crecerán un 7%. Mientras, los monovolúmenes compactos (10,5%) añadirán 21.664 unidades al sector. Destaca el ascenso del 12,7% de los modelos de lujo.



TABLA II.11. Previsión de matriculaciones comerciales - Total Mercado

Mercado Total Comerciales	2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	405	37,4%	437	7,8%	464	6,2%	477	2,8%
Derivados turismos	86.081	11,4%	92.881	7,9%	96.661	4,1%	98.716	2,1%
Microvan	443	11,0%	492	11,2%	515	4,6%	527	2,3%
< 2 Tn	3.895	4,4%	4.420	13,5%	4.615	4,4%	4.728	2,4%
2 a < 2,7 Tn	5.588	- 6,1%	6.228	11,5%	6.444	3,5%	6.570	2,0%
2,7 a < 3,5 Tn	39.667	18,9%	42.524	7,2%	43.750	2,9%	44.534	1,8%
3,5 Tn	29.344	19,8%	31.002	5,6%	31.999	3,2%	32.612	1,9%
Otros comerciales	13.123	7,8%	15.268	16,3%	15.872	4,0%	16.193	2,0%
Total	178.547	13,2%	193.253	8,2%	200.322	3,7%	204.358	2,0%

Fuente: MSI

Los derivados de turismos continúan como los más representativos del mercado de los comerciales y crecerán casi un 11,4%, superando las 86.000 unidades. Destaca el crecimiento en porcentaje de los comerciales (37.41%), mientras que los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas aumentarán el parque en 39.667 unidades, mientras que superan las 3,5 toneladas sumarán 29.344 vehículos.

TABLA II.12. Previsión de matriculaciones comerciales - Canal Empresa

Canal Empresa Comerciales	2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	376	30,3%	414	10,1%	441	6,4%	454	2,8%
Derivados turismos	50.797	20,2%	56.183	10,6%	59.391	5,7%	60.922	2,6%
Microvan	407	16,0%	456	11,9%	478	4,9%	490	2,4%
< 2 Tn	2.829	10,0%	3.205	13,3%	3.376	5,3%	3.469	2,8%
2 a < 2,7 Tn	3.436	- 0,5%	3.796	10,5%	4.000	5,4%	4.101	2,5%
2,7 a < 3,5 Tn	19.293	25,1%	20.984	8,8%	22.073	5,2%	22.620	2,5%
3,5 Tn	15.169	24,2%	16.440	8,4%	17.245	4,9%	17.663	2,4%
Otros comerciales	8.620	15,6%	10.473	21,5%	11.009	5,1%	11.261	2,3%
Total	100.928	20,2%	111.950	10,9%	118.012	5,4%	120.979	2,5%

Fuente: MSI

El canal empresa registra un comportamiento similar al de los comerciales y optará también por los derivados de turismos como segmento más solicitado con 50.797 matriculaciones. Los vehículos que tienen entre 2,7 y 3,5 toneladas se anotarán 19.293 nuevas incorporaciones. Los comerciales también registran aquí una destacable subida porcentual (30,3%).

TABLA II.13. Previsión de matriculaciones comerciales - Renting











Renting Comerciales	2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	243	40,2%	275	13,3%	296	7,7%	305	3,2%
Derivados turismos	21.908	26,1%	25.176	14,9%	27.079	7,6%	27.940	3,2%
Microvan	53	- 36,4%	70	31,9%	75	7,9%	78	3,3%
< 2 Tn	984	9,8%	1.125	14,4%	1.209	7,4%	1.254	3,7%
2 a < 2,7 Tn	1.287	12,6%	1.440	11,9%	1.548	7,5%	1.597	3,2%
2,7 a < 3,5 Tn	5.746	39,0%	6.477	12,7%	6.970	7,6%	7.192	3,2%
3,5 Tn	2.314	21,9%	2.584	11,7%	2.784	7,7%	2.876	3,3%
Otros comerciales	2.540	59,7%	3.133	23,3%	3.373	7,7%	3.471	2,9%
Total	35.075	28,5%	40.280	14,8%	43.333	7,6%	44.713	3,2%

Fuente: MSI

El canal de renting no se desmarca de la tendencia general y los derivados de turismos también se mantienen un ejercicio más como el segmento más demandado con 21.908 unidades, seguidos a mucha distancia por los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas, que suman 5.746 unidades. A su vez, los comerciales se anotan la subida porcentual más acusada (40,2%).

C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante











GRÁFICO II.49. Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado

	 PEUGEOT	 Volkswagen	 SEAT	 TOYOTA	 RENAULT	 HYUNDAI	 CITROËN	 KIA	 Mercedes-Benz	 DACIA
2024 (p)	8,8%	10,0%	7,2%	7,6%	7,3%	5,4%	5,8%	5,2%	4,5%	4,4%
2023 (p)	8,8%	9,7%	7,3%	7,6%	7,3%	5,4%	5,8%	5,2%	4,5%	4,4%
2022 (p)	8,5%	8,8%	7,3%	7,6%	7,3%	5,4%	5,8%	5,2%	4,5%	4,5%
2021 (p)	8,7%	8,2%	7,3%	6,9%	6,6%	5,5%	5,5%	5,2%	4,9%	4,6%

Fuente: MSI

Volkswagen irá ganando cuota de ventas en los próximos ejercicios en los que se situará holgadamente por encima del 9% del total, por delante de Seat, que se estabilizará en este porcentaje, mientras que Peugeot será el tercero en discordia seguido de Toyota y Renault.











GRÁFICO II.50. Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa

	 PEUGEOT	 Volkswagen	 SEAT	 Mercedes-Benz	 BMW	 TOYOTA	 Audi	 CITROËN	 RENAULT	 NISSAN
2024 (p)	10,8%	7,7%	7,6%	6,1%	5,8%	5,5%	6,9%	5,9%	6,0%	4,3%
2023 (p)	10,9%	7,7%	7,6%	6,1%	5,8%	5,5%	6,9%	5,9%	5,9%	4,3%
2022 (p)	10,8%	7,7%	7,5%	6,2%	5,8%	5,6%	6,9%	5,9%	5,9%	4,3%
2021 (p)	10,7%	8,7%	7,5%	6,9%	6,5%	5,8%	5,9%	5,5%	5,8%	4,4%

Fuente: MSI

Peugeot se alzará este año con el liderazgo (10.7%) por delante de Volkswagen (8,7%) en el canal empresa, seguidos ambos por Seat (7,5%). BMW y Audi sumarán porcentajes muy similares durante los próximos ejercicios.






GRÁFICO II.51. Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas – Renting

	 Volkswagen	 PEUGEOT	 BMW	 Audi	 TOYOTA	 Mercedes-Benz	 SEAT	 NISSAN	 RENAULT	 HYUNDAI
2024 (p)	11,8%	10,9%	7,5%	7,7%	8,6%	5,6%	6,2%	5,3%	5,2%	4,2%
2023 (p)	11,9%	10,9%	7,5%	7,7%	8,6%	5,6%	6,2%	5,3%	5,2%	4,2%
2022 (p)	11,9%	10,9%	7,5%	7,8%	8,5%	5,6%	6,2%	5,3%	5,2%	4,2%
2021 (p)	12,0%	10,8%	8,1%	7,7%	7,1%	6,9%	6,0%	5,7%	4,7%	4,3%

Fuente: MSI

En el canal de renting, Volkswagen se mantendrá al frente de las preferencias los próximos años con cuotas cerca del 12% seguido de cerca por Peugeot, mientras que Toyota superará el 8%. BMW y Audi sumarán una cuota cercana al 7,7% los próximos ejercicios.






TABLA II.52. Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado

	 PEUGEOT	 CITROËN	 Ford	 RENAULT	 Volkswagen
2024 (p)	15,9%	15,2%	13,1%	13,0%	7,0%
2023 (p)	15,9%	15,2%	13,1%	13,0%	7,0%
2022 (p)	15,9%	15,2%	13,1%	13,0%	7,0%
2021 (p)	15,9%	15,3%	13,0%	12,9%	7,1%

Fuente: MSI

En el caso de los comerciales, Peugeot recuperará el liderazgo y será la marca más vendida en el próximo cuatrienio con algo cerca de un 16% de cuota, seguida por Citroën (15,2%), Ford (13,1%) y Renault, que rondará el 13%. Volkswagen se mantendrá en el 7%.






GRÁFICO II.53. Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa

	 RENAULT	 CITROËN	 Ford	 PEUGEOT	 Volkswagen
2024 (p)	16,0%	13,4%	13,3%	13,3%	6,6%
2023 (p)	16,1%	13,4%	13,3%	13,3%	6,6%
2022 (p)	16,1%	13,3%	13,3%	13,2%	6,6%
2021 (p)	16,3%	13,3%	13,2%	13,1%	6,6%

Fuente: MSI

Renault recupera el primer puesto en el canal de empresa al mantener una cuota del 16,3% en los próximos ejercicios por delante de Citroën, que siempre se situará por encima del 13% de crecimiento. Ford y Peugeot también se estabilizarán por encima del 13% de cuota en los años venideros, seguido por Volkswagen.

GRÁFICO II.54. Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Renting

	 RENAULT	 CITROËN	 PEUGEOT	 Ford	 Volkswagen
2024 (p)	20,2%	18,3%	16,2%	10,1%	8,8%
2023 (p)	20,2%	18,3%	16,2%	10,1%	8,8%
2022 (p)	20,3%	18,3%	16,2%	10,1%	8,8%
2021 (p)	21,2%	17,8%	16,6%	10,0%	8,4%

Fuente: MSI

El mercado de comerciales de renting mantendrá en los próximos ejercicios la confianza en Renault, que logrará superar el 20%. Citroën defenderá la segunda posición seguido por Peugeot, mientras que Ford y Volkswagen completan el plantel de preferencias.

MERCADO DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN

El mercado de vehículos de ocasión perdió la cota de los dos millones de unidades vendidas a causa de las dificultades económicas propiciadas por la crisis del Covid-19, aunque las previsiones apuntan a que esta cifra se recuperará a partir del próximo ejercicio. Un año más, los vehículos que superan la década de antigüedad coparon el grueso de las transacciones e incluso aumentaron la cuota de mercado, en detrimento del resto de opciones. Por su parte, el análisis en función del tipo de combustible utilizado vuelve a situar a los turismos diésel con una importante ventaja en las preferencias frente a los de gasolina, que no logran remontar, pese a los cambios regulatorios que penalizan estas motorizaciones.



EL MERCADO DE TURISMOS DE OCASIÓN PERDIÓ LA COTA DE LOS DOS MILLONES DE UNIDADES VENDIDAS

A CAUSA DE LAS DIFICULTADES ECONÓMICAS PROPICIADAS POR LA CRISIS DEL COVID-19



2.124.268
UNIDADES VENDIDAS
DE VEHÍCULO DE OCASIÓN EN 2020

LA RATIO ANUAL DE LOS VEHÍCULOS DE OCASIÓN VS VEHÍCULOS NUEVOS EXPERIMENTÓ UN IMPORTANTE AVANCE EN 2020

→ POR CADA TURISMO NUEVO MATRICULADO HARÁN LO PROPIO **2,14** DE OCASIÓN

→ POR CADA COMERCIAL NUEVO MATRICULADO HARÁN LO MISMO **1,9** DE OCASIÓN

LOS TURISMOS DIÉSEL SE SITUAN CON UNA IMPORTANTE VENTAJA EN LAS PREFERENCIAS FRENTE A LOS DE GASOLINA



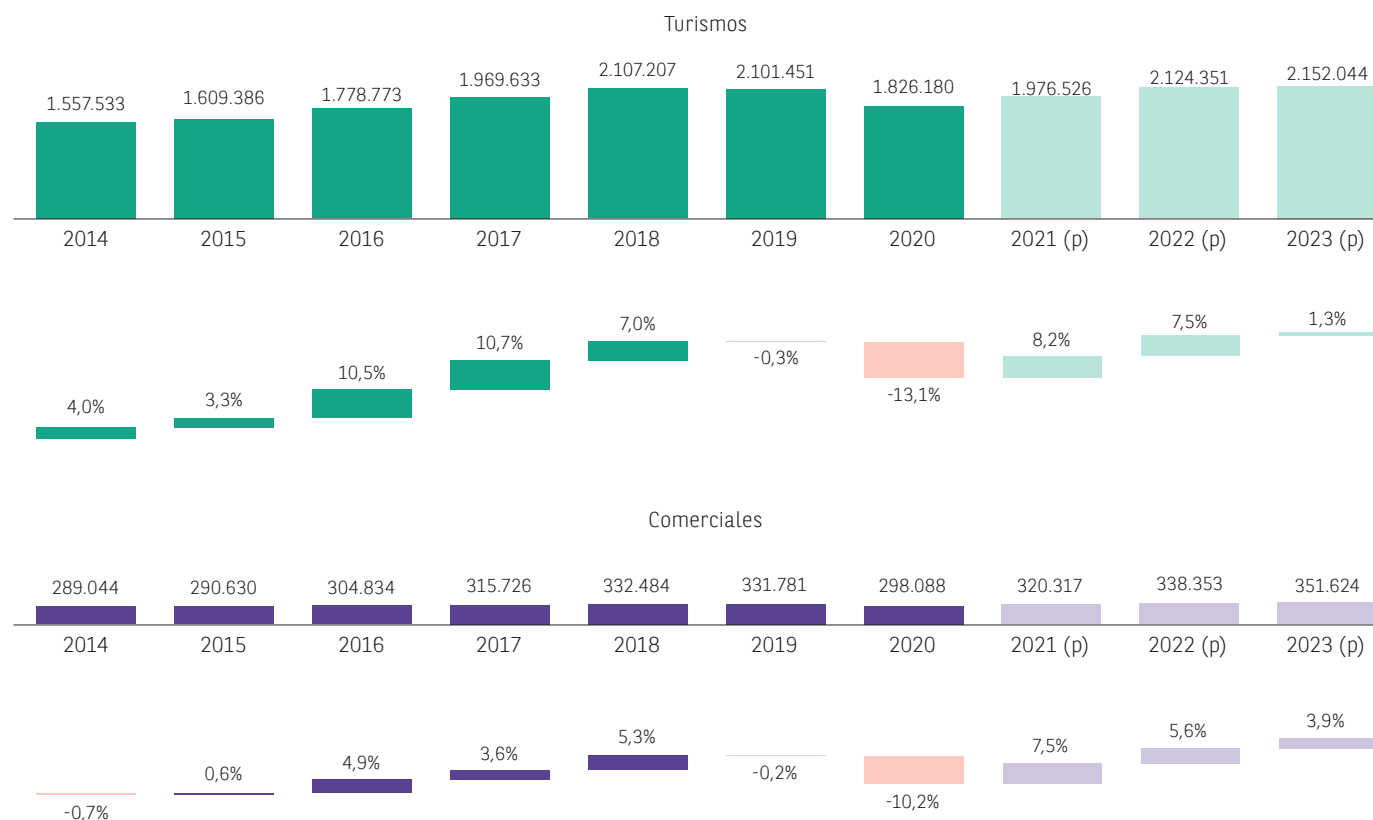
LOS PARTICULARES SE RESISTEN A CAMBIAR DE VO Y MANTIENEN SU POSESIÓN EL MAYOR TIEMPO POSIBLE

EFFECTO CONTRARIO CON LOS VO PROVENIENTES DEL RENT A CAR QUE DISPONE MÁS DE LA MITAD DE SUS VENTAS EN EL PRIMER BIENIO DE VIDA.

I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS DE VEHÍCULOS DE OCASIÓN

A. Evolución y previsión de las Ventas de VO

GRÁFICO III.1. Evolución transferencias de VO - Total Mercado (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



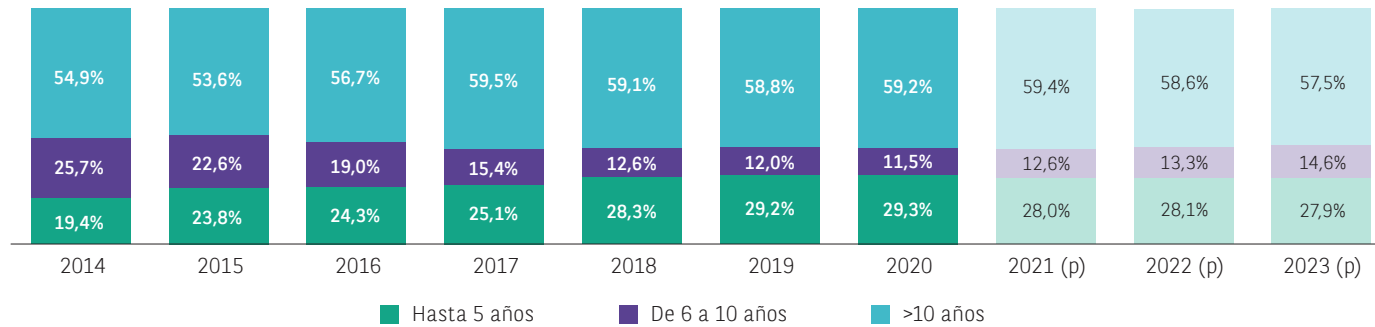
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los efectos de la pandemia provocada por el Covid-19 golpearon con fuerza las ventas del vehículo de ocasión (VO), que pese a mantenerse como la elección predominante entre los usuarios españoles experimentó en 2020 retrocesos por encima de los dos dígitos porcentuales en todas sus vertientes. La crisis motivó la pérdida de la cota de los dos millones de unidades vendidas en el segmento de turismos, mientras que los comerciales se situaron por debajo de las 300.000 transacciones por primera vez en el último lustro.

Las previsiones apuntan hacia una leve recuperación de las ventas de turismos de segunda mano en el presente ejercicio y una fuerte aceleración de las mismas en 2022, año en el que de nuevo se superarían los dos millones de transacciones, mientras que las de los vehículos comerciales experimentarán una subida más acusada.

B. Evolución y previsión de las ventas de VO por edad de los vehículos vendidos

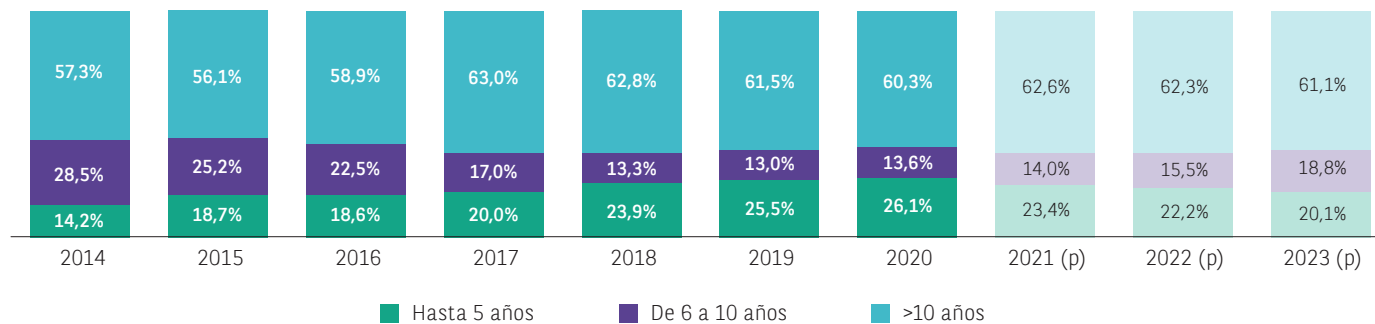
GRÁFICO III.2. Distribución de las ventas por edad del VO – Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La crisis sanitaria no afectó a las preferencias de los compradores en el parque de VO, que volvieron a decantarse en su mayoría por las unidades con más de una década de antigüedad en el 59,2% de las ocasiones, idéntico porcentaje al registrado en 2018. El segmento de los coches con menos de cinco años de vida volvió a anotarse algo más del 29% de las ventas, en línea con los ejercicios precedentes, mientras que la banda intermedia, los que suman entre seis y 10 años, continúan con la reducción de su cuota y ya solo representan el 11,5% del total de las adquisiciones. En los próximos años se espera un descenso de las ventas de los modelos más modernos en beneficio de las unidades más longevas.

GRÁFICO III.3. Distribución de las ventas por edad del VO – Comerciales

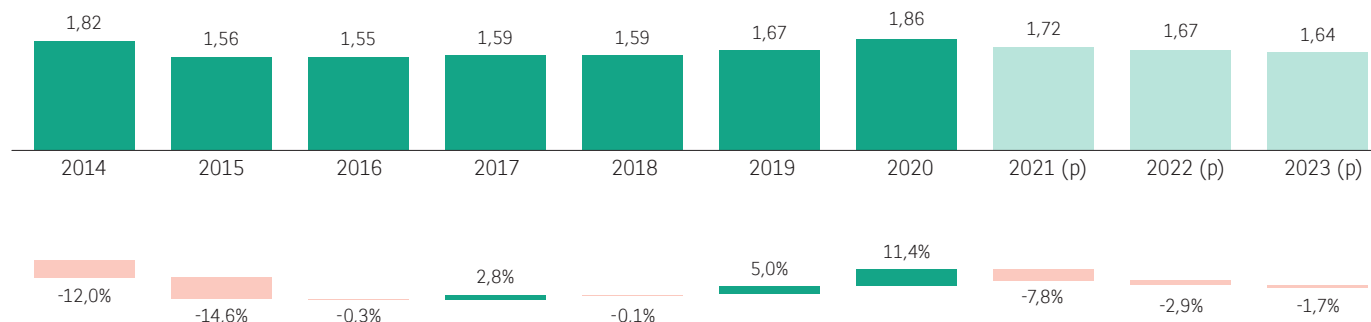


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las ventas del segmento del VO comercial mantienen unos parámetros similares a las de los turismos. Las transacciones de vehículos con más de 10 años de vida, aunque se mantienen como las más numerosas, volvieron a ceder terreno y suman el 60,3% del total, con lo que han perdido casi tres puntos porcentuales desde 2017. Por su parte, las ventas de unidades con menos de cinco años de vida ya superan el 26% de cuota, mientras que la banda intermedia gana terreno y se consolida por encima del 13%. La previsión para el presente ejercicio apunta hacia que las unidades más antiguas podrían recuperar el terreno perdido en las últimas temporadas a costa de las más modernas.

C. Ratio Vehículo de Ocasión vs. Vehículo Nuevo

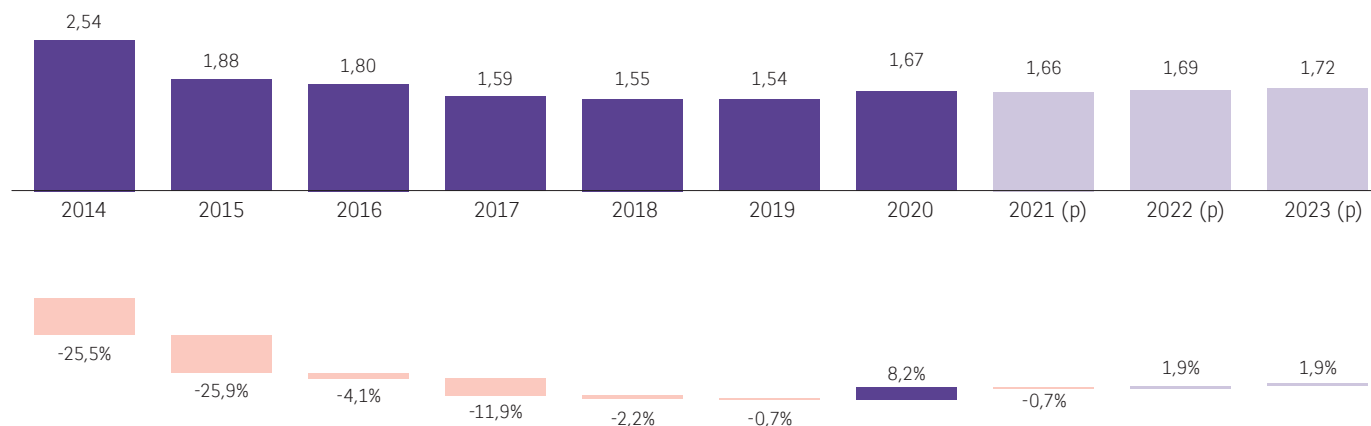
GRÁFICO III.4. Ratio vehículo de ocasión vs. vehículo nuevo – Turismos (ratio en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La ratio anual del VO vs VN (vehículo nuevo) en el segmento de turismos experimentó un importante avance en 2020 y se situó en un valor de 1,86, esto es, que por cada vehículo nuevo matriculado harán lo propio 1,86 de ocasión. Las previsiones apuntan hacia una evaluación interanual negativa en esta ratio en los próximos ejercicios.

GRÁFICO III.5. Ratio vehículo de ocasión vs. vehículo nuevo – Comerciales (ratio en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La evolución de la ratio VO vs VN en el caso del vehículo comercial también experimentó un destacado avance en comparación con 2019. Las previsiones apuntan a que perderá parte del terreno ganado en el presente ejercicio hasta estabilizarse en 2023, campaña en la que por cada vehículo comercial matriculado harán lo propio 1,72 vehículos de ocasión.

D. Ventas de VO por tipo de combustible

TABLA III.1. Ventas de VO por tipo de combustible – Turismos

	2020		2021 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Gasolina	682.740	37,4%	733.291	37,1%	7,4%
Diésel	1.104.325	60,5%	1.187.892	60,1%	7,6%
Otros	39.115	2,1%	55.343	2,8%	41,5%
Totales	1.826.180		1.976.526		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El análisis de ventas del turismo de ocasión en función del tipo de combustible utilizado vuelve a situar al diésel como la principal preferencia de los usuarios, aunque mantiene la lenta pérdida de cuota iniciada en años anteriores. El diésel sumó casi el 60,5% de las ventas en 2020, mientras que las de gasolina crecieron hasta alcanzar el 37,4%. La tendencia se mantendrá en el próximo ejercicio, en el que las ventas globales aumentarán algo más de 150.000 unidades.

TABLA III.2. Ventas de VO por tipo de combustible – Comerciales

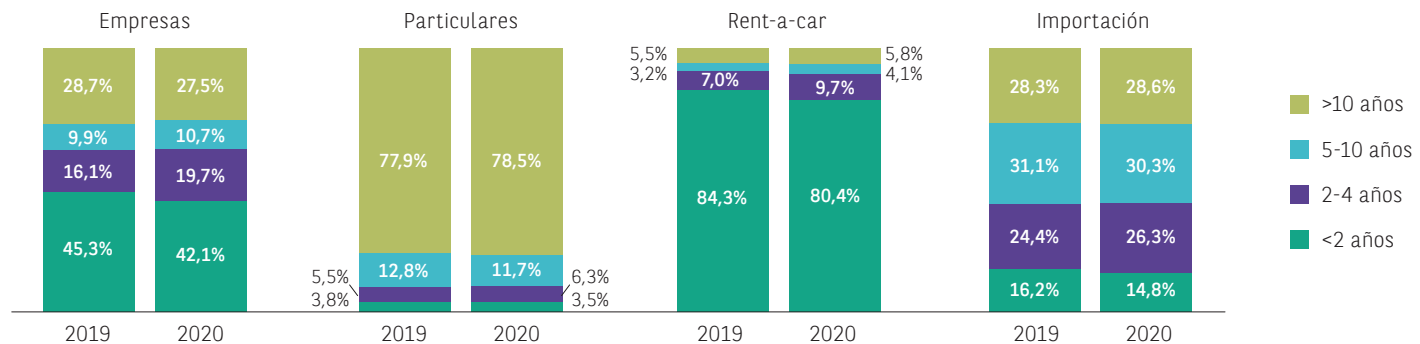
	2020		2021 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Gasolina	7.839	2,6%	7.912	2,5%	0,9%
Diésel	288.703	96,9%	310.547	97,0%	7,6%
Otros	1.546	0,5%	1.858	0,5%	20,2%
Totales	298.088		320.317		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En los VO comerciales las motorizaciones diésel siguen sin conocer rival e incluso ganan cuota a los vehículos que utilizan otro tipo de combustibles. En 2020 se vendieron 288.703 vehículos diésel, por 7.839 unidades de gasolina. Para 2021 se espera que el diésel absorba por completo la previsible pérdida de cuota en las ventas de las unidades de gasolina, mientras que los que utilizan otro tipo de energía ganarán terreno.

E. Evolución de las ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo

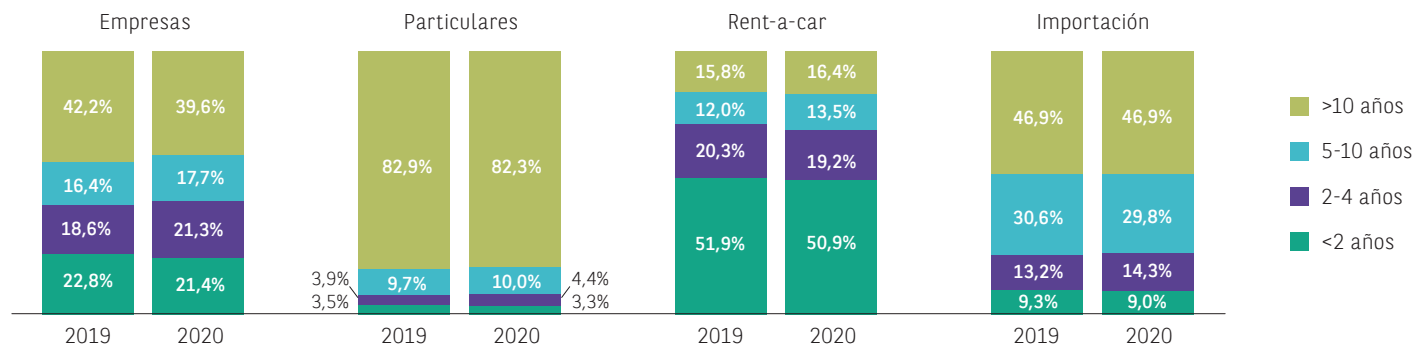
GRÁFICO III.6. Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo – Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La comparación de las ventas según el canal de procedencia del turismo y la edad del mismo muestra la estabilidad del mercado, muy reactivo a los cambios pese al paso de los años. Los particulares se resisten a cambiar de vehículo y mantienen su posesión el mayor tiempo posible, con el 78,5% de los VO transferidos en 2020 se situaron por encima de los diez años de antigüedad, 0,6 puntos porcentuales más que en 2019. El otro lado de la balanza lo ocupa la modalidad de rent a car, que tiene más del 80% de las unidades en el primer bienio de vida. Algo más del 42% de los vehículos procedentes del parque de empresa eran seminuevos, mientras que el grueso de las importaciones (56,6%) sumaba entre dos y 10 años de vida.

