



Observatorio  
Español de  
Conductores



**ESTUDIO SOBRE MOVILIDAD**


**“MILLENNIAL” EN EL FUTURO**

**-Informe de resultados-**



Septiembre de 2017

- La presente investigación ha sido realizada por el Instituto de Investigaciones de Mercado y Marketing Estratégico **Ikerfel** por encargo de **RACE**.
- Los hábitos de uso del automóvil entre los jóvenes, el interés en las nuevas tecnologías y las dificultades de incorporación al mercado laboral, con la consiguiente falta de recursos económicos, están haciendo que los millennials estén cambiando sus consumos.
- Con estos antecedentes, el principal objetivo de la investigación consiste en analizar las preocupaciones y expectativas de esta generación así como sus hábitos y estilo de vida, y ver cómo esto puede influir en el futuro del automóvil.
- Para conseguir este objetivo, se ha realizado una investigación cuantitativa, concretamente se han realizado 2.000 entrevistas a millennials con permiso de conducción (Tipo B), residentes en 6 ciudades españolas.
- El trabajo de campo se ha realizado en Agosto de 2017.



**Ikerfel** es uno de los Institutos de Investigación líderes en el mercado nacional debido a su amplia trayectoria en el sector así como su filosofía de trabajo. Más de 40 años de experiencia en el sector y más de 8.000 estudios ad hoc avalan a la compañía. Cercanía, trabajo en equipo, preocupación por la calidad y flexibilidad son las principales señas de identidad de Ikerfel.

La compañía y sus profesionales pertenecen desde hace años a las principales asociaciones del sector: ANEIMO (Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública) y AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión). Entre sus principales clientes se encuentran compañías nacionales e internacionales de los principales sectores de actividad (Telecomunicación, Asegurador, Banca, Automoción, Alimentación, Distribución, etc.)

# ÍNDICE

## ESTUDIO SOBRE MOVILIDAD “MILLENNIAL” EN EL FUTURO

<b>A. – PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO</b>	<b>4</b>
A.1. Objetivos de la investigación	5
A.2. Ficha técnica	6
<b>B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>7</b>
B.1. Aspectos previos: Generación millennial	8
B.1.1. ¿Quiénes son?	8
B.2. Millennials: Cómo son	10
B.2.1. Estilo de vida	10
B.2.2. Preocupaciones	17
B.2.3. Relación con el vehículo privado	23
B.3. Millennials: Cómo se mueven	26
B.3.1. Movilidad actual	26
B.3.2. Movilidad futura	31
B.3.3. Predisposición a la compra de coche	37
B.3.4. Coches autónomos	42
B.3.5. Medidas para reducir la contaminación	47
<b>C. – CONSIDERACIONES FINALES</b>	<b>50</b>



## A.- PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

A.1. Objetivos de la investigación

A.2. Ficha técnica



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)



# Objetivo Principal

**Analizar las preocupaciones y expectativas de los millennials, así como sus hábitos y estilo de vida, y ver cómo esto puede influir en el futuro del automóvil.**

## Objetivos específicos

- ▶ Caracterización de la generación millennial.
- ▶ Hábitos de movilidad actual y futura.
- ▶ Futuro del vehículo en propiedad.



### Tipo de estudio

Cuantitativo

### Técnica empleada

**Entrevistas On-line**

### Universo de análisis

Población de 18 a 35 años de edad que residente en alguna de estas 6 ciudades (Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza o Bilbao). Con permiso de conducción tipo B.

### Detalle del planteamiento metodológico

Se han realizado un total de **2.000 entrevistas**, lo que supone un error muestral de  $\pm 2'2\%$  para un nivel de confianza del 95'5%,  $2\sigma$ .

Las entrevistas se han distribuido de la siguiente forma:

CIUDAD	De 18 a 24 años		De 25 a 35 años		Total general
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Madrid	59	68	206	193	526
Barcelona	32	73	218	202	525
Sevilla	38	38	120	120	316
Valencia	21	38	115	138	312
Bilbao	5	11	36	57	109
Zaragoza	18	19	82	93	212
<b>Total general</b>	<b>173</b>	<b>247</b>	<b>777</b>	<b>803</b>	<b>2000</b>

Posteriormente los datos han sido ponderados para reflejar la estructuración del universo.

### Fecha de realización del trabajo de campo

Agosto de 2017.



## B. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.1. Aspectos previos: Generación millennial
- B.2. Millennials: Cómo son
- B.3. Millennials: Cómo se mueven



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)



## B. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

B.1. Aspectos previos: Generación millennial

B.1.1. ¿Quiénes son?



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)



### ¿QUIÉNES SON?

- o La generación **millennials** son aquellas **personas que llegaron a su edad adulta después del año 2.000**, y que en conjunto **poseen características particulares**.
- o El **análisis de estas características y su relación con su movilidad actual y futura** es lo que nos ocupa en esta investigación.
- o Aunque es importante recalcar que **solamente nos estamos dirigiendo a “millennials urbanos” con permiso de conducción de tipo B**, independientemente de que conduzcan o no y la frecuencia con la que lo hagan.





## B. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### B.2. Millennials: Cómo son

#### B.2.1. Estilo de vida

#### B.2.2. Preocupaciones

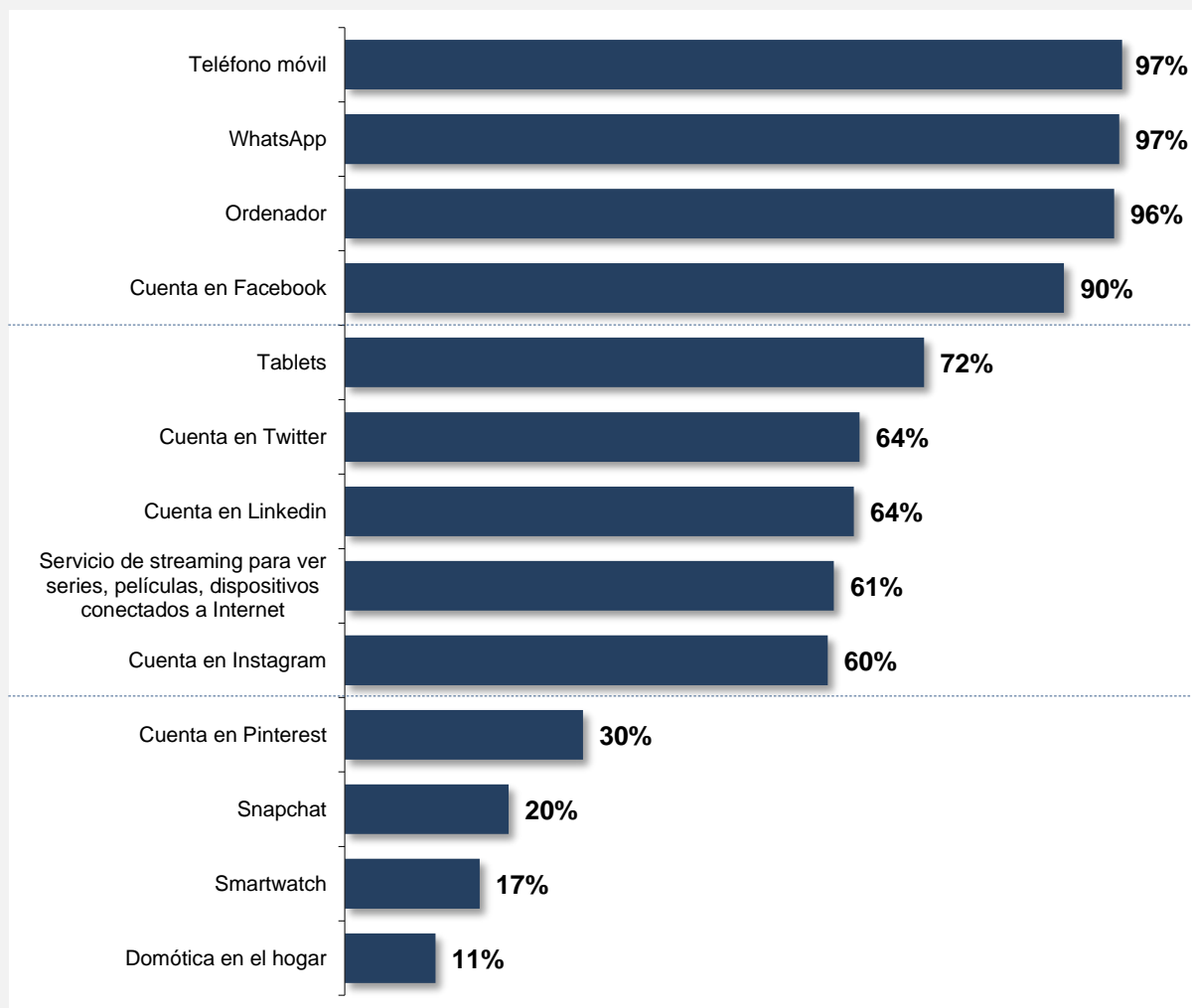
#### B.2.3. Relación con el vehículo privado



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)

### ¿DISPONES ACTUALMENTE DE..? (P.19)

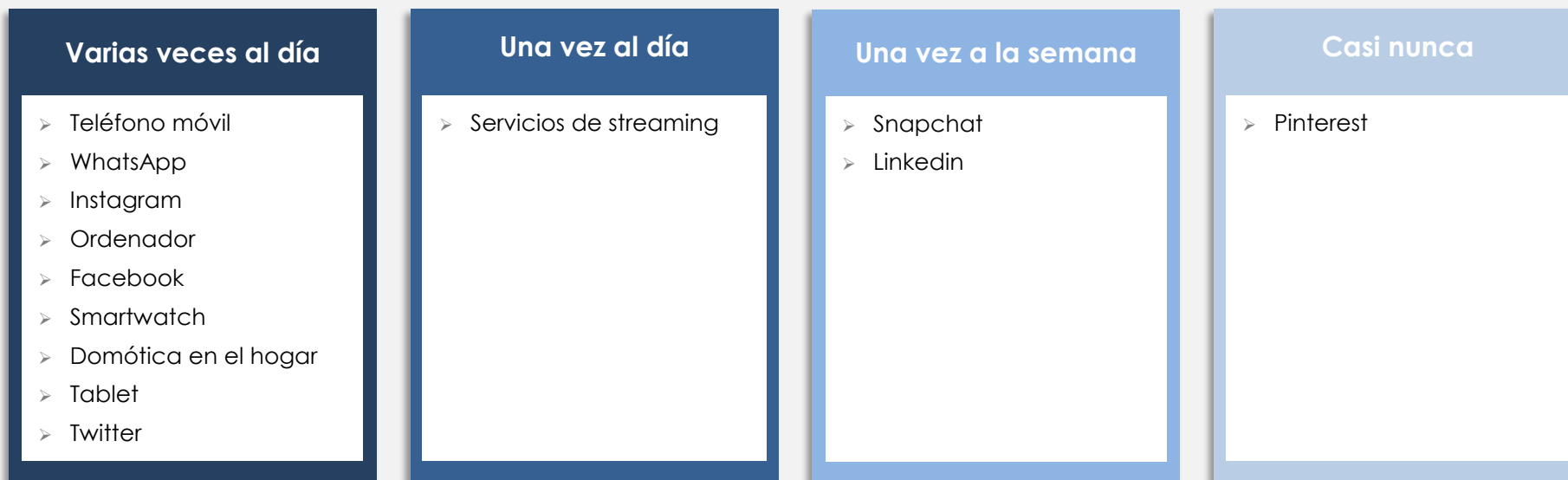


- Podríamos decir que **prácticamente la totalidad** de los miembros de esta generación **tienen teléfono móvil, WhatsApp, ordenador y cuenta en Facebook.**
- Tablets, servicios de streaming y otras redes sociales como Twitter, LinkedIn o Instagram,** también están presentes en el estilo de vida de un porcentaje de millennials importante, **pero no tan masivo como los primeros.**
- Dentro de las redes sociales propuestas, son **Pinterest y Snapchat** en las que este colectivo está menos presente. Y respecto a los dispositivos son **los Smartwath y la domótica de los que menos se dispone,** sobre todo de este último.

Base: Total de las personas entrevistadas

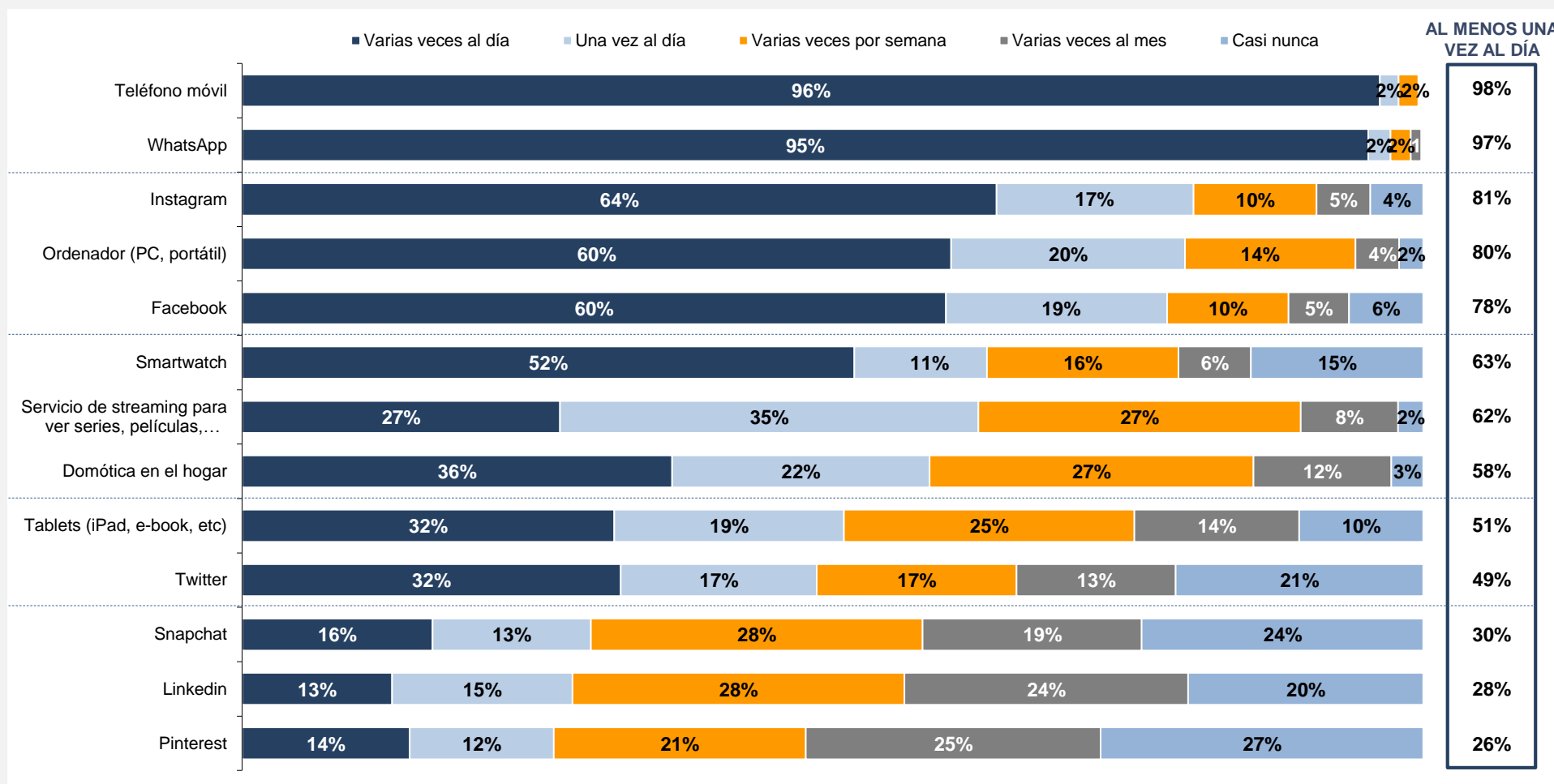
### FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS Y REDES SOCIALES

- o Además de disponer de bastantes dispositivos electrónicos y redes sociales, **los millennials hacen uso de los mismos de forma bastante intensiva. Casi todos los elementos propuestos se utilizan varias veces al día** por la mayoría de los entrevistados.



