

A person in a dark coat and glasses is riding a bicycle from right to left. They are carrying a bag on their back. The scene is set in front of a large glass window that reflects the cyclist and the surrounding environment. The entire image has a greenish-blue tint. A large white graphic element, resembling a stylized 'S' or a thick curved line, frames the text on the left side.

Arval Mobility
Observatory

2020 12^a EDICIÓN

ESTUDIOS, ANÁLISIS, PREVISIONES Y TENDENCIAS DE LA MOVILIDAD

ARVAL MOBILITY OBSERVATORY

—
2020

12ª 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.....	23
C. Distribución del parque por edad de los vehículos.....	23
D. Distribución del parque según potencial contaminante.....	24
E. Distribución del parque por emisiones de CO ₂	27
F. Distribución del parque por precio medio del vehículo.....	28
G. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución.....	29
H. Distribución por tipo de combustible.....	30
II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO.....	31
A. Evolución matriculaciones totales, por canal de distribución y tipo de vehículo.....	31
B. Matriculaciones mensuales.....	33
C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución.....	34
D. Matriculaciones por segmento de vehículos.....	35
E. Matriculaciones por tipo de combustible.....	37
F. Matriculaciones por emisiones de CO ₂	40
G. Matriculaciones por marca del fabricante.....	43
H. Mapa mundial de Matriculaciones de Turismos Nuevos por cada 1.000 (1k) habitantes.....	48
I. Mapa español de Matriculaciones Totales de VN por cada 1.000 (1k) habitantes.....	50
III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES.....	52
A. Previsión de matriculaciones totales, por tipo de vehículo y por canal de distribución.....	52
B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos.....	56
C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante.....	59

CAPÍTULO III: MERCADO DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN	62
I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS DE VEHÍCULOS DE OCASIÓN	64
A. Evolución y previsión de las Ventas de VO	64
B. Evolución y previsión de las ventas de VO por edad de los vehículos vendidos	65
C. Ratio Vehículo de Ocasión vs Vehículo Nuevo	66
D. Ventas de VO por tipo de combustible	67
E. Evolución de las ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo	67
F. Evolución de las ventas de VO por segmento	68
G. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante	69
CAPÍTULO IV: EQUIPAMIENTOS	72
I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO	74
A. Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas	74
B. Dispositivos telemáticos y soluciones de coche conectado	75
II. EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN	77
A. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de ayuda a la conducción	77
B. Cuota de integración de los equipamientos de ayuda a la conducción por tipología de vehículo	78
C. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de ayuda a la conducción en función del método de financiación	79
CAPÍTULO V: MANTENIMIENTO	80
I. INTRODUCCIÓN	82
A. Kilometraje anual	82
B. Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo	83
C. Kilometraje en el contador	85
D. Tipo de motor	86
E. Contrato de mantenimiento	87
II. NEUMÁTICOS	88
A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2019	88
B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo	88
C. Necesidad de cambio de neumáticos por edad del vehículo	89
D. Necesidad de cambio de neumáticos según el método de financiación	89
E. Lugar de reparación	90
F. Decisión de la elección del taller	90
G. Decisión de la elección del taller según el tipo de vehículo	91
H. Decisión de la elección del taller según el método de financiación	91
I. Antigüedad del vehículo según el canal de cambio del neumático	92

III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO	93
A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2019.	93
B. Por tipología de vehículo	93
C. Según método de financiación	94
D. Lugar de reparación	94
E. Decisión del lugar de realización del mantenimiento	95
F. Antigüedad del vehículo según el canal de realización del mantenimiento	95
CAPÍTULO VI: DAÑOS Y REPARACIONES EN EL VEHÍCULO DE EMPRESA	96
I. REPARACIONES	98
A. Entradas al taller según edad del vehículo	98
B. Entradas al taller según tipología de vehículo y método de financiación	98
C. Entradas al taller según edad por tipología del vehículo y método de financiación	99
D. Lugar de realización de la reparación	99
E. Lugar de realización de la reparación en función del método de financiación y antigüedad del vehículo	100
II. GARANTÍA	102
A. Vehículo en garantía	102
B. Garantía en función del tipo de vehículo	102
C. Garantía en función del método de financiación del vehículo	103
III. SEGURO	104
A. Tipo de seguro	104
B. Tipo de seguro en función de la edad y uso del vehículo	105
C. Tipo de seguro en función del tipo de vehículo y método de financiación	105
D. Accidentes	106
E. Tasa de accidentes	107
F. Accidentes declarados al seguro	107
G. Responsable del coste de reparación	108
H. Lugar de reparación de los daños	108
I. Responsable de la elección del lugar de reparación	109