GRÁFICO III.7. Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo – Comerciales



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el caso de los vehículos comerciales, la longevidad del parque se mantiene como rasgo más destacado. Algo más del 82% de VO vendidos que proceden de particulares tiene más de 10 años, mientras que los de esta edad puestos en el mercado por las empresas se mantiene por encima del 39%, y crecen casi hasta el 47% en el caso de los importados. Por su parte, más de la mitad de los coches provenientes del alquiler (50,9%) suma menos de dos años de vida.

F. Evolución de las ventas de VO por segmento

TABLA III.3. Ventas de VO por segmento del vehículo – Turismos

	2020		2021 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Micro	77.630	4,3%	82.421	4,2%	6,2%
Pequeño	366.509	20,1%	388.783	19,7%	6,1%
Medio	486.558	26,6%	516.664	26,1%	6,2%
Medio Alto	277.866	15,2%	294.502	14,9%	6,0%
Alto	56.777	3,1%	61.865	3,1%	9,0%
Lujo	7.354	0,4%	8.104	0,4%	10,2%
Monovolumen Compacto	194.072	10,6%	213.069	10,8%	9,8%
Monovolumen Estándar	38.798	2,1%	42.100	2,1%	8,5%
Deportivos	23.402	1,3%	25.695	1,3%	9,8%
Todo Terreno Bajo	171.833	9,4%	196.071	9,9%	14,1%
Todo Terreno Medio	75.083	4,1%	89.932	4,6%	19,8%
Todo Terreno Alto	47.355	2,6%	54.750	2,8%	15,6%
Otros	2.943	0,2%	2.569	0,1%	-12,7%
Totales	1.826.180		1.976.526		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las unidades de tamaño medio lideraron de nuevo el pasado año las ventas de los VO según el segmento, con algo más de 486.500 unidades y una cuota de mercado del 26,6%, casi idéntica a la del ejercicio precedente. Los modelos más pequeños mantienen el segundo puesto en el orden de preferencias, con poco más de 366.500 unidades (20,1%) mientras que los de medio alto, tramo al que corresponde el 15,2% de la cuota, suman 277.866 vehículos.

Las previsiones para 2021 indican que las ventas de todoterrenos, en todas sus versiones, serán los segmentos que más crecerán tras el parón generado por la pandemia, al igual que el vehículo de lujo. La versión más económica de los vehículos todoterreno espera rozar las 200.000 unidades vendidas y crecer un 14,1%, mientras que la mejor evolución corresponderá a las versiones de tamaño medio, que crecerán un 19,8%. El monovolumen compacto superará las 200.000 unidades vendidas.

TABLA III.4. Ventas de VO por segmento del vehículo – Comerciales

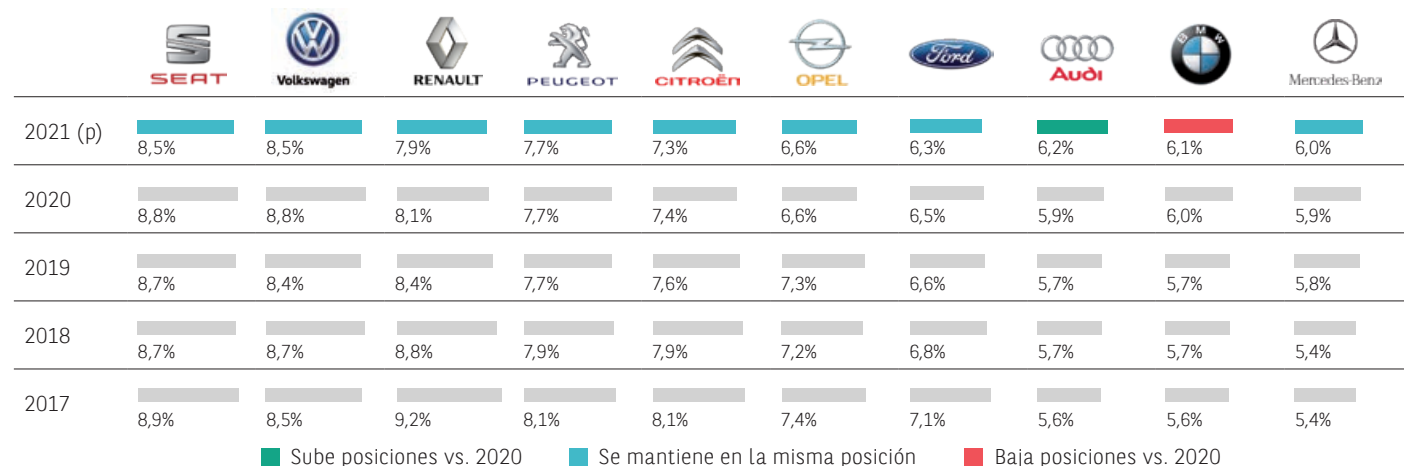
	2020		2021 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Comerciales	4.191	1,4%	4.709	1,5%	12,4%
Derivados	135.266	45,3%	142.637	44,5%	5,4%
Microvan	490	0,2%	288	0,1%	-41,2%
< 2 TN	4.102	1,4%	4.837	1,5%	17,9%
2 a < 2,7 TN	28.478	9,6%	30.014	9,4%	5,4%
2,7 Tn a < 3,5Tn	60.037	20,1%	65.697	20,5%	9,4%
3,5 Tn	45.887	15,4%	52.180	16,3%	13,7%
Otros	19.637	6,6%	19.956	6,2%	1,6%
Totales	298.088		320.317		

Derivados de turismo se consolida en la primera plaza en número de ventas en 2020 con 135.266 unidades y una cuota del 45,3% del mercado del VO en la flota de comerciales. A distancia le siguen los comerciales de 2,7 a 3,5 toneladas, que aumentan su cuota por encima del 20%, y los de 3,5 toneladas (15,4%). Para 2021 se espera un incremento de las ventas totales, para sumar 320.317 vehículos.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

G. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante

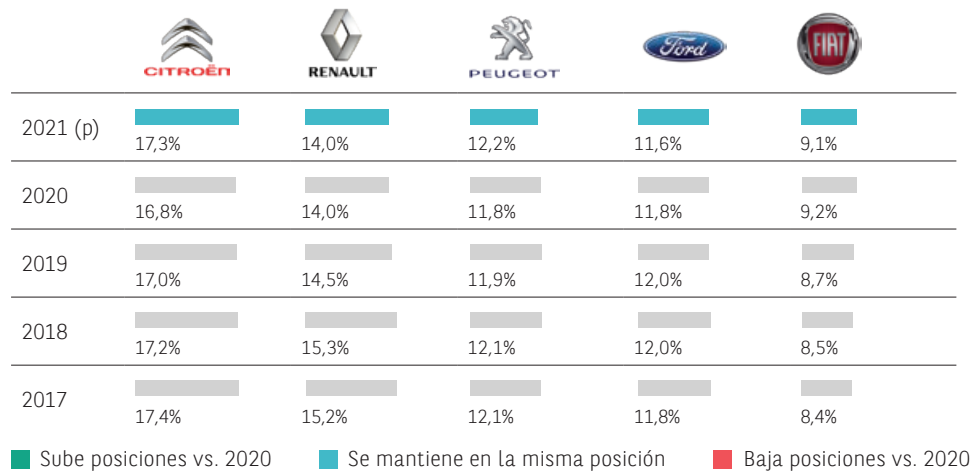
GRÁFICO III.8. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

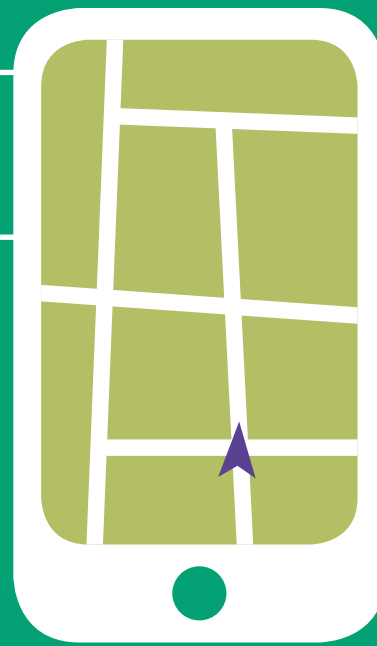
Seat y Volkswagen, con un 8,8% de cuota, lideraron las ventas de vehículos de ocasión en 2020 por delante de Renault (8,1%), que completó el podio y fueron las únicas marcas que superaron el 8% de cuota, aunque las previsiones apuntan a que la marca francesa la perderá este ejercicio. Peugeot (7,7%), Citroën (7,4%) y Opel (6,6%) son las enseñas más cercanas al trío de líderes y mantendrán las posiciones en 2021, mientras que Ford (6,5%) cede terreno a la vez que Audi (5,9%), BMW (6%) y Mercedes (5,9%) incrementan unas décimas porcentuales la suya.

GRÁFICO III.9. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante – Comerciales



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Citroën (16,8%) se mantuvo a la cabeza de las ventas de vehículos de ocasión comerciales en 2020 pese a ceder unas décimas porcentuales de cuota en relación al año anterior, al igual que su perseguidor Renault (14%). Peugeot mantiene prácticamente su espacio (11,8%) y ocupa el tercer puesto por delante de Ford (11,8%). Fiat cierra el quinteto de las marcas más solicitadas con un 9,2% del mercado.



CAPÍTULO IV

EQUIPAMIENTOS

El uso de la tecnología se intensifica para aumentar la seguridad vial. Las nuevas herramientas y funcionalidades disponibles para evitar accidentes y facilitar aspectos concretos de la conducción se han convertido en un aliado habitual entre los conductores españoles. En este sentido, los teléfonos inteligentes son un elemento indispensable en la planificación de las rutas, por delante de los navegadores integrados y otros sistemas basados en localización GPS, mientras que ayudas a la conducción, como las que previenen el cambio involuntario de carril o ayudan a mantener la velocidad, y, sobre todo, aplicaciones para facilitar el aparcamiento, son ofrecidas por un mayor número de marcas y se colocan al frente del orden de preferencias.

LAS APLICACIONES O SOLUCIONES DIGITALES A LAS QUE SE ACCEDE A TRAVÉS DEL **TELÉFONO MÓVIL**

OPCIÓN PREFERIDA POR LOS CONDUCTORES ESPAÑOLES PARA PLANIFICAR SUS RUTAS



LA INTEGRACIÓN DE ELEMENTOS EN EL VEHÍCULO QUE PERMITEN UNA **CONDUCCIÓN MÁS FLUIDA Y SEGURA** SE ABREN PASO EN LAS PREFERENCIAS DE LOS USUARIOS

DESTACANDO LA AYUDA EN EL APARCAMIENTO

LOS TURISMOS

LOS QUE EN MAYOR MEDIDA INTEGRAN LOS PRINCIPALES ELEMENTOS QUE POTENCIAN LA SEGURIDAD



SISTEMA DE AYUDA AL APARCAMIENTO

Turismo

50,8%

Comercial

12,5%

SISTEMA DE MANTENIMIENTO DE CARRIL

Turismo

32,3%

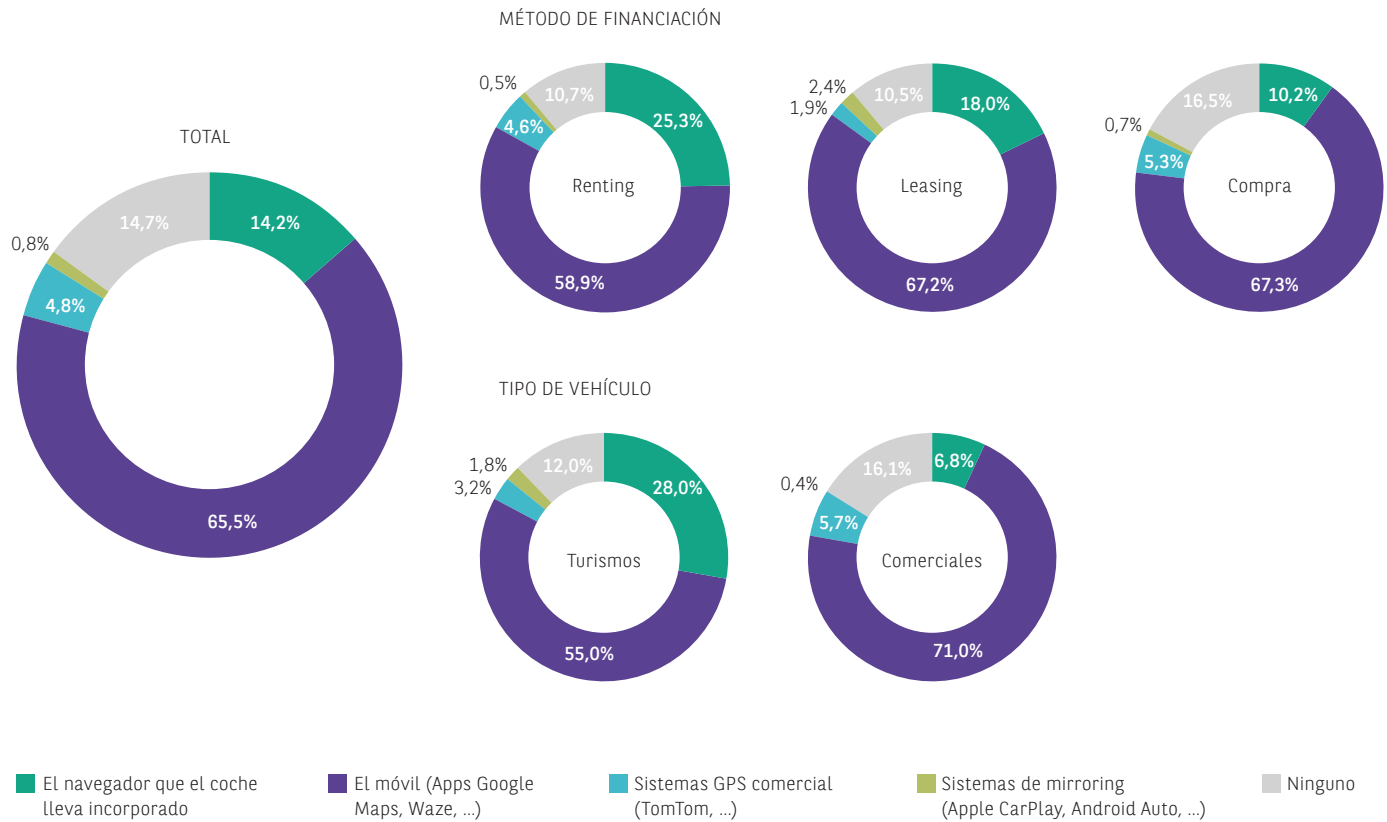
Comercial

10,3%

I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO

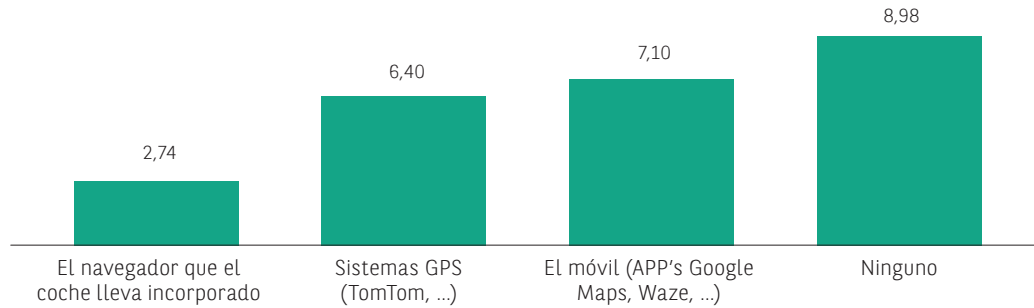
A. Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas

GRÁFICO IV.1. Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas (método de financiación y tipología de vehículo)



Fuente: Arval Mobility Observatory

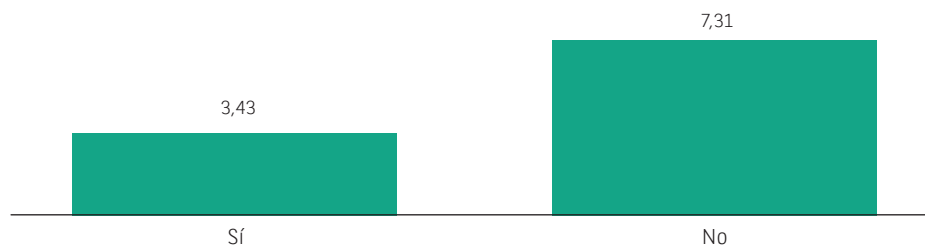
Las aplicaciones o soluciones digitales a las que se accede a través del teléfono móvil se mantienen como la opción preferida por los conductores españoles para planificar sus rutas, con independencia del método utilizado para financiar la compra del vehículo o su tipología. El 65% utiliza el 'smartphone' para trazar el itinerario, mientras que el 14% opta por el navegador integrado en el coche, con mayor incidencia en las unidades adquiridas mediante leasing y renting. Los sistemas GPS apenas atraen ya al 5% de los viajeros, mientras que el 15% descarta ayudas electrónicas, sobre todo en el rango de los comerciales.

GRÁFICO IV.2. Edad media (años) del vehículo según implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas

Fuente: Arval Mobility Observatory

La antigüedad del vehículo marca el sistema de orientación utilizado. El navegador de serie es la principal opción para planificar la ruta en los vehículos que no alcanzan los tres años de vida, mientras que los usuarios de coches que cuentan con una antigüedad que ronda los siete años se reparten entre los que prefieren orientarse a través del teléfono móvil o por un sistema de navegación a través de GPS. Los modelos más envejecidos carecen cualquier tipo de dispositivo.

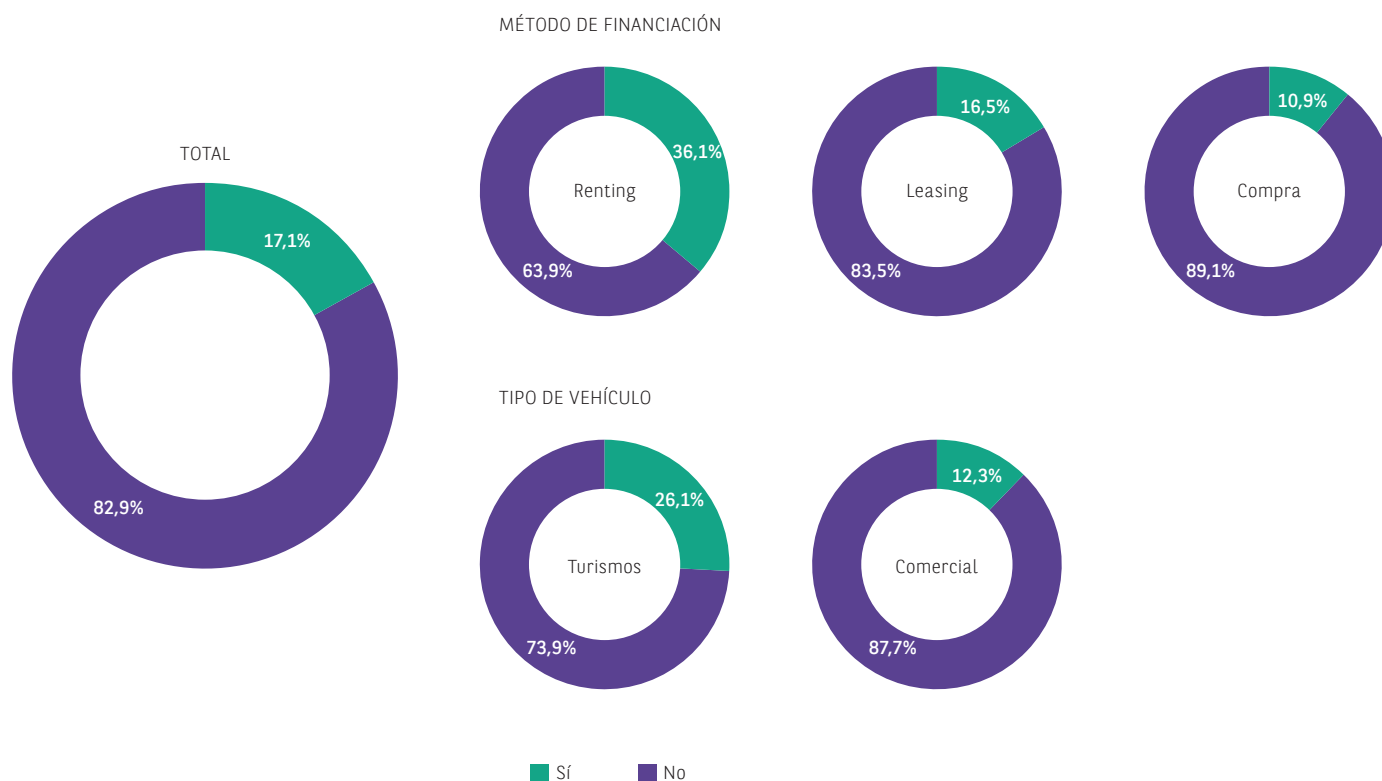
B. Vehículo Conectado

GRÁFICO IV.3. Edad media del vehículo según implantación de conexión mediante sistema telemático

Fuente: Arval Mobility Observatory

La conexión de vehículos mediante dispositivos telemáticos, que permiten, por ejemplo, optimizar la conducción o señalar la ubicación del automóvil en caso de incidencia, depende en gran medida de la antigüedad del modelo. Los que los integran se mantienen en un rango algo superior a los 3,4 años de vida, mientras que los coches con propietarios que rechazan este sistema o no los valoran cuentan con más de siete años de media.

GRÁFICO IV.4. Implantación de dispositivo telemático en el vehículo de empresa (método de financiación y tipología de vehículo)



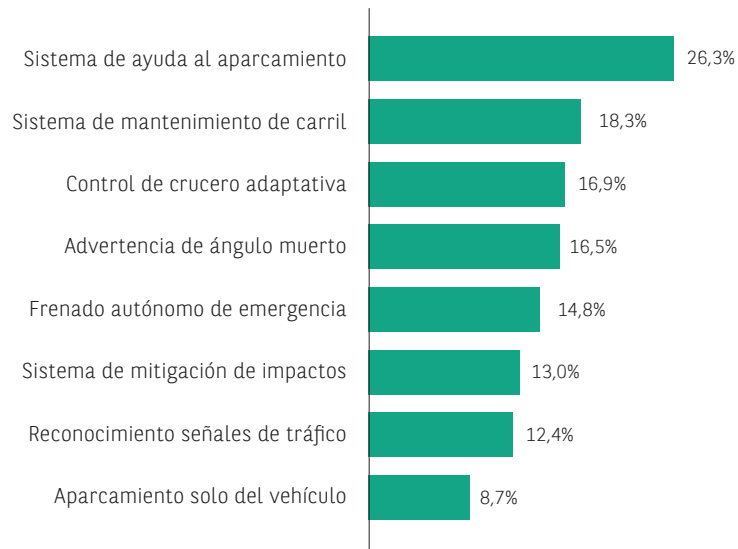
Fuente: Arval Mobility Observatory

La implantación de dispositivos telemáticos pierde vigencia entre los conductores españoles, al decaer un año más el porcentaje de vehículos que los incorpora. Apenas el 17% de los coches de empresa cuentan con esta opción, con los turismos financiados mediante renting como sus principales valedores.

II. EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN

A. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de ayuda a la conducción

GRÁFICO IV.5. Integración de sistemas de ayuda a la conducción en el vehículo

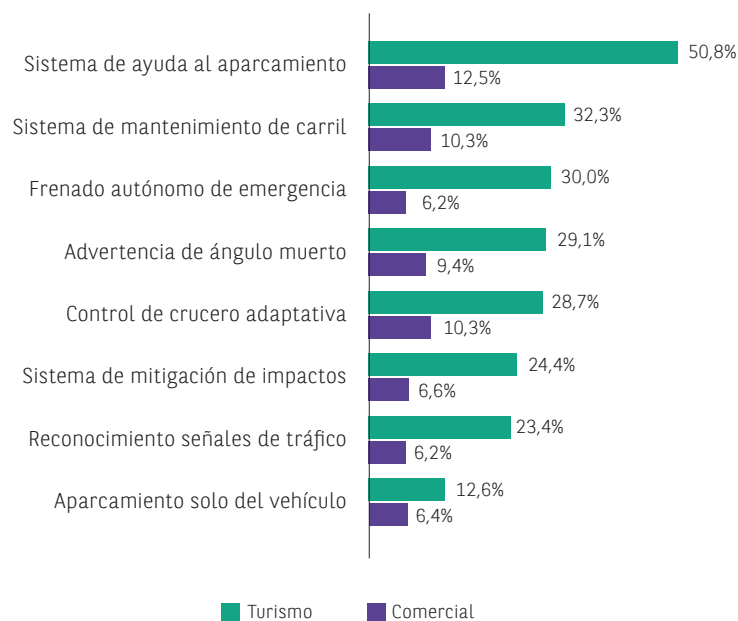


Fuente: Arval Mobility Observatory

La integración de elementos en el vehículo que permiten una conducción más fluida y segura se abren paso en las preferencias de los usuarios. Entre estos equipamientos se impone el sistema de ayuda al aparcamiento, integrado en más del 26% de los coches e incluso cerca del 9% ya permite que el conductor no maniobre para estacionar. El resto de las funcionalidades están relacionadas con el manejo del vehículo en ruta, con las que impiden el cambio involuntario de carril como las más demandadas (18,3%), seguidas de las que permiten mantener una velocidad constante (16,9%) o las que evitan el ángulo muerto del retrovisor (16,5%). Los sistemas de frenado de emergencia (14,8%) o para mitigar golpes (13%) se sitúan por delante de los que reconocen las señales de tráfico (12,4%).

B. Cuota de integración de los equipamientos de ayuda a la conducción por tipología de vehículo

GRÁFICO IV.6. Integración de equipos de ayuda a la conducción por tipología de vehículo

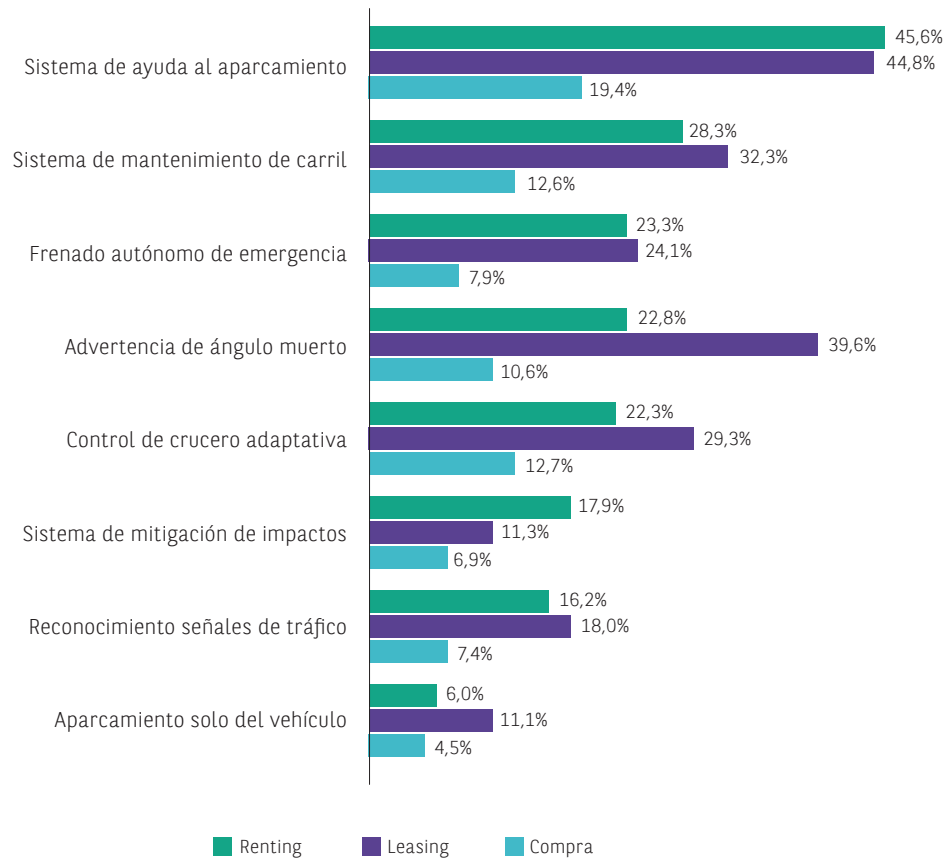


Fuente: Arval Mobility Observatory

Los turismos son los vehículos que en mayor medida integran los principales elementos que potencian la seguridad. Los sistemas de ayuda al aparcamiento continúan como los dispositivos más demandados, al estar presentes en más de la mitad de estos, en comparación con el 12,5% de los comerciales. El sistema de mantenimiento de carril es la siguiente opción más demandada entre los turismos (32,3%), seguida por el frenado autónomo de emergencia (30%), la advertencia de ángulos muertos en el retrovisor (29,1%), el control de la velocidad de crucero (28,7%), la mitigación de impactos (24,4%) el reconocimiento de las señales (23,4%) y el aparcamiento autónomo (12,6%).

C. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de ayuda a la conducción en función del método de financiación

GRÁFICO IV.7. Integración de equipos de ayuda a la conducción por método de financiación



Fuente: Arval Mobility Observatory

Los vehículos financiados vía leasing superan al resto de modalidades en la adopción de las diferentes opciones de ayuda a la conducción con la excepción del sistema de ayuda al aparcamiento y el de mitigación de impactos, más implantados en las unidades de renting. Un año más, los coches de compra directa son los que cuentan con menor número de opciones de seguridad. Los sistemas de ayuda al aparcamiento, de control crucero y de mantenimiento de carril son las opciones más requeridas.



CAPÍTULO V

MANTENIMIENTO

Los vehículos pertenecientes al parque empresarial español realizan la mayor parte de su kilometraje para labores exclusivamente laborales y la utilización para aspectos personales cada vez es más más anecdótica. El descenso del uso del vehículo privado en España queda patente al situarse por tercer año consecutivo por debajo de los 15.000 kilómetros anuales, comportamiento en gran parte motivado por las medidas restrictivas adoptadas por las grandes ciudades y la imposibilidad de viajar en muchos tramos del año debido a la pandemia, por lo que la mayor parte de los desplazamientos se completaron en vías urbanas. Lo que no varía es el aumento de la edad media del vehículo español. Por el lado del mantenimiento, los talleres independientes se configuran como la opción principal de los conductores para realizar las revisiones de seguridad.