**Nota:** Cada dispositivo o red social se representa en el intervalo de frecuencia donde se acumula el porcentaje mayoritario de menciones.

¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZAS, PARA USO PERSONAL, ESTOS DISPOSITIVOS O FORMAS DE COMUNICACIÓN? (P.20)



Base: Personas que disponen de cada dispositivo o forma de comunicación

### ACTIVIDADES DE OCIO PREFERIDAS

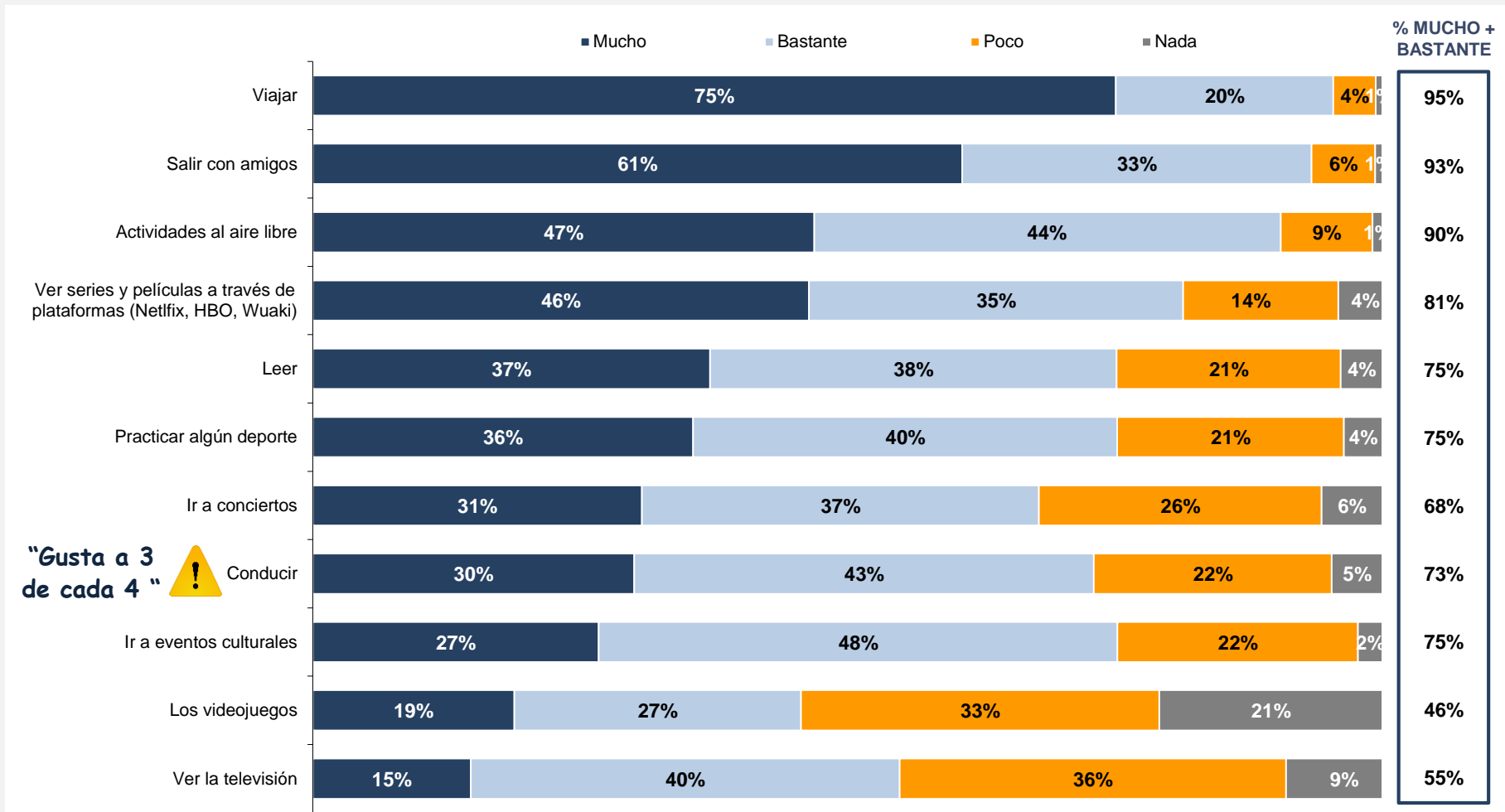
- Como podíamos esperar **en general las actividades de ocio gustan. Sólo en el caso de los videojuegos (46%\*) y de ver la televisión (55%\*) hay división de opiniones** entre los entrevistados.
- Las **actividades preferidas son viajar y salir con los amigos.**
- A 3 de cada 4 millennials les gusta bastante o mucho conducir, **colocándose esta actividad al mismo nivel que otras como leer, practicar deporte o ir a eventos culturales.**

**"A 3 DE CADA 4 MILLENNIALS LES GUSTA MUCHO O BASTANTE CONDUCIR**

- **Incluso** observamos que **el porcentaje de millennials a los que conducir les gusta poco o nada es inferior** por ejemplo, al **porcentaje de millennials a los que les gustan poco o nada los videojuegos.**

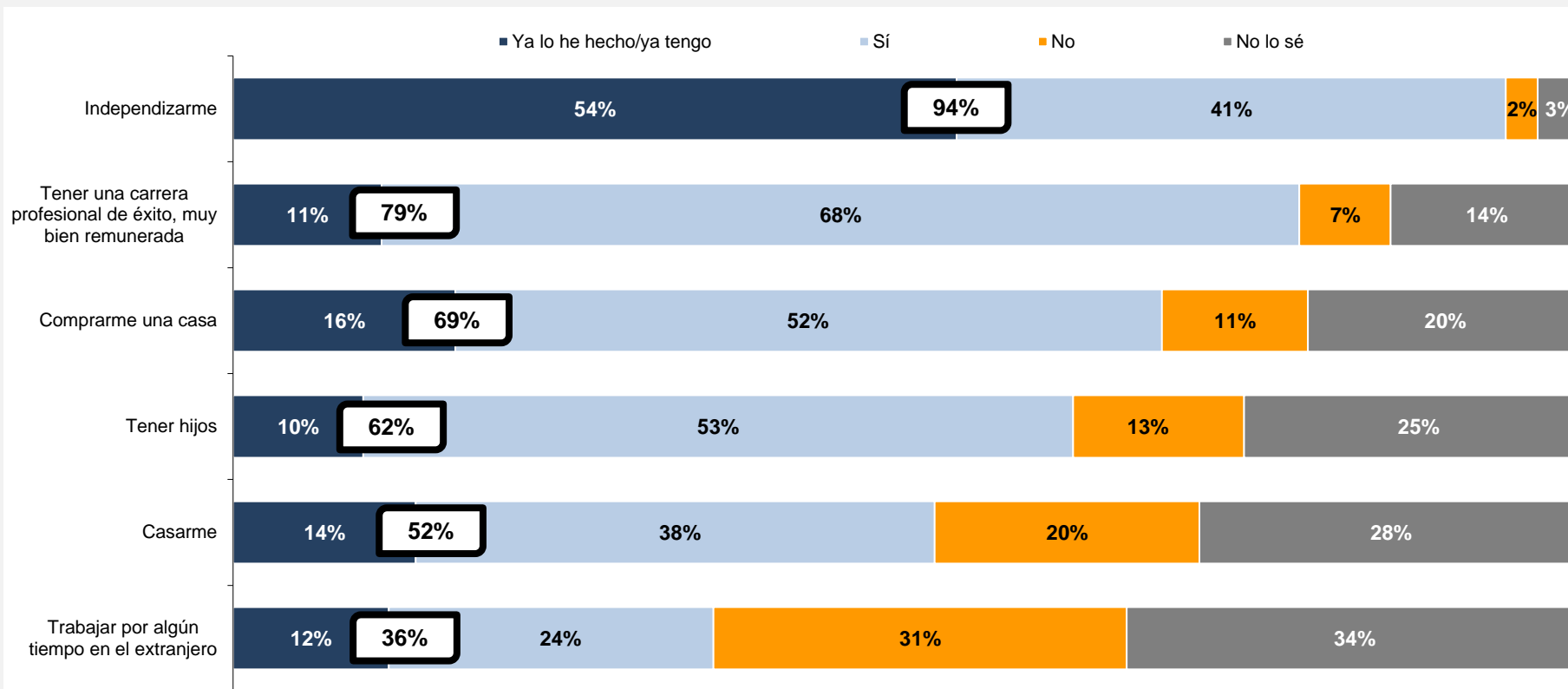
\* % de Mucho + Bastante

### INDICA HASTA QUÉ PUNTO TE GUSTA ... (P.4)



Base: Total de las personas entrevistadas

### ¿CUÁLES SON TUS PLANES DE FUTURO...? (P.4B)



- Prácticamente **la totalidad de los millennials desea independizarse**, de hecho **la mitad de ellos ya lo han conseguido**.
- En primer lugar **tener una carrera profesional exitosa**, y en segundo plano **comprar una casa y tener hijos son las principales aspiraciones actuales de los millennials**.

Base: Total de las personas entrevistadas

**%**

Sí + Ya lo he hecho/ya lo tengo





## B. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### B.2. Millennials: Cómo son

B.2.1. Estilo de vida

**B.2.2. Preocupaciones**

B.2.3. Relación con el vehículo privado



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)

### ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS PARA ESTÁ GENERACIÓN?

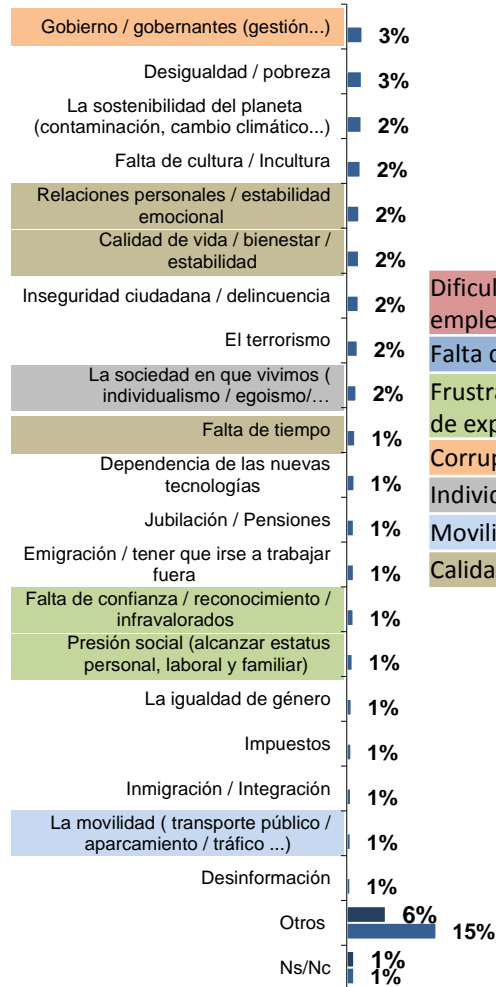
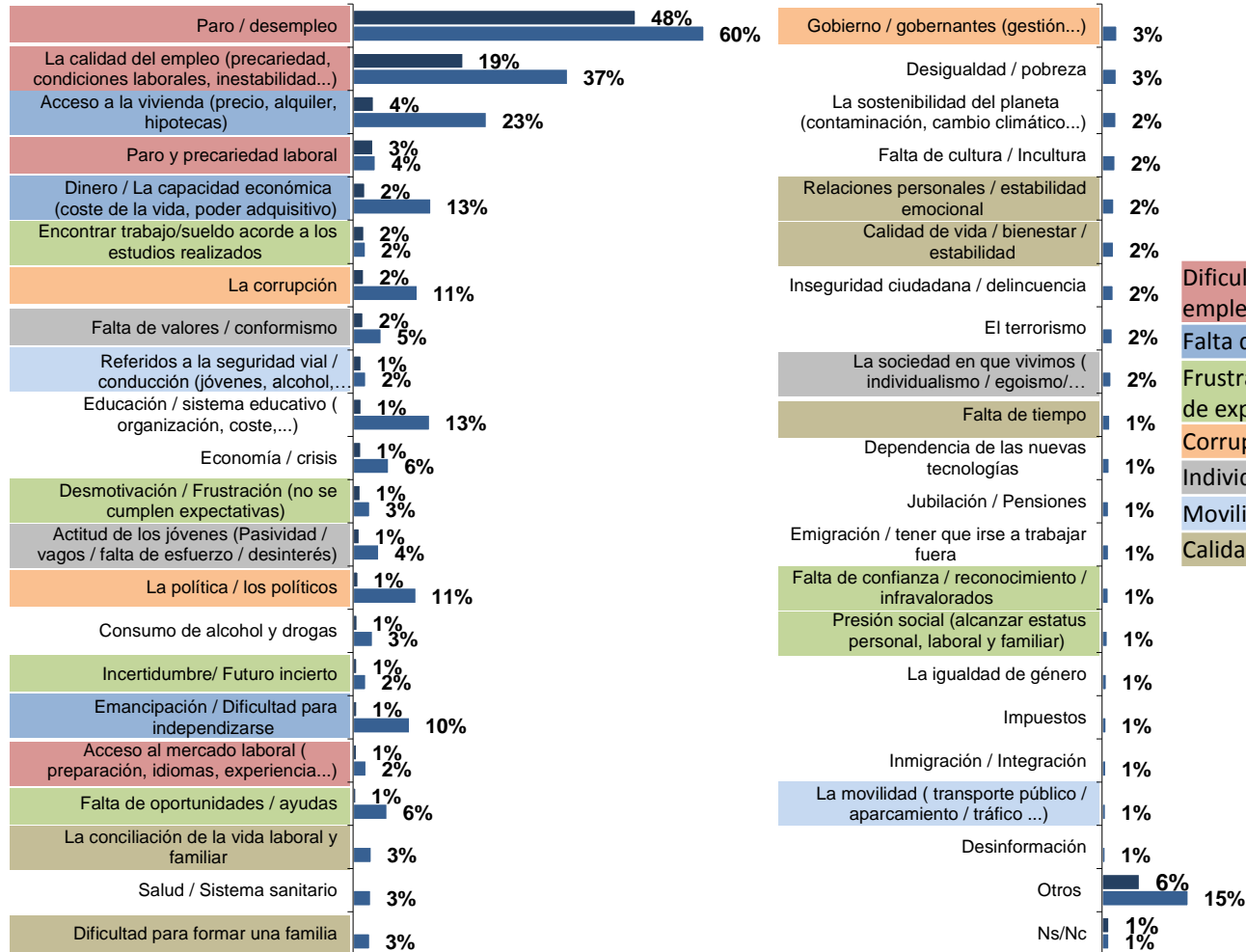
**PARA 7 DE CADA 10 MILLENNIALS EL PRINCIPAL PROBLEMA DE SU GENERACIÓN ACTUALMENTE SON LAS DIFICULTADES LABORALES Y LA CALIDAD DEL EMPLEO**