CAPÍTULO VII: BARÓMETRO	110
I. ASPECTOS DE LA FLOTA	112
A. Tamaño de la flota	112
B. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2022	113
C. ¿Cuánto tiempo mantienen las empresas los vehículos en sus flotas?	114
II. MIX ENERGÉTICO PREVISTO, TEST WLTP Y DEBATE ACTUAL DEL DIÉSEL	115
A. Evolución prevista de vehículos diésel en flotas corporativas	115
B. Comportamiento de adquisición en caso de niveles equivalentes de emisiones Diésel / Gasolina	116
C. Desarrollo potencial de la electrificación en la flota	117
D. Impacto de la introducción del protocolo WLTP	118
E. Proporción de empresas tomando medidas para reducir las emisiones de sus flotas	119
III. FINANCIACIÓN	120
A. Métodos de financiación de flotas	120
IV. POLÍTICAS DE FLOTA Y GESTIÓN DE MOVILIDAD	122
A. Alternativas al vehículo de empresa	122
B. Interés de las empresas en vehículo de renting como retribución flexible	123
C. Interés de las empresas en productos y servicios adicionales para la gestión de la movilidad	124
V. TELEMÁTICA Y HERRAMIENTAS DIGITALES	125
A. Equipamiento telemático	125
FUENTES Y METODOLOGÍA	128
ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y MAPAS	134

2020



¡BIENVENIDOS A ESTA NUEVA EDICIÓN DE NUESTRO ARVAL MOBILITY OBSERVATORY!

El año pasado nuestro querido CVO (Corporate Vehicle Observatory) mudó al nuevo **Arval Mobility Observatory**, con el objetivo de trascender la movilidad corporativa hacia algo más global, más conectado, más intermodal y más adaptado a las circunstancias de cada momento, y este año, este raro año, cobra todavía más sentido bajo las condiciones de movilidad actuales que, por excepcionales, están cambiando nuestros comportamientos habituales.

Después de la primera tormenta, llegó la “Nueva Normalidad”, y lo cierto es que hoy en día hacemos un abuso de la palabra “normal”. Todo es normal, incluso lo nuevo es normal, incluso las nuevas opciones de movilidad se han normalizado. Eso sí, en nuestro Observatorio la normalidad es un aspecto estadístico y “normal”, es todo aquello que entra dentro de la campana de Gauss en un 90%, este es nuestro rigor, nuestro compromiso con todos vosotros y con nosotros mismos.

Lo que os vais a encontrar es esta edición es un ancla de referencia del mercado de automoción, el mercado en detalle y numéricamente, así como cuales son las intenciones de movilidad de las empresas y los individuos.

Somos conscientes de que la pandemia podrá impactar en el tiempo de implementación de las mismas, acelerando y desacelerando tendencias, pero los objetivos finales van a permanecer invariables.

2020 ha sido el punto de inflexión para las estrategias de los fabricantes, que han aumentado considerablemente la oferta de opciones electrificadas, satisfaciendo los anhelos de muchos clientes y esto ha provocado que la transición hacia una movilidad eléctrica y sostenible se haya visto sensiblemente acelerada. El vehículo eléctrico sigue ganando cuota de mercado lentamente, mientras que el híbrido aumenta consistentemente y la descarbonización progresiva de nuestra movilidad sigue su curso. Tampoco podemos olvidar al individuo, cuyo comportamiento al volante afecta considerablemente al consumo de combustible, a la emisión de gases y a la seguridad de todos en la vía pública. El análisis de su comportamiento, así como, su asesoramiento, su formación y ayudas tecnológicas en su conducción son aspectos críticos y relevantes para las empresas y particulares. ¡Ojalá disfrutes la lectura de nuestro Observatorio, tanto como todo el equipo del Arval Mobility Observatory realizándolo!