EL USO DEL AUTOMÓVIL EN EL PARQUE AUTOMOVILÍSTICO EMPRESARIAL CORRESPONDE EN SU MAYOR PARTE A **LABORES PROFESIONALES**

LA **MEDIA DE KILÓMETROS ANUALES** QUE RECORREN LOS VEHÍCULOS DE EMPRESA ESPAÑOLES ASCIENDE A 22.000, MÁS DE LA MITAD DE ELLOS (54%) SUMADOS EN VÍAS URBANAS



LOS VEHÍCULOS DE EMPRESA SE ANOTARON UN **2,48% MÁS** EN SUS CUENTAKILÓMETROS EN RELACIÓN CON EL AÑO ANTERIOR

Y SUMARON UNA MEDIA DE **132.100 KM**

LA **ESCALA RENOVACIÓN** DEL PARQUE ESPAÑOL DE VEHÍCULOS SE SITÚA UNA VEZ MÁS COMO UNO DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DEL SECTOR

EL 97% DE LOS COCHES QUE SUPERAN LA DÉCADA DE VIDA REGISTRA MÁS DE 100.000 KILÓMETROS



TALLER MULTIMARCA

80%
OPTARON POR ESTA TIPOLOGÍA PARA REPARACIONES O CAMBIOS DE ACEITE EN 2020

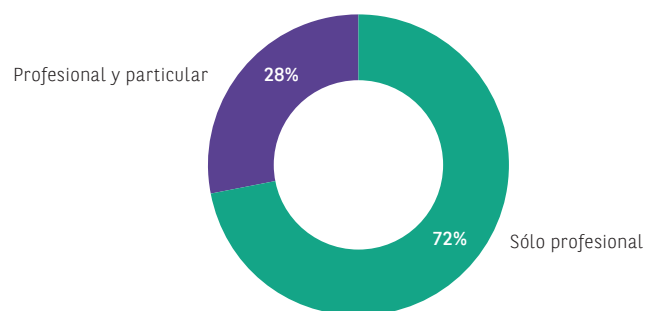
64%
OPTA POR ESTA MODALIDAD PARA REVISIONES O CAMBIOS DE ACEITE EN 2020



I. INTRODUCCIÓN

A. Uso del vehículo

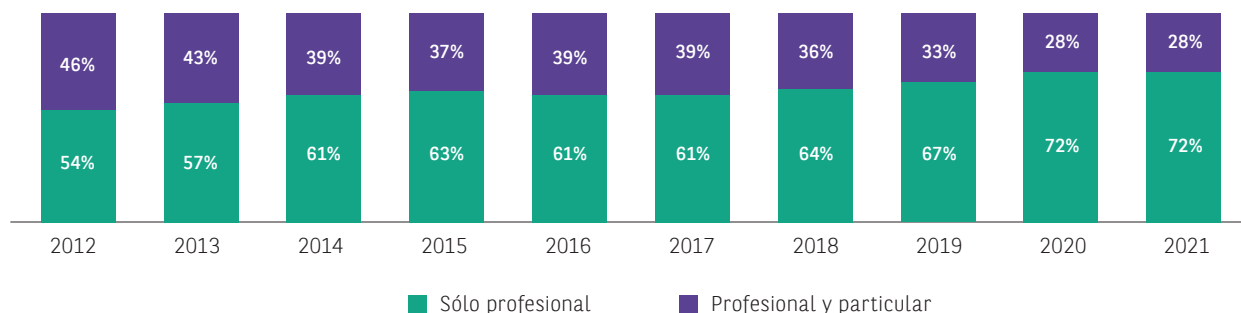
GRÁFICO V.1. Uso que hace del vehículo



Fuente: Arval Mobility Observatory

El uso del automóvil en el parque automovilístico empresarial corresponde en su mayor parte a labores profesionales, ya que el 72% de los recorridos se realizan para cometidos relacionados con la actividad de las compañías. El otro 28% restante combina viajes de las firmas con requerimientos particulares.

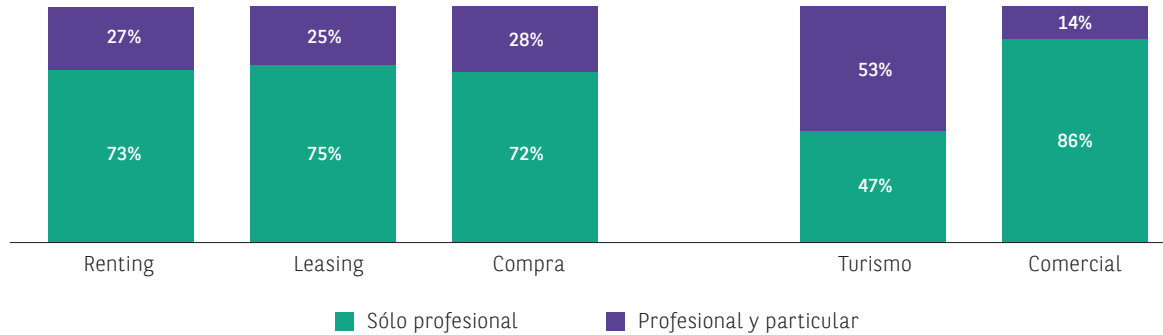
GRÁFICO V.2. Evolución sobre el uso que hace del vehículo



Fuente: Arval Mobility Observatory

El uso del vehículo para viajes personales es un coto cada vez más restringido y estas actuaciones se han ido reduciendo desde hace una década, cuando casi la mitad de los recorridos excedían el ámbito profesional. Las previsiones para este año es que se mantengan en los niveles del ejercicio anterior, los más bajos de la serie.

GRÁFICO V.3. Uso que hace del vehículo por método de financiación y tipología de vehículo

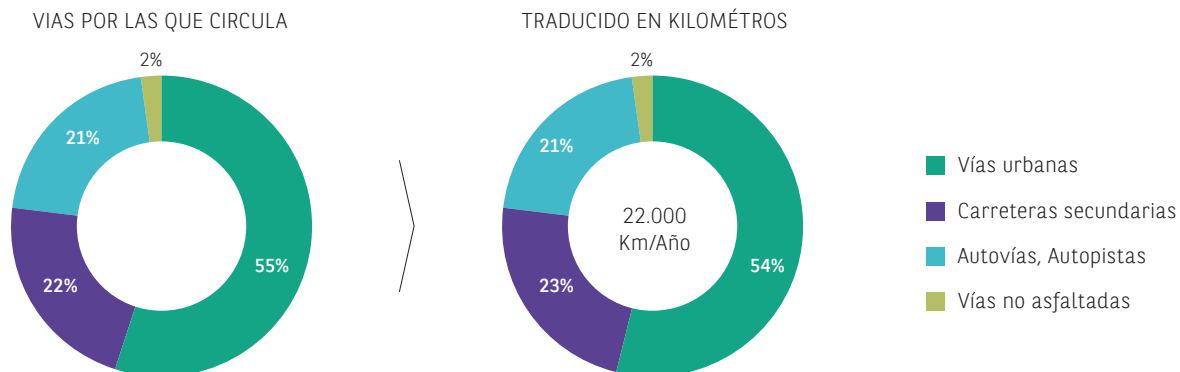


Fuente: Arval Mobility Observatory

El uso al que se destinan las unidades del parque empresarial español apenas varían unas décimas porcentuales en función del método de financiación adoptado para su adquisición. No ocurre así si se analiza la tipología del vehículo, ya que los turismos combinan en mayor medida (53%) las labores personales y profesionales, mientras que el 86% de los recorridos de los comerciales corresponden a motivos profesionales.

B. Vías de circulación

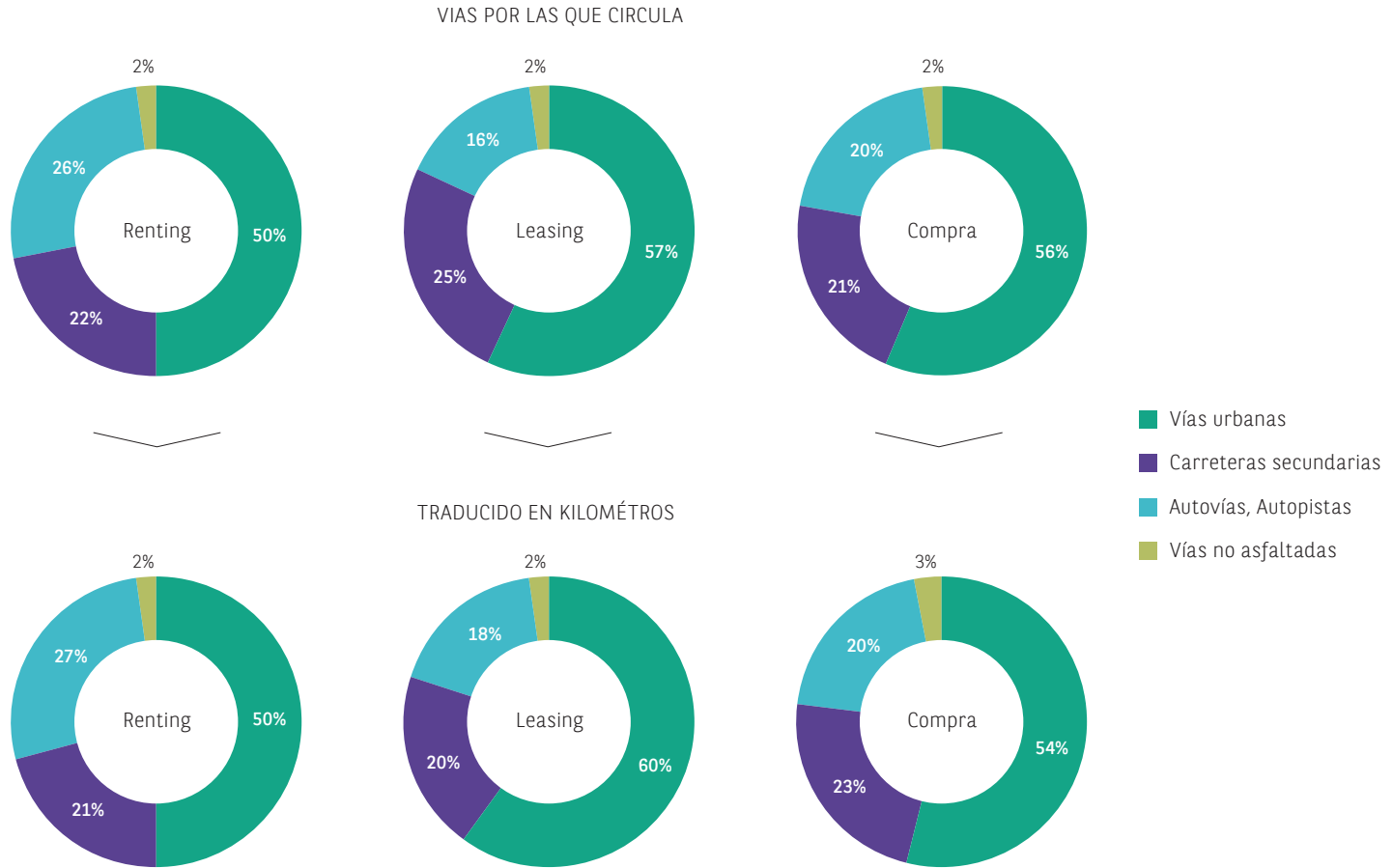
GRÁFICO V.4. Tipo de vías de circulación



Fuente: Arval Mobility Observatory

La media de kilómetros anuales que recorren los vehículos de empresa españoles asciende a 22.000, más de la mitad de ellos (54%) sumados en vías urbanas. El 22% de los viajes se realiza por carreteras secundarias, apenas un punto porcentual más de los transcurridos en autopistas y autovías. Los trayectos por vías no asfaltadas son residuales.

GRÁFICO V.5. Tipo de vías de circulación por método de financiación

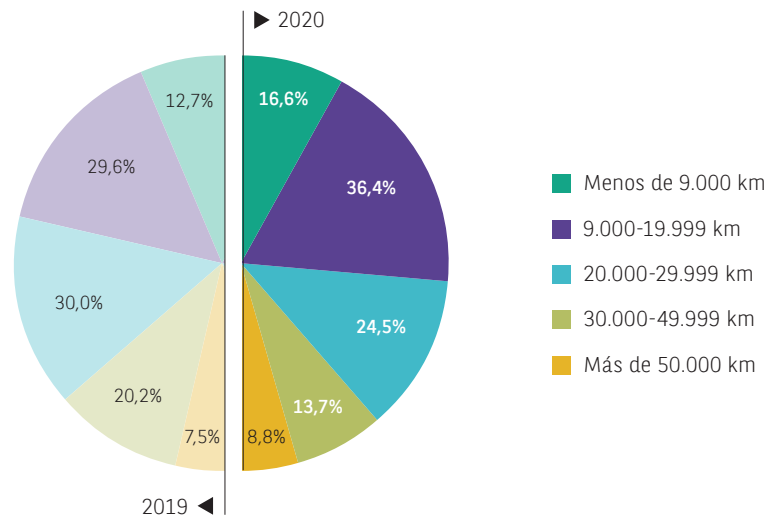


Fuente: Arval Mobility Observatory

Los vehículos adquiridos mediante la fórmula del leasing son los que más utilizan las vías urbanas, donde suman el 60% de su kilometraje, seguido de los de compra directa, cuyos recorridos transitan un 54% por las calles por la mitad de las unidades de renting. Estas últimas son las que más utilizan las autovías y autopistas.

C. Kilometraje anual

GRÁFICO V.6. Kilometraje anual parque empresa 2020 vs. 2019

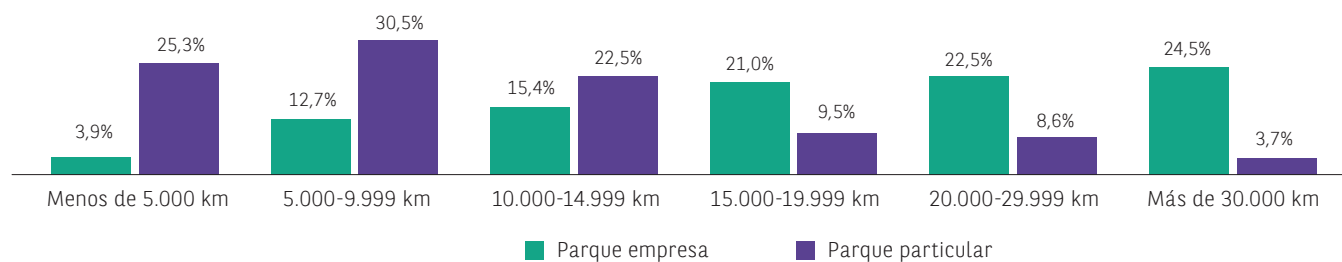


El tramo medio de kilometraje más habitual en las compañías españolas en 2020 se situó entre los 9.000 y los 19.999 kilómetros, completado por el 36,4% de los vehículos, que junto con las unidades que recorrieron menos de 9.000 kilómetros (16,4%) fueron los que más aumentaron en comparación con el ejercicio precedente. Los tramos entre 20.000 y 50.000 kilómetros disminuyeron y sumaron poco más de un 38% del total.

Por su parte, el porcentaje de coches que realizó más de 50.000 kilómetros aumentó 1,3 puntos porcentuales en relación a 2019.

Fuente: Arval Mobility Observatory

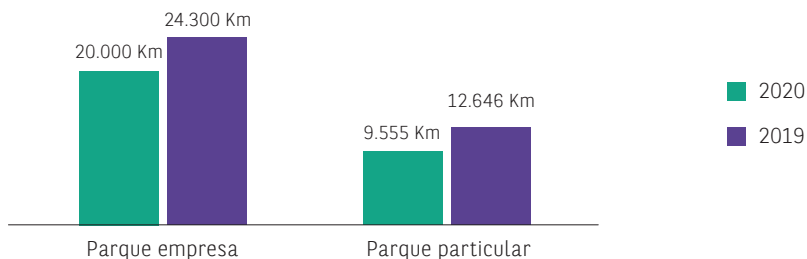
GRÁFICO V.7. Kilometraje anual parque empresa vs. parque particular



Fuente: Arval Mobility Observatory

El descenso del uso del vehículo privado en España queda patente al situarse por tercer año consecutivo por debajo de los 15.000 kilómetros anuales, comportamiento en gran parte motivado por las medidas restrictivas adoptadas por las grandes ciudades y la imposibilidad de viajar en muchos tramos del año debido a la pandemia. A partir de ese volumen de utilización se impone el vehículo de empresa y la diferencia aumenta proporcionalmente cuanto mayor es el kilometraje anual. El tramo entre 5.000 y 10.000 kilómetros fue el más habitual para los particulares, con un porcentaje del 30,5%, mientras que el 24,5% de los corporativos superó los 30.000 kilómetros anuales.

GRÁFICO V.8. Kilometraje medio anual parque empresa vs. parque particular 2020 y 2019

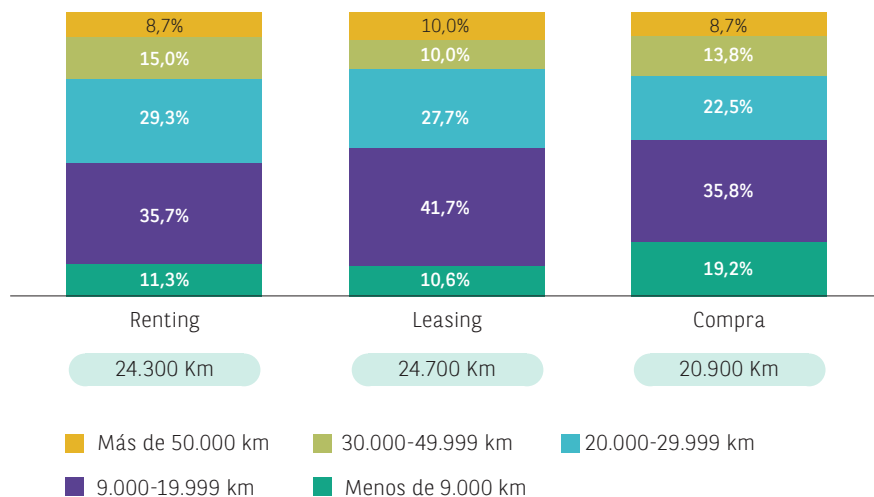


Fuente: Arval Mobility Observatory

Las restricciones a la movilidad impuestas por las autoridades a causa del coronavirus quedaron reflejadas en un menor uso del automóvil. El uso medio anual de los vehículos de empresa sumó 2.300 kilómetros menos el pasado año en comparación con 2019 y se situó en 22.000 kilómetros. Por su parte, los coches conducidos por particulares restaron casi 3.200 kilómetros de media.

D. Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo

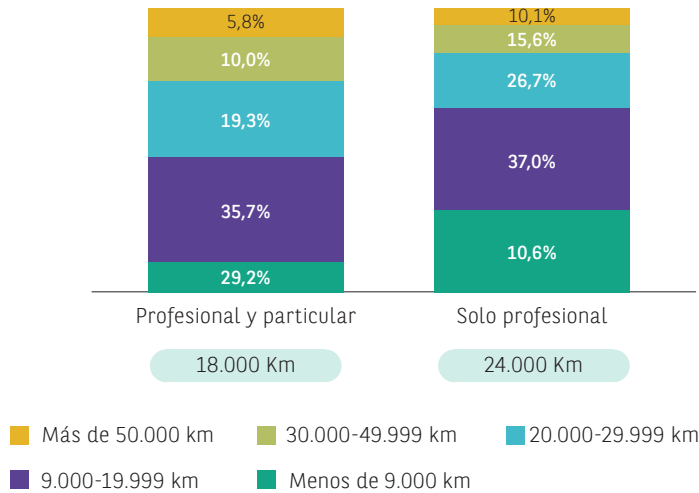
GRÁFICO V.9. Kilometraje anual por método de financiación



Fuente: Arval Mobility Observatory

La franja comprendida entre 9.000 y 19.999 kilómetros anuales fue la más habitual entre los vehículos españoles sin importar el método de financiación, aunque con mayor incidencia en las unidades de leasing, al integrar al 41,7% de las mismas, mientras que más del 35% de las adquiridas mediante renting o de forma directa también circularon en ese tramo. La segunda banda más utilizada por todas las opciones fue la que comprende entre 20.000 y 29.999 kilómetros, la más habitual en otros ejercicios, pero que decayó por las restricciones a los viajes. Los vehículos financiados mediante renting recorrieron una media de 24.300 kilómetros el año pasado, un poco por debajo de los leasing, que sumaron 24.700 de media, mientras que los de compra directa no alcanzaron los 21.000.

GRÁFICO V.10. Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo

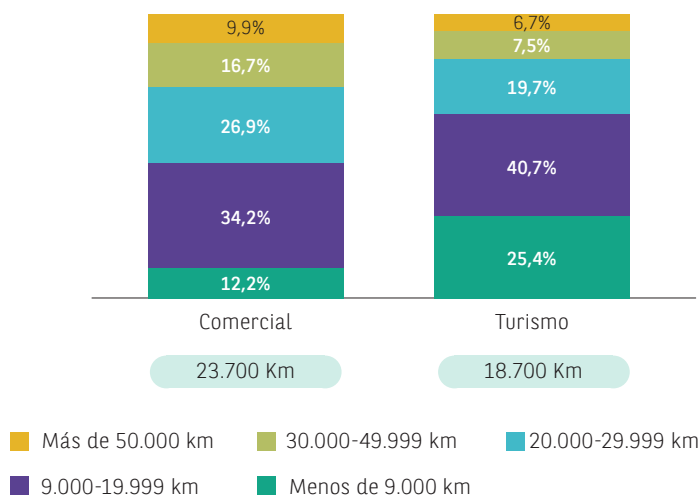


Fuente: Arval Mobility Observatory

Los vehículos utilizados en exclusiva para el uso profesional recorrieron una media de 24.000 kilómetros en 2020 y coparon las franjas más amplias de recorrido, mientras que los que combinan el trabajo con trayectos particulares sumaron 18.000 kilómetros y se fueron más frecuentes en los tramos de menor recorrido.



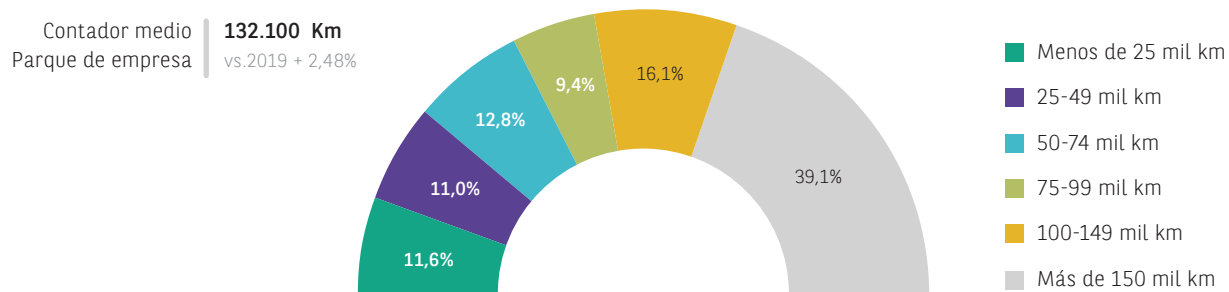
GRÁFICO V.11. Kilometraje anual por tipología de vehículo



Fuente: Arval Mobility Observatory

Un año más los vehículos comerciales fueron los que más distancia recorrieron, con 23.700 kilómetros de media, frente a los turismos, que rodaron 18.700 kilómetros menos. En ambos casos el tramo más común fue el comprendido entre 9.000 y 19.999 kilómetros. Los turismos son más habituales en las franjas inferiores de kilometraje.

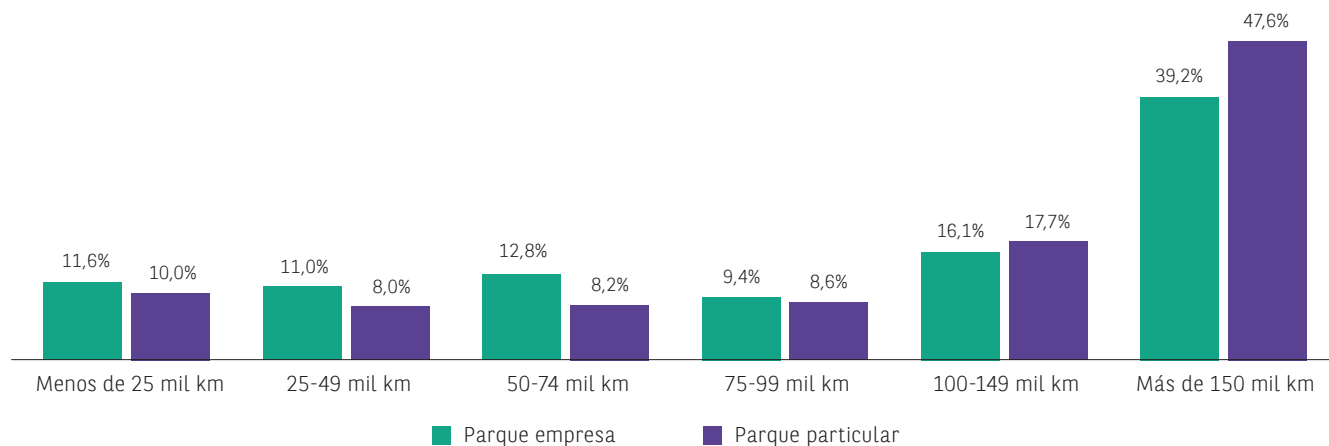
GRÁFICO V.12. Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa



Fuente: Arval Mobility Observatory

Los vehículos de empresa se anotaron un 2,48% más en sus cuentakilómetros en relación con el año anterior y sumaron una media de 132.100 kilómetros. El 55,3% del parque total acumula más de 100.000 kilómetros anuales en sus contadores, de los cuales, el 39,1% superó los 150.000 kilómetros.

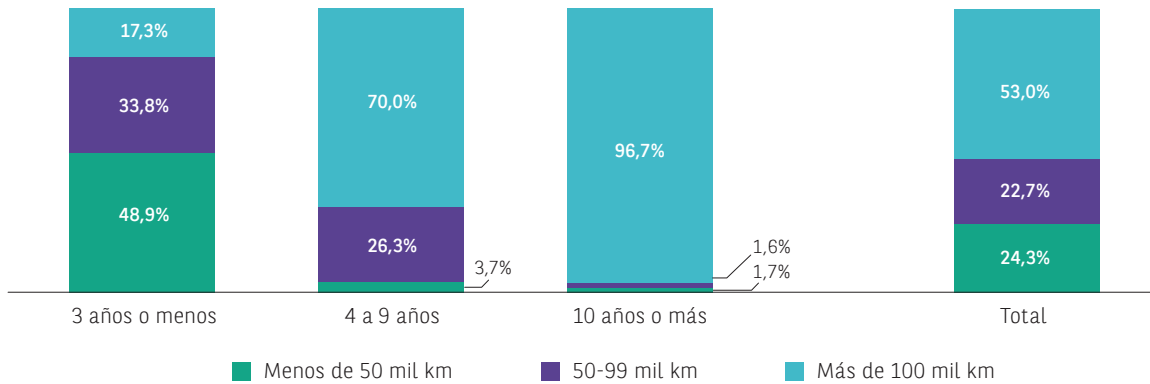
GRÁFICO V.13. Kilometraje acumulado parque empresa vs. parque particular



Fuente: Arval Mobility Observatory

Los usuarios particulares prefieren alargar en la medida de lo posible la vida útil de sus vehículos, por lo que mantienen un kilometraje medio superior en comparación con los de empresa por su menor rotación. El 47,6% de las unidades del parque particular supera los 150.000 kilómetros anuales, frente al 39,2% de los corporativos, mientras que el 65,3% suma más de 100.000 kilómetros. El vehículo de empresa se impone en todas las franjas con recorridos acumulados inferiores a 100.000 kilómetros.

GRÁFICO V.14. Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo

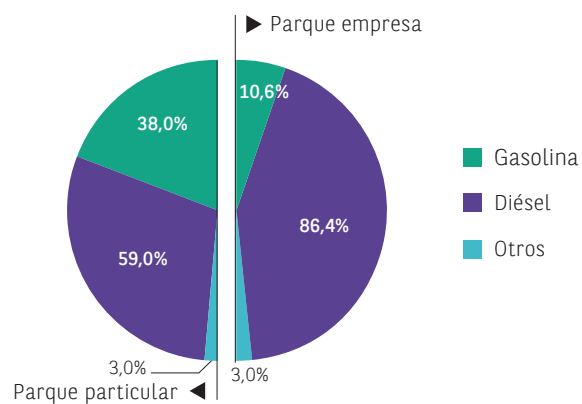


Fuente: Arval Mobility Observatory

La escasa renovación del parque español de vehículos se sitúa una vez más como uno de los principales problemas del sector. Según los últimos datos disponibles, la edad media de las unidades que circulan por las carreteras españolas se situó el pasado ejercicio en 13,2 años. El 96,7% de los coches que superan la década de vida registra más de 100.000 kilómetros en sus contadores, por un 70% que los completa antes de alcanzar esta antigüedad. Solo el 24,3% de las unidades cuenta con menos de 50.000 kilómetros.

E. Tipo de motor

GRÁFICO V.15. Tipo de motor parque empresa vs. parque particular

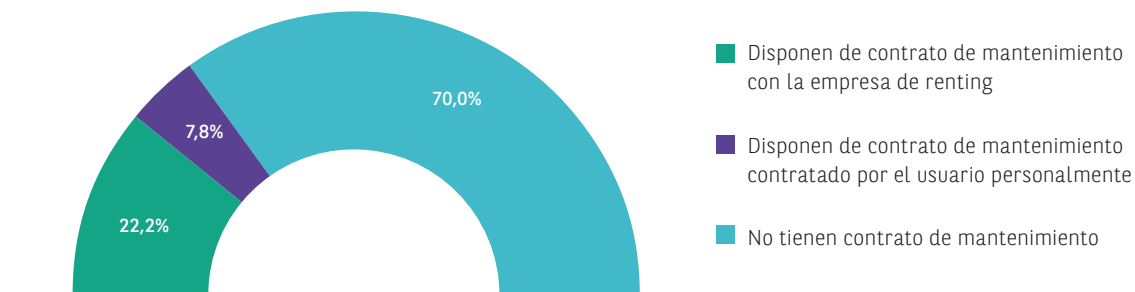


Fuente: Arval Mobility Observatory

El vehículo con motorización diésel mantiene su hegemonía tanto en el parque de empresas como en el particular, con leves descensos en los porcentajes en comparación con el ejercicio precedente. El 86,4% de las compañías eligió vehículos impulsados por este este combustible, que también fue la opción preferente para el 59% de los particulares.