- Observamos como **los millennials están muy de acuerdo en cuál es el principal problema para su generación. El paro, las condiciones laborales, la precariedad ...** aglutinan la inmensa mayoría de sus respuestas.
- Además de lo anterior, **también** se consideran problemas de importancia, **la falta de recursos económicos, que está directamente relacionada con las dificultades laborales y el desempleo.**
- La **corrupción, la clase política... y aspectos de carácter más emocional relacionados con la dificultad de alcanzar el futuro deseado**, como la frustración ante el incumplimiento de expectativas y la calidad de vida personal, **completan lo que se percibe como los principales problemas de está generación.**

	Principal Problema	Principales problemas*
Dificultades laborales, calidad del empleo	71%	83%
Falta de recursos económicos	6%	42%
Frustración ante el incumplimiento de expectativas	4%	15%
Corrupción, clase política	3%	23%
Individualismo, conformismo social	3%	10%
Movilidad y seguridad vial	1%	3%
Calidad de vida personal y familiar	---	11%

\* Principal problema para la gente de tu edad + segundo problema + tercer problema

QUEREMOS SABER ¿CUÁL ES, A TU JUICIO, EL PRINCIPAL PROBLEMA PARA LA GENTE DE TU EDAD QUE EXISTE ACTUALMENTE EN ESPAÑA? (P.1A)\*



	Principal Problema	Principales problemas**
Dificultades laborales, calidad del empleo	71%	83%
Falta de recursos económicos	6%	42%
Frustración ante el incumplimiento de expectativas	4%	15%
Corrupción, clase política	3%	23%
Individualismo, conformismo social	3%	10%
Movilidad y seguridad vial	1%	3%
Calidad de vida personal y familiar	---	11%

■ Principal problema  
■ Principales problemas\*

Base: Total de las personas entrevistadas

\*Pregunta de respuesta espontánea

\*\*Principal problema para la gente de tu edad + segundo problema + tercer problema

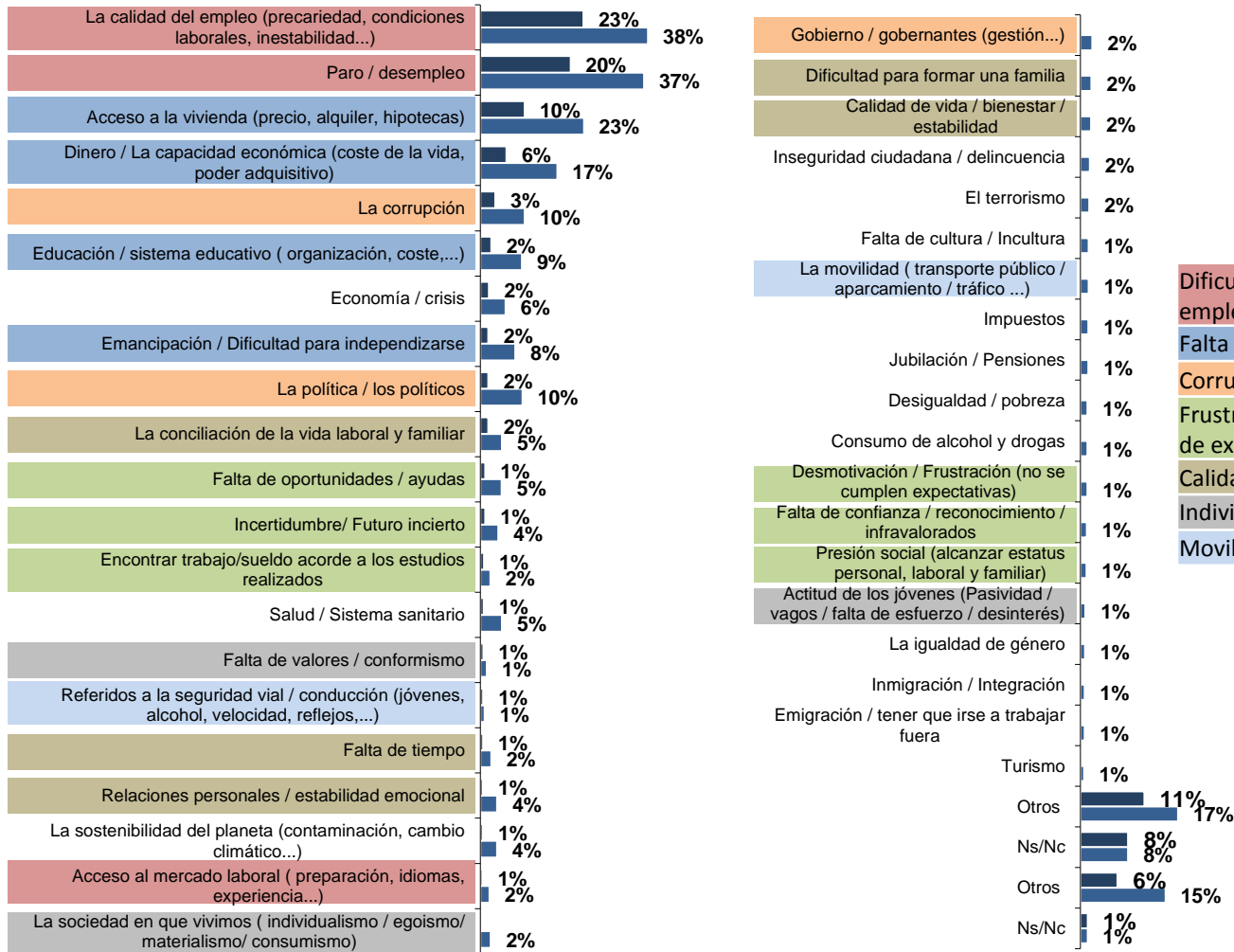
### ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE PERSONALMENTE TE AFECTAN MÁS?

	Principales problemas generación			Principales problemas personales	
	Principal Problema	Principales problemas**		Principal Problema	Principales problemas**
Dificultades laborales, calidad del empleo	71%	83%	Dificultades laborales, calidad del empleo	44%	68%
Falta de recursos económicos	6%	42%	Falta de recursos económicos	18%	43%
Frustración ante el incumplimiento de expectativas	4%	15%	Corrupción, clase política	5%	20%
Corrupción, clase política	3%	23%	Frustración ante el incumplimiento de expectativas	3%	14%
Individualismo, conformismo social	3%	10%	Calidad de vida personal y familiar	3%	15%
Movilidad y seguridad vial	1%	3%	Individualismo, conformismo social	1%	5%
Calidad de vida personal y familiar	---	11%	Movilidad y seguridad vial	1%	2%

- Si nos centramos en los problemas que los millennials identifican como los que más les afectan de manera personal vemos que **las dificultades laborales siguen siendo el problema principal, seguido de la falta de recursos económicos.**
- También **ganan peso** otro tipo de **problemas relacionados con la calidad de vida personal y familiar.** Son preocupaciones como:
  - La conciliación de la vida familiar y laboral.
  - La falta de tiempo.
  - Las relaciones personales, la estabilidad emocional.
  - Las dificultades para formar una familia.

\* \*\*Principal problema para la gente de tu edad + segundo problema + tercer problema

### ¿Y CUÁL ES EL PROBLEMA QUE A TI, PERSONALMENTE, TE AFECTA MÁS? (P.2A)\*



	Principal Problema	Principales Problemas**
Dificultades laborales, calidad del empleo	44%	68%
Falta de recursos económicos	18%	43%
Corrupción, clase política	5%	20%
Frustración ante el incumplimiento de expectativas	3%	14%
Calidad de vida personal y familiar	3%	15%
Individualismo, conformismo social	1%	5%
Movilidad y seguridad vial	1%	2%

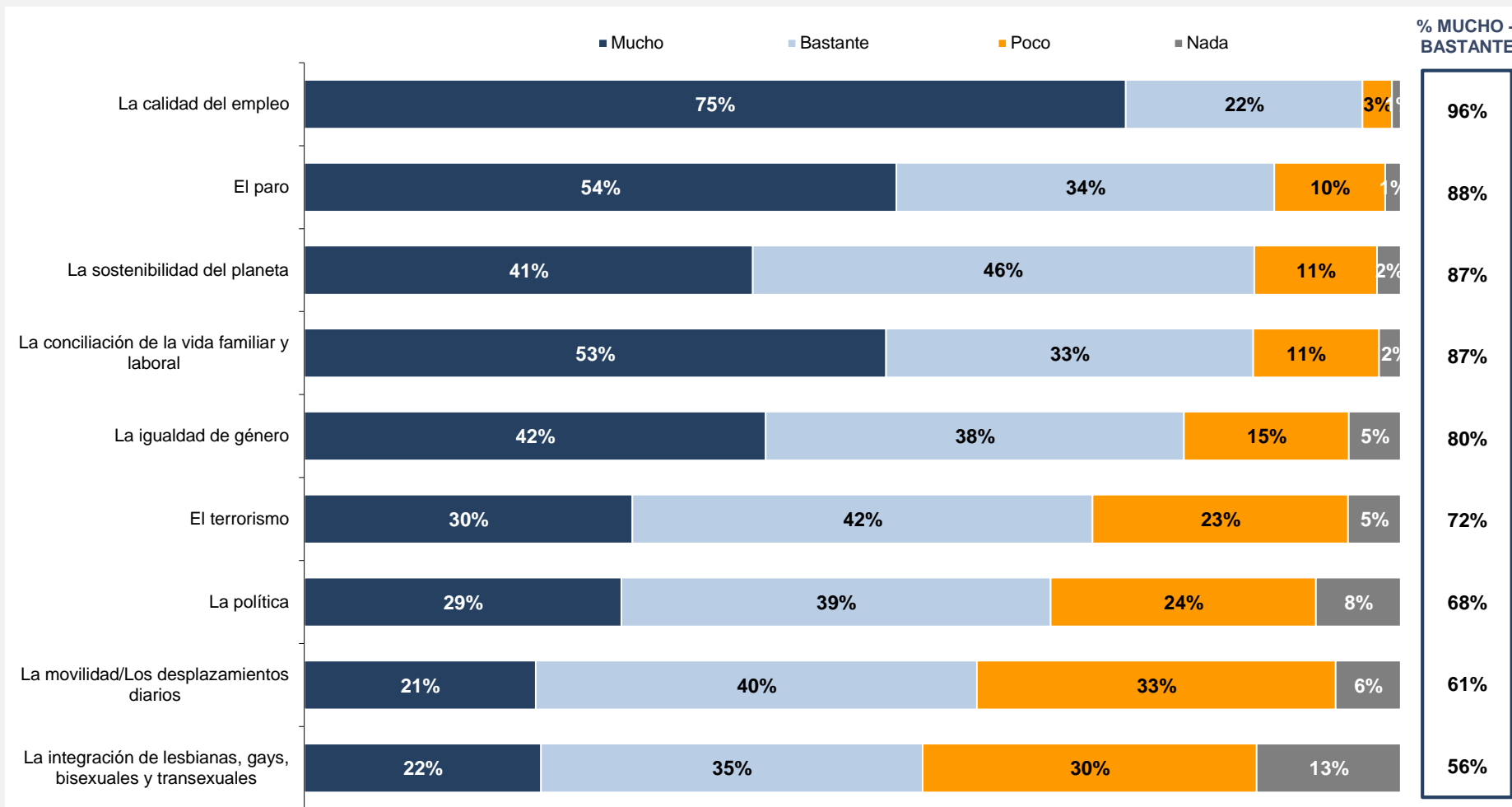
■ Principal problema  
■ Principales problemas\*

Base: Total de las personas entrevistadas

\*Pregunta de respuesta espontánea

\*\*Principal problema para la gente de tu edad + segundo problema + tercer problema

LOS SIGUIENTES TEMAS PREOCUPAN A ALGUNAS PERSONAS, ¿EN QUÉ MEDIDA TE PREOCUPAN A TI? (P.3)



Base: Total de las personas entrevistadas



## B. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### B.2. Millennials: Cómo son

B.2.1. Estilo de vida

B.2.2. Preocupaciones

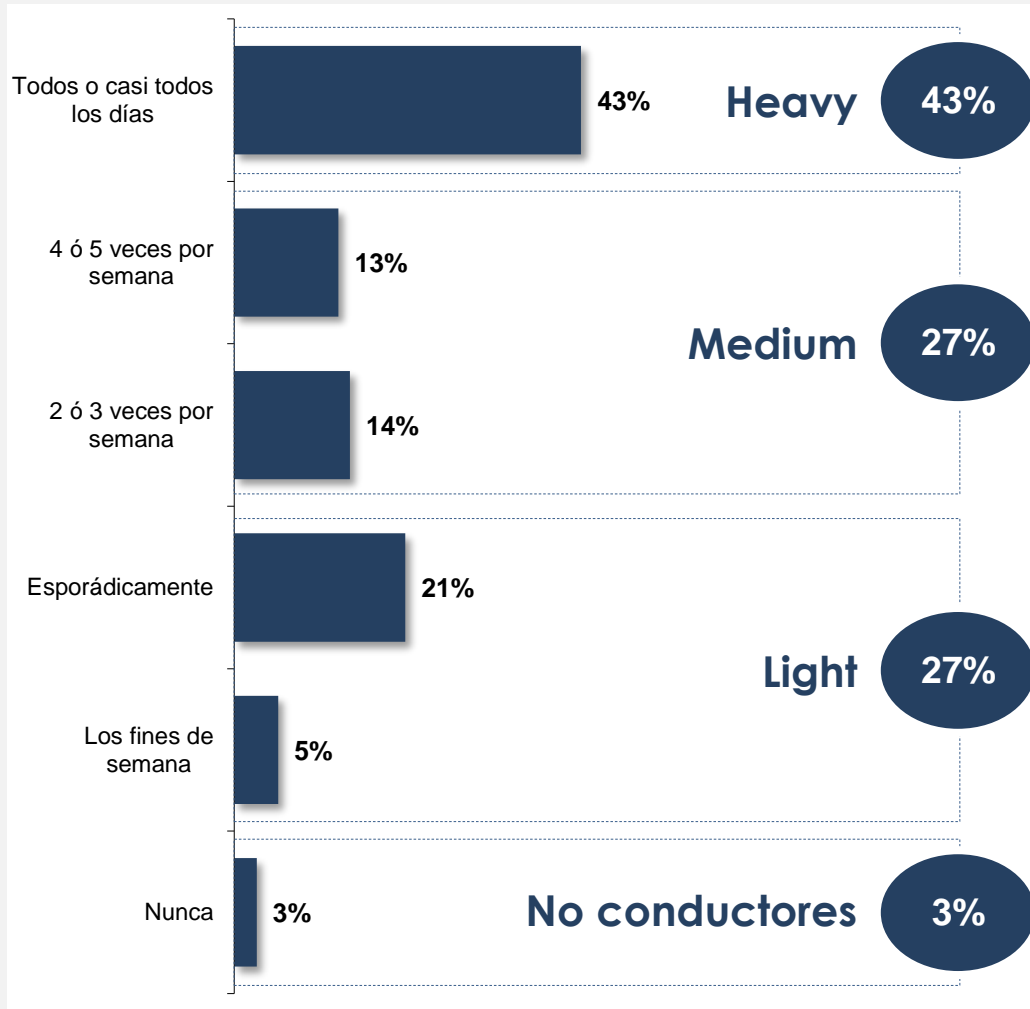
**B.2.3. Relación con el vehículo privado**



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)

### ¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELES CONDUCIR? (P.0E)

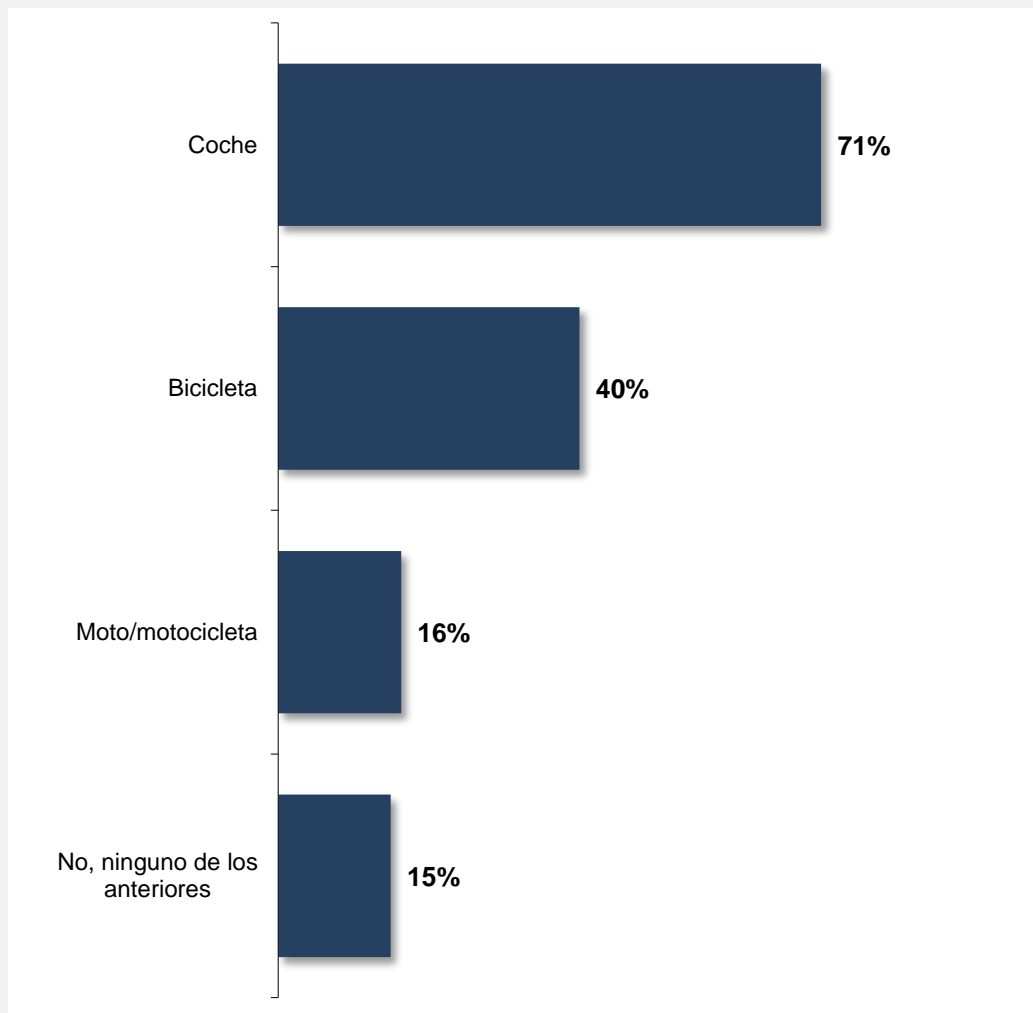


- **Cerca de la mitad de los millennials, con permiso de conducción, conducen todos o casi todos los días.**
- **Y aproximadamente un tercio, declara conducir varios días a la semana.**
- **De media conducen 3,8 días a la semana.**

Base: Total de las personas entrevistadas



¿ERES PROPIETARIO DE ALGUNO DE ESTOS VEHÍCULOS? (P.10)



- La mayoría de los millennials con permiso de conducción, dispone de coche en propiedad.
- Y en general disponen de uno sólo de estos vehículos.

**Nº medio de  
menciones**

**1,27**

Base: Total de las personas entrevistadas



## B. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### B.3. Millennials: Cómo se mueven

#### B.3.1. Movilidad actual

B.3.2. Movilidad futura

B.3.3. Predisposición a la compra de coche

B.3.4. Coches autónomos

B.3.5. Medidas para reducir la contaminación



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)

### FRECUENCIA DE USO DE LOS DIFERENTES MEDIOS DE TRANSPORTE

- Los **medios de transporte más frecuentemente utilizados** por los millennials son **el coche en propiedad y el transporte público**.
  - Los **desplazamientos diarios** se realizan **en coche propio (44%)** y en **transporte público (36%)**.
  - En los desplazamientos habituales los modos de transporte alternativos a estos dos tienen muy baja presencia.**

#### Todos o casi todos los días

- Coche en propiedad
- Transporte público

#### Una vez a la semana

#### Una vez al mes

#### Esporádicamente

- Taxi
- Coche de un familiar o amigo

#### Nunca

- Alquiler de moto para un periodo corto de tiempo: Cooltra
- Alquiler de coche entre particulares a través de una Web/APP: Drivy, Amovens
- Moto, motocicleta propia
- Alquiler de coche para un periodo corto de tiempo: Emov, Car2Go, BlueMove
- Alquiler de las bicicletas que proporcionan los ayuntamientos
- Coche compartido entre particulares a través de un Web/APP: BlaBlaCar, Amovens
- Servicio privado de coche con conductor: UBER, Cabify
- Bicicleta como medio de transporte
- Alquiler de coche tradicional: Hertz, Europcar, Avis
- Compartir coche con compañeros o conocidos

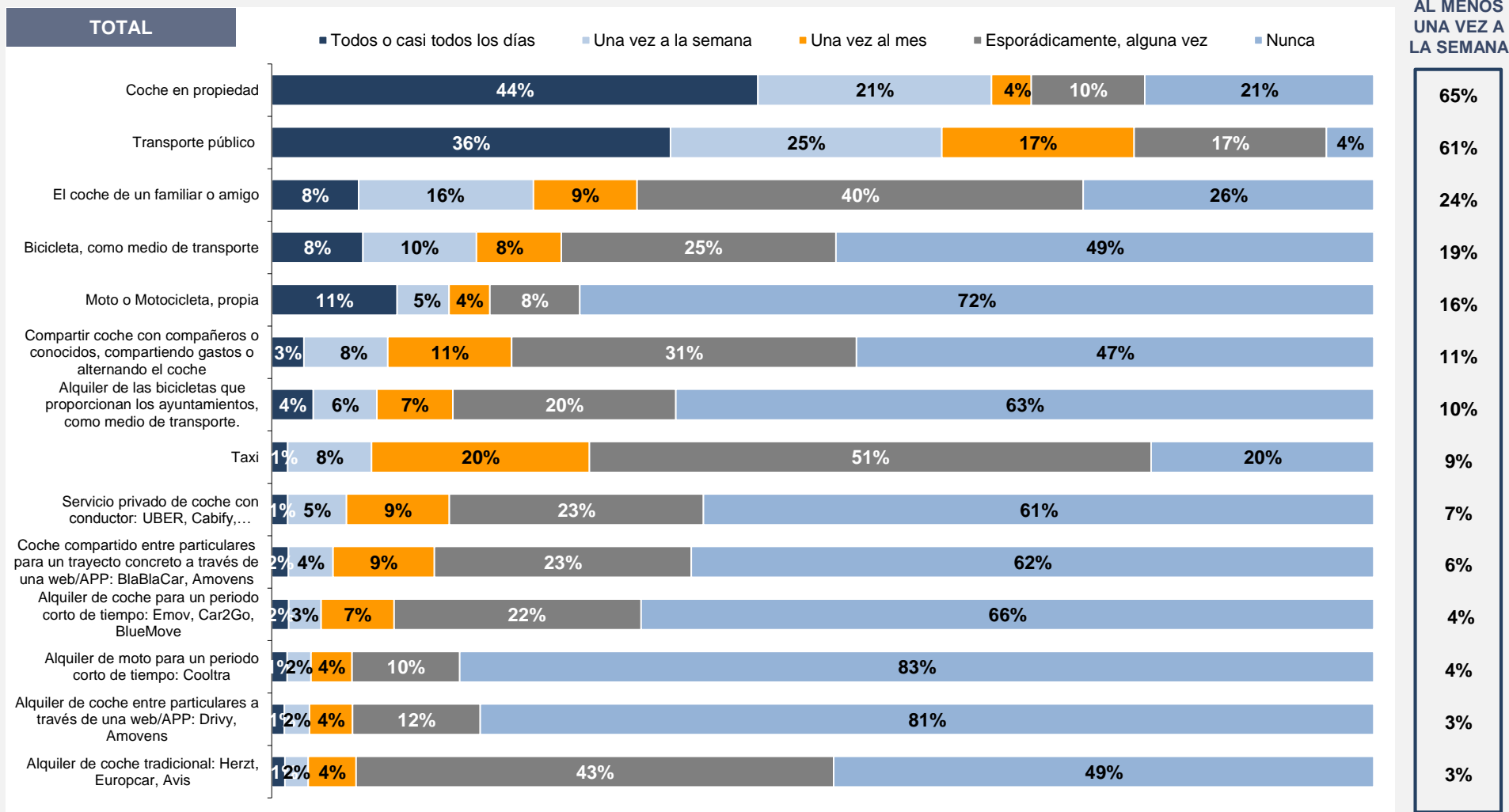
**A excepción de la moto propia menos de un 10% de millennials utiliza estos modos de transporte al menos una vez al mes**

**2 de cada 10 utilizan alguno de estos medios de transporte al menos una vez al mes**

**1 de cada 4 utiliza la bicicleta o comparte coche con compañeros o conocidos al menos una vez al mes**

*Nota:* Cada medio de transporte se representa en el intervalo de frecuencia donde se acumulan el porcentaje mayoritario de menciones.

## ¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZAS LOS SIGUIENTES MEDIOS DE TRANSPORTE? (P.5)



Base: Total de las personas entrevistadas

### FRECUENCIA DE USO DE LOS DIFERENTES MEDIOS DE TRANSPORTE

- o Existen diferencias en la frecuencia de uso de los medios de transporte en función de la ciudad de residencia.
- o Observaremos el comportamiento de los millennial en Madrid y Barcelona de forma independiente y del resto de ciudades de tamaño más pequeño, de forma conjunta.

MADRID vs. BARCELONA vs. RESTO DE CIUDADES

#### Coche privado

- Se usa en mayor medida en las ciudades de tamaño menor a Madrid y Barcelona. (55% todos o casi todos los días)
- Aunque en Madrid también se usa de manera notable (44% todos o casi todos los días)
- Barcelona destaca por su baja intensidad de uso en función al resto de ciudades (24% todos o casi todos los días)

#### Transporte Público

- Aproximadamente la mitad de los jóvenes utilizan el transporte público todos o casi todos los días en Madrid y en Barcelona (43%).
- En Barcelona, éste es el medio de transporte que más porcentaje de entrevistados declara utilizar a diario, siendo bastante superior su frecuencia de uso a la de los dos siguientes medios más frecuentemente utilizados (coche 24% y moto 23% propios).

#### Bicicleta

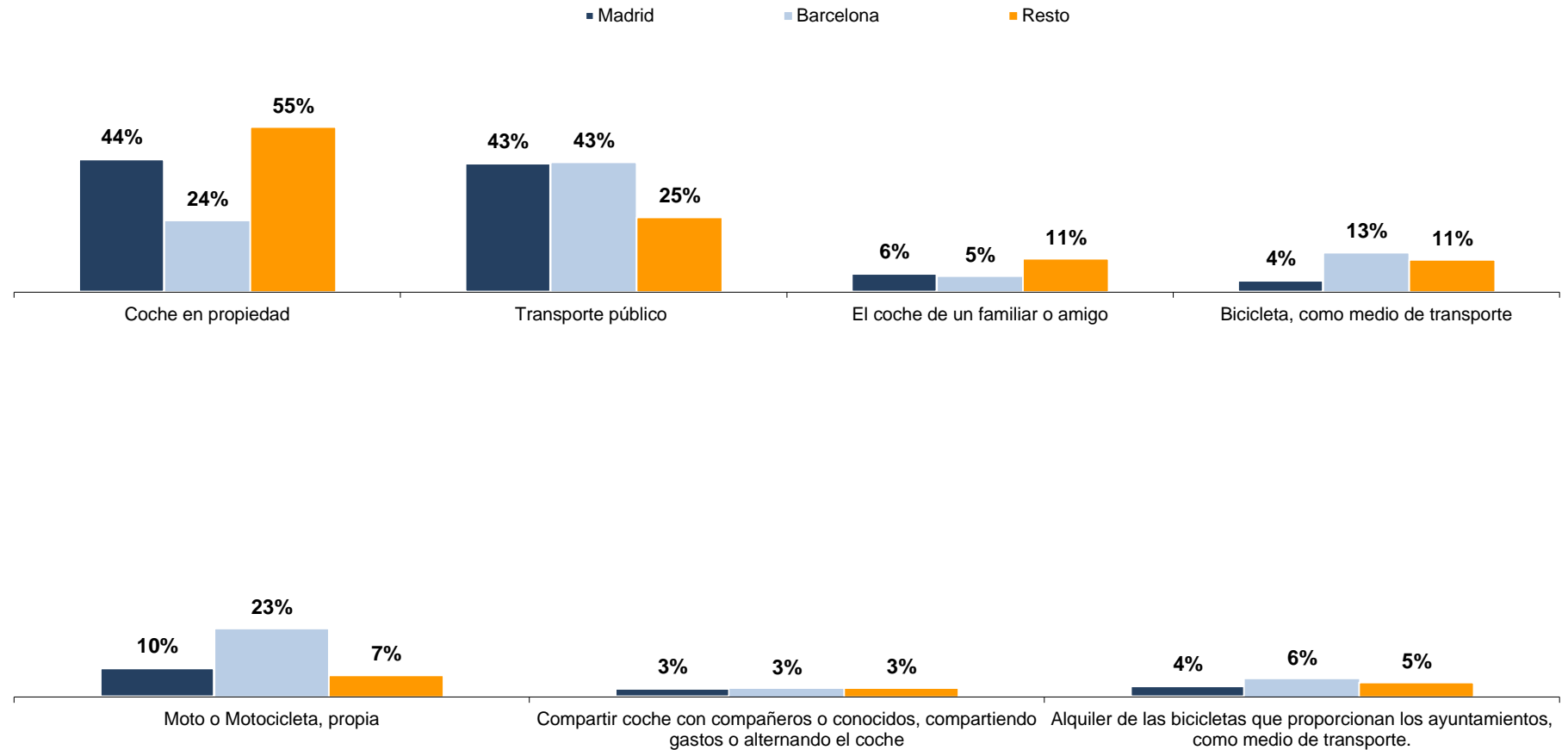
- La frecuencia de uso de la bicicleta como medio de transporte es mayor en Barcelona y el resto de ciudades que en Madrid
- Todos o casi todos los días:
  - Madrid: 4%
  - Barcelona: 13%
  - Resto ciudades: 11%

#### Moto propia

- El uso de la moto de forma diaria es bastante superior en Barcelona, respecto a Madrid y el resto de ciudades analizadas:
- Todos o casi todos los días:
  - Madrid: 10%
  - Barcelona: 23%
  - Resto ciudades: 7%

¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZAS LOS SIGUIENTES MEDIOS DE TRANSPORTE? (P.5)

% TODOS O CASI TODOS LOS DÍAS\*



Base: Total de las personas entrevistadas

\*Porcentajes superiores al 3%



## B. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### B.3. Millennials: Cómo se mueven

B.3.1. Movilidad actual

#### B.3.2. Movilidad futura

B.3.3. Predisposición a la compra de coche

B.3.4. Coches autónomos

B.3.5. Medidas para reducir la contaminación



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)