MANUEL OREJAS
DIRECTOR ARVAL MOBILITY OBSERVATORY

CAPÍTULO I

LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: INDICADORES MACROECONÓMICOS

La economía española culminó 2019 con un avance del 2%, una desaceleración de cuatro décimas porcentuales respecto al dato registrado en 2018 y que supuso el menor aumento desde 2014. Este crecimiento se debe a una aportación de la demanda nacional (consumo e inversión) de 1,5 puntos, frente a los 2,6 puntos de 2018, en tanto que la demanda externa (exportaciones e importaciones) contribuyó con cuatro décimas al avance del PIB, después de restar algunas décimas en 2018. La irrupción del coronavirus en 2020, que obligó al confinamiento de la población y que provocó una parada casi total de la actividad, afectó a sectores clave como el turismo, el comercio, la industria o la construcción. Una situación que ha desembocado en una dura recesión cuyos efectos repercutirán en los próximos ejercicios.

2%

EL AVANCE DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA **SE ESTABILIZÓ EN EL TRAMO FINAL DE 2019** CERRANDO EN UN 2% (-0,4PP SOBRE 2018):

► El consumo y la inversión nacional aportaron

1,5 puntos

► Las EXPORTACIONES

2,6%

e IMPORTACIONES

1,2%

continuaron creciendo a un ritmo sostenido

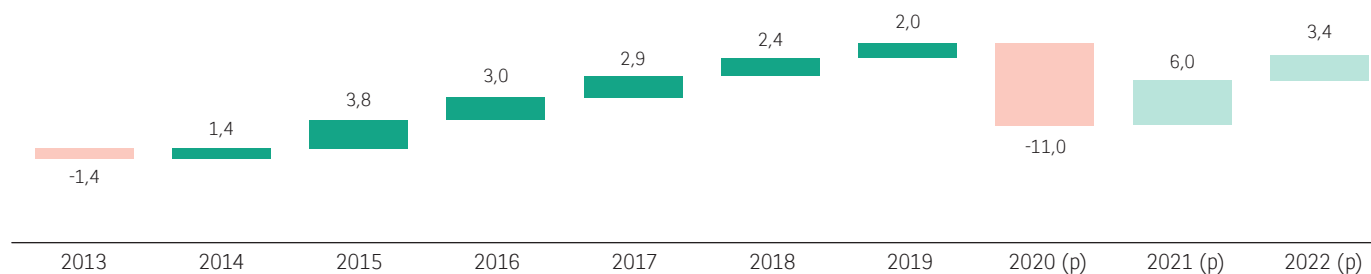
ESPAÑA CERRÓ 2019 CON UN **DÉFICIT PÚBLICO** SITUADO EN EL MARGEN DEL

2,8%

DURO IMPACTO DEL COVID-19 QUE REPERCUTIRÁ EN UNA FUERTE RECESIÓN EN LOS PRÓXIMOS EJERCICIOS.

I. PIB

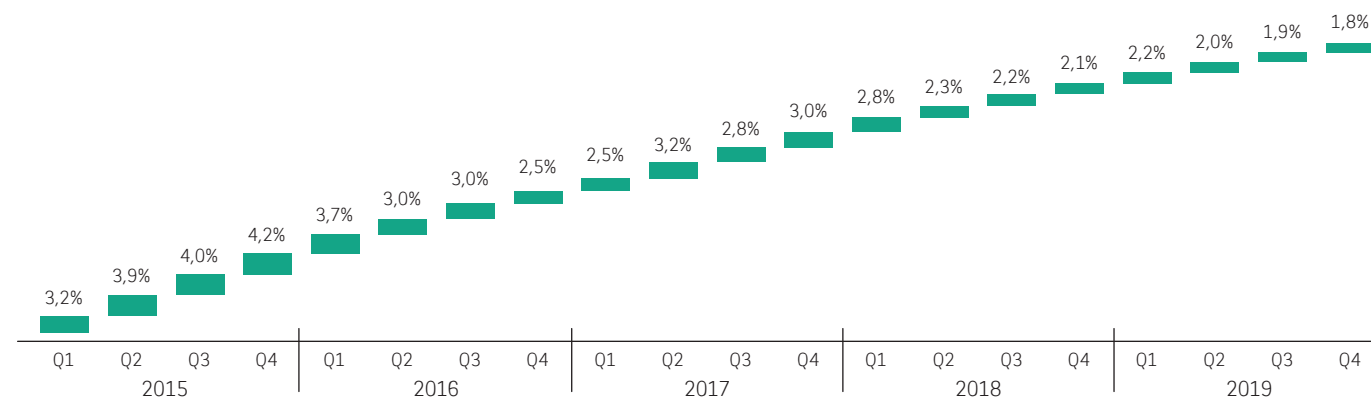
Gráfico I.1. Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