F. Contrato de mantenimiento

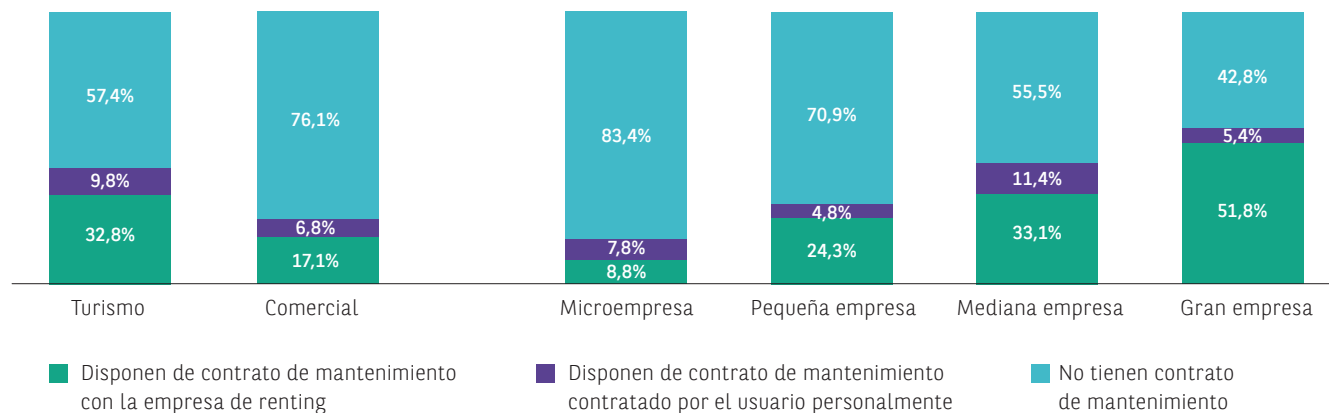
GRÁFICO V.16. Posesión de contrato de mantenimiento



Fuente: Arval Mobility Observatory

Contratar el mantenimiento del vehículo es una opción descartada por la mayoría de los usuarios (70%). De los que se deciden por su utilización, el 22,2% lo hace a través de su empresa de renting y solo un 7,8% lo negocia de manera personal.

GRÁFICO V.17. Posesión de contrato de mantenimiento por tipología de vehículo y magnitud de la empresa



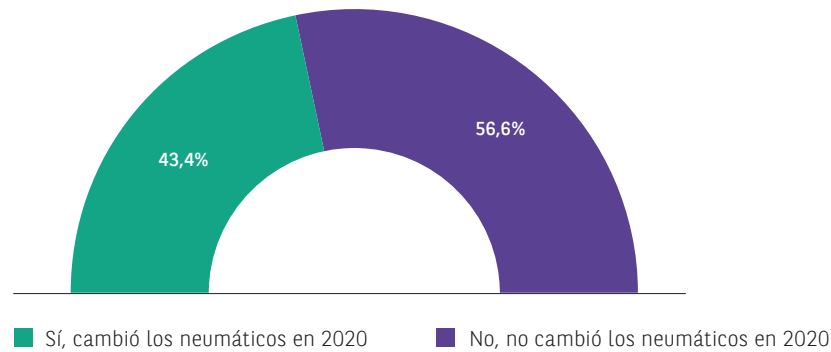
Fuente: Arval Mobility Observatory

La contratación de servicios de mantenimiento es una práctica vinculada a las grandes corporaciones, ya que de esta forma consiguen precios más ajustados. El 51,8% de las mismas optó por suscribirlo con su firma de renting, frente a poco más del 33% de las empresas medianas, el 24,3% de las pequeñas y casi el 9% de las microempresas. Por modalidad de vehículo, casi el 33% de los turismos lo negoció con su firma de renting, por un 17% de los comerciales.

II. NEUMÁTICOS

A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2020

GRÁFICO V.18. Cambio de neumáticos en 2020



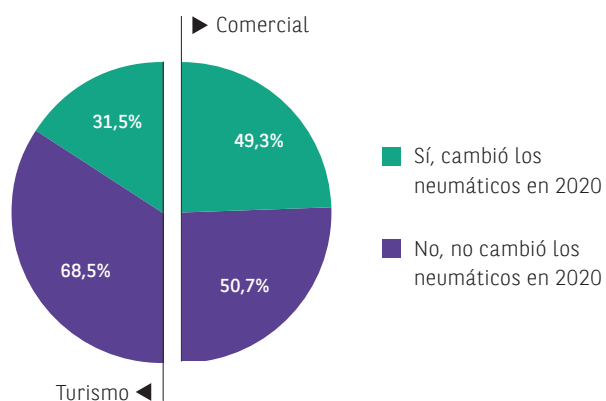
Fuente: Arval Mobility Observatory

El porcentaje de coches que acometió el pasado año un cambio de neumáticos decreció ligeramente en 2020 en comparación con los ejercicios precedentes por el menor uso a causa de las restricciones de movilidad. El 43,4% de los propietarios de vehículos decidió acudir al taller para la sustitución de estos.



B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo

GRÁFICO V.19. Cambio de neumáticos por tipología de vehículo

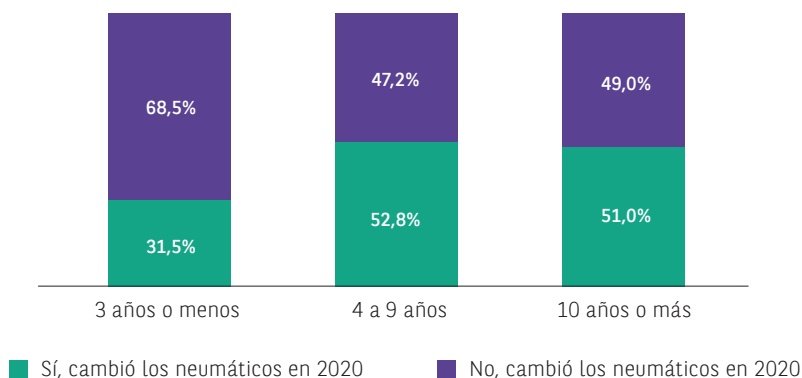


Fuente: Arval Mobility Observatory

En función de la clase de vehículo, casi la mitad de los comerciales decidió realizar un cambio de neumáticos, frente al 31,5% de los turismos.

C. Necesidad de cambio de neumáticos por edad del vehículo

GRÁFICO V.20. Cambio de neumáticos por edad del vehículo

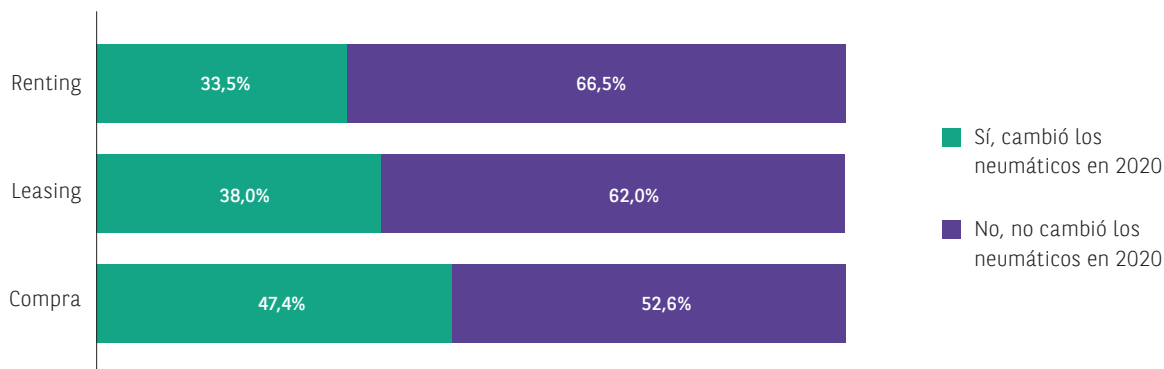


Los vehículos más novedosos fueron las que en menor medida necesitaron un cambio de neumáticos, al contar con un desgaste inferior en sus gomas. Solo el 31,5% de las unidades con menos de tres años de antigüedad tuvo que cambiar las ruedas en 2020, porcentaje que ascendió hasta el 52,8% en las que contaban entre cuatro y nueve años de edad y hasta el 51% en las que superaban la década de vida.

Fuente: Arval Mobility Observatory

D. Necesidad de cambio de neumáticos según el método de financiación

GRÁFICO V.21. Cambio de neumáticos por método de financiación

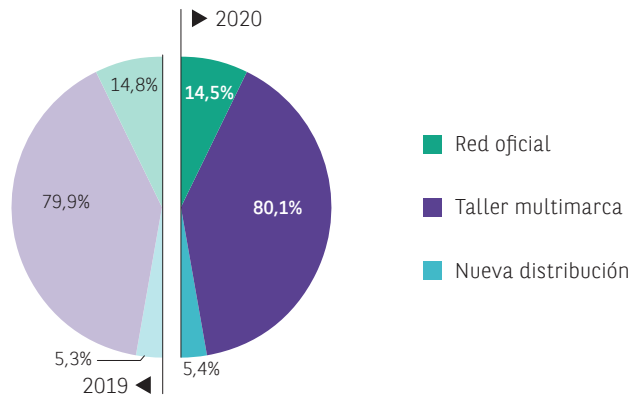


Fuente: Arval Mobility Observatory

En relación con el método de financiación, poco menos de la mitad de los vehículos adquiridos a través de compra directa pasaron por el taller para cambiar los neumáticos, al igual que el 38% de los que se financiaron a través de leasing y el 33,5% de los de renting.

E. Lugar de reparación

GRÁFICO V.22. Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2020 vs. 2019

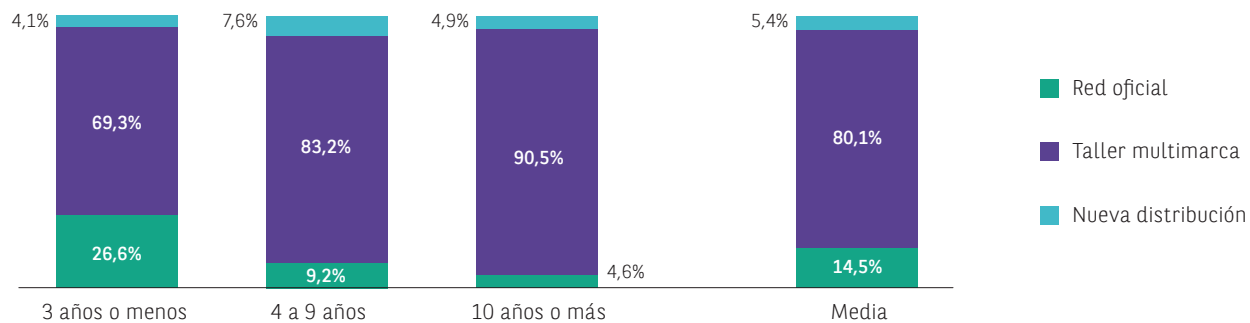


El 80% de los conductores optó por los talleres multimarca para efectuar reparaciones o cambios de neumáticos en 2020, cifras muy similares a las del año anterior. La red oficial experimentó un ligero descenso manteniéndose en el 14,5% de cuota, por otro lado, los centros de nueva distribución apenas sufren movimiento y fueron elegidos por el 5,4% de los clientes.

Fuente: Arval Mobility Observatory

F. Antigüedad del vehículo según el canal de cambio del neumático

GRÁFICO V.23. Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para cambio de neumático

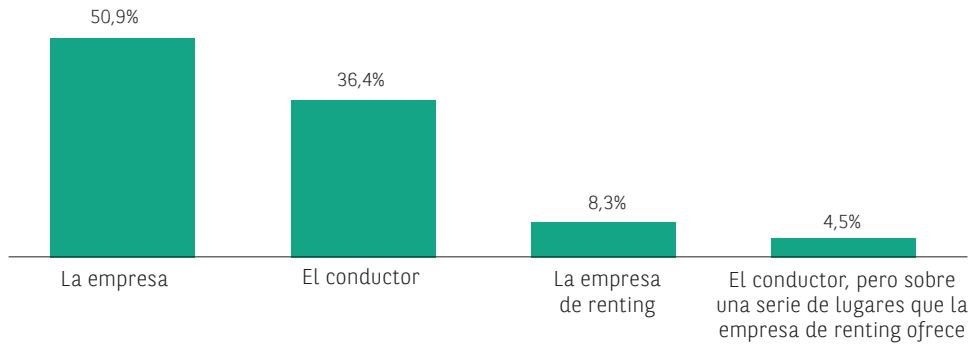


Fuente: Arval Mobility Observatory

La antigüedad del vehículo no es determinante a la hora de elegir el taller en el que realizar un cambio de gomas, ya que la opción de los talleres multimarca se impone sin importar los años de rodaje, si bien es cierto que el 26,6% de las unidades con menos de tres años de vida optó por la red oficial. A partir del cuarto año la opción del taller multimarca se impone con claridad.

G. Decisión de la elección del taller

GRÁFICO V.24. Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos

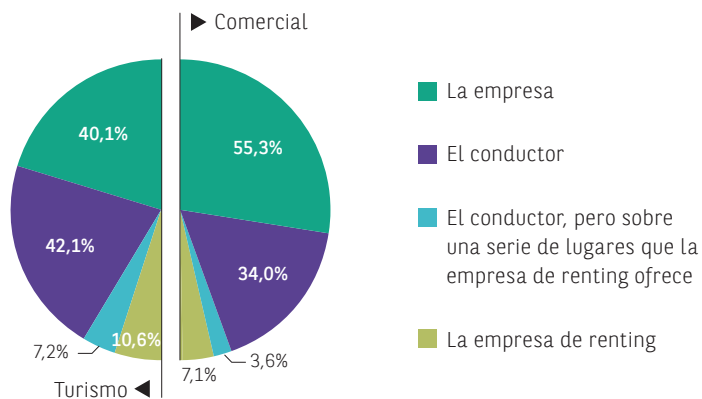


Fuente: Arval Mobility Observatory

El criterio empresarial se impuso a la hora de acudir al taller para realizar el cambio de neumáticos en más de la mitad de las ocasiones (50,9%), mientras que la capacidad de elección del conductor prevaleció en casi el 36,4% de los casos. Las firmas de renting eligieron centro un 8,3% de las oportunidades, mientras que sugirieron opciones al usuario el 4,5% restante.

H. Decisión de la elección del taller según el tipo de vehículo

GRÁFICO V.25. Decisión del centro de reparación según el tipo de vehículo

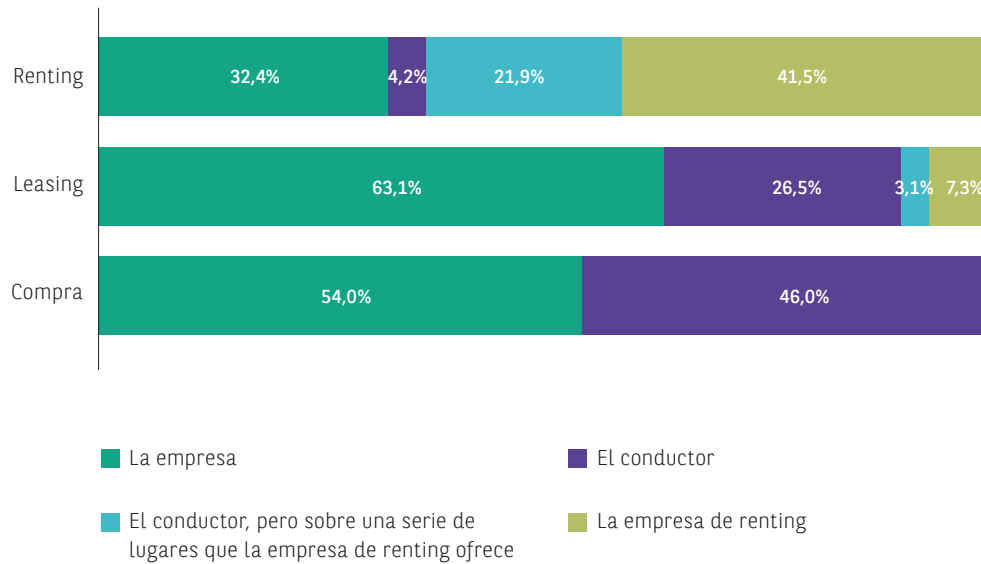


Fuente: Arval Mobility Observatory

En función del tipo de vehículo, las empresas propietarias de comerciales fueron las que en mayor medida (55,3%) tomaron la decisión de elegir el centro de reparación, por delante de la decisión del conductor (34%). En el caso de los turismos fue el usuario el que eligió taller en el 42,1% de las ocasiones, mientras que la compañía lo hizo en el algo más del 40% de los casos.

I. Decisión de la elección del taller según el método de financiación

GRÁFICO V.26. Decisión del centro de reparación según el método de financiación



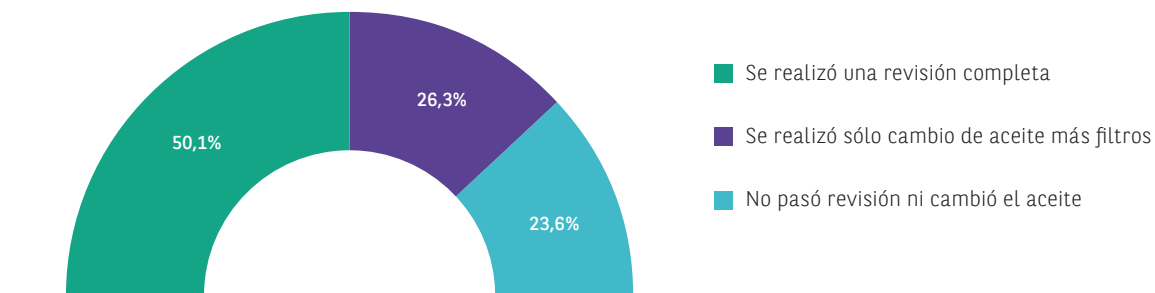
Fuente: Arval Mobility Observatory

Las empresas eligen el centro de reparación con independencia del método de financiación. Así, el porcentaje de vehículos de leasing en los que las firmas decidieron el taller ascendió hasta el 63,1%, por el 54% de los de compra directa y el 32,4% de los de renting. En esta última modalidad, las firmas de renting hicieron valer su opinión el 41,5% de las ocasiones.

III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO

A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2020

GRÁFICO V.27. Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2020

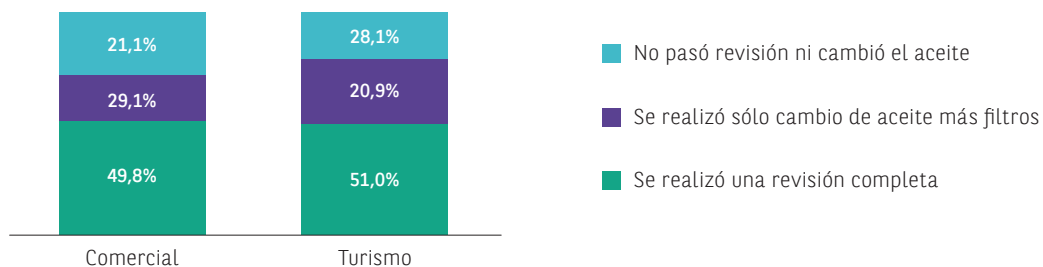


Fuente: Arval Mobility Observatory

Realizar una revisión completa para evitar complicaciones futuras es una elección que convenció a la mitad de los vehículos de empresa en 2020, mientras que un 26,3% optó por el cambio de aceite y los filtros. El 23,6% las unidades no acudieron al servicio técnico en todo el ejercicio, dos puntos porcentuales más que en 2019.

B. Por tipología de vehículo

GRÁFICO V.28. Revisión o cambio de aceite por tipología de vehículo

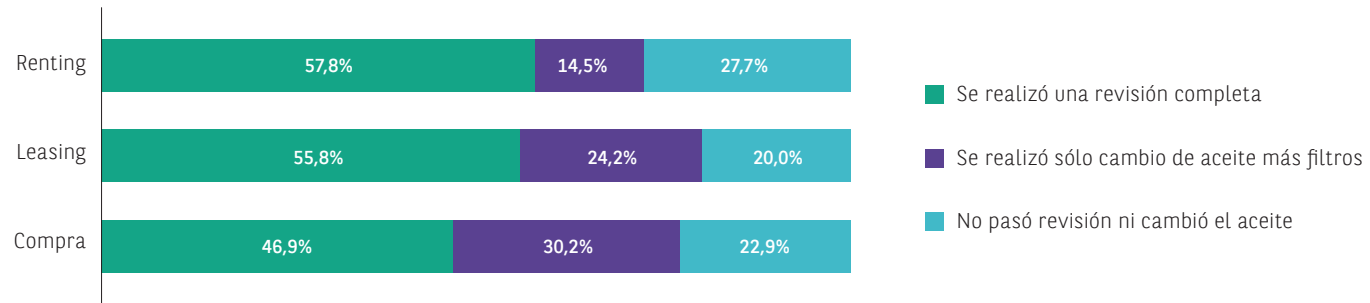


Fuente: Arval Mobility Observatory

Por tipo de vehículo, los comerciales acudieron en mayor medida al taller que los turismos durante el pasado ejercicio, aunque el 51% de los segundos realizaron revisiones más exhaustivas en comparación con el 49,8% de los primeros. Solo el 20,1% de los turismos restantes realizó un servicio básico como el cambio de aceite, frente al 29,1% de los comerciales. Más del 28% de los turismos no realizó ningún tipo de actuación en el taller.

C. Según método de financiación

GRÁFICO V.29. Revisión o cambio de aceite por método de financiación

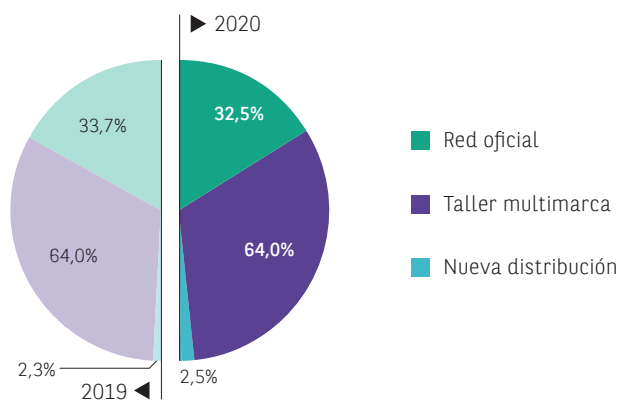


Fuente: Arval Mobility Observatory

En relación al método de financiación, los vehículos de renting fueron los más propensos a contratar revisiones completas (57,8%), aunque también sumaron la mayor proporción de coches que no acudieron al taller (27,7%) debido al intervalo mayor de los mantenimientos en vehículos más nuevos, teniendo en cuenta la juventud del parque de renting. El 55,8% de las unidades de leasing y el 46,9% de las de compra también optaron por actuaciones preventivas. El porcentaje de vehículos comprados de forma directa que optó por servicios básicos como el cambio de aceite como medida de mantenimiento sumó el 30,2%, por el 27,7% de los de renting y el 20% de los de leasing.

D. Lugar de reparación

GRÁFICO V.30. Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2020 vs. 2019

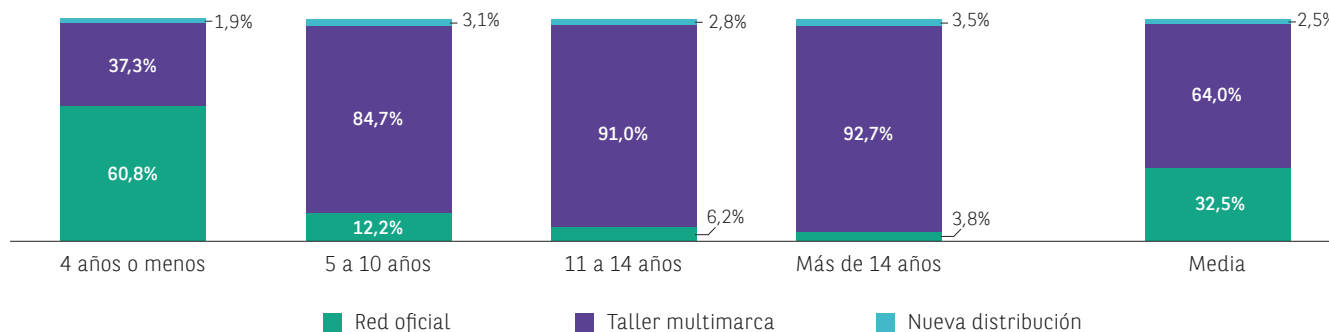


Fuente: Arval Mobility Observatory

El taller multimarca mantuvo la cuota en las preferencias para la revisión o cambio de aceite del vehículo de empresa y se consolidó como la principal opción, ya que esta modalidad es la elegida por el 64% de los vehículos. Poco menos de un tercio de las unidades optó por la red oficial, que cedió más de un punto porcentual de cuota.

E. Antigüedad del vehículo según el canal de realización del mantenimiento

GRÁFICO V.31. Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para realización de mantenimiento

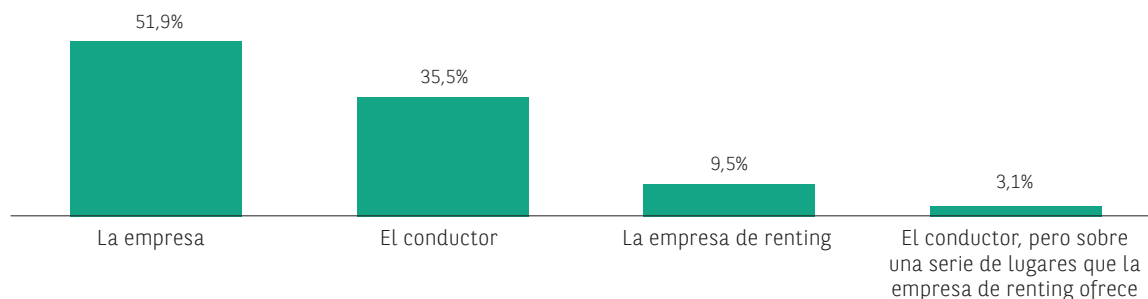


Fuente: Arval Mobility Observatory

Conservar la garantía del fabricante o aceptar las ofertas realizadas por la casa oficial consigue que los vehículos con menos de cuatro años de vida acudan a la red oficial para realizar las labores de mantenimiento en casi el 61% de las ocasiones, aunque, cumplido este primer lapso, el 84,7% ya opta por acudir al taller independiente. En el cómputo general de la vida del vehículo, menos de un tercio de las unidades se mantiene fiel a la casa matriz, mientras que el 64% acude a un espacio multimarca y solo el 2,5% opta por la nueva distribución.

F. Decisión del lugar de realización del mantenimiento

GRÁFICO V.32. Quién decide la elección del centro de reparación para la realización del mantenimiento



Fuente: Arval Mobility Observatory

La elección del lugar para efectuar las reparaciones corresponde a la empresa en casi el 52% de las ocasiones, mientras que el conductor impone su criterio el 35,5%. Las firmas de renting deciden un 9,5% de las ocasiones e influyen en otro 3,1%.

DAÑOS Y REPARACIONES EN EL VEHÍCULO DE EMPRESA

Las visitas al taller de los vehículos que circulan por las carreteras españolas no alcanzan las dos veces al año, con las unidades que suman más de seis años de edad como las que acuden con mayor asiduidad a este servicio. Los talleres independientes se consolidan como la opción preferida para reparar las unidades más longevas, mientras que las redes oficiales mantienen el predominio entre los de reciente fabricación. Por su parte, el seguro a terceros es mayoritario entre los coches españoles, mientras que se mantiene la tendencia de evitar la visita al taller para operaciones o golpes menores.



LA ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO DETERMINA EL NÚMERO DE VISITAS AL TALLER

LOS VEHÍCULOS CON MÁS DE 6 AÑOS SON LOS QUE ACUDEN CON MAYOR ASIDUIDAD AL MECÁNICO



LOS TURISMOS CON MENOR RODAJE SON LOS QUE MÁS ACUDEN AL TALLER (48%), EN GRAN PARTE PARA CUMPLIR CON LAS REVISIONES Y PODER MANTENER LA GARANTÍA DEL FABRICANTE

SIENDO LA CASA OFICIAL EL LUGAR ELEGIDO PARA ELLO
57%



LA MODALIDAD DE TERCEROS UN AÑO MÁS SE CONFIGURA COMO EL TIPO DE COBERTURA DE SEGURO ELEGIDA DE FORMA MAYORITARIA

VEHÍCULOS PARTICULARES
65%

VEHÍCULOS CORPORATIVOS
50%

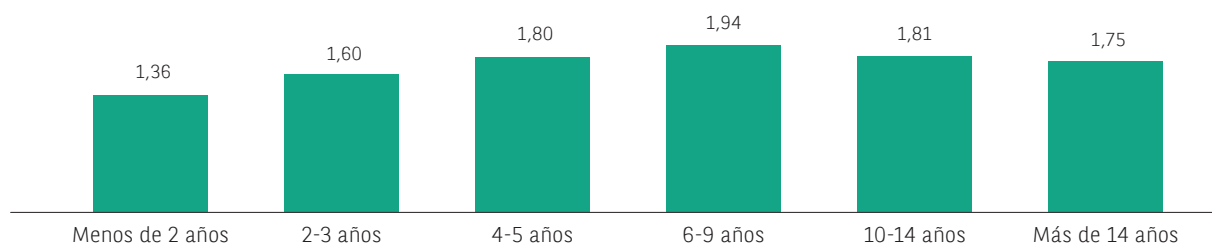


EL TODO RIESGO CON FRANQUICIA SUMÓ EN 2020 ADEPTOS Y ALCANZÓ EL 25,6% DEL PARQUE EMPRESARIAL EN DETRIMENTO DE LA MODALIDAD QUE CARECE DE ELLA

I. REPARACIONES

A. Entradas al taller según edad del vehículo

GRÁFICO VI.1. Número medio de visitas anuales en base a la antigüedad del vehículo

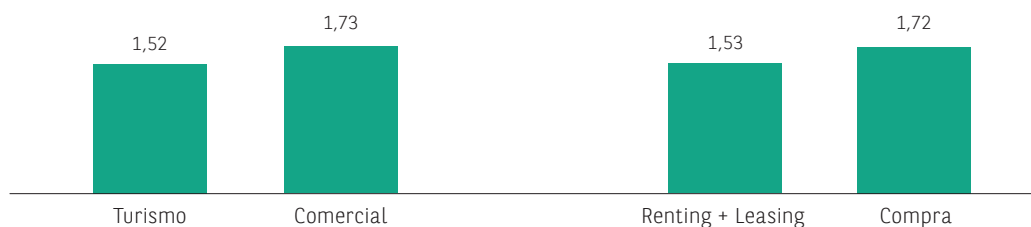


Fuente: Arval Mobility Observatory

La antigüedad del vehículo determina el número de visitas al taller. Los vehículos que suman más de seis años de edad son los que acuden con mayor asiduidad al mecánico, en especial en el tramo que alcanza hasta los nueve años de vida, con una media de 1,94 entradas anuales. Esta media desciende de forma leve (1,81) entre los que superan la década de antigüedad, en similares parámetros que los que cuentan con un lustro de vida, para bajar de nuevo cuando alcanzan los 14 años (1,75). Los modelos de reciente adquisición apenas acuden para acciones de mantenimiento, mientras que los que cuentan entre dos y tres años acuden en 1,6 ocasiones.