### EVOLUCIÓN DEL USO DE LOS DIFERENTES MEDIOS DE TRANSPORTE

- Los entrevistados consideran que **en los próximos años aumentará el uso de los medios de transporte con baja intensidad de uso actual, sobre todo el uso de la bicicleta (70%).**
- **El transporte público**, que ya se utiliza con intensidad actualmente, **también crecerá (el 83% considera que se usará igual o más).**
- Por otro lado, **el uso futuro del coche en propiedad parece no estar claro. Para la mayoría de los entrevistados se usará menos (46%),** pero puesto que actualmente se usa con intensidad **si observamos a quienes dicen que el uso se mantendrá igual y a quienes dicen que se usará más vemos que son 48% de los entrevistados.**

#### Se usarán más

- Bicicleta como medio de transporte
- Coche compartido entre particulares a través de Web/APP: BlaBlaCar, Amovens
- Alquiler de las bicicletas que proporcionan los ayuntamientos
- Compartir coche con compañeros o conocidos
- Transporte público
- Alquiler de coche para un periodo corto de tiempo: Emov, Car2Go, BlueMove
- Servicio privado de coche con conductor: UBER, Cabify
- Alquiler de coche entre particulares a través de una Web/APP: Drivy, Amovens
- Alquiler de moto para un periodo corto de tiempo: Cooltra

#### Se usarán igual

- Moto, motocicleta propia
- Alquiler de coche tradicional: Hertz, Europcar, Avis

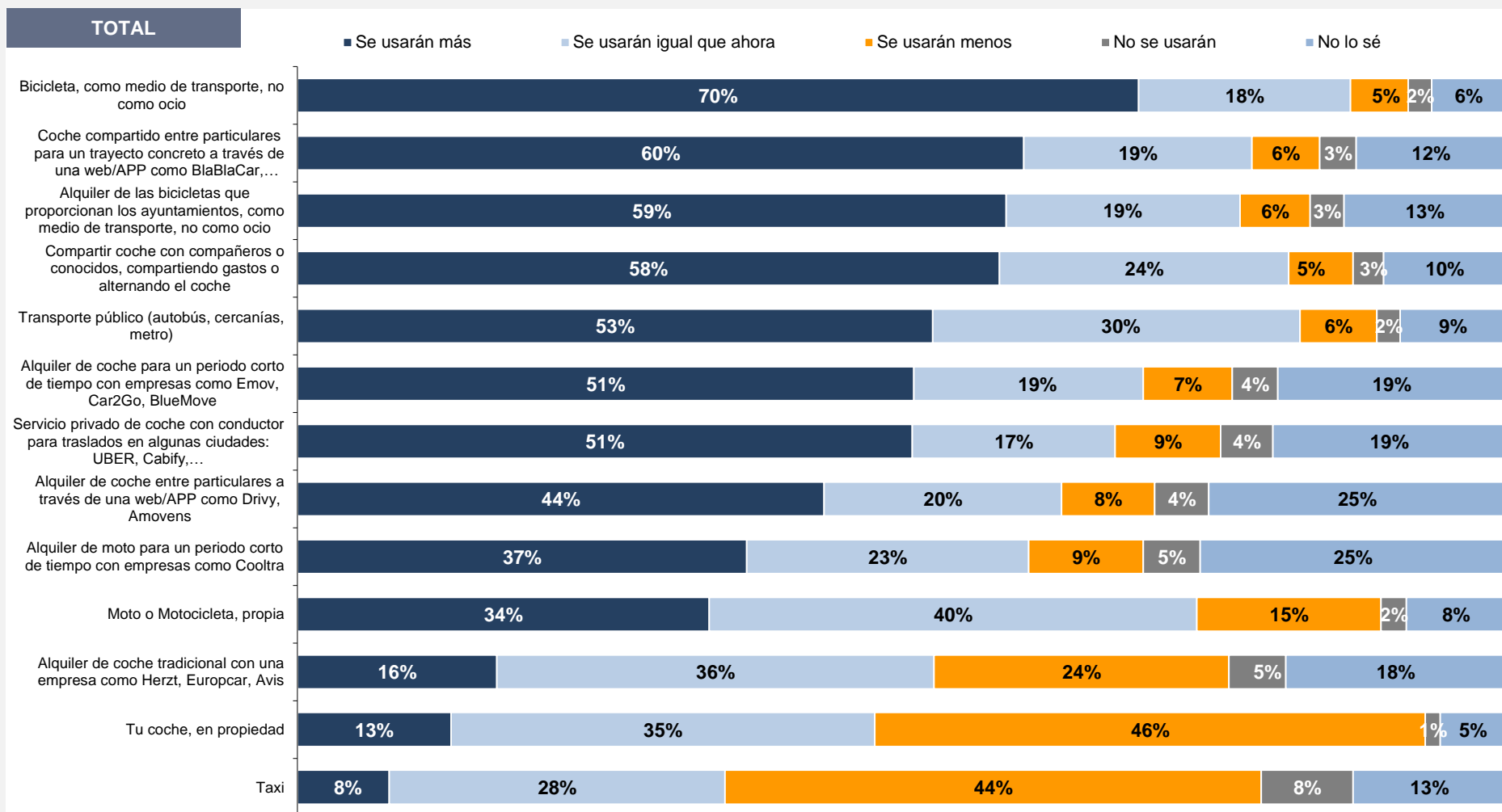
#### Se usarán menos

- Coche en propiedad
- Taxi

*Nota:* Cada medio de transporte se representa en la opción donde se acumulan el porcentaje mayoritario de menciones.



¿CÓMO CREES QUE SERÁ LA EVOLUCIÓN A MEDIO PLAZO, LOS PRÓXIMOS 5 O 6 AÑOS, DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE TRANSPORTE? (P.7)



Base: Total de las personas entrevistadas

### EVOLUCIÓN DEL USO PERSONAL DE LOS DIFERENTES MEDIOS DE TRANSPORTE

- Observando la proyección del uso futuro personal de los diferentes medios de transporte observamos que **la tendencia al cambio se diluye bastante.**
- **La bicicleta se usará más en un 26% de los casos frente al 70% que se declaraba cuando hablamos sobre la evolución de los medios de transporte en general.**
- El **coche en propiedad es el medio de transporte que refleja un mayor incremento en la proyección de uso futuro personal (34%).**
- **La mayoría de los medios de transporte a los que se les auguraba un mayor uso, personalmente se declara que no se usarán.**

#### Más que ahora

- Bicicleta como medio de transporte

#### Igual que ahora

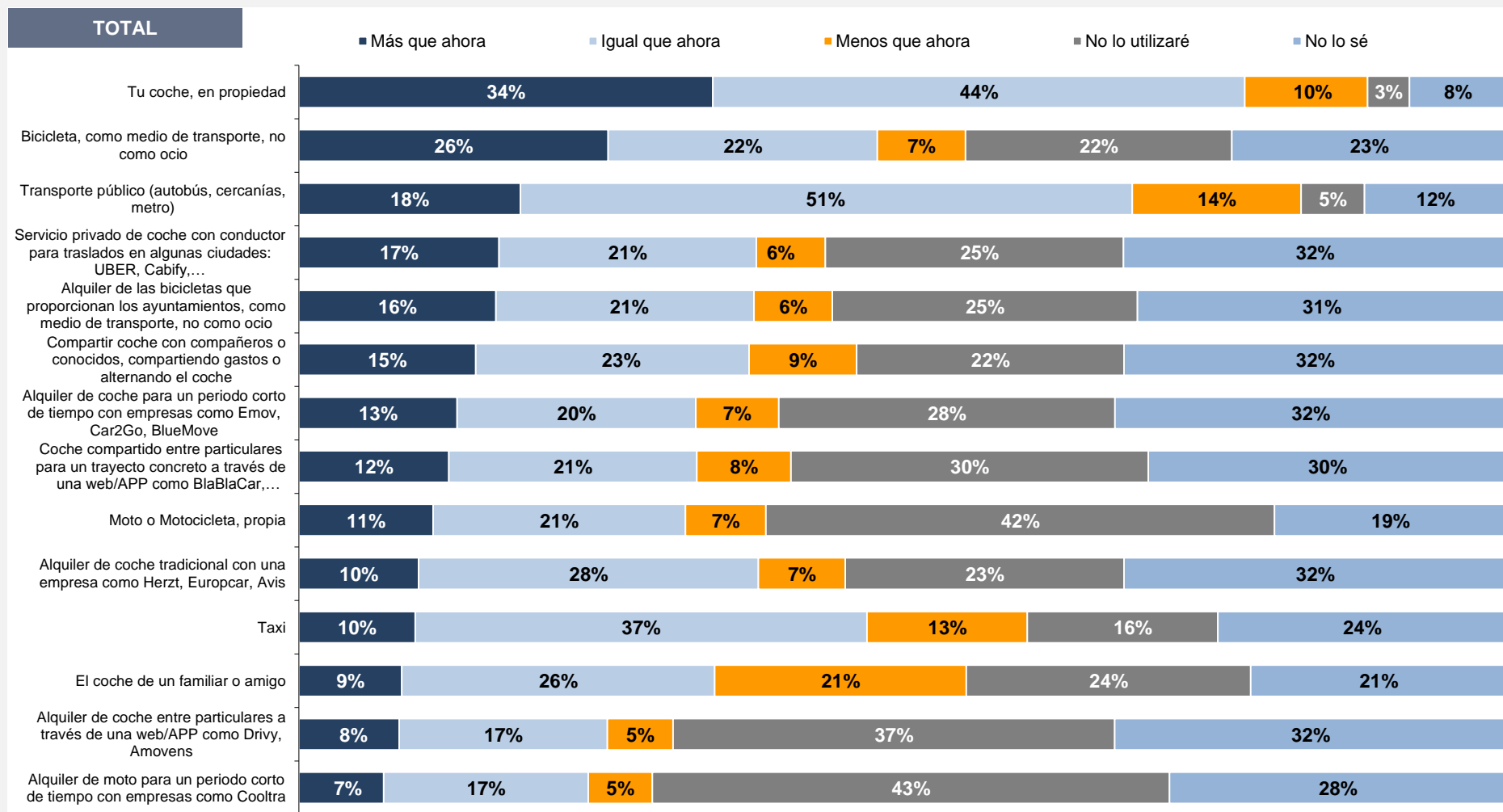
- Transporte público
- Coche en propiedad
- Taxi
- Coche de un familiar o amigo
- Compartir coche con compañeros o conocidos
- Alquiler de coche tradicional: Hertz, Europcar, Avis

#### No lo utilizaré

- Servicio privado de coche con conductor: UBER, Cabify
- Alquiler de coche para un periodo corto de tiempo: Emov, Car2Go, BlueMove
- Alquiler de coche entre particulares a través de una Web/APP: Drivy, Amovens
- Alquiler de las bicicletas que proporcionan los ayuntamientos
- Coche compartido entre particulares a través de Web/APP: BlaBlaCar, Amovens
- Alquiler de moto para un periodo corta de tiempo: Cooltra
- Moto, motocicleta propia

Nota: Cada medio de transporte se representa en la opción donde se acumulan el porcentaje mayoritario de menciones.

¿CON QUÉ FRECUENCIA CREES QUE UTILIZARÁS DENTRO DE UNOS AÑOS LOS SIGUIENTES MEDIOS DE TRANSPORTE? (P.6)