El ritmo de avance de la economía española se estabilizó en el tramo final de 2019 y cerró el ejercicio con un crecimiento del PIB del 2%, mayor que el de la media de los países de la Eurozona. Entre los indicadores que más destacaron en la parte final del año se situaron las exportaciones e importaciones de automóviles, que se recuperaron parcialmente después del retroceso sufrido como consecuencia de la entrada en vigor de la normativa de emisiones. La evolución de la pandemia provocada por el Covid-19 provocará una contracción para el presente ejercicio del 11% y un ascenso del 6% en 2021, tras la flexibilización de las restricciones adoptadas para combatir el virus.

Gráfico I.2. Producto Interior Bruto (PIB) – Evolución interanual por trimestres

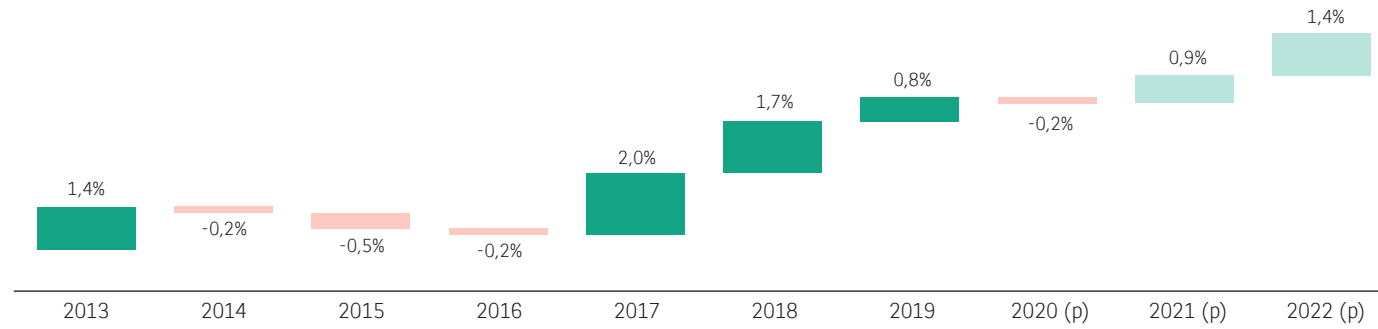


Fuente: INE

La demanda doméstica, apoyada en el consumo y en la inversión residencial, mantuvo el dinamismo de la economía española en la primera mitad de 2019, mientras que los flujos comerciales anticiparon la recuperación de la tracción que marcaría el último cuarto del año. En un ejercicio marcado por las tensiones comerciales, el Brexit, la desaceleración de la economía china, la brusca ralentización de la eurozona o las dificultades de la industria automovilística, la economía española logró aumentar la creación de puestos de trabajo aunque firmó su menor ritmo de avance desde 2014.