B. Entradas al taller según tipología de vehículo y método de financiación

GRÁFICO VI.2. Número medio de visitas por tipología de vehículo y método de financiación

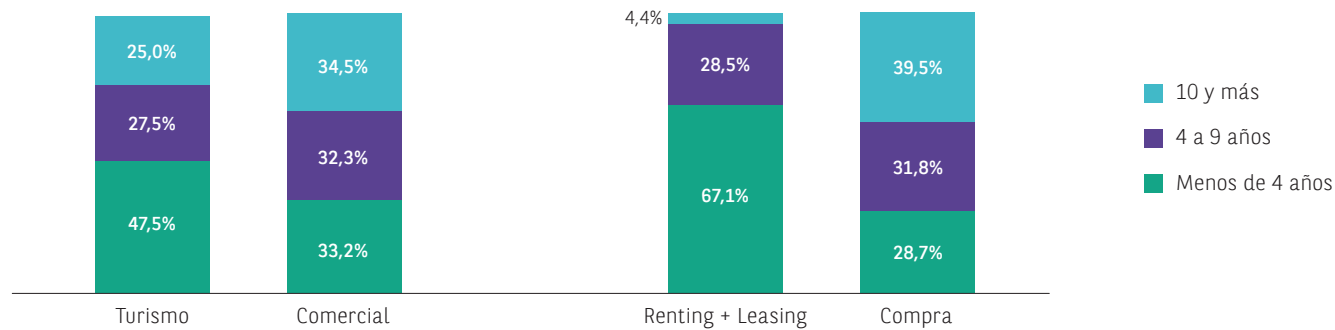


Fuente: Arval Mobility Observatory

El uso más intensivo al que se somete a los vehículos comerciales les obliga a realizar un número superior de reparaciones (1,73) que los turismos (1,52), al sufrir un desgaste superior. En lo que se refiere al método de financiación, los automóviles adquiridos por la modalidad de compra directa acumulan más visitas al taller (1,72) que los financiados mediante leasing y renting, que suman 1,53 entradas.

C. Entradas al taller según edad por tipología del vehículo y método de financiación

GRÁFICO VI.3. Visitas al taller según edad vehículo por tipología de vehículo y método de financiación



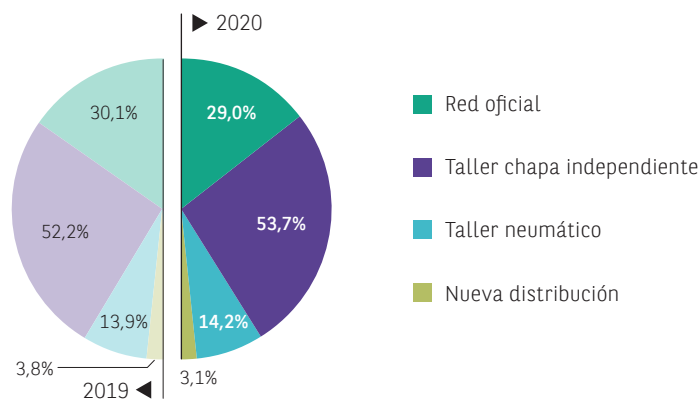
Fuente: Arval Mobility Observatory

Por tipología, los turismos con menor rodaje son los que más acuden al taller (47,5%), en gran parte para cumplir con las revisiones y poder mantener la garantía del fabricante, mientras que los comerciales que superan la década de vida son más asiduos en sus visitas. Superada la barrera de los cuatro años, los comerciales acuden en mayor medida a la cita con el mecánico que los turismos en todos los tramos de edad.

Los vehículos financiados mediante renting o leasing realizan un mayor número de actuaciones de mantenimiento que las adquiridas mediante compra directa hasta que el vehículo supera los cuatro años de edad. A partir de ese momento, los automóviles en propiedad se ven obligados a acudir al taller con mayor asiduidad.

D. Lugar de realización de la reparación

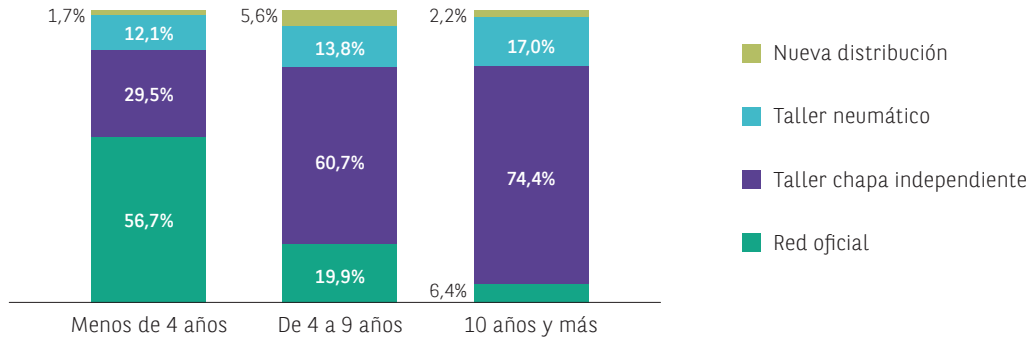
GRÁFICO VI.4. Elección del lugar donde realizar la reparación 2020 vs. 2019



El taller de chapa independiente se mantuvo el pasado año como la opción preferida por las empresas para reparar sus vehículos, aumentando algunas décimas porcentuales en comparación con 2019, hasta alcanzar el 53,7% de las visitas. La red oficial, en cambio, descendió hasta el 29%.

Fuente: Arval Mobility Observatory

GRÁFICO VI.5. Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo

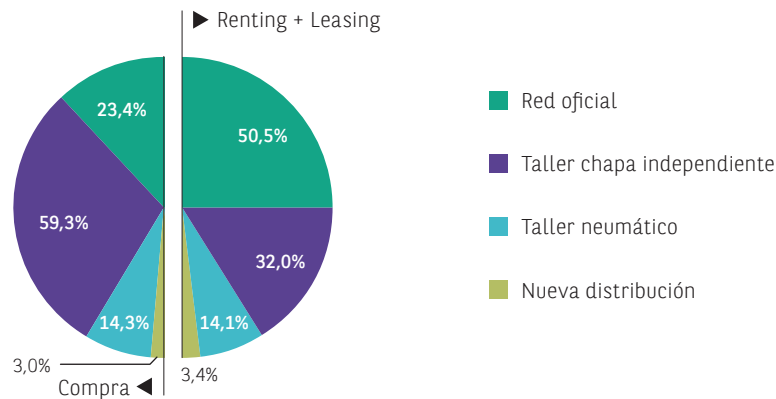


Fuente: Arval Mobility Observatory

La antigüedad del vehículo marca la elección del lugar de reparación. Los modelos nuevos acuden a la casa oficial (56,7%), mientras que casi el 61% de los que cuentan entre cuatro y nueve años optan por el taller independiente, porcentaje que crece hasta el 74,4% cuando se superan los diez años de uso, franja en la que la visita al taller oficial se sitúa en el 6,4%.

E. Lugar de realización de la reparación en función del método de financiación y antigüedad del vehículo

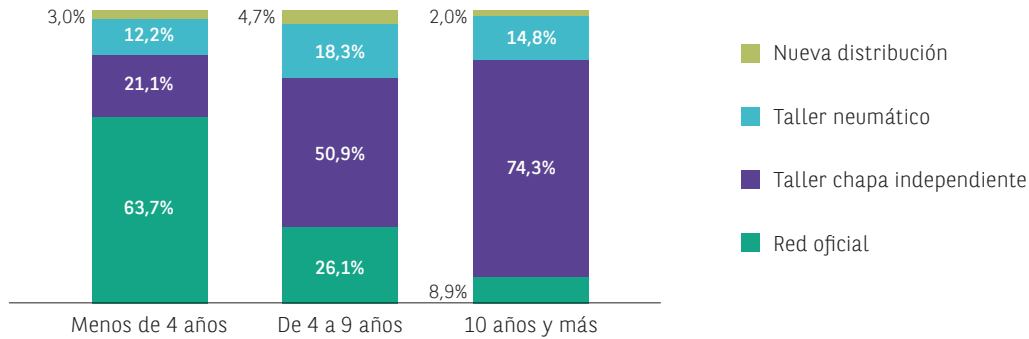
GRÁFICO VI.6. Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting vs. Compra



Fuente: Arval Mobility Observatory

En atención al método para financiar el vehículo, algo más de la mitad de los modelos adquiridos vía renting o leasing confían en el taller oficial, mientras que el 59,3% de los adquiridos de forma directa se decantan por mecánicos independientes para las reparaciones, modalidad también elegida por el 32% de los coches financiados por ambas modalidades. En el resto de las opciones apenas hay variaciones.

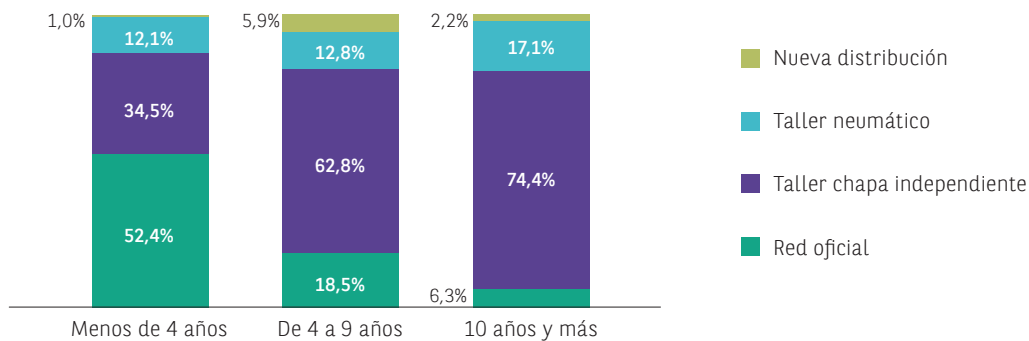
GRÁFICO VI.7. Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting



Fuente: Arval Mobility Observatory

La red oficial acapara casi el 64% de las visitas de los automóviles de reciente fabricación financiados vía renting o leasing, mientras que más de la mitad (51%) de los que suman entre cuatro y nueve años de edad se decantan por el taller independiente, lo que deja la cuota de la casa matriz del vehículo por encima del 26% en este segmento. Superada la década de vida, los talleres autónomos reciben el 74,3% de las unidades.

GRÁFICO VI.8. Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Compra



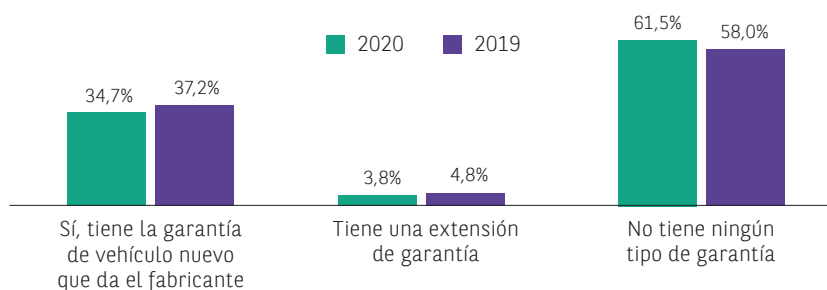
Fuente: Arval Mobility Observatory

Más de la mitad de los vehículos en propiedad acude a la red oficial en sus primeros años de vida, para pasar el testigo a los talleres independientes a partir del cuarto ejercicio para las labores de mantenimiento y reparación. Los talleres dedicados al cambio de neumáticos crecen por encima del 17% cuando superan los diez años de antigüedad.

II. GARANTÍA

A. Vehículo en garantía

GRÁFICO VI.9. Garantía del vehículo de empresas - 2020 vs. 2019



Fuente: Arval Mobility Observatory

Cada vez menos vehículos cuentan con algún tipo de garantía. En 2020 solo el 34,7% de las unidades del parque empresarial contaban con el respaldo oficial del fabricante y no llegaron al 4% las que realizaron una extensión del mismo. En el caso de los particulares se acrecienta la reticencia a contratar este tipo de servicios, ya que el 83,4% no disponían de ningún tipo de garantía (en comparación con el 61,5% de los vehículos de empresa), sólo el 14,3% contaban con la que facilita el fabricante cuando el vehículo es nuevo y apenas el 2,3% optaron por ampliarla.

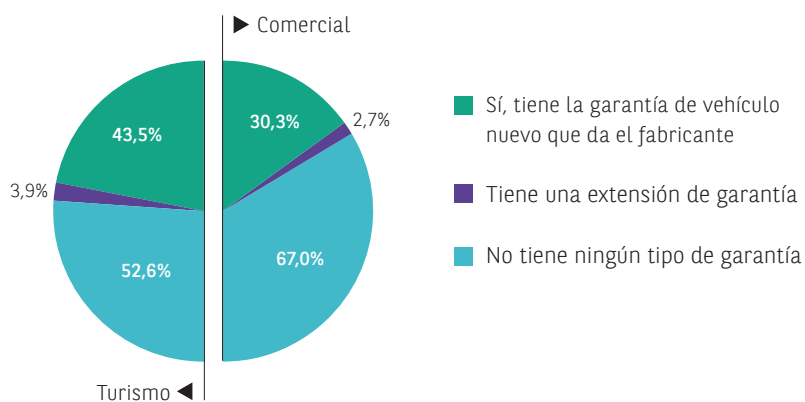
PARQUE PARTICULARES

¿Y su vehículo está en garantía?

Sí, tiene la garantía de vehículo nuevo que da el fabricante	14,3%
Tiene una extensión de garantía	2,3%
No tiene ningún tipo de garantía	83,4%

B. Garantía en función del tipo de vehículo

GRÁFICO VI.10. Garantía según el tipo de vehículo

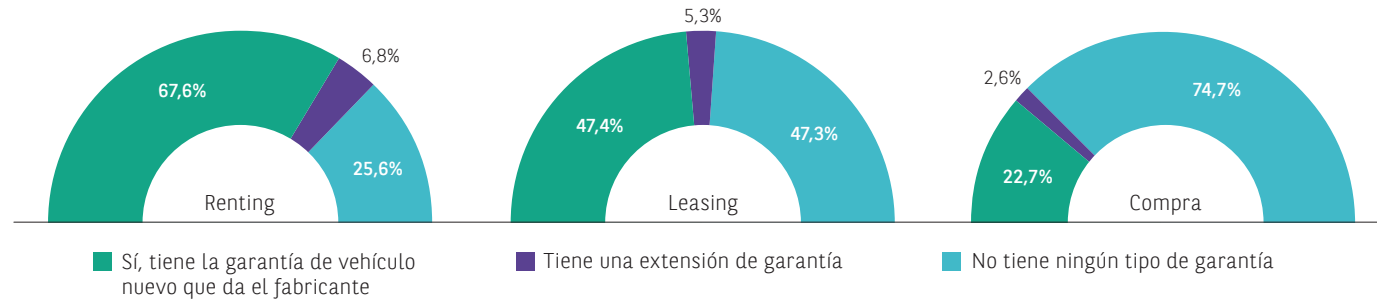


Fuente: Arval Mobility Observatory

Por tipo de vehículo, el 43,5% de los turismos poseen la garantía que le ofrece el fabricante y no llega al 4% los que optan por extenderla. En el caso de los comerciales, únicamente un 30,3% de los mismos están cubiertos por la garantía de fábrica y menos de un 3% la prolongan.

C. Garantía en función del método de financiación del vehículo

GRÁFICO VI.11. Garantía según método de financiación del vehículo



Fuente: Arval Mobility Observatory

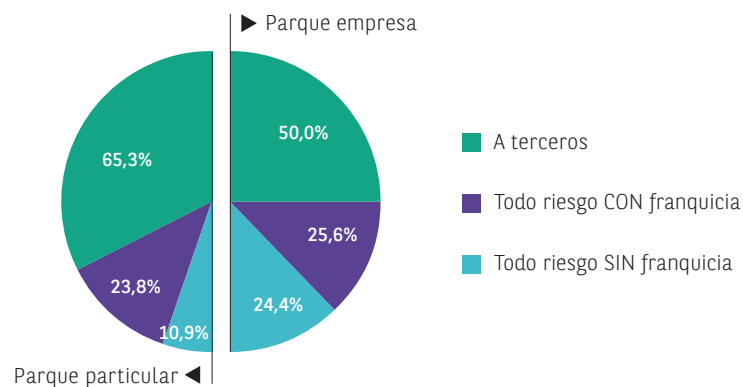
Los vehículos financiados por medio de renting son los que se benefician en mayor medida de la garantía del fabricante, ya que el 67,6% de los mismos se encuentran en esta situación, además de que suman el mayor porcentaje de los que contratan extensiones de la misma (6,8%). Por contraposición, el 74,7% de los de compra directa prescinden de esta opción de seguridad. Menos de la mitad de los coches que acudieron al leasing está cubierto por el fabricante y poco más del 5% ampliaron estos beneficios.



III. SEGURO

A. Tipo de seguro

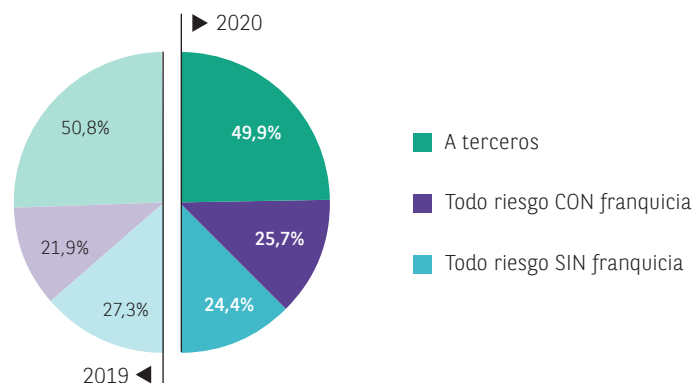
GRÁFICO VI.12. Tipo de seguro parque empresa vs. parque particular



Fuente: Arval Mobility Observatory

La modalidad de terceros un año más se configura como el tipo de cobertura de seguro elegida de forma mayoritaria tanto por los vehículos particulares (65,3%) como por los corporativos (50%), secundada por el todo riesgo con franquicia, opción requerida por el 25,6% del parque empresarial y casi el 24% del particular.

GRÁFICO VI.13. Tipo de seguro en parque empresa - Comparativa 2020 vs. 2019

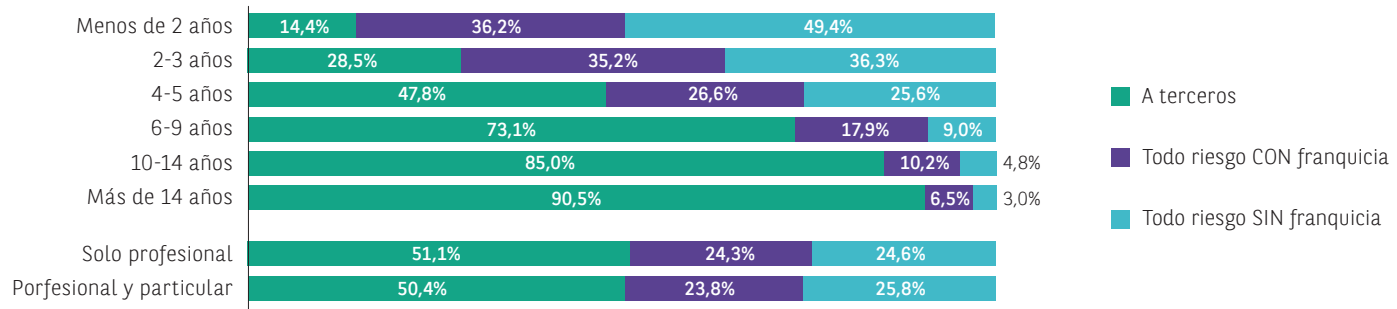


Fuente: Arval Mobility Observatory

La contratación del seguro a terceros se mantuvo en 2020 como la opción dominante en el parque de vehículos corporativos, aunque cedió algo más de una décima porcentual en comparación con el año anterior. El todo riesgo con franquicia sumó adeptos y alcanzó el 25,7% del parque empresarial en detrimento de la modalidad que carece de ella, que agrupó al 24,4% restante.

B. Tipo de seguro en función de la edad y uso del vehículo

GRÁFICO VI.14. Tipo de seguro en base a la edad del vehículo y utilización del mismo

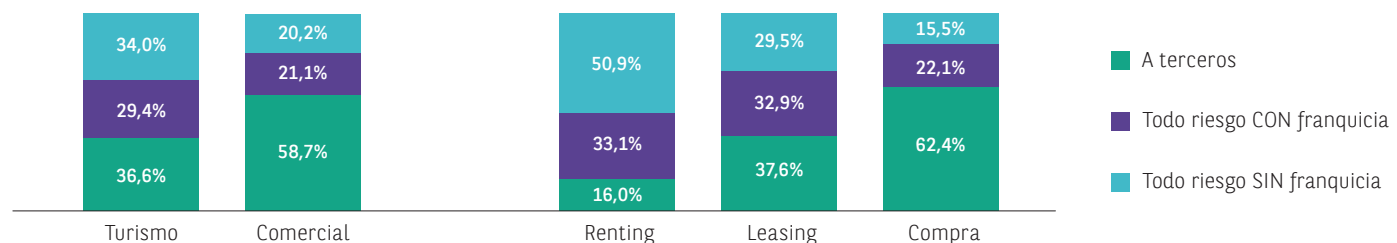


Fuente: Arval Mobility Observatory

El seguro a terceros es la modalidad más utilizada para cubrir las contingencias del parque de vehículos español, tanto entre los destinados en exclusiva al uso profesional (51,1%) como por aquellos automóviles que además realizan trayectos particulares fuera del horario de trabajo (50,4%). En relación con la antigüedad del coche, a partir de los cuatro años es la más usual, mientras que las modalidades de todo riesgo se imponen en las unidades de fabricación más reciente, para perder peso de forma progresiva según avanza el envejecimiento del vehículo y disminuye su valor real.

C. Tipo de seguro en función del tipo de vehículo y método de financiación

GRÁFICO VI.15. Tipo de seguro por tipología de vehículo y método de financiación



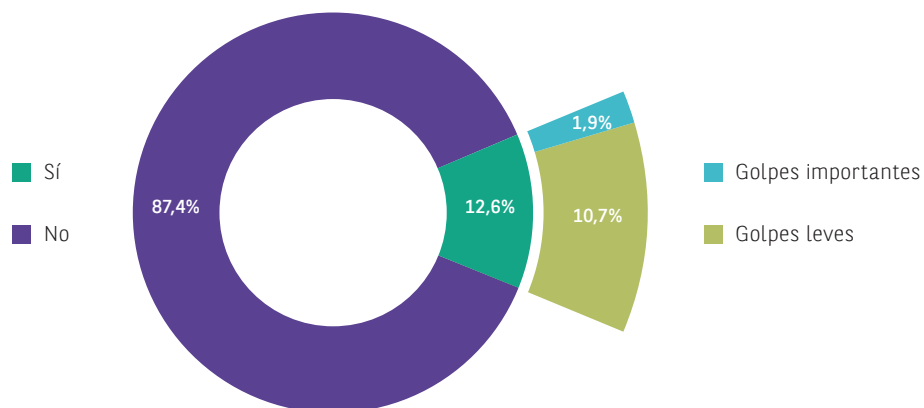
Fuente: Arval Mobility Observatory

Por tipología de vehículo. Los comerciales mantienen su preferencia por el seguro a terceros en el 58,7% de las ocasiones, opción que es también la más demandada en el caso de los turismos, con el 36,6% de los casos. El todo riesgo con franquicia aventaja por apenas un punto porcentual a la modalidad que carece de ella en el caso de los comerciales, pero esta última se impone como segunda elección entre los turismos.

Si se toma como referencia la modalidad de financiación, el 62,4% de los vehículos en propiedad cuenta con una póliza a terceros, opción que es también la preferida por los de leasing (37,6%). Por su parte, el todo riesgo sin franquicia es la elección más común en los vehículos de renting y cubre casi el 51% de los casos.

D. Accidentes

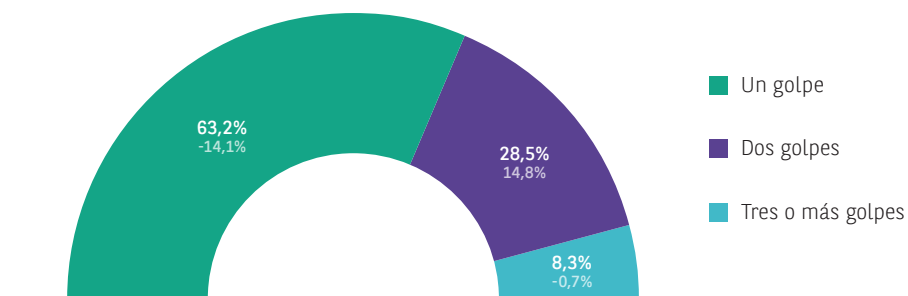
GRÁFICO VI.16. Tuvo accidente en 2020 y tipo de accidente (Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2020)



Fuente: Arval Mobility Observatory

La gran mayoría de conductores (87,4%) no se vio implicado en ningún accidente en 2020. De los que no tuvieron esta suerte, solo el 1,9% fue de consideración, mientras que los siniestros restantes se saldaron con golpes leves.

GRÁFICO VI.17. Número de accidentes / roces

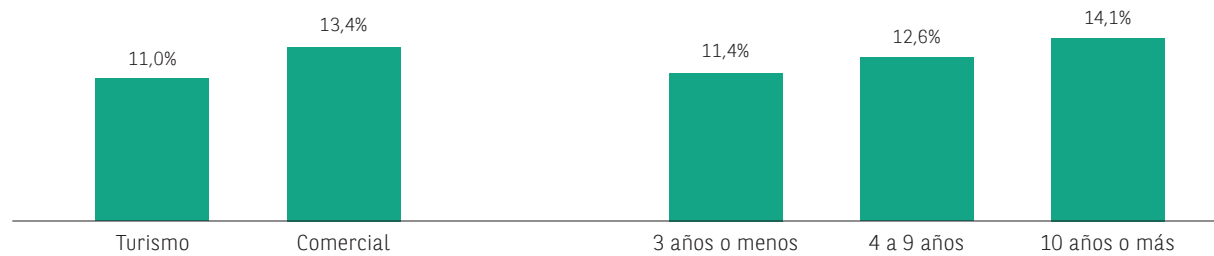


Fuente: Arval Mobility Observatory

Gran parte de los conductores que sufrieron un accidente en 2020 no volvieron a verse implicados en otro percance (63,1%), un 14% menos en comparación con el año anterior. Sin embargo, los implicados en dos golpes crecieron casi un 15%, mientras que el 8,3% se vieron inmersos en tres o más roces, el 0,7% menos.

E. Tasa de accidentes

GRÁFICO VI.18. Tasa de accidentes por tipo y antigüedad del vehículo

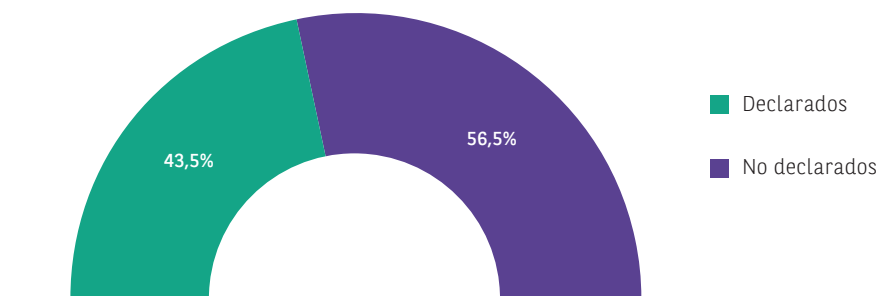


Fuente: Arval Mobility Observatory

La tasa de accidentes fue superior entre los comerciales (13,4%) en comparación con los turismos (11%), ya que estos últimos circularon menos por las restricciones de movilidad. El mayor índice de percances lo protagonizaron las unidades de antigüedad superior a una década (14,1%), por delante de los del tramo medio de edad (12,6%) y los más nuevos (11,5%).

F. Accidentes declarados al seguro

GRÁFICO VI.19. Se declaró el accidente al seguro

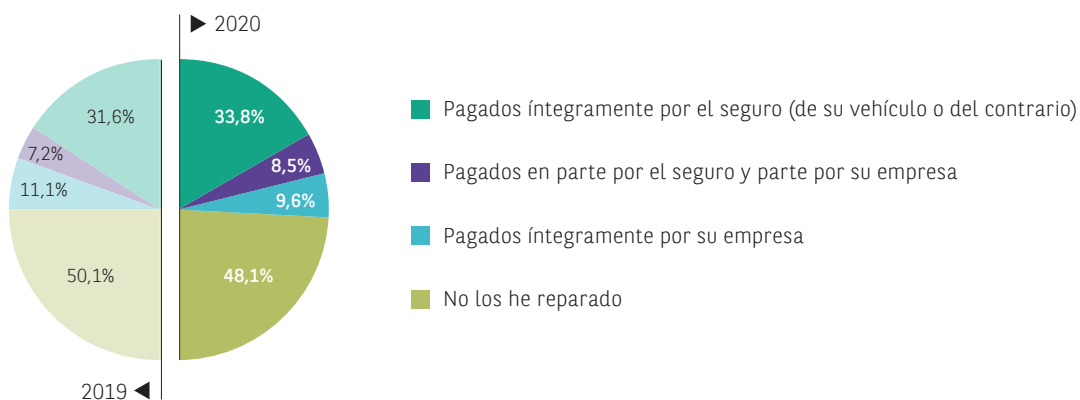


Fuente: Arval Mobility Observatory

En la pauta de los últimos ejercicios, más de la mitad de los accidentes (56,5%) no fueron declarados a la compañía aseguradora, bien por la escasa importancia de los mismos o para evitar un aumento en la prima.