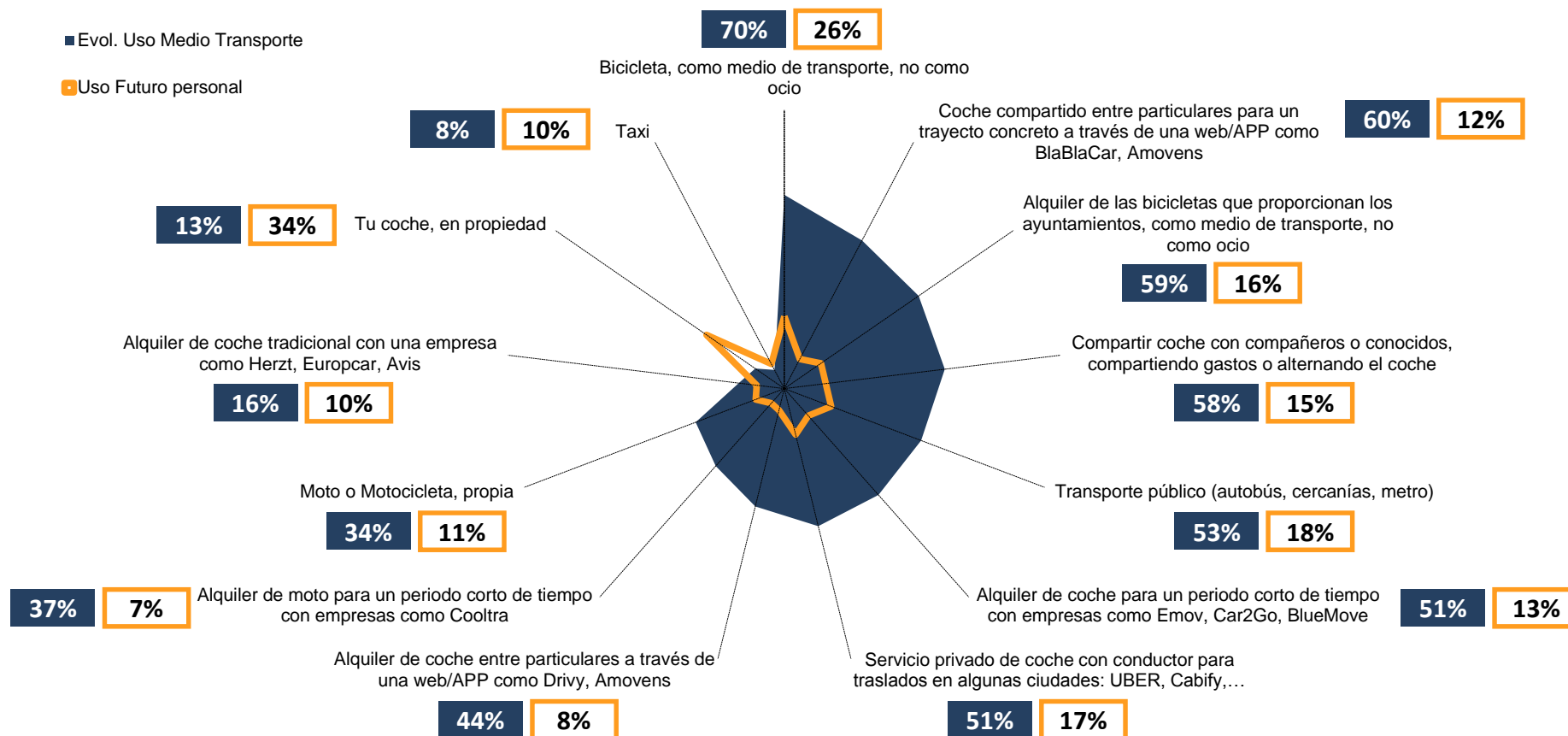


Base: Total de las personas entrevistadas

### COMPARACIÓN ENTRE EVOLUCIÓN DE LOS DIFERENTES MEDIOS DE TRANSPORTE Y EL USO FUTURO PERSONAL (P6/P7)

TOTAL

% SE USARÁN MÁS / USARÉ MÁS QUE AHORA



Base: Total de las personas entrevistadas



## B. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### B.3. Millennials: Cómo se mueven

B.3.1. Movilidad actual

B.3.2. Movilidad futura

**B.3.3. Predisposición a la compra de coche**

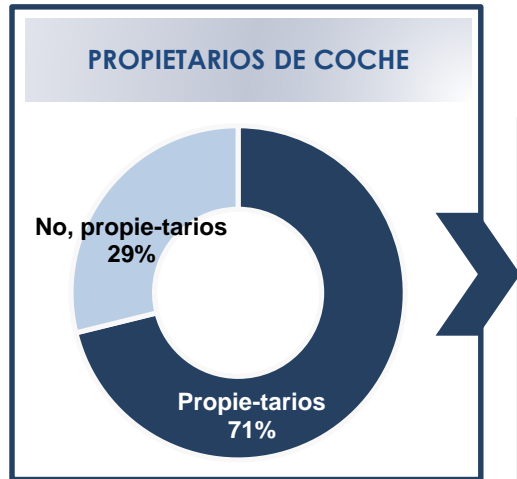
B.3.4. Coches autónomos

B.3.5. Medidas para reducir la contaminación

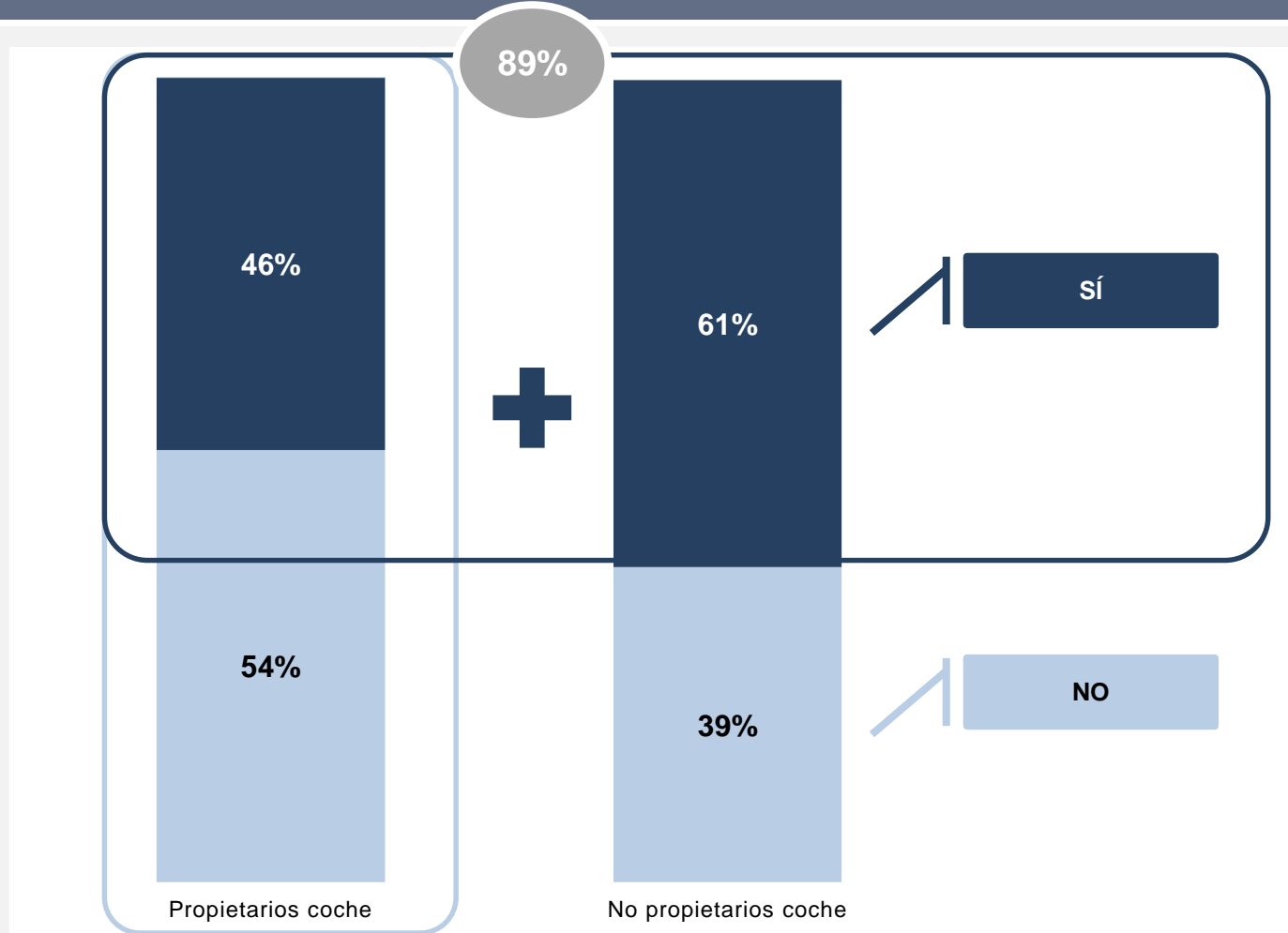


Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)



#### ¿TIENES INTENCIÓN DE RENOVAR TU COCHE / COMPRARTE UN COCHE EN LOS PRÓXIMOS AÑOS? (P.11/P.12)

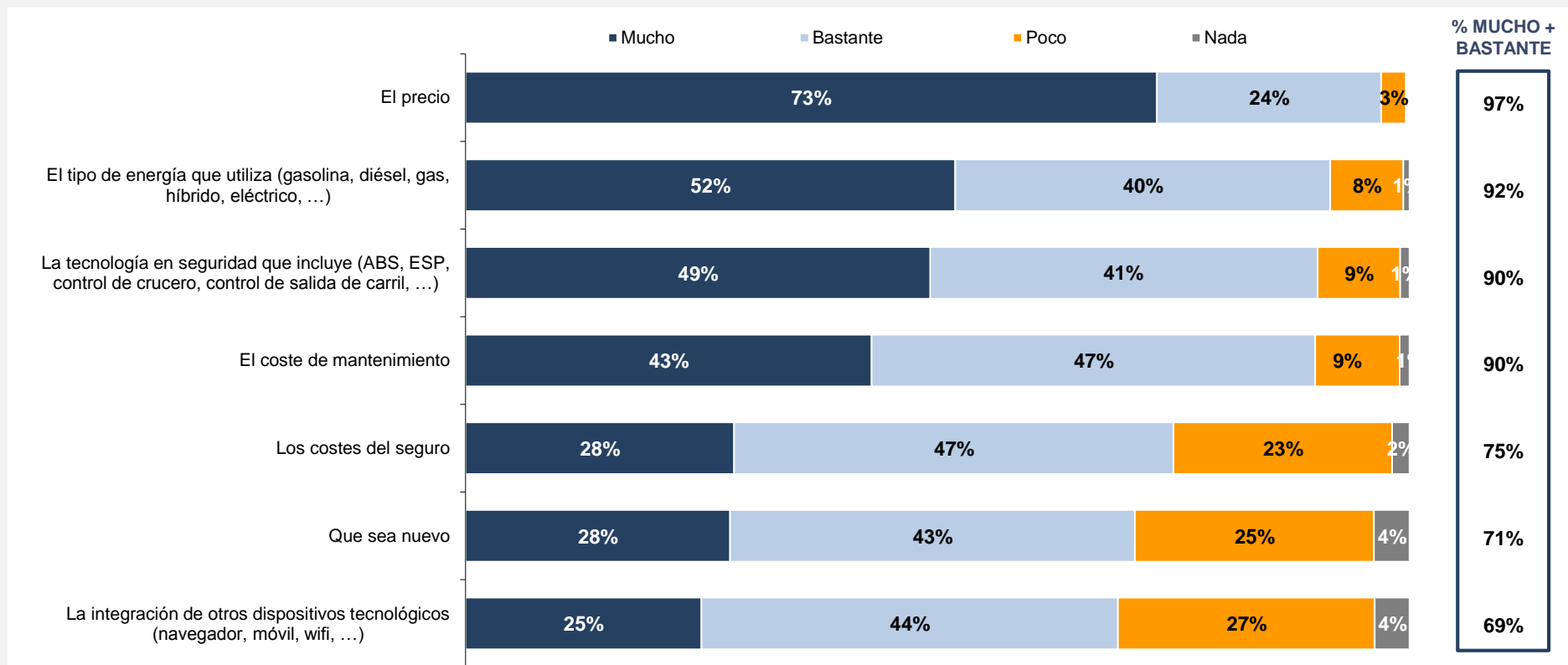


- El **89%** de los entrevistados tiene **coche en propiedad actualmente o intención de tenerlo en los próximos años**.

Base: Total de entrevistados

#### ¿HASTA QUÉ PUNTO DIRÍAS QUE INFLUYE A LA HORA DE COMPRAR UN COCHE...? (P.13)

##### PROPIETARIOS DE COCHE O POTENCIALES COMPRADORES

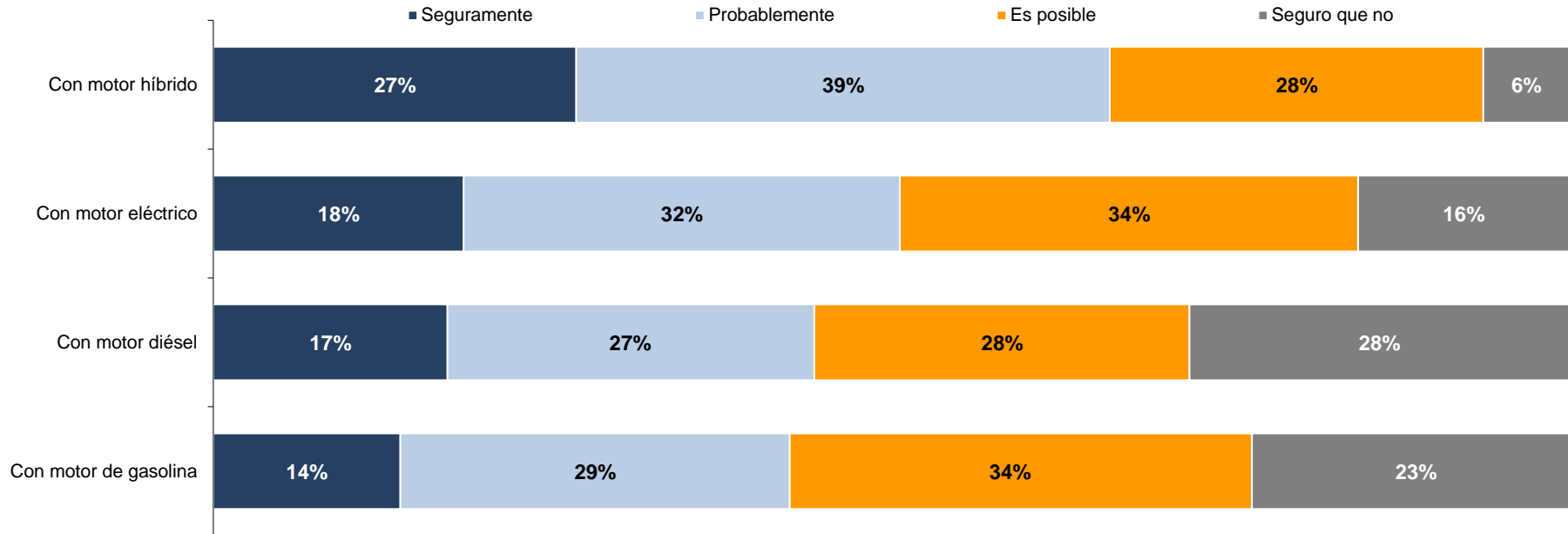


- Todos los aspectos analizados se consideran importantes a la hora de comprar un coche.
- Pero **sobre los que se basa la decisión final** en mayor medida **son: principalmente el precio, acompañado del tipo de energía que utiliza, la tecnología de seguridad que incluye y los costes de mantenimiento.**

Base: Propietarios de coche y no propietarios que tienen intención de comprar un coche en los próximos años

¿HASTA QUÉ PUNTO DIRÍAS QUE TE COMPRARÍAS UN COCHE ...? (P.14)

PROPIETARIOS DE COCHE O POTENCIALES COMPRADORES



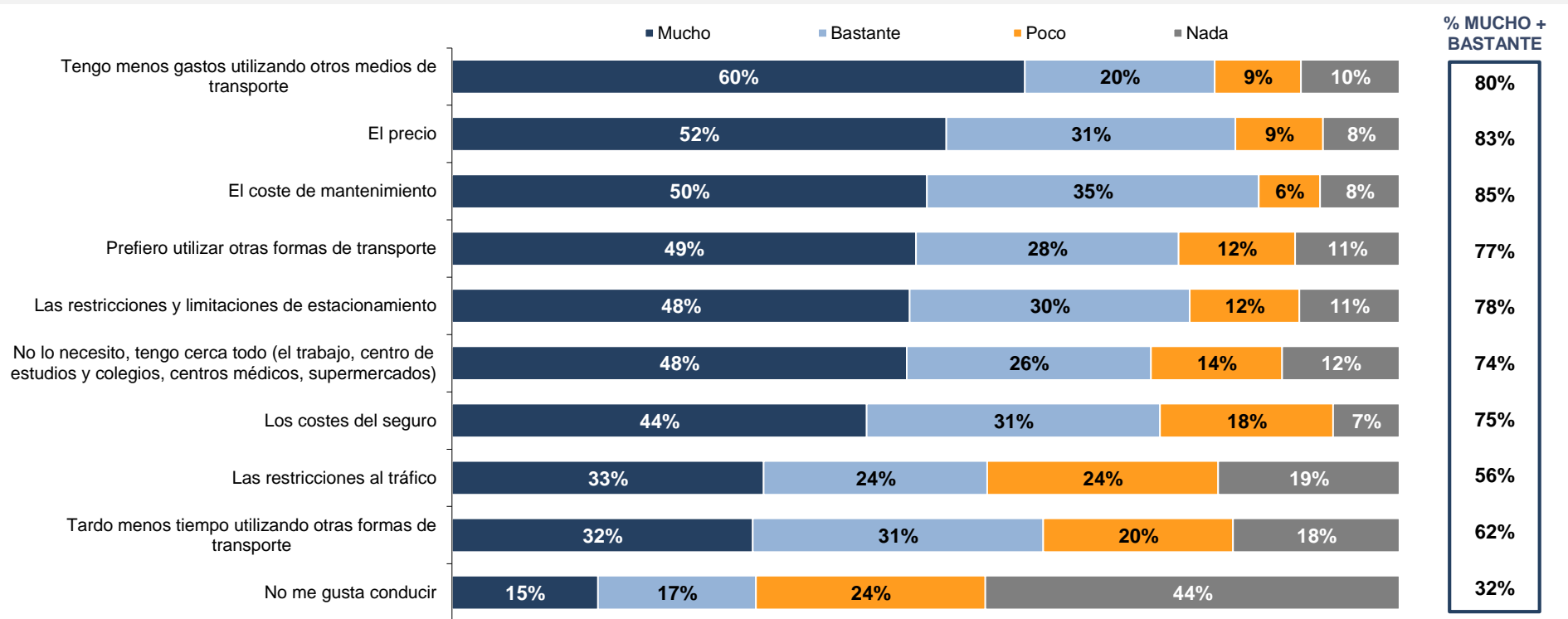
- Como hemos visto, **a un 92% de los entrevistados les influiría bastante o mucho el tipo de energía utilizada por el vehículo a la hora de comprarlo.**
- Observamos que **la predisposición a la compra de coches híbridos es la más elevada**, aunque como veíamos anteriormente **ésto se combinará con el resto de aspectos de importancia, sobre todo con el precio a la hora de tomar la decisión.**

Base: Propietarios de coche y no propietarios que tienen intención de comprar un coche en los próximos años



¿HASTA QUÉ PUNTO DIRÍAS QUE INFLUYEN ESTOS ASPECTOS PARA QUE NO TENGAS COCHE ACTUALMENTE NI INTENCIÓN DE TENERLO? (P.15)

#### NO PROPIETARIO DE COCHE NI CON INTENCIÓN DE COMPRARLO



- Los **no propietarios de coche que tampoco tienen intención de tenerlo**, alegan motivos principalmente económicos.
- **Así tengo menos gastos, el precio y los costes de mantenimiento son aspectos que influyen bastante o mucho a 8 de cada 10 millennials** sin coche ni con intención de tenerlo.