II. INFLACIÓN

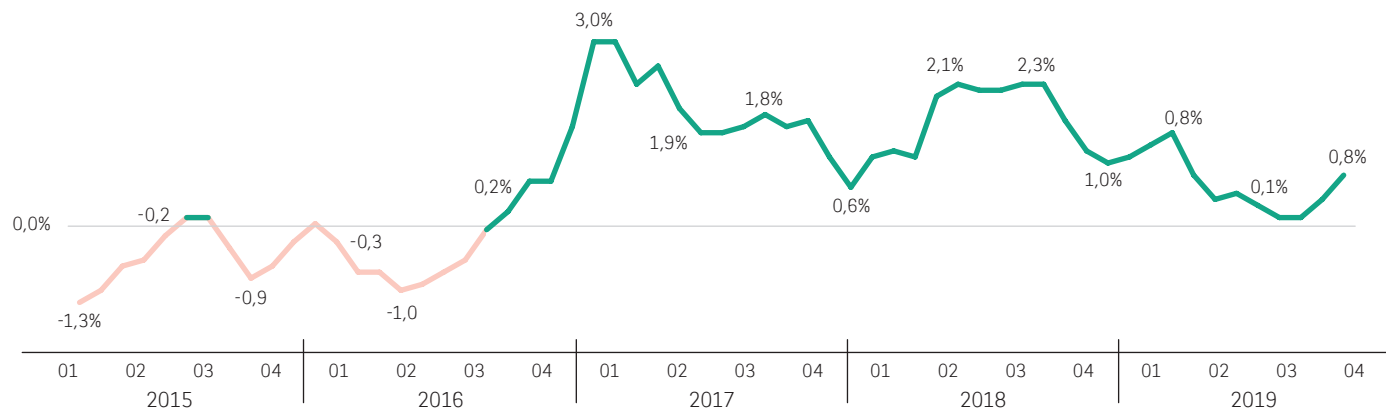
Gráfico I.3. Inflación (IPC) - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

Las fluctuaciones en el precio de los carburantes y la electricidad marcaron la evolución del IPC en 2019. Tras una subida inicial, la caída del coste de la electricidad llevó al índice al nivel más bajo en tres años, para repuntar hasta el 0,8% a finales del ejercicio por el alza del crudo. La contracción económica derivada de la pandemia desembocará en un escenario de precios reducidos puntual, por lo que se situará en tasas negativas este año y retomará el ascenso de forma progresiva en los siguientes.

Gráfico I.4. Inflación (IPC) - Evolución trimestral

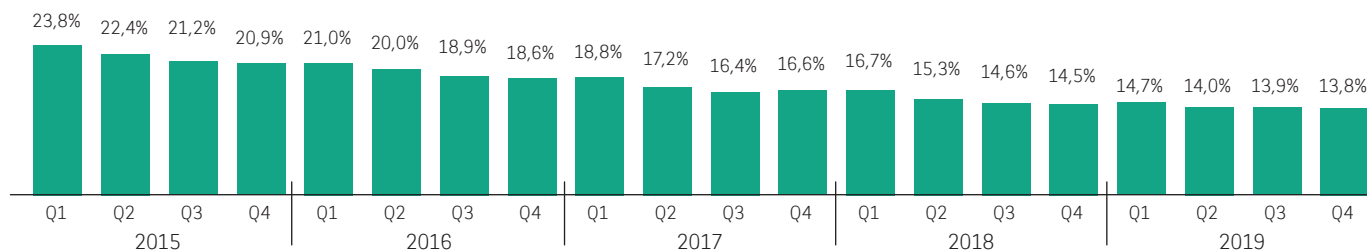


Fuente: INE

Después de un inicio de 2019 con aumentos en los precios, el mes de mayo dio inicio a una moderación de las subidas que cristalizó con la caída hasta el 0,1% en septiembre y octubre, los niveles más bajos en tres años. La tendencia varió en noviembre con un ascenso que dejó la tasa en el 0,4%, para cerrar el año en el 0,8% por el incremento en el precio de los carburantes.