G. Responsable del coste de reparación

GRÁFICO VI.20. Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2020 vs. 2019

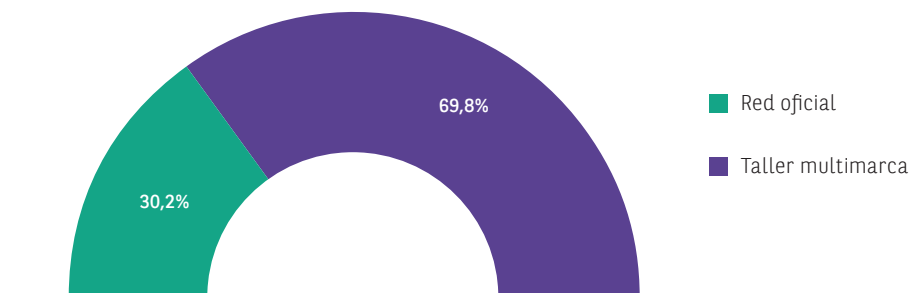


Fuente: Arval Mobility Observatory

Algo menos de la mitad de los golpes no fueron reparados el pasado año. Los daños abonados íntegramente por las compañías de seguros supusieron algo más de un tercio del total, un 2,2% más en comparación con 2019. El 9,6% de los siniestros fueron pagados por la firma propietaria del vehículo, mientras que los que son sufragados de forma conjunta por empresa y aseguradora alcanzaron el 8,5%.

H. Lugar de reparación de los daños

GRÁFICO VI.21. Lugar de reparación

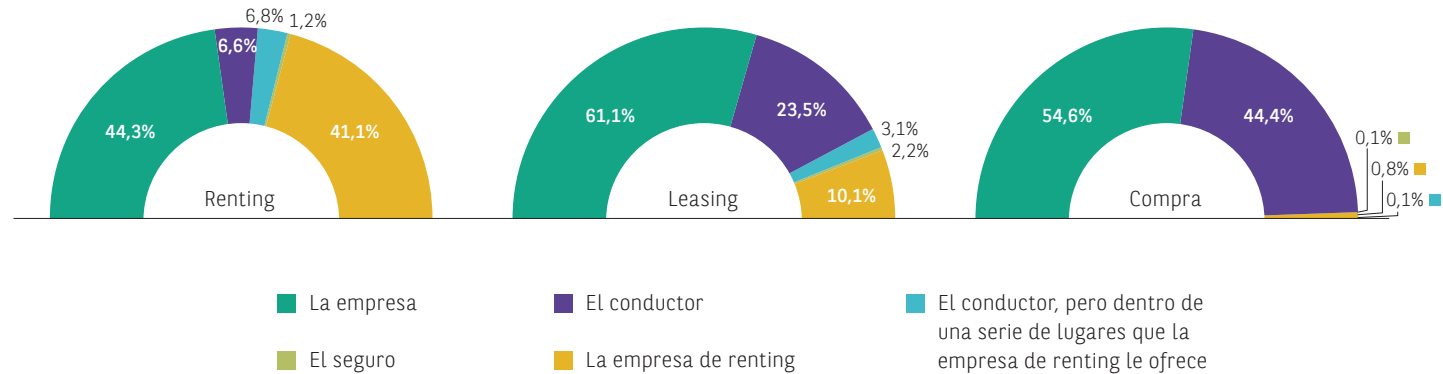


Fuente: Arval Mobility Observatory

Los talleres independientes se mantienen como la opción preferida para realizar las reparaciones para el 69,8% de los propietarios, mientras que el 30,2% restante opta por la red oficial de la marca del vehículo.

I. Responsable de la elección del lugar de reparación

GRÁFICO VI.22. Quién elige el lugar de reparación



Fuente: Arval Mobility Observatory

Las empresas son las que eligen en la mayoría de los casos el lugar de reparación del vehículo. En los vehículos financiados vía leasing las firmas imponen su criterio en algo más del 61% de las ocasiones, por el 54,6% de los de compra directa y el 44,3% de los de renting. En esta última modalidad, la operadora hace valer su opinión en el 41,1% de los casos, mientras que en las de compra directa es el conductor el que se impone en el 44,4% de las ocasiones.

BARÓMETRO

Las grandes compañías fueron las principales damnificadas por la crisis sanitaria, aunque las firmas españolas se vieron afectadas en menor medida que sus homólogos europeos y mantienen expectativas de crecimiento superiores. La incorporación de nuevas tecnologías y la apuesta más decidida por la utilización de modalidades menos contaminantes son las tendencias más destacadas. En términos de financiación, el renting vuelve a repetir como la opción preferida por las compañías españolas para la compra de vehículos corporativos.

1

LAS RESTRICCIONES A LA MOVILIDAD ASOCIADAS A LA PANDEMIA TUVIERON UN IMPACTO MÁS ACUSADO EN LA FLOTA DE VEHÍCULOS COMUNITARIA QUE EN LA ESPAÑOLA

2

LAS FIRMAS ESPAÑOLAS MANTIENEN LAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS, CON EL PRESENTE Y EL PRÓXIMO EJERCICIO LIDERANDO LOS AUMENTOS DE FLOTA



3

LAS FIRMAS ESPAÑOLAS MANTIENEN LOS VEHÍCULOS EN SUS FLOTAS UNA MEDIA DE 5,7 AÑOS

UN TIEMPO LIGERAMENTE SUPERIOR A LA MEDIA EUROPEA

4

LA DIVERSIDAD DEL MIX ENERGÉTICO Y DE LAS OPCIONES ELECTRIFICADAS MANTIENE SU CRECIMIENTO EN LAS FLOTAS CORPORATIVAS

LA OPCIÓN QUE MÁS CONVINCE A LAS FIRMAS ESPAÑOLAS ES LA DEL VEHÍCULO HÍBRIDO



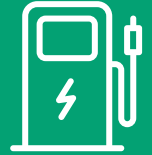
5

PRINCIPALES RAZONES ADUCIDAS POR LAS COMPAÑÍAS ESPAÑOLAS PARA INCORPORAR NUEVAS ENERGÍAS O TECNOLOGÍAS A SUS FLOTAS

RACIONALIZAR EL GASTO DE COMBUSTIBLE Y GENERAR MENOS EMISIONES

6

EL 42% DE LAS FIRMAS ESPAÑOLAS YA CUENTA CON PUNTOS DE CARGA PARA SUS VEHÍCULOS ENCHUFABLES



7

LA PREOCUPACIÓN POR UNA MOVILIDAD MÁS ECOLÓGICA YA SE ENCUENTRA INSTALADA EN LA CULTURA DE LAS FIRMAS ESPAÑOLAS

EL 67% DE LAS COMPAÑÍAS YA HAN TOMADO MEDIDAS PARA REDUCIR LAS EMISIONES DE SUS FLOTAS



REDUCIR LAS EMISIONES DE CO₂ ES LA PRINCIPAL MEDIDA ADOPTADA POR LAS FLOTAS ESPAÑOLAS (80%)

8

LA UTILIZACIÓN DE..
→ VEHÍCULOS DE ALQUILER (27%)
→ EL RENTING FLEXIBLE (26%)
...SON LAS PRINCIPALES ALTERNATIVAS QUE MANEJAN LAS COMPAÑÍAS ESPAÑOLAS AL COCHE DE EMPRESA

9

82% MUESTRA INTERÉS EN LA IMPLANTACIÓN DE ALGUNO DE LOS SERVICIOS ADICIONALES QUE AYUDEN A GESTIONAR LA MOVILIDAD

10

66% DE LAS COMPAÑÍAS TIENEN IMPLEMENTADOS PLANES DE MOVILIDAD

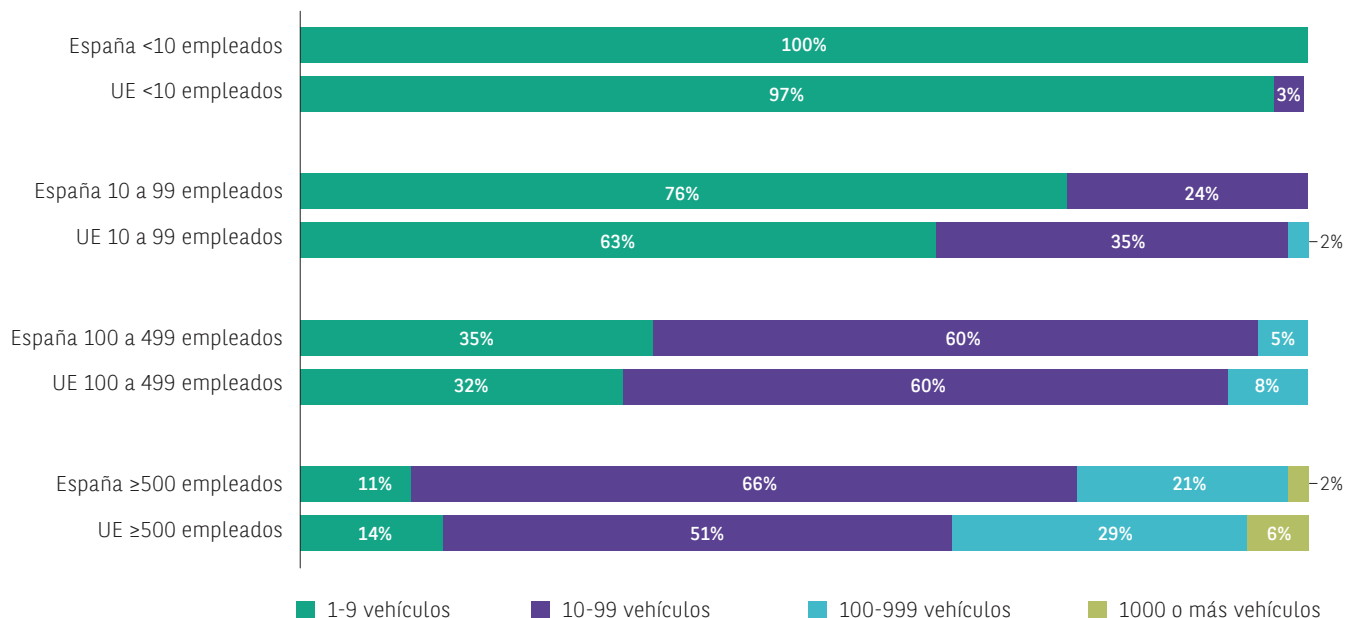


80% DE LAS MISMAS YA CONTABA CON ELLOS ANTES DE LA IRRUPCIÓN DE LA PANDEMIA

I. ASPECTOS DE LA FLOTA

A. TAMAÑO DE LA FLOTA

GRÁFICO VII.1. Composición de la flota de menos de 3,5 toneladas

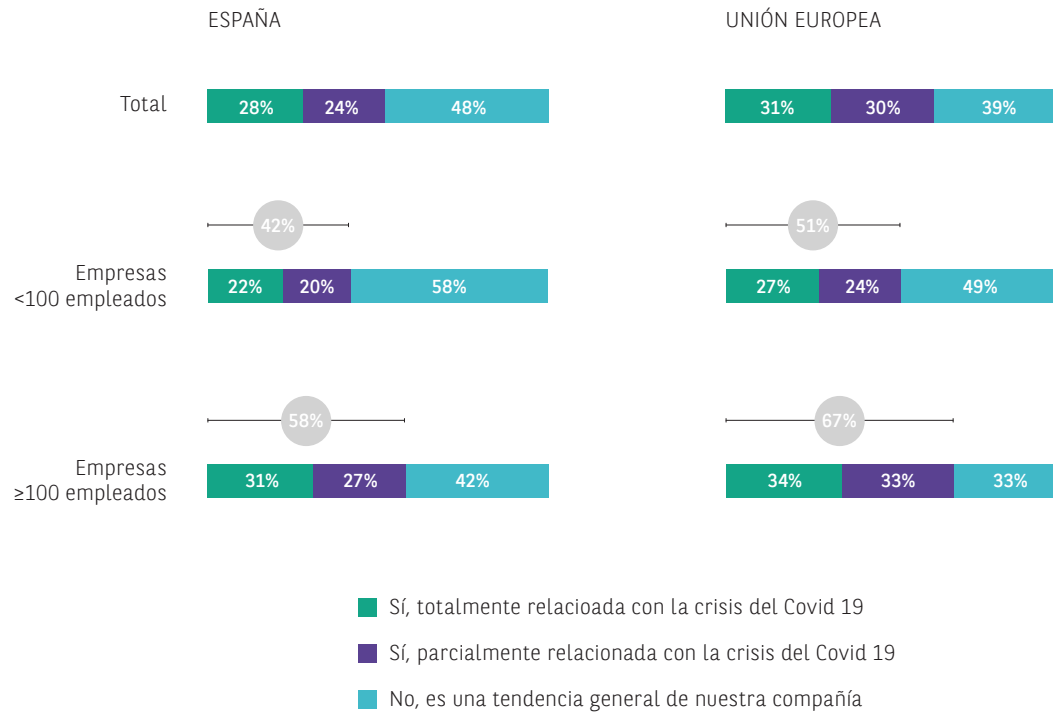


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

La composición de la flota corporativa española de menos de 3,5 toneladas se mantiene en parámetros similares en comparación con el resto de socios comunitarios si se toma como referencia las compañías de pequeño tamaño, pero comienza a mostrar diferencias cuando se supera el medio millar de empleados. Las pymes españolas que no superan la decena de trabajadores tienen menos de 10 vehículos, al igual que el 76% de las que emplean entre 10 y 99 personas, 13 puntos porcentuales más que el resto de socios europeos. Por su parte, el 60% de las empresas españolas entre 100 y 499 empleados cuentan con un parque de entre 10 y 99 unidades motorizadas, pero solo un 5% posee entre 100 y 999 vehículos, por el 8% del resto del continente. A partir de quinientos empleados, el 66% de las compañías españolas suma entre un centenar y un millar de unidades, frente al 50% del resto de Europa.

GRÁFICO VII.2. Impacto del Covid 19 en la evolución de la flota de vehículos



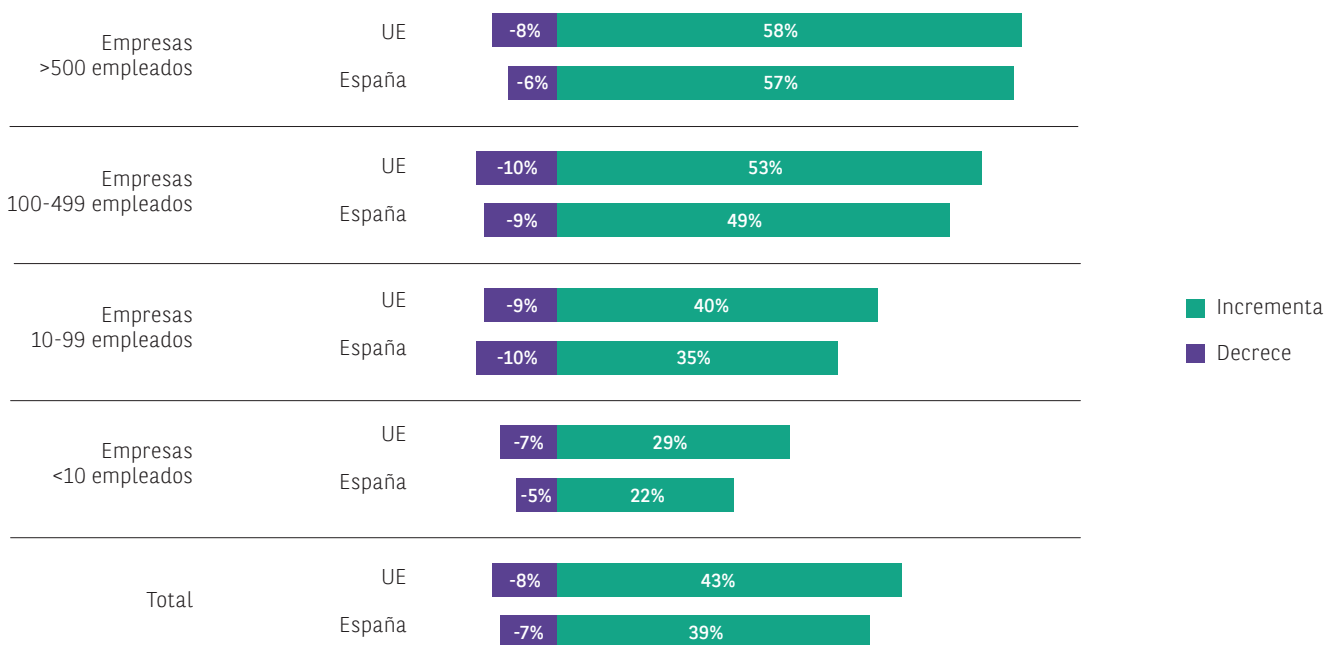
Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

Las restricciones a la movilidad asociadas a la pandemia provocada por el Covid-19 tuvieron un impacto más acusado en la flota de vehículos comunitaria que en la española. El 61% de las empresas europeas se vieron afectadas por esta crisis, con mayor incidencia en las de gran tamaño, mientras que en el caso de España afectó a poco más de la mitad, con las pymes como las menos influenciadas.

B. EXPECTATIVA DE CRECIMIENTO DE FLOTAS HASTA 2024

GRÁFICO VII.3. Evolución de la flota en los próximos tres años



BALANCE		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
		España	31%	26%	9%	14%	10%	22%
	UE	35%	20%	11%	13%	11%	21%	5%

Balance = Flota aumenta - Flota decrece

Base: Empresas con vehículos corporativos

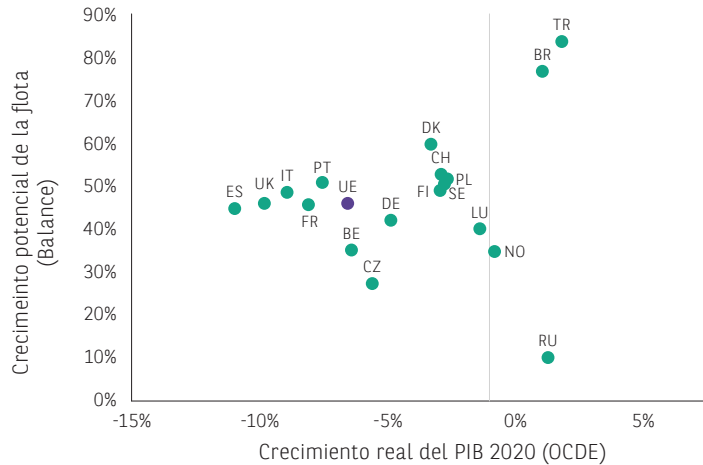
Fuente: Arval Mobility Observatory

Las firmas españolas mantienen las expectativas de crecimiento en los próximos años, con el presente y el próximo ejercicio liderando los aumentos de flota. El 31% de las compañías prevé crecer este año por el 26% que lo hicieron en 2020, porcentajes totales muy similares a los que se registrarán en el resto del continente.

El 57% de las empresas que superan los 500 empleados espera incrementar el número de vehículos en los próximos tres años, por sólo un 8% que estima que reducirá unidades, aunque las perspectivas de mejora se reducen conforme disminuye el tamaño de las marcas. De este modo, sólo el 22% de las pymes atisba perspectivas de mejora, frente a las que creen que tendrán que reducir unidades (5%).

Los números de las grandes empresas en el ámbito continental son muy similares, con el 58% decidida a aumentar flota. Entre las pymes el porcentaje de las que considera que aumentará el número de sus vehículos llega al 29%, siete puntos porcentuales más que en el caso español.

GRÁFICO VII.4. Matriz crecimiento potencial (próximos tres años) según crecimiento del PIB en 2020 - Empresas de 100 o más empleados



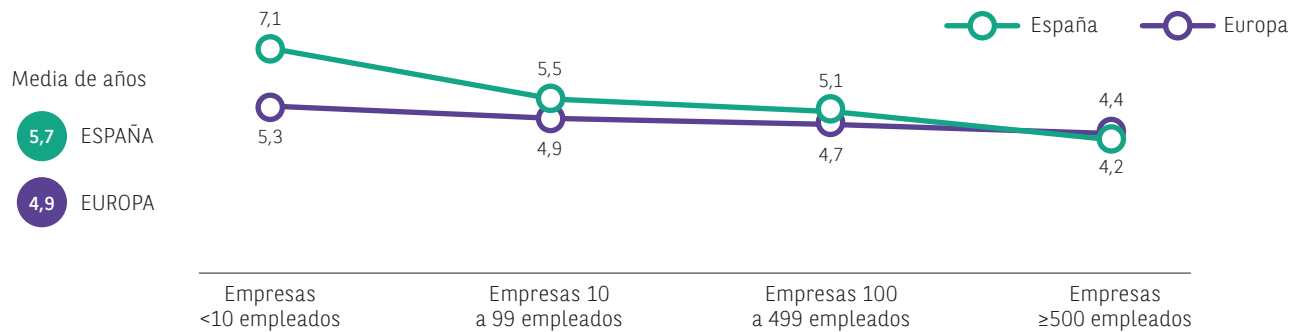
El análisis combinado entre el crecimiento potencial de la flota y el crecimiento experimentado en el PIB (2020) de la OCDE sitúa a España en la media europea, en niveles similares a los de Francia o el Reino Unido y un poco por debajo de Italia. Turquía se sitúa como el país que más aumentará su flota en contraposición con Rusia, que apenas registrará un aumento cercano al 10%.

Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

C. ¿Cuánto tiempo mantienen las empresas los vehículos en sus flotas?

GRÁFICO VII.5. Tiempo medio de los vehículos en las flotas de las empresas, según su tamaño - mostrado en años



Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

Las firmas españolas mantienen los vehículos en sus flotas una media de 5,7 años, un tiempo ligeramente superior a la media europea, aunque las diferencias se estrechan a medida que las compañías ganan tamaño. De esta forma, las empresas con menos empleados son las que más exprimen sus unidades, por encima de los siete años, en comparación de los 5,3 de sus pares europeos, pero la diferencia decrece a medida que aumenta la fuerza laboral, por lo que en las empresas con más de 500 empleados el tiempo de uso de los vehículos casi se iguala con el del resto de Europa.

II. ELECTRIFICACIÓN Y MIX ENERGÉTICO

A. DESARROLLO POTENCIAL DE LA ELECTRIFICACIÓN EN LA FLOTA

GRÁFICO VII.6. Proporción de empresas que ya tienen o están considerando implementar en los próximos 3 años nuevas energías o tecnologías en su flota



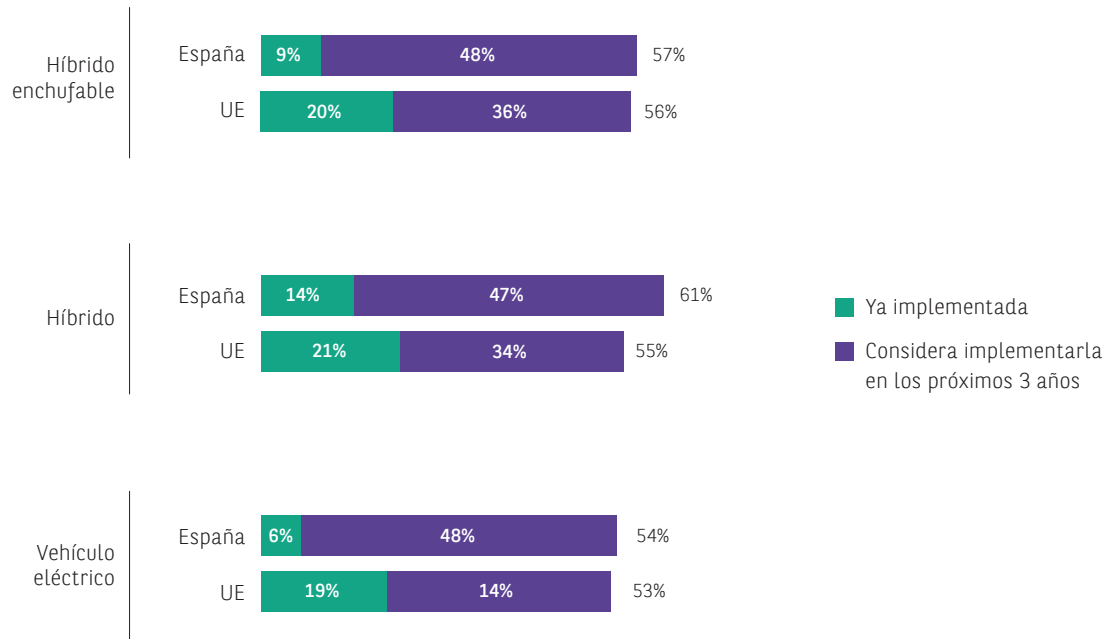
Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

La diversidad del mix energético y de las opciones electrificadas mantiene su crecimiento en las flotas corporativas. El 79% de las empresas prevé implementar al menos una tecnología en los próximos tres años.

La opción que más convence a las firmas españolas es la del vehículo híbrido, por lo que el 71% de las mismas introducirá este tipo de unidades en el próximo trienio, 12 puntos porcentuales más que la media de la UE, mientras que la elección de híbridos enchufables alcanzarán el 60%. El 54% de las compañías prevé introducir unidades eléctricas.

GRÁFICO VII.7. Proporción de empresas que ya tienen o están considerando implementar en los próximos 3 años nuevas energías o tecnologías en su flota de LCV

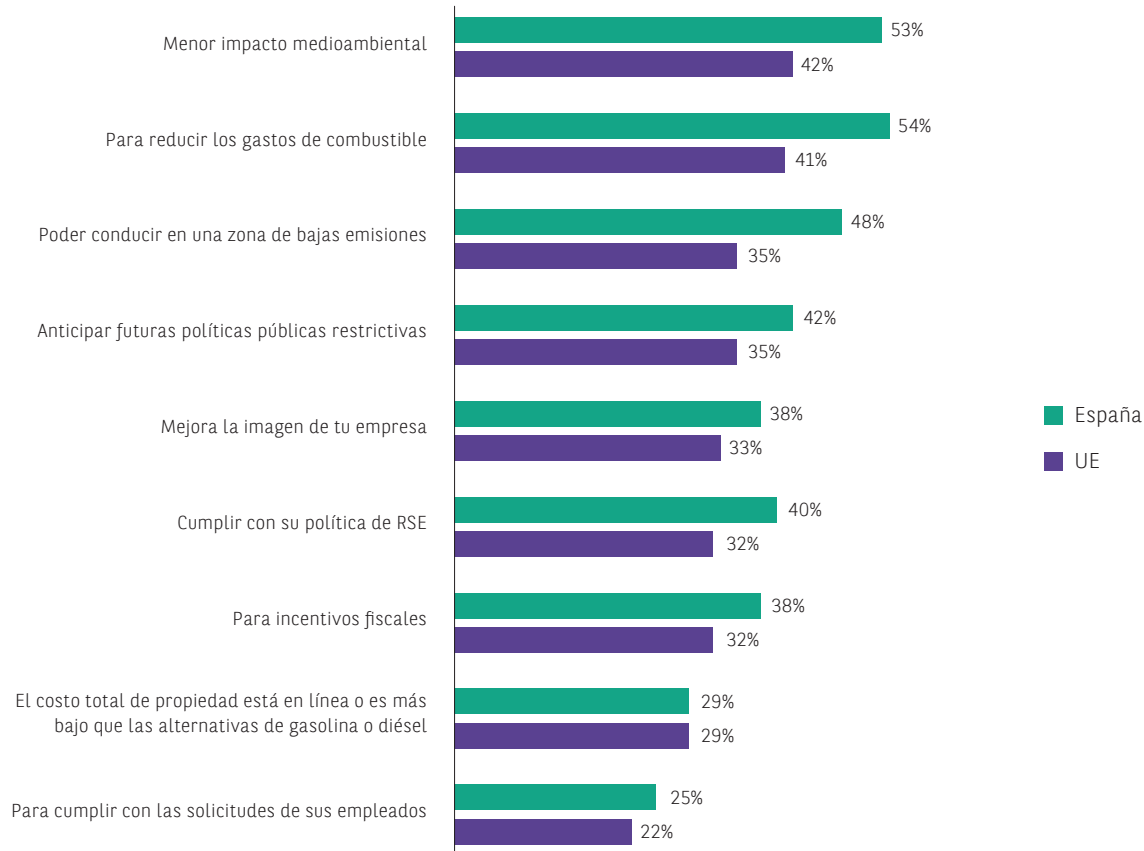


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

La incorporación de nuevas tecnologías o energías en las flotas de vehículos comerciales ligeros serán una práctica habitual en el próximo trienio. El 14% de las firmas ya asegura utilizar los vehículos híbridos puros y el porcentaje crecerá hasta el 61% en este periodo, mientras que el 57% se decantará por la combinación de híbrido más electricidad, mientras que se prevé que los eléctricos sean adoptados por el 54%, porcentajes similares a los del resto de la UE.

GRÁFICO VII.8. Motivos para implementar o considerar nuevas energías o tecnologías en su flota



Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

Racionalizar el gasto de combustible (54%) y generar menos emisiones (53%) son las principales razones aducidas por las compañías españolas para incorporar nuevas energías o tecnologías a sus flotas. Otro aspecto común es poder conducir en zonas restringidas al tráfico en las ciudades (48%) o anticiparse a futuras normativas (42%) a la vez que se cumple con las propias políticas (40%), mejorar la propia imagen (38%) y optar a incentivos fiscales (38%).