Base: No propietarios de coche ni con intención de comprar uno en los próximos años



## B. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### B.3. Millennials: Cómo se mueven

B.3.1. Movilidad actual

B.3.2. Movilidad futura

B.3.3. Predisposición a la compra de coche

### B.3.4. Coches autónomos

B.3.5. Medidas para reducir la contaminación



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)

HABRÁS OÍDO HABLAR DE LOS COCHES AUTÓNOMOS, SIN CONDUCTOR, EN DIFERENTES MEDIOS (TV, PRENSA, REDES SOCIALES, ...) ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES OPINIONES SE ACERCA MÁS A LA TUYA? (P.8)

- Observando el total de las respuestas **hay división de opiniones acerca del futuro de los coches autónomos.**
- Aunque vemos que **son las mujeres las que tienen menos confianza en que estos coches puedan sustituir a los actuales.**



45%

Son el futuro, todos los coches serán autónomos en unos años, será lo normal

55%

Aunque sea posible, no sustituirán a los coches con conductor

Son el futuro, todos los coches serán autónomos en unos años, será lo normal

Aunque sea posible, no sustituirán a los coches con conductor

TOTAL	SEXO		EDAD	
	Hombre	Mujer	De 18 a 24 años	De 25 a 35 años
45%	53%	35%	46%	44%
55%	47%	65%	53%	56%

Base: Total de las personas entrevistadas

% Diferencias significativas entre colectivos

### ¿EN QUÉ CONSISTEN LOS DISTINTOS NIVELES DE AUTOMATIZACIÓN DE LOS COCHES AUTÓNOMOS?

#### SIN AUTOMATIZACIÓN



- Esto es a lo que estamos acostumbrados hoy, donde, aunque contemos con asistencias que nos den advertencias de posibles peligros somos los responsables de todos los aspectos del manejo.

#### CON ASISTENCIA AL CONDUCTOR



- Aunque el conductor está todo el tiempo al mando del coche, existe la posibilidad que un sistema intervenga. El vehículo, tomando información del entorno, puede intervenir cambiando la dirección o acelerando o frenando cuando se activa un modo específico. Por ejemplo, control de velocidad crucero.

#### CON AUTOMATIZACIÓN PARCIAL



- Se pueden retirar las manos del volante y los pies de los pedales. El vehículo es capaz de acelerar y frenar y girar la dirección, pero se espera que el conductor tome todas las decisiones.

#### CON AUTOMATIZACIÓN CONDICIONAL



- Es capaz de manejarse solo, pero siempre que un conductor pueda intervenir ante una solicitud del sistema. Se caracteriza por el poder de decisión del vehículo. Ya no sólo acelera, gira y frena. Detecta la situación, la estudia y decide. Esto incluye, por ejemplo, la capacidad de adelantar a un vehículo.

#### CON AUTOMATIZACIÓN ALTA



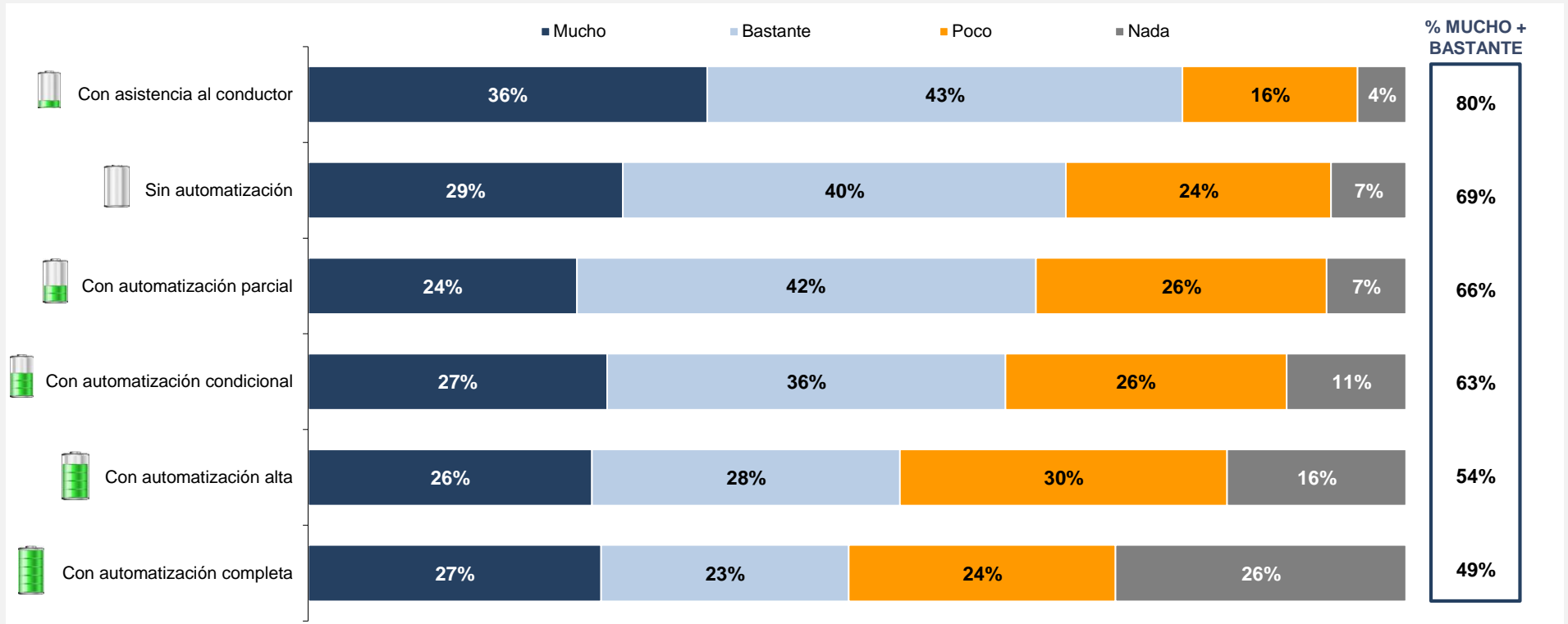
- El humano es prescindible, pero necesita de un conductor, el vehículo opera de forma completamente autónoma, pero siempre que esté en un entorno controlado: en ciudades del primer mundo, con todas las señalizaciones en buen estado, a velocidades determinadas.

#### CON AUTOMATIZACIÓN COMPLETA



- El automóvil no sólo es completamente autónomo, sin importar las condiciones del camino o climáticas, sino que se espera que sea capaz de hacer todo lo que haría una persona. Es un vehículo que sabe dónde está, a dónde tiene que ir y cómo hacerlo. La única interacción con humanos se puede dar únicamente a través de una aplicación de móvil para pedir que recoja al usuario.

CUANDO HABLAMOS DE COCHES QUE SE CONDUCEN SOLOS NOS IMAGINAMOS LEYENDO, TRABAJANDO O VIENDO UNA PELÍCULA MIENTRAS NOS LLEVAN DE UNA PUNTA A OTRA DE LA CIUDAD, PERO EN REALIDAD HAY VARIOS NIVELES DISTINTOS DE AUTONOMÍA, IMAGINA LA CONDUCCIÓN DE ESTOS COCHES ¿EN QUÉ MEDIDA A TI TE GUSTARÍA TENER UN COCHE CON LOS SIGUIENTES GRADOS DE AUTOMATIZACIÓN? (P.9)



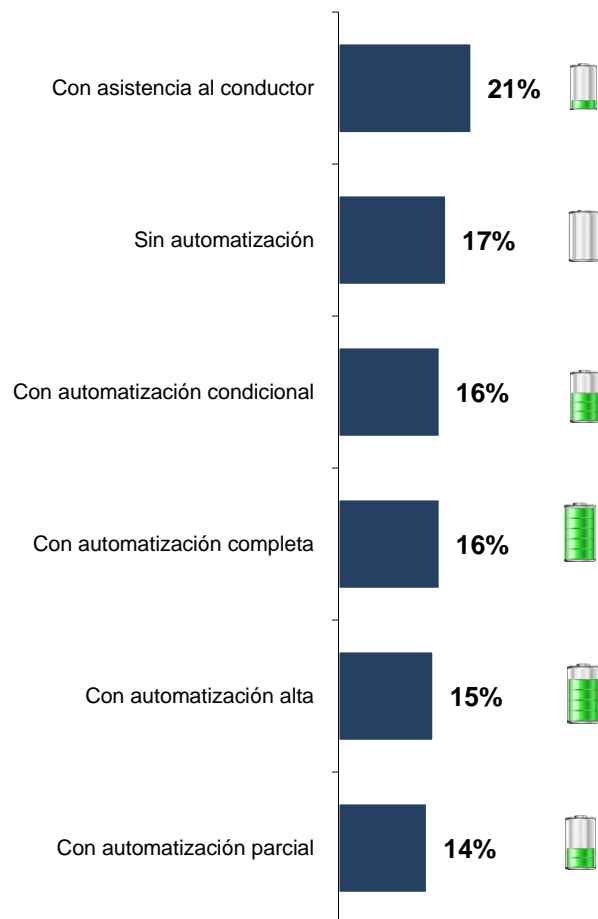
- **Por el momento**, observamos que **los millennials no están muy interesados en disponer de coches con grados de automatización elevados**, sobre todo en los niveles a partir de los cuales el humano es prescindible.
- **En la opción preferida** mayoritariamente, **el conductor está todo el tiempo al mando del coche, pudiendo intervenir el sistema sólo si se activa un modo específico**.

Base: Total de las personas entrevistadas

NOTA: Refleja el nivel de automatización del vehículo de menor a mayor



CUANDO HABLAMOS DE COCHES QUE SE CONDUCEN SOLOS NOS IMAGINAMOS LEYENDO, TRABAJANDO O VIENDO UNA PELÍCULA MIENTRAS NOS LLEVAN DE UNA PUNTA A OTRA DE LA CIUDAD, PERO EN REALIDAD HAY VARIOS NIVELES DISTINTOS DE AUTONOMÍA, IMAGINA LA CONDUCCIÓN DE ESTOS COCHES ¿EN QUÉ MEDIDA A TI TE GUSTARÍA TENER UN COCHE CON LOS SIGUIENTES GRADOS DE AUTOMATIZACIÓN? (P.9)



- Teniendo en cuenta que quienes se muestran interesados en altos grados de automatización no se muestran interesados en lo contrario y viceversa. Se ha calculado el porcentaje relativo de entrevistados que muestran “mucho” interés en cada grado de automatización asumiendo que su interés en el resto de opciones de respuesta es menor.
- De este modo vemos que **el nivel de automatización “con asistencia al conductor”** sigue siendo **el preferido para los millennials, aunque no de una forma destacada habiendo bastante división de opiniones a este respecto.**

Base: Total de las personas entrevistadas

Nota: % de entrevistados que declaran que les gustaría “mucho” tener un coche con cada uno de los grados de automatización propuestos, asumiendo que esto supusiese el 100% de las respuestas.

NOTA: Refleja el nivel de automatización del vehículo de menor a mayor





## B. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### B.3. Millennials: Cómo se mueven

B.3.1. Movilidad actual

B.3.2. Movilidad futura

B.3.3. Predisposición a la compra de coche

B.3.4. Coches autónomos

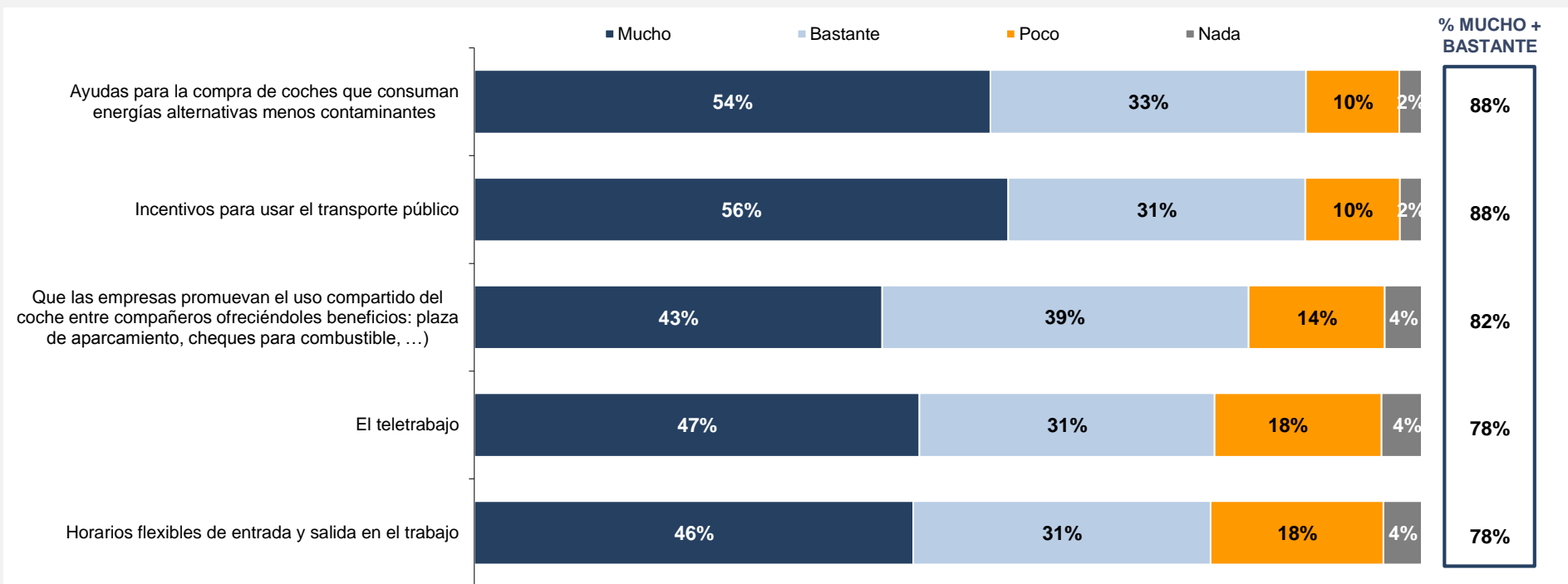
**B.3.5. Medidas para reducir la contaminación**



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)

¿HASTA QUÉ PUNTO TE PARECEN EFICACES LAS SIGUIENTES MEDIDAS PARA REDUCIR LA CONTAMINACIÓN ASOCIADA A LOS DESPLAZAMIENTOS LABORALES Y/O MEJORAR LA MOVILIDAD EN TU CIUDAD? (P.17)