GRÁFICO VII.9. Proporción de compañías con puntos de carga para vehículos eléctricos en la misma

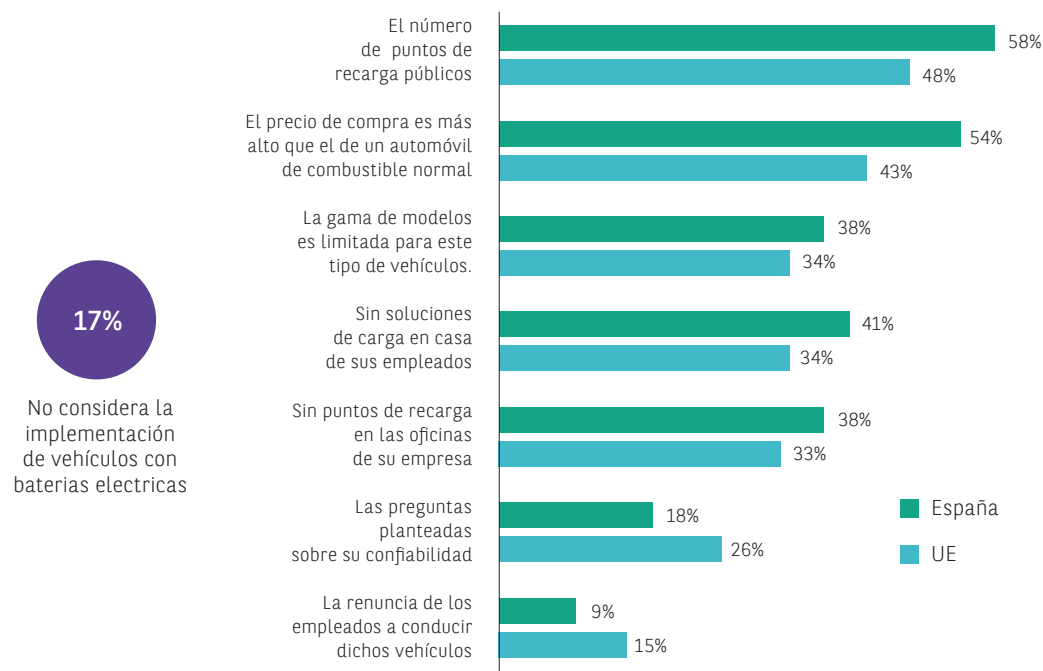


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

El 42% de las firmas españolas ya cuenta con puntos de carga para sus vehículos enchufables. La mayor cuantía (66%) corresponde a las compañías de gran tamaño y la proporción disminuye a medida que decrece el tamaño de la empresa.

GRÁFICO VII.10. Limitaciones de la implementación de vehículos con batería 100% eléctrica



Base: Empresas con vehículos corporativos

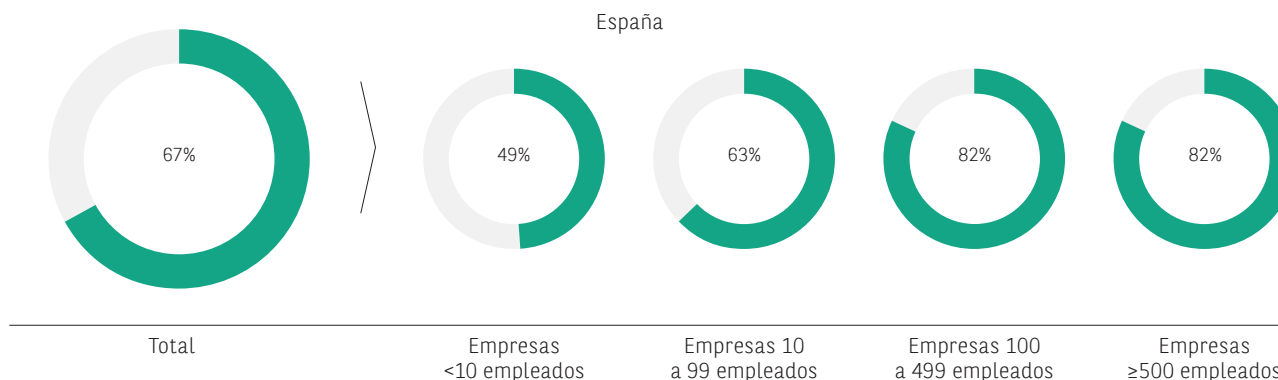
Fuente: Arval Mobility Observatory

La escasez de puntos de recarga públicos es el principal inconveniente aducido por las firmas (58%) para optar por modelos eléctricos. El mayor precio de estos vehículos (54%) o la imposibilidad de que los empleados los recarguen en sus domicilios (41%) son otras de las razones esgrimidas. Sólo el 17% descarta utilizar este tipo de vehículos.

17%
 No considera la implementación de vehículos con baterías eléctricas

B. PROPORCIÓN DE EMPRESAS TOMANDO MEDIDAS PARA REDUCIR LAS EMISIONES DE SUS FLOTAS

GRÁFICO VII.11. Proporción de empresas que toman medidas para la reducción de las emisiones de su flota

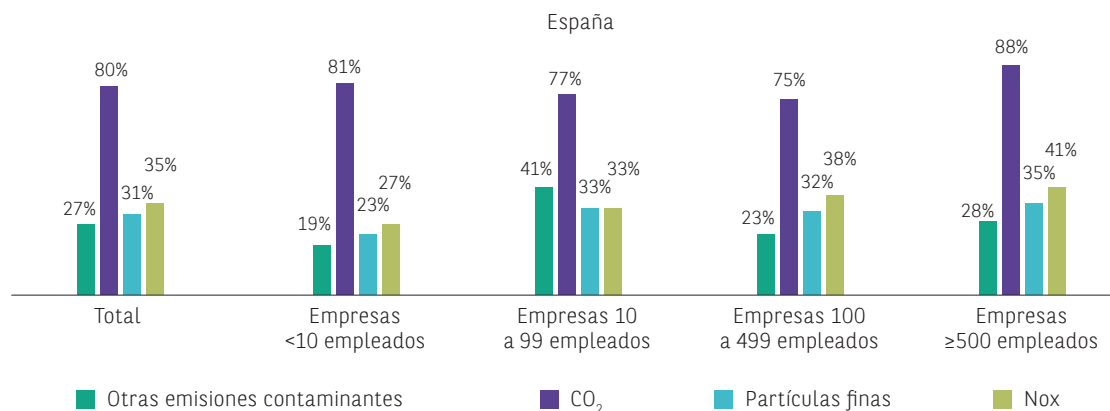


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

La preocupación por una movilidad más ecológica ya se encuentra instalada en la cultura de las firmas españolas. El 67% de las compañías ya han tomado medidas para reducir las emisiones de sus flotas, con las empresas de gran tamaño a la cabeza, ya que el 82% de las que superan el centenar de trabajadores han implementado actuaciones en este sentido, sin olvidar que la mitad de las pymes también realizó actuaciones en este aspecto.

GRÁFICO VII.12. Proporción de empresas que tienen en cuenta la siguiente emisión de contaminantes en su política de flotas



Reducir las emisiones de CO₂ es la principal medida adoptada por las flotas españolas (80%), por delante de evitar la dispersión de Nox (35%) y de partículas finas (31%). Las actuaciones son similares sin importar el tamaño de la compañía.

Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

III. FINANCIACIÓN

A. MÉTODOS DE FINANCIACIÓN DE FLOTAS

GRÁFICO VII.13. Principales métodos de financiación



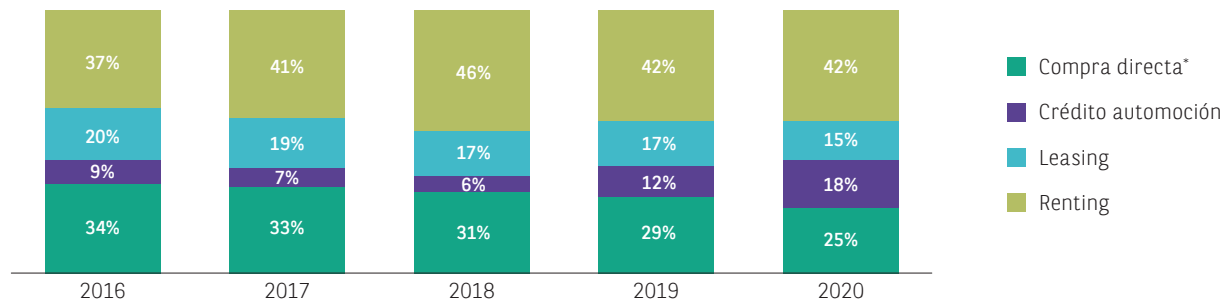
(*) Compra directa = compra en efectivo + crédito (diferente al crédito automoción).
Datos consolidados según promedio de tres años.

Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

El renting vuelve a repetir como la opción de financiación preferida por las empresas españolas (42%) para la adquisición de vehículos corporativos, por delante de la compra directa (25%) y con una gran ventaja sobre el leasing (15%) y el crédito automoción (18%).

GRÁFICO VII.14. Evolución de los principales métodos de financiación en España



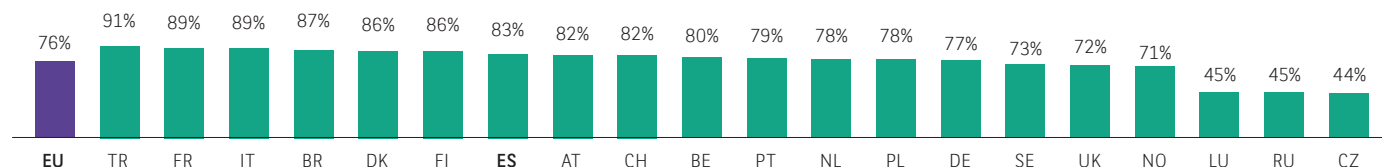
(*) Compra directa: compra en efectivo + crédito (diferente al crédito automoción). Datos consolidados según promedio de tres años.

Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

El renting (42%) aumenta la distancia en comparación con 2019 como la principal opción de financiación de las empresas españolas para afrontar la adquisición de vehículos corporativos con la compra directa (25%), el segundo método más demandado. El crédito automoción mantiene el ascenso y supera por tres puntos porcentuales al leasing como resto de alternativas, aunque ambas cedieron cuota en comparación con el ejercicio anterior.

GRÁFICO VII.15. Intención de desarrollar renting flexible en los próximos 3 años para compañías con >100 empleados según países

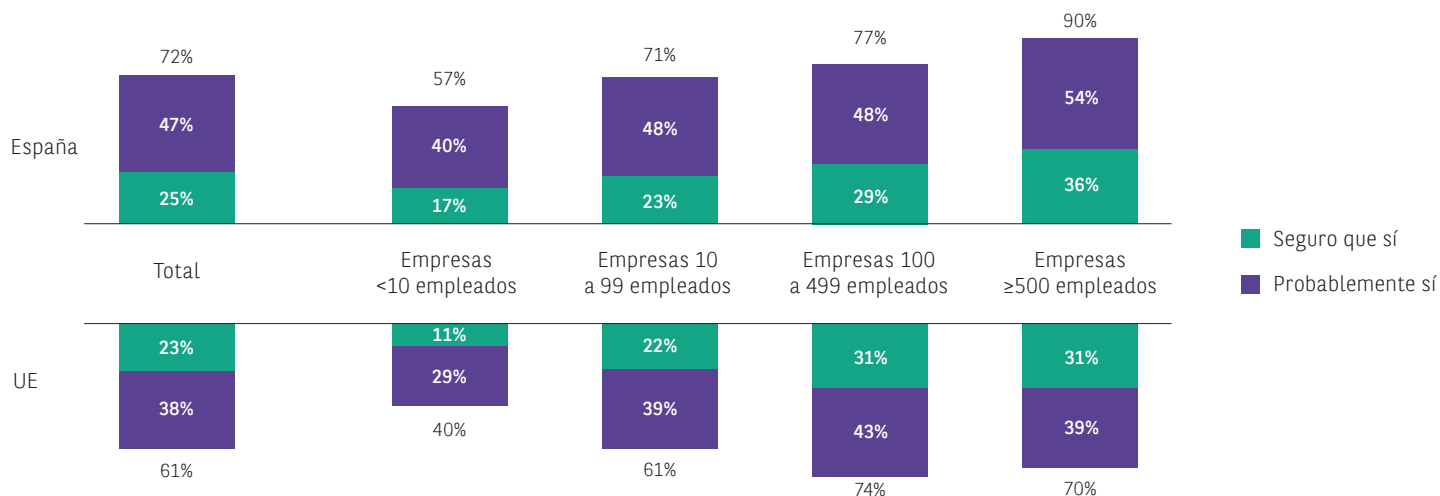


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

El 76% de las flotas europeas con más de un centenar de empleados tiene intención de utilizar el renting flexible como principal vía de financiación para la adquisición de sus vehículos en el próximo trienio. Turquía (91%), Francia e Italia (89%), Dinamarca y Finlandia (86%), España (83%), Austria y Suiza (82%), Bélgica (80%) Portugal y Países Bajos (79%) y Alemania (77%) se sitúan por encima de la media continental. En el resto del mundo destaca Brasil (87%).

GRÁFICO VII.16. Proporción de empresas que tienen intención de desarrollar el renting flexible



Base: Empresas con vehículos corporativos

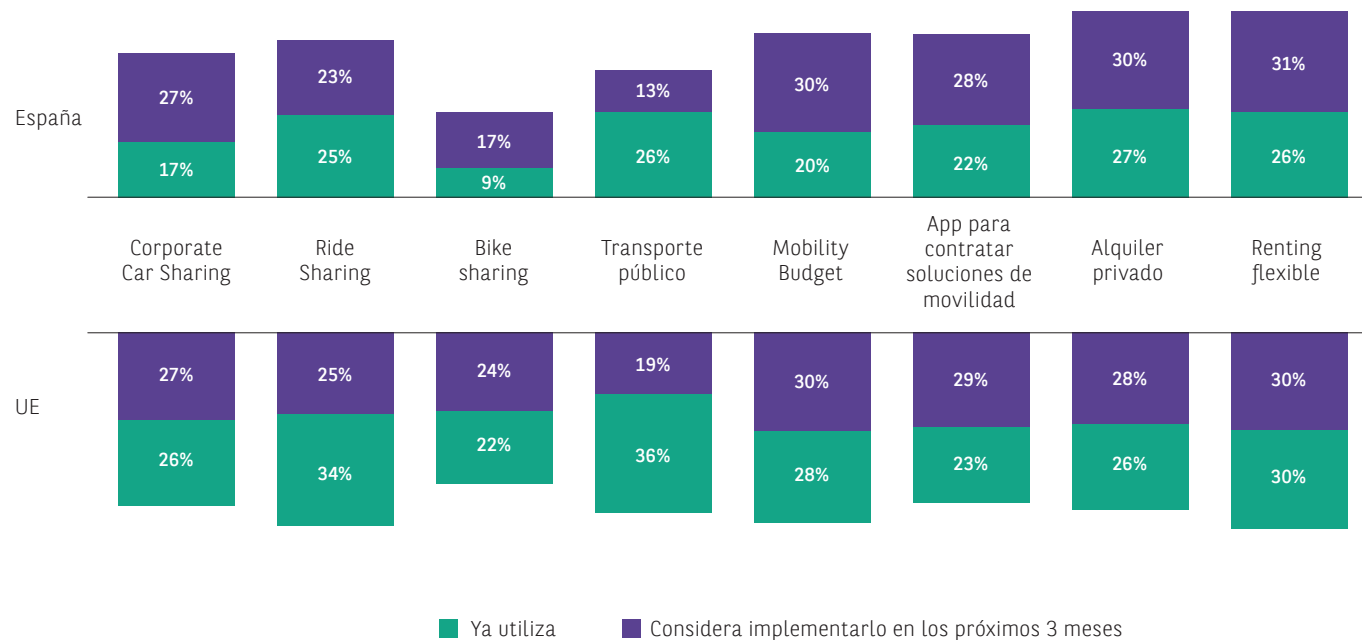
Fuente: Arval Mobility Observatory

La cuarta parte de las compañías españolas tiene intención de desarrollar el renting flexible, dos puntos porcentuales más que el resto de Europa, mientras que el 47% lo considera probable, nueve puntos más que el resto de Europa. Las firmas más convencidas por esta opción son las de gran tamaño, ya que este plan pierde adeptos a medida que decrece el número de empleados. En Europa los porcentajes de las empresas convencidas son similares, aunque algo inferiores a las de las españolas.

IV. POLÍTICAS DE FLOTA Y GESTIÓN DE MOVILIDAD

A. ALTERNATIVAS AL VEHÍCULO DE EMPRESA

GRÁFICO VII.17. Alternativas al coche de empresa que utiliza o considerará en los próximos 3 años

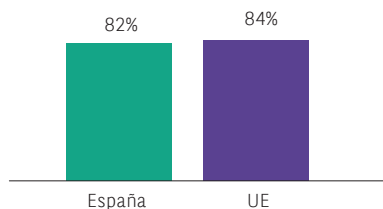


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

La utilización de vehículos de alquiler y el renting flexible son las principales alternativas que manejan las compañías españolas al coche de empresa en los próximos tres años, por delante de la utilización de aplicaciones para contratar soluciones de movilidad o la elaboración de presupuestos a este fin. El uso del transporte público, compartir vehículo en trayectos de larga distancia y esporádicos (ride sharing) o compartir coche corporativo son otras de las modalidades utilizadas. Las compañías nacionales se parecen cada vez más en sus usos de movilidad al resto de sus pares europeos.

GRÁFICO VII.18. Utiliza o considerará en los próximos 3 años al menos una de las alternativas de movilidad al coche de empresa (Car sharing, Ride sharing, Mobility Budget, Private lease)



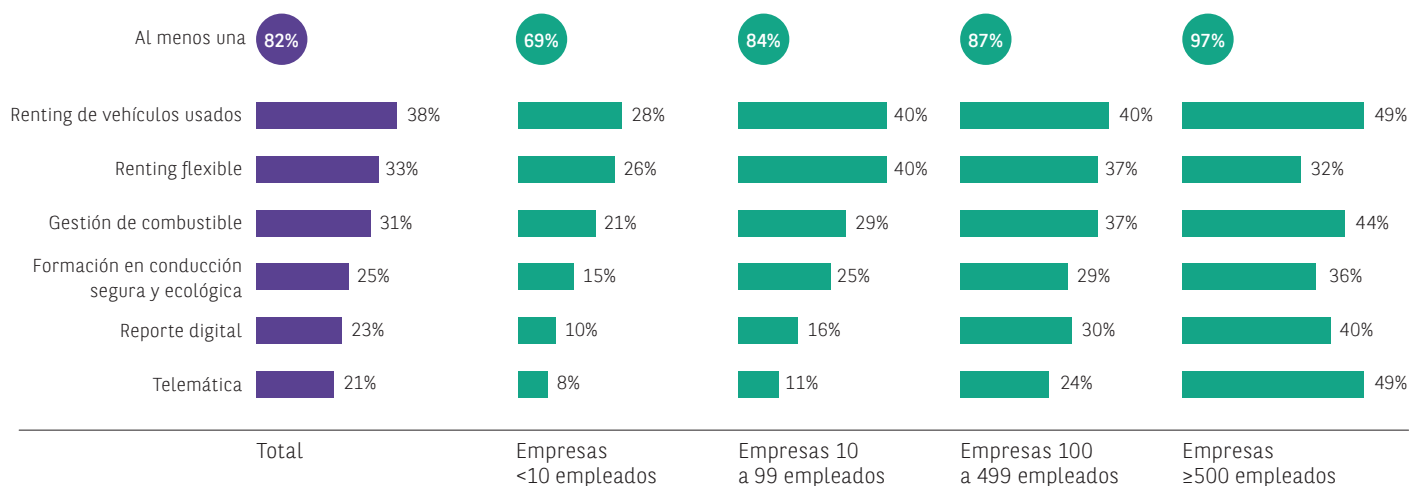
Más de ocho de cada diez firmas españolas valora aceptar otras alternativas al coche de empresa en el próximo trienio, sólo dos puntos porcentuales menos que la media comunitaria.

Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

B. INTERÉS DE LAS EMPRESAS EN PRODUCTOS Y SERVICIOS ADICIONALES PARA LA GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

GRÁFICO VII.19. Proporción de empresas interesadas en cada uno de los siguientes servicios



Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

La implantación de servicios adicionales que ayuden a gestionar la movilidad cada vez cuenta con mayor aceptación entre las compañías españolas, ya que el 82% de las mismas mostraron su interés en al menos un servicio adicional. El renting de vehículos usados y el flexible se sitúan como las opciones preferidas, por delante de las herramientas que ayudan a reducir el gasto de combustible, que eran las más demandadas hasta la fecha sin importar el tamaño de la firma. La formación en conducción ecológica y segura, cuadros de mando digitales y telemática son otras de las alternativas consideradas.

C. LA MOVILIDAD COMO FACTOR ESTRATÉGICO

GRÁFICO VII.20. Disponen de la movilidad como factor estratégico en la empresa

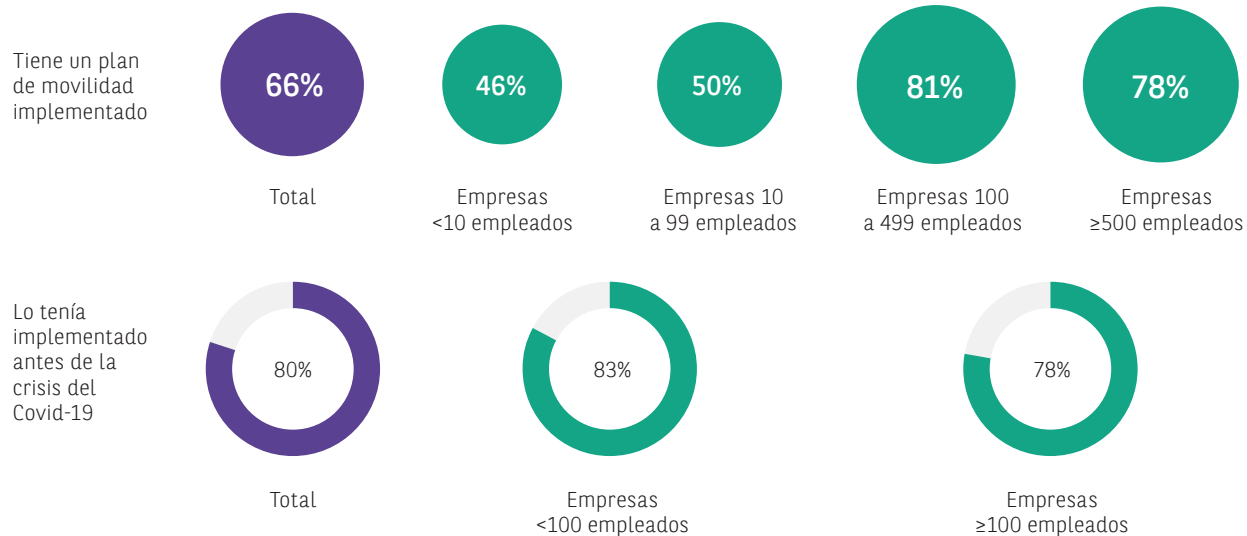


El 59% de las compañías consideran la movilidad de todos sus empleados como un factor estratégico de la empresa. Casi tres cuartas partes de las grandes firmas y el 72% de las que superan el centenar de empleados así lo consideran, mientras que las firmas más pequeñas se sitúan por debajo de la media.

Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

GRÁFICO VII.21. Disponen de un plan de movilidad implementado en la empresa

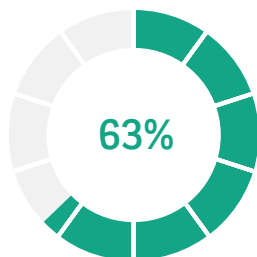


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

El 66% de las compañías tienen implementados planes de movilidad y el 80% de las mismas ya contaba con ellos antes de la irrupción de la pandemia. Las firmas que rondan el centenar de empleados son las más preocupadas por este aspecto en contraposición con las pymes.

GRÁFICO VII.22. Proporción de empresas que se plantean disponer de un plan de movilidad en los próximos 3 años



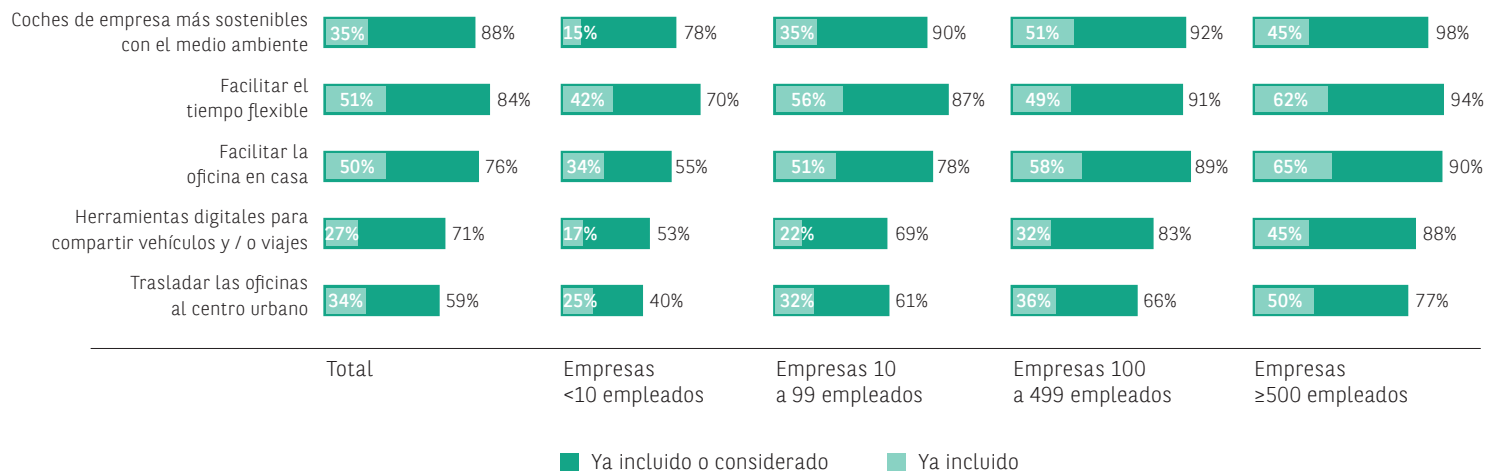
*Base de empresas que consideran la movilidad como factor estratégico

Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

6 de cada 10 firmas españolas que consideran la movilidad como factor estratégico, planean disponer de un plan de movilidad para los 3 años próximos.

GRÁFICO VII.23. Factores a considerar en un plan de movilidad

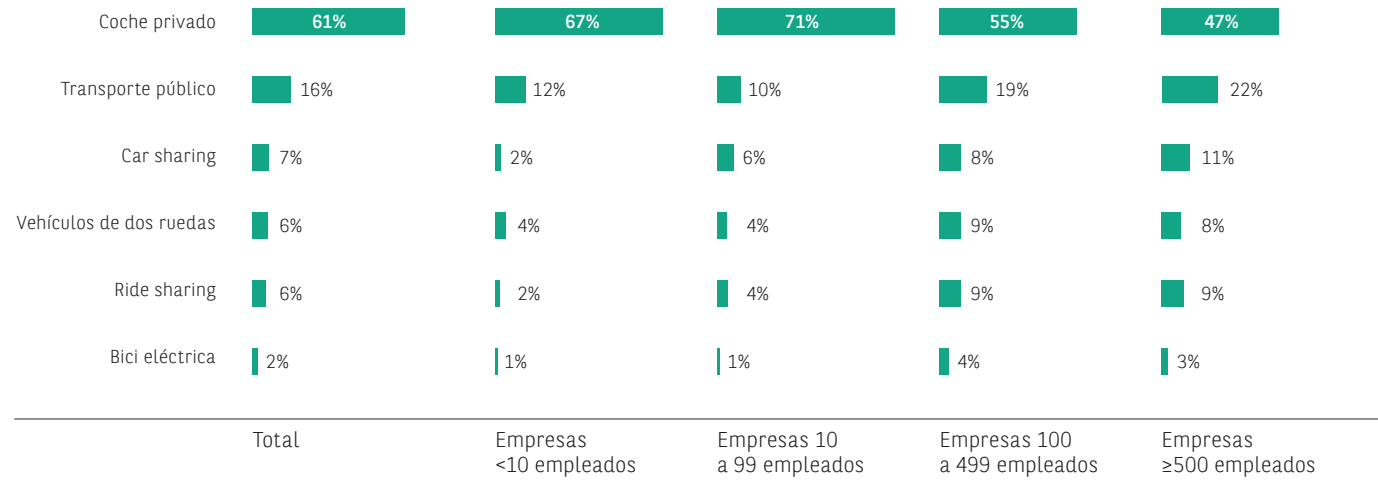


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

Lograr que los coches de empresa sean más sostenibles y ofrecer soluciones de trabajo flexible son los principales factores que las empresas consideran vitales a la hora de elaborar sus planes de movilidad, seguidos por facilitar el trabajo desde casa, las herramientas para compartir vehículos o el plantearse el traslado de las sedes corporativas al centro de las ciudades.

GRÁFICO VII.24. Proporción de empleados que usan medios de transporte para ir a trabajar



Base: Empresas con vehículos corporativos

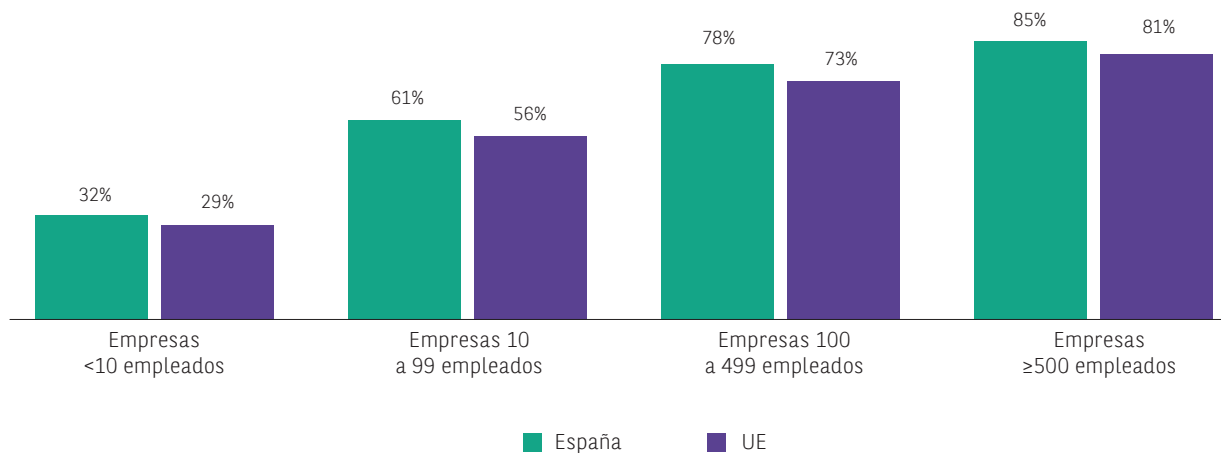
Fuente: Arval Mobility Observatory

El coche privado es el principal medio de transporte utilizado por los empleados para acudir al puesto de trabajo (61%), opción que ha crecido a causa de la crisis sanitaria por delante del transporte público (16%) y del vehículo compartido (7%) para evitar contagios. Patinetes, bicicletas y lo que consideramos micromovilidad, ganan adeptos poco a poco.

V. VEHÍCULO CONECTADO

A. EQUIPAMIENTO TELEMÁTICO

GRÁFICO VII.25. Uso de vehículo conectado

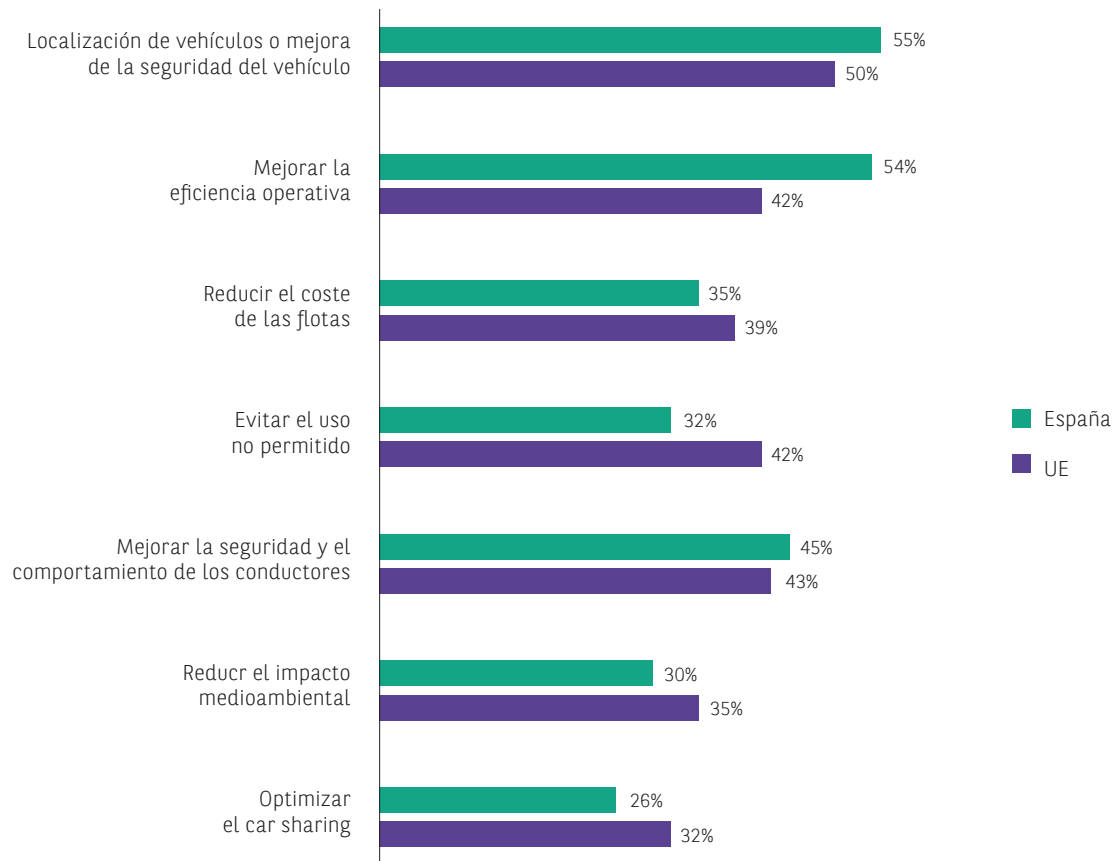


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

El uso de herramientas telemáticas o soluciones de coche conectado, que permiten, por ejemplo, vigilar el consumo de combustible, monitorizar el comportamiento del conductor o conocer la localización del vehículo, crece a medida que aumenta el tamaño de la compañía. Esta posibilidad cuenta con mayor aceptación en España que en el resto de la UE. El 85% de las firmas con más de medio millar de empleados en plantilla ya utiliza estos dispositivos en sus flotas, cuatro puntos porcentuales por encima de la media europea. Las firmas de entre 100 y 499 trabajadores disponen de estos dispositivos en el 78% de los casos, y aunque el porcentaje desciende en las pymes, su implantación se ha consolidado en casi un tercio de las más pequeñas, mientras que asciende hasta el 61% entre las que emplean entre 10 y 100 trabajadores, en ambos casos por encima de la media europea.

GRÁFICO VII.26. Razones por las que utiliza vehículos conectados en la compañía



Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

Conocer en todo momento la ubicación exacta de los vehículos y mejorar su seguridad es la principal razón por la que las flotas españolas utilizan las soluciones de coche conectado (55%), seguidas por la mejora de la operatividad (54%). Reducir los costes (35%) y evitar el uso indebido de los mismos (32%) son otros de los argumentos aducidos por las firmas, aunque aquí la preocupación es menor que en el resto de Europa, al igual que en el caso de reducir el impacto ambiental (30%) y optimizar el coche compartido (26%). Las compañías europeas superan también a sus pares europeas en la preocupación por usar herramientas para la mejora de la seguridad de los conductores (45%).

FUENTES Y METODOLOGÍA

I. INDICADORES MACROECONÓMICOS

Todos los indicadores macroeconómicos publicados en este informe proceden de las siguientes fuentes de información:

- Banco de España (BA)
- Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Eurostat
- BNP Paribas

Las previsiones de BNP Paribas han sido calculadas en el mes de marzo de 2021.

II. PARQUE DE VEHÍCULOS, MERCADO DEL VEHÍCULO NUEVO Y DE OCASIÓN

Los datos relativos al parque automovilístico español, a las matriculaciones de vehículos nuevos (VN) y al mercado de vehículos de ocasión (VO) han sido trabajados por la sociedad MSI Sistemas de Inteligencia de Mercados, siendo la DGT la fuente oficial española que ofrece los datos originarios.

Todas las previsiones han sido revisadas en el mes de abril de 2021.

A) Metodología de cálculo de Transferencias de Vehículos Usados

Las estadísticas de VO se han trabajado desde la óptica de la Demanda, es decir, consideran como fecha de la operación la fecha de la última transferencia del ciclo de venta, ya que esta fecha es la más cercana a la verdadera compra del coche por parte de su nuevo propietario y usuario.

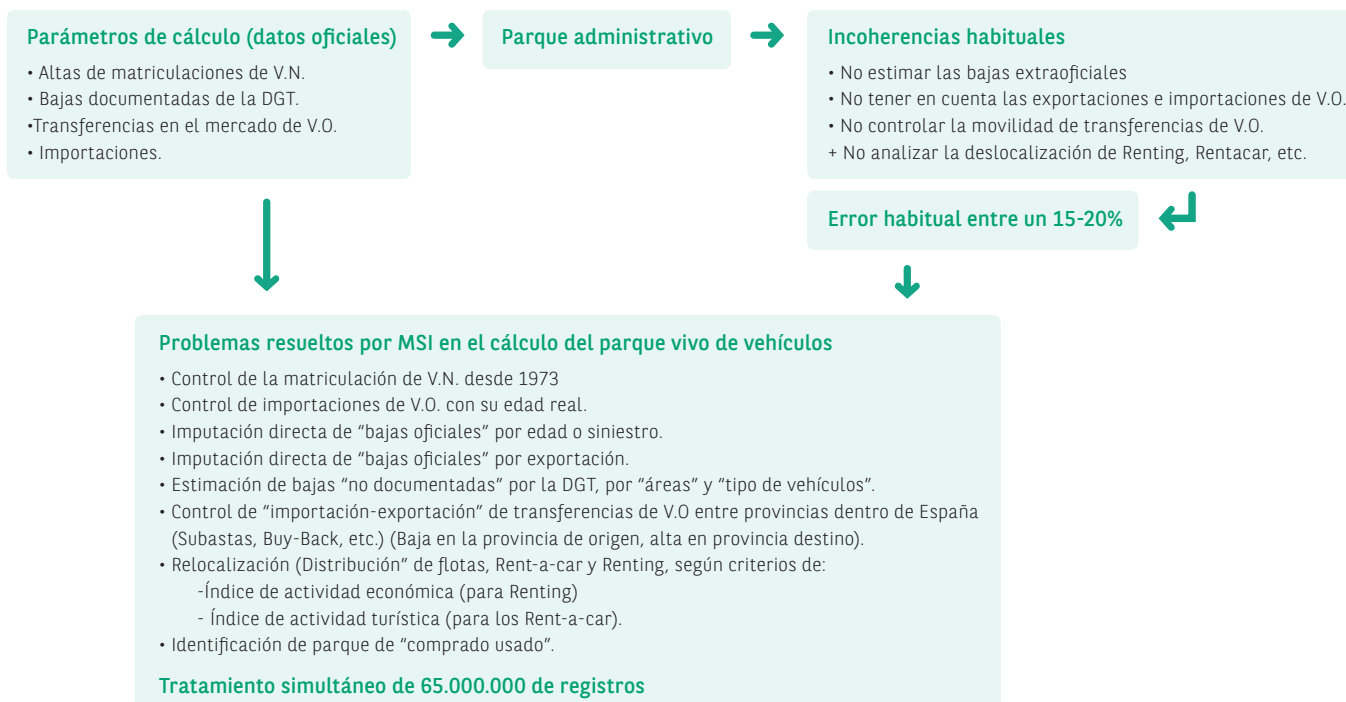
Recordemos que el problema de las estadísticas de VO en España es sumamente complejo como consecuencia de la propia complejidad del mercado y de algunas peculiaridades de la fuente española de datos (la DGT):

- 1)** Cada ciclo de venta de un coche usado, es decir, la transmisión de un VO a un cliente final, puede estar compuesto de varias transferencias, lo que provoca posible duplicación de transferencias (ahora se evita esta duplicación cruzando los números de bastidor [VIN]).
- 2)** Provoca también un posible desplazamiento en el tiempo de las operaciones de VO no cerradas, es decir, la llegada de nuevas transferencias de un vehículo obliga a recalcular la fecha de la última transferencia de su ciclo de venta.
- 3)** La importación de vehículos usados es facilitada por la DGT como nueva matriculación normalmente, pero no siempre, con fecha anterior de primera matrícula.

- 4) La información procedente de la DGT llega cada vez más actualizada. Puede afirmarse que, salvo circunstancias excepcionales, las transferencias de un mes alcanzan un grado de completitud superior al 99% en los dos meses siguientes, lo que obliga, en todo caso, a mantener dos meses de datos abiertos.
- 5) La fecha de trámite de las transferencias no siempre se corresponde con la transmisión física y contractual del vehículo, pudiendo demorarse el trámite oficial, lo que provoca una acumulación de operaciones ficticias especialmente a final de año, que es cuando los grandes operadores regularizan sus balances.
- 6) Las exportaciones de coches usados viene reportadas por la DGT como BAJAS, por lo que es necesario tener en cuenta las bajas para depurar los Km.0 de exportación, los "buyback" y los "renting" que en realidad son transferencias salen del país.
- 7) En ciertos momentos, en especial cuando se implantan planes de incentivo al achatarramiento, se puede generar un mercado de chatarra que implica la transferencia de un vehículo para su posterior baja inmediata. La depuración de estas transferencias de chatarra es también necesaria y puede hacer disminuir las cifras ya aparentemente consolidadas.

B) Metodología de cálculo del Parque Automovilístico Vivo Localizado

MSI ha desarrollado unos parámetros de cálculo y metodología para solucionar las incoherencias habituales de los datos oficiales. A continuación, se detalla esquematizado este proceso:



C) Metodología de cálculo del Parque por Canal de Distribución

Para calcular el Parque por los Canales de Distribución se ha de tener en cuenta los siguientes pasos:

- 1.-** Codificar el histórico de primera matriculación por canales: Particular, Rent-a-car, Renting y Resto de Empresas.
- 2.-** Restar las bajas de estos vehículos, ya sea por siniestro o por exportación, una vez matriculados en cada uno de los canales.
- 3.-** Reubicar los vehículos que tienen la primera transferencia en el canal al que han sido dirigidos. Por ejemplo: 1º matriculación Empresa se transfirió a un NIF (Particular).
- 4.-** Reubicar las siguientes transferencias al canal donde se están transfiriendo. Por ejemplo: 1ª Matriculación Rent-a-car, 1ª Transferencia Buyback (Empresa), 2ª Transferencia a Concesionario (Empresa), 3ª Transferencia a NIF (Particular).
- 5.-** Los vehículos que no hayan sufrido ninguna transferencia se quedarán en el canal en el cuál se produjo la primera matriculación. El resto, donde se hayan transferido, siempre teniendo en cuenta y computando el último destino de la transferencia.

En la actualidad, gracias a la disposición de los bastidores completos de cada vehículo matriculado, el proceso de reubicación del Parque por Canal de Distribución es bastante preciso.

III. DATOS DE EQUIPAMIENTO Y SINIESTRALIDAD

A. Estudio de coches de empresa

El estudio tiene como objetivo conocer el comportamiento en posventa de una tipología de automóvil específico como son los vehículos de empresa. Además, se incluye información referente a equipamientos de seguridad y otros aspectos o componentes del vehículo.

La metodología aplicada en el estudio ha consistido en la entrevista personal de entre 30 y 40 minutos en el lugar de trabajo durante el mes de febrero de 2021.

Para ello, el estudio se ha realizado sobre una muestra de 458 usuarios de este tipo de vehículos en otras tantas empresas de todo el país con las siguientes cuotas a cumplir:

- Zona geográfica
- Tamaño de la empresa
- Selección totalmente aleatoria del sector al que pertenece

El tiempo de control de calidad invertido consta de entre 10 y 15 minutos por encuesta que incluye revisión de la encuesta y contacto telefónico para contrastar y confirmar puntos clave.

El nivel de confianza es del 95% con un error muestral del $\pm 4,7\%$.

El trabajo de campo ha sido realizado por Fieldwork Quality, filial de GIPA.

B. Estudio conductores España

Entrevistas personales face-to-face realizadas entre enero y marzo de 2021 a una muestra representativa de 3.005 conductores.

La metodología aplicada en el estudio ha consistido en una entrevista personal de 45 minutos aproximadamente.

Muestreados según el método de cuotas (sexo, edad, categorías profesionales, hábitat, regiones).

El tiempo de control de calidad invertido ha representado más de 800 horas de trabajo.

El 100% de las encuestas han sido controladas según una metodología internacional de supervisión de las encuestas definida por GIPA.

El nivel de confianza es del 95% con un error muestral del $\pm 1,8\%$.

El trabajo de campo ha sido realizado por Fieldwork Quality, filial de GIPA.

La distribución geográfica (por regiones) de las encuestas ha sido la siguiente:

Zona	Provincia de cada zona			%
Zona 1	Baleares	Lérida		10%
	Gerona	Tarragona		
	Huesca	Zaragoza		
Zona 2	Albacete	Murcia		16%
	Castellón	Alicante		
	Valencia			
Zona 3	Almería	Córdoba	Jaén	20%
	Badajoz	Granada	Málaga	
	Cádiz	Huelva	Sevilla	
Zona 4	Ávila	Guadalajara	Teruel	8%
	Cáceres	Salamanca	Toledo	
	Ciudad Real	Segovia	Valladolid	
	Cuenca	Soria	Zamora	
Zona 5	Asturias	Lugo		10%
	A Coruña	Ourense		
	León	Pontevedra		
Zona 6	Álava	Guipúzcoa	Palencia	9%
	Burgos	La Rioja	Vizcaya	
	Cantabria	Navarra		
Zona 7	Madrid			16%
Zona 8	Barcelona			11%

IV. BARÓMETRO ARVAL MOBILITY OBSERVATORY

Arval Mobility Observatory

Estudio realizado por el Observatorio del Vehículo de Empresa en colaboración con Kantar

- Muestra global: 5.197 entrevistas, 4.443 en Europa y 754 fuera de Europa
- Target: responsables de flota en empresas de todas las industrias que utilizan al menos 1 vehículo corporativo
- Muestra local España: 459 entrevistas entre empresas de 2 segmentos
 - Empresas de menos de 100 empleados: 159
 - Empresas de 100 o más empleados:141
- Cuotas: tamaño de compañía y sector
- Período de campo: 05 de noviembre a 22 de diciembre de 2020
- Método de entrevista: se han empleados 2 modos de recogida de datos, ambas con una duración aproximada de 10'
 - Telefonico mediante sistema CATI (Computer-assisted telephone interviewing)
 - Reclutamiento por teléfono y enlace enviado para completar la encuesta en línea
- Interpretación Resultados:
 - Para que los resultados sean representativos de la población global, han sido ponderados de acuerdo con su estructura real en España por número de empleados y sector de actividad, según datos proporcionados por el INE.
 - Los porcentajes calculados corresponden a resultados ponderados.
 - No se incluye en las cifras los "No sabe / No contesta", por lo que los totales pueden diferir del 100%.

ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y MAPAS

GRÁFICOS

CAPÍTULO I

Gráfico I.1	Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución anual	12
Gráfico I.2	Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución interanual por trimestres	12
Gráfico I.3	Inflación (IPC) - Evolución anual	13
Gráfico I.4	Inflación (IPC) - Evolución mensual	13
Gráfico I.5	Encuesta de población activa (EPA) - Tasa de paro	14
Gráfico I.6	Consumo privado - Evolución anual	14
Gráfico I.7	Consumo privado - Evolución trimestral (tasas interanuales)	15
Gráfico I.8	Evolución de la tasa de ahorro anual de los hogares	15
Gráfico I.9	Consumo público - Evolución anual	16
Gráfico I.10	Consumo público - Evolución trimestral (tasas interanuales)	16
Gráfico I.11	Exportaciones e importaciones - Evolución anual	17
Gráfico I.12	Exportaciones e importaciones - Evolución trimestral	18
Gráfico I.13	Déficit Público	19

CAPÍTULO II

Gráfico II.1	Distribución del parque en 2020 por canal de distribución (Total y Empresa)	24
Gráfico II.2	Distribución del parque por edad de los vehículos - Empresas, Particulares y Rent-a-car	24
Gráfico II.3	Distribución del parque por edad de los vehículos - canal empresas	25
Gráfico II.4	Distribución del parque total por potencial contaminante	26
Gráfico II.5	Distribución del parque de turismos por potencial contaminante	27
Gráfico II.6	Distribución del parque de comerciales por potencial contaminante	27
Gráfico II.7	Emisión media de CO ₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) -Turismos	28
Gráfico II.8	Emisión media de CO ₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) - Comerciales	28
Gráfico II.9	Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos	29
Gráfico II.10	Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Comerciales	29
Gráfico II.11	Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos	30
Gráfico II.12	Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Comerciales	30
Gráfico II.13	Distribución del parque total por tipo de combustible - Total Mercado	31
Gráfico II.14	Distribución del parque de turismos por tipo de combustible	31
Gráfico II.15	Distribución del parque de comerciales por tipo de combustible	31
Gráfico II.16	Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado	32
Gráfico II.17	Evolución matriculaciones por canal de distribución - Canal Empresa	33
Gráfico II.18	Evolución matriculaciones por segmentos de vehículos - Total Mercado	34
Gráfico II.19	Matriculaciones mensuales 2020 y 2019 - Total Mercado	35
Gráfico II.20	Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2020 - Total Mercado	36

Gráfico II.21	Evolución matriculaciones mensuales 2020 y 2019- Renting	37
Gráfico II.22	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Total Mercado	39
Gráfico II.23	Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado	39
Gráfico II.24	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Canal Empresa	40
Gráfico II.25	Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa	40
Gráfico II.26	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Renting	41
Gráfico II.27	Evolución matriculaciones otros combustibles - Renting	41
Gráfico II.28	Emisión media de CO ₂ y evolución interanual - Turismos	42
Gráfico II.29	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Total Mercado	42
Gráfico II.30	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Canal Empresa	43
Gráfico II.31	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Renting	43
Gráfico II.32	Emisión media de CO ₂ y evolución interanual - Comerciales	44
Gráfico II.33	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Total Mercado	44
Gráfico II.34	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Canal Empresa	45
Gráfico II.35	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Renting	45
Gráfico II.36	Comparativa de emisiones medias de CO ₂ - Turismos	46
Gráfico II.37	Comparativa de emisiones medias de CO ₂ - Comerciales	46
Gráfico II.38	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado	47
Gráfico II.39	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado	47
Gráfico II.40	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa	48
Gráfico II.41	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa	48
Gráfico II.42	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Renting	49
Gráfico II.43	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Renting	49
Gráfico II.44	Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + Comerciales)	56
Gráfico II.45	Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado	57
Gráfico II.46	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Total Mercado	58
Gráfico II.47	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa	58
Gráfico II.48	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Renting	59
Gráfico II.49	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado	63
Gráfico II.50	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa	63
Gráfico II.51	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Renting	64
Gráfico II.52	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado	64
Gráfico II.53	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa	65
Gráfico II.54	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Renting	65
CAPÍTULO III		
Gráfico III.1	Evolución transferencias de VO - Total Mercado	68
Gráfico III.2	Distribución de las ventas por edad del VO - Turismos	69
Gráfico III.3	Distribución de las ventas por edad del VO - Comerciales	69
Gráfico III.4	Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo - Turismos	70
Gráfico III.5	Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo - Comerciales	70
Gráfico III.6	Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Turismos	71
Gráfico III.7	Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Comerciales	72
Gráfico III.8	Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos	73
Gráfico III.9	Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Comerciales	74

CAPÍTULO IV

Gráfico IV.1	Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas (método de financiación y tipología de vehículo) . . .	78
Gráfico IV.2	Edad media (años) del vehículo según implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas	79
Gráfico IV.3	Edad media del vehículo según implantación de sistema telemático	79
Gráfico IV.4	Implantación de dispositivo telemático en el vehículo de empresa.	80
Gráfico IV.5	Integración de sistemas de ayuda a la conducción en el vehículo.	81
Gráfico IV.6	Integración de equipos de ayuda a la conducción por tipología de vehículo	82
Gráfico IV.7	Integración de equipos de ayuda a la conducción por método de financiación	83

CAPÍTULO V

Gráfico V.1	Uso que hace del vehículo.	86
Gráfico V.2	Evolución sobre el uso que hace del vehículo.	86
Gráfico V.3	Uso que hace del vehículo por método de financiación y tipología de vehículo	87
Gráfico V.4	Tipo de vías de circulación	87
Gráfico V.5	Tipo de vías de circulación por método de financiación	88
Gráfico V.6	Kilometraje anual parque empresa 2020 vs. 2019.	89
Gráfico V.7	Kilometraje anual parque empresa vs. parque particular.	89
Gráfico V.8	Kilometraje medio anual parque empresa vs. parque particular 2020 y 2019.	90
Gráfico V.9	Kilometraje anual por método de financiación.	90
Gráfico V.10	Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo	91
Gráfico V.11	Kilometraje anual por tipología de vehículo	91
Gráfico V.12	Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa	92
Gráfico V.13	Kilometraje acumulado parque empresa vs. parque particular.	92
Gráfico V.14	Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo	93
Gráfico V.15	Tipo de motor parque empresa vs. parque particular.	93
Gráfico V.16	Posesión de contrato de mantenimiento.	94
Gráfico V.17	Posesión de contrato de mantenimiento por tipología de vehículo y magnitud de la empresa	94
Gráfico V.18	Cambio de neumáticos en 2020	95
Gráfico V.19	Cambio de neumáticos por tipología de vehículo	95
Gráfico V.20	Cambio de neumáticos por edad del vehículo	96
Gráfico V.21	Cambio de neumáticos por método de financiación.	96
Gráfico V.22	Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2020 vs. 2019	97
Gráfico V.23	Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para cambio de neumático	97
Gráfico V.24	Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos	98
Gráfico V.25	Decisión del centro de reparación según el tipo de vehículo	98
Gráfico V.26	Decisión del centro de reparación según el método de financiación.	99
Gráfico V.27	Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2020.	100
Gráfico V.28	Revisión o cambio de aceite por tipología de vehículo.	100
Gráfico V.29	Revisión o cambio de aceite por método de financiación	101
Gráfico V.30	Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2020 vs. 2019.	101
Gráfico V.31	Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para realización de mantenimiento.	102
Gráfico V.32	Quién decide la elección del centro de reparación para la realización del mantenimiento	102

CAPÍTULO VI

Gráfico VI.1	Número medio de visitas anuales en base a la antigüedad del vehículo	106
Gráfico VI.2	Número medio de visitas por tipología de vehículo y método de financiación	106
Gráfico VI.3	Visitas al taller según edad vehículo por tipología de vehículo y método de financiación	107
Gráfico VI.4	Elección del lugar donde realizar la reparación 2020 vs. 2019	107
Gráfico VI.5	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo	108
Gráfico VI.6	Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting vs. Compra	108
Gráfico VI.7	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting	109
Gráfico VI.8	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Compra	109
Gráfico VI.9	Garantía del vehículo de empresas - 2020 vs. 2019	110
Gráfico VI.10	Garantía según el tipo de vehículo	110
Gráfico VI.11	Garantía según método de financiación del vehículo	111
Gráfico VI.12	Tipo de seguro parque empresa vs. parque particular	112
Gráfico VI.13	Tipo de seguro en parque empresa - Comparativa 2020 vs. 2019	112
Gráfico VI.14	Tipo de seguro en base a la edad del vehículo y utilización del mismo	113
Gráfico VI.15	Tipo de seguro por tipología de vehículo y método de financiación	113
Gráfico VI.16	Tuvo accidente en 2020 y tipo de accidente (Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2020)	114
Gráfico VI.17	Número de accidentes / roces	114
Gráfico VI.18	Tasa de accidentes por tipo y antigüedad del vehículo	115
Gráfico VI.19	Se declaró el accidente al seguro	115
Gráfico VI.20	Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2020 vs. 2019	116
Gráfico VI.21	Lugar de reparación	116
Gráfico VI.22	Quién elige el lugar de reparación	117

CAPÍTULO VII

Gráfico VII.1	Composición de la flota de menos de 3,5 toneladas	120
Gráfico VII.2	Impacto del Covid 19 en la evolución de la flota de vehículos	121
Gráfico VII.3	Evolución de la flota en los próximos tres años	122
Gráfico VII.4	Matriz crecimiento potencial (próximos tres años) según crecimiento del PIB en 2020 - Empresas de 100 o más empleados	123
Gráfico VII.5	Tiempo medio de los vehículos en las flotas de las empresas, según su tamaño - mostrado en años	123
Gráfico VII.6	Proporción de empresas que ya tienen o están considerando implementar en los próximos 3 años nuevas energías o tecnologías en su flota	124
Gráfico VII.7	Proporción de empresas que ya tienen o están considerando implementar en los próximos 3 años nuevas energías o tecnologías en su flota de LCV	125
Gráfico VII.8	Motivos para implementar o considerar nuevas energías o tecnologías en su flota	126
Gráfico VII.9	Proporción de compañías con puntos de carga para vehículos eléctricos en la misma	127
Gráfico VII.10	Limitaciones de la implementación de vehículos con batería 100% eléctrica	127
Gráfico VII.11	Proporción de empresas que toman medidas para la reducción de las emisiones de su flota	128
Gráfico VII.12	Proporción de empresas que tienen en cuenta la siguiente emisión de contaminantes en su política de flotas	128
Gráfico VII.13	Principales métodos de financiación	129
Gráfico VII.14	Evolución de los principales métodos de financiación en España	129
Gráfico VII.15	Intención de desarrollar renting flexible en los próximos 3 años para compañías con >100 empleados según países	130
Gráfico VII.16	Proporción de empresas que tienen intención de desarrollar el renting flexible	130
Gráfico VII.17	Alternativas al coche de empresa que utiliza o considerará en los próximos 3 años	131
Gráfico VII.18	Utiliza o considerará en los próximos 3 años al menos una de las alternativas de movilidad al coche de empresa	132
Gráfico VII.19	Proporción de empresas interesadas en cada uno de los siguientes servicios	132

Gráfico VII.20	Disponen de la movilidad como factor estratégico en la empresa	133
Gráfico VII.21	Disponen de un plan de movilidad implementado en la empresa	133
Gráfico VII.22	Proporción de empresas que se plantean disponer de un plan de movilidad en los próximos 3 años	134
Gráfico VII.23	Factores a considerar en un plan de movilidad	134
Gráfico VII.24	Proporción de empleados que usan medios de transporte para ir a trabajar	135
Gráfico VII.25	Uso de vehículo conectado	136
Gráfico VII.26	Razones por las que utiliza vehículos conectados en la compañía	137

TABLAS

CAPÍTULO II

Tabla II.1	Evolución y prevision del parquet total	22
Tabla II.2	Evolución y prevision del parquet por canal de distribución	23
Tabla II.3	Matriculaciones por segmento - Total Mercado	37
Tabla II.4	Matriculaciones por segmento - Canal Empresa	38
Tabla II.5	Matriculaciones por segmento - Canal Renting	38
Tabla II.6	Matriculaciones por modelo de vehículo - Turismos	50
Tabla II.7	Matriculaciones por modelo de vehículo - Comerciales	51
Tabla II.8	Previsión de matriculaciones turismos - Total Mercado	60
Tabla II.9	Previsión de matriculaciones turismos - Canal Empresa	60
Tabla II.10	Previsión de matriculaciones turismos - Renting	61
Tabla II.11	Previsión de matriculaciones comerciales - Total Mercado	61
Tabla II.12	Previsión de matriculaciones comerciales - Canal Empresa	62
Tabla II.13	Previsión de matriculaciones comerciales - Renting	62

CAPÍTULO III

Tabla III.1	Ventas de VO por tipo de combustible - Turismos	71
Tabla III.2	Ventas de VO por tipo de combustible - Comerciales	71
Tabla III.3	Ventas de VO por segmento del vehículo - Turismos	72
Tabla III.4	Ventas de VO por segmento del vehículo - Comerciales	73

MAPAS

CAPÍTULO II

Mapa II.1	Mapa mundial de Matriculaciones de Turismos Nuevos por cada 1.000 (1k) habitantes	52
Mapa II.2	Mapa español de Matriculaciones Totales de VN por cada 1.000 (1k) habitantes	54



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

arval.es

mobility-observatory.arval.com