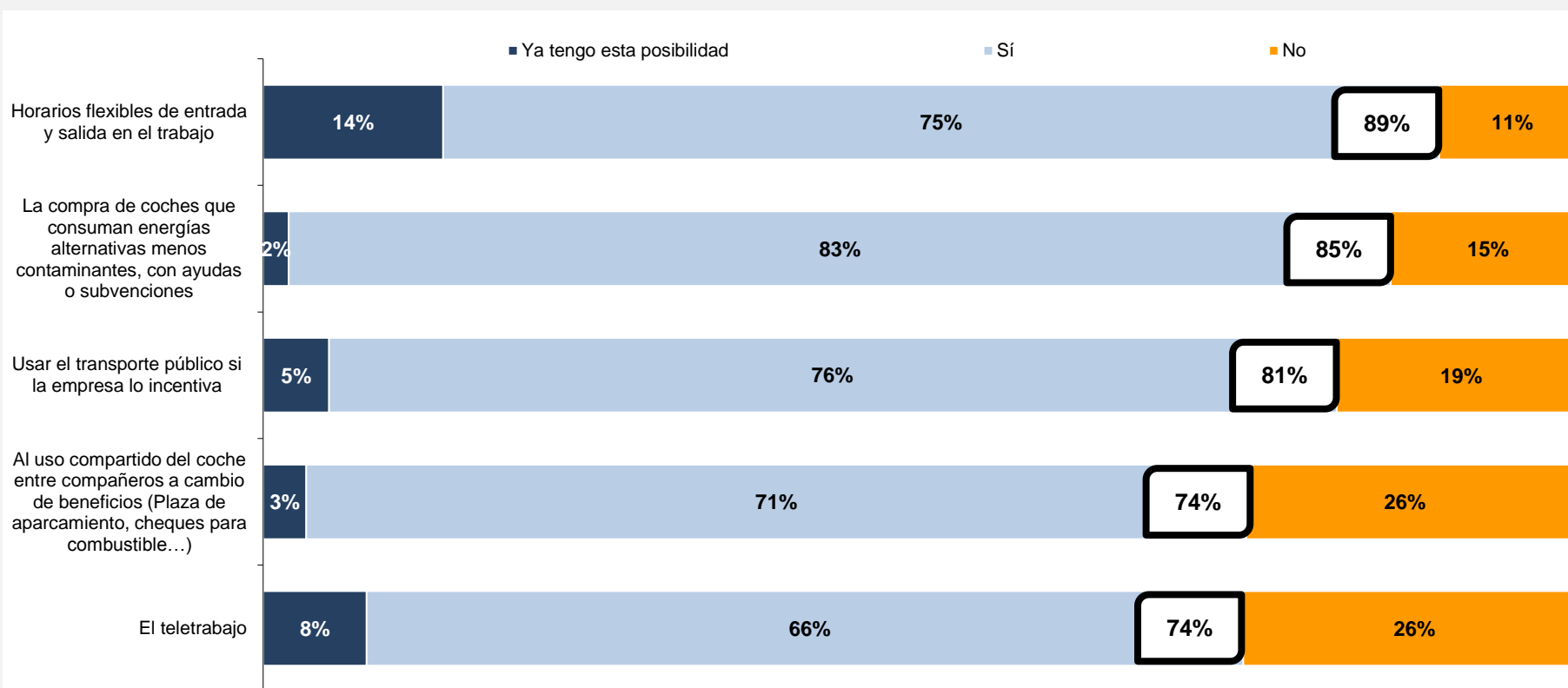


- **En general todas las medidas propuestas les parecen bastante eficaces** a los entrevistados para reducir la contaminación asociada a los desplazamientos laborales y/o mejorar la movilidad en las ciudades. **Sobre todo las ayudas para la compra de coches menos contaminantes y los incentivos para usar el transporte público.**
- La promoción del uso compartido del coche o el teletrabajo también se consideran eficaces, aunque en menor medida que las anteriores.

Base: Total de las personas entrevistadas



### SI PUDIERAS, ¿TE ACOGERÍAS A ESTAS MEDIDAS? (P.18)



- Los **horarios flexibles y el teletrabajo** son las **medidas que** actualmente **más millennials tienen posibilidad de emplear**, aunque todavía esto es así en un porcentaje bastante bajo de casos.
- Todas las medidas propuestas despiertan bastante interés. Sobre todo los horarios flexibles, la compra de coches menos contaminantes con ayudas o subvenciones y usar el transporte público si se incentiva.**

Base: Propietarios de coche y no propietarios que tienen intención de comprar un coche en los próximos años

NOTA:  Ya tengo esa posibilidad + Sí



## C.- CONSIDERACIONES FINALES



Observatorio  
Español de  
Conductores

[www.race.es](http://www.race.es)

### LOS MILLENNIALS ESTÁN ATRAVESANDO UNA ETAPA EN LA QUE LOS CAMBIOS VITALES SE SUCEDEN CON RAPIDEZ

- El **nivel de formación** de esta generación es **elevado**, la mayoría de ellos cuenta ya con estudios superiores o los están cursando.
- **Esta etapa** de su vida **se caracteriza por su transición a la vida adulta**. De los 18 a los 35 años, en general, se sigue la siguiente trayectoria vital:

#### Estudiantes

Viven con sus padres o  
comparten piso



#### Trabajadores

Viven con su pareja o solos,  
y sin hijos



De 18 a 24 años

De 25 a 35 años

- El **acceso al mercado laboral y la emancipación** suelen tener lugar durante estos años.

### LOS MILLENNIALS CUENTAN CON BASTANTES DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS Y CUENTAS EN REDES SOCIALES Y ADEMÁS LOS USAN DE FORMA BASTANTE INTENSIVA

Prácticamente todos los millennials tienen...

Teléfono móvil  
WhatsApp  
Ordenador  
Facebook

... Y aproximadamente 6 de cada 10 cuentan con:

Tablet  
Twitter  
Linkedin  
Servicios de Streaming  
para ver series...  
Instagram

- **Las mujeres y los más jóvenes** son quienes **cuentan en mayor medida con dispositivos electrónicos o cuentas en redes sociales.**
- Además **casi todos estos dispositivos o redes sociales se usan varias veces al día.**
- **Las mujeres también son,** en comparación con los hombres, **usuarias más intensivas,** sobre todo **de redes sociales** (Facebook, Instagram, Pinterest...).

### PRINCIPALES PLANES DE FUTURO

- Los millennials esperan cumplir los siguientes planes de futuro:

#### Independizarse

Un 94% de millennials se ha independizado o espera hacerlo

#### Tener una carrera profesional de éxito...

Un 79% espera tener una carrera profesional de éxito

#### Comprar una casa

Un 69% aspira a comprar una casa

#### Tener hijos

Un 62% quiere tener hijos

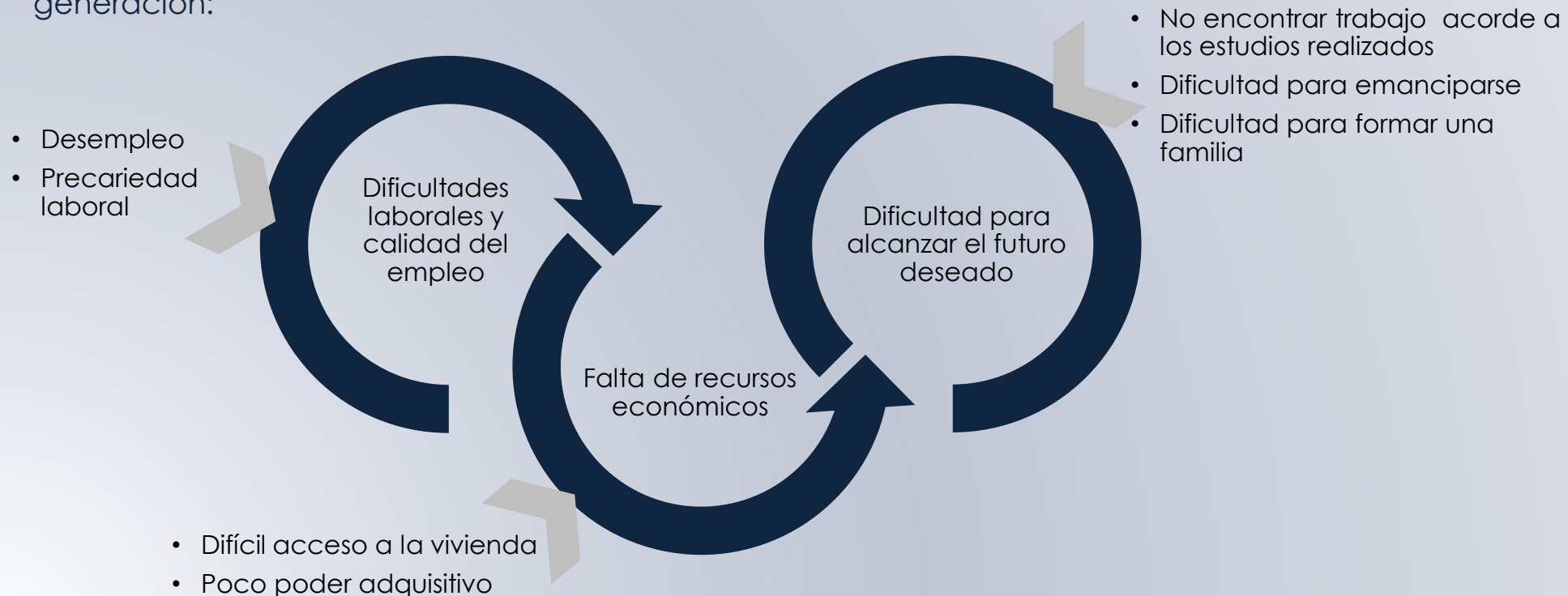
- **Independizarse es lo que de momento más millennials han conseguido** (54%, sobre todo en el colectivo más mayor).

### A 9 DE CADA 10 MILLENNIALS LES PREOCUPA LA CALIDAD DEL EMPLEO

- La **principal preocupación** para los millennials...

### *"Las dificultades laborales y la calidad del empleo"*

- Además ésto es el detonante para la aparición de otros aspectos que también preocupan a esta generación:



### LOS MILLENNIALS Y LA CONDUCCIÓN

➤ **Las actividades preferidas** por los millennials **son viajar y salir con los amigos.**

➤ *Aunque también...*

***"A 3 de cada 4 millennials les gusta bastante o mucho conducir"***

➤ Conducir les gusta **tanto como** puede ser **leer, practicar deporte o ir a eventos culturales.**

➤ De hecho, ésto se ve reforzado por los siguientes datos:

➤ Aproximadamente **la mitad de los millennials** con permiso de conducción **conducen todos o casi todos los días, se conduce de media 3,8 días a la semana.**

➤ **7 de cada 10 millennials** disponen de coche propio.

➤ Y **el coche en propiedad es el medio de transporte más frecuentemente usado** (un 44% lo usa todos o casi todos los días).

➤ Estos **datos son ligeramente superiores en hombres y bastante superiores** cuando hablamos del **colectivo de mayor edad.**

**ACTUALMENTE LOS MEDIOS DE TRANSPORTE ALTERNATIVOS NO SON UNA OPCIÓN ¿LO SERÁN EN EL FUTURO?**

- Los medios de transporte alternativos al coche propio y el transporte público se usan con muy poca intensidad.

*"Todos los medios de transporte alternativos al coche o al transporte público analizados, son utilizados al menos una vez a la semana por menos de un 20% de los millennials "*

- Actualmente no son una alternativa... ¿Lo serán en el futuro?
- Existe la creencia de que en los próximos años incrementará el uso de todos ellos, sobre todo de:

	Evol. Medio Transporte	Uso Futuro Personal
Bicicleta como medio de transporte	70%	26%
Coche compartido... a través de web/APP como BlaBlaCar...	60%	12%
Bicicletas proporcionadas por los ayuntamientos	59%	16%
Compartir coche con compañeros o conocidos, compartiendo gastos	58%	15%
Alquiler de coche ... con empresas como Emov, Car2Go, BlueMove...	51%	13%
Servicio privado de coche con conductor como UBER, Cabify...	51%	17%

- Aunque vemos como esta tendencia se diluye mucho al hablar del posible comportamiento futuro personal.



### LOS MILLENNIALS Y LA CONDUCCIÓN

- El **89%** de los millennials tienen coche propio o tienen intención de comprarlo en los próximos años.

**89%** Tienen coche o intención de comprarlo en los próximos años



Su decisión final acerca del vehículo a comprar se basará en:

- **Precio.**
- Tipo de **energía** que utiliza.
- Tecnología de **seguridad** que incluye.
- Costes de **mantenimiento.**



De partida, tienen **una elevada predisposición a la compra de vehículos híbridos.**

**11%** No tienen coche ni intención de tenerlo en los próximos años



¿Por qué?:

- Así tienen menos **gastos.**
- El **precio.**
- Costes de **mantenimiento.**



En segundo lugar también influyen:

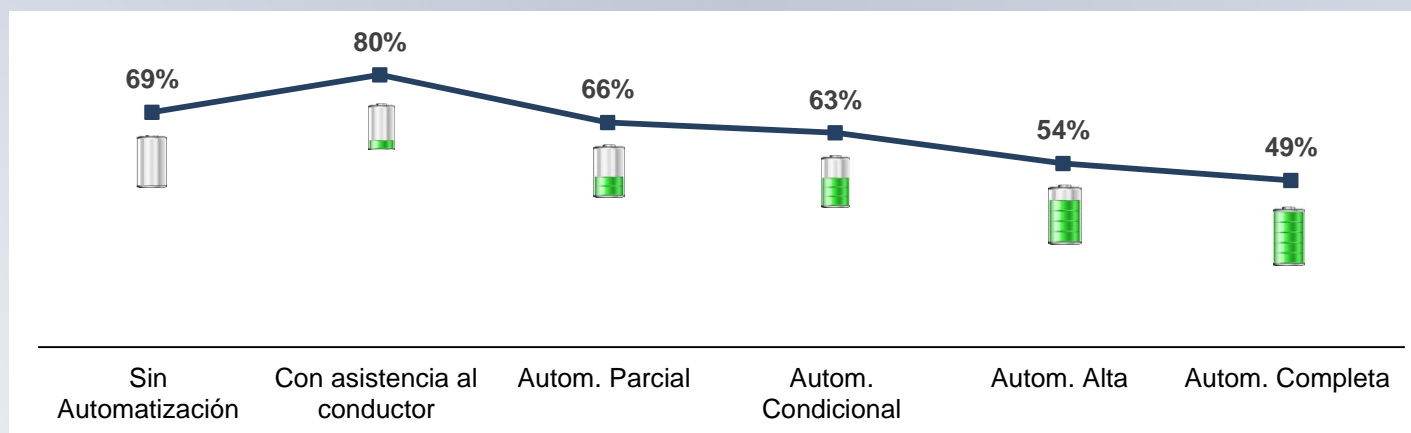
- El **preferir otros medios de transporte.**
- **Restricciones al estacionamiento.**
- Costes del **seguro.**

## TENDENCIAS DE FUTURO: COCHES AUTÓNOMOS

- No existe demasiada confianza en que los coches autónomos sustituyan a los coches con conductor en el futuro...

*"Poco más de la mitad de los millennials confían en ello"  
"Y si nos fijamos en las mujeres sólo 4 de cada 10 lo creen".*

- Además **tampoco tienen interés** en disponer de vehículos con demasiado grado de automatización.
- Observamos como **a partir del primer nivel de automatización** (que supone ligeras ayudas a la **conducción** como el control de velocidad de crucero) **el interés disminuye**, sobre todo a partir de que **el conductor se va haciendo prescindible**.



### EFICACIA DE LAS MEDIDAS PARA REDUCIR LA CONTAMINACIÓN

- **Todas las medidas propuestas les parecen eficaces a los millennials y se acogerían a ellas en la mayoría de los casos si tuvieran la oportunidad.**



- Los **horarios flexibles** de entrada y salida al trabajo es la **medida que despierta más interés y la más implantada actualmente**, aunque de momento **se benefician de ella menos de un 15% de entrevistados.**