III. EMPLEO

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

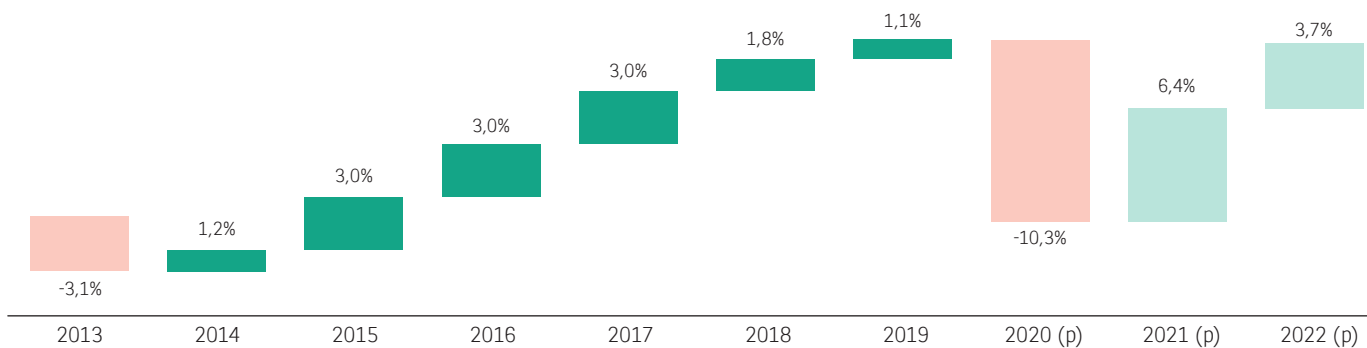


Fuente: INE

La economía española creó más de 400.000 puestos de trabajo en 2019 y se quedó muy cerca de los 20 millones de ocupados, pese a la ralentización económica y la subida del salario mínimo. La tasa de paro se situó en el 13,8%, con lo que apenas mejoró seis décimas en comparación con el cierre del ejercicio precedente. El ritmo de caída del paro se rebajó por el aumento de la población activa, que creció con fuerza al incorporar 290.000 personas en los últimos 12 meses, de las que dos tercios provienen del exterior.

IV. CONSUMO PRIVADO

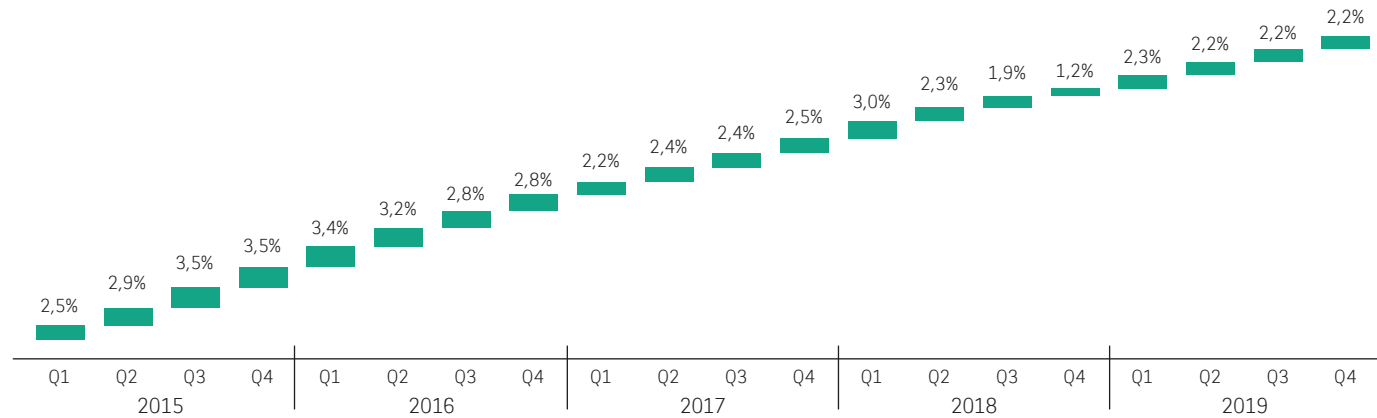
Gráfico I.6. Consumo privado - Evolución anual



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

El consumo privado perdió tracción en 2019 por tres motivos: la desaparición de la demanda embalsada de bienes duraderos, la reorientación del ahorro hacia activos seguros y un aumento más modesto de la financiación al consumo relacionado con la incertidumbre. Pese a todo, la tasa creció un 1,1%, cercenado en 2020 por la caída de la actividad económica provocada por el Covid-19 y los rebotes, que protagonizarán un crecimiento más lento, un aumento del desempleo y la consiguiente moderación en las compras de las familias.

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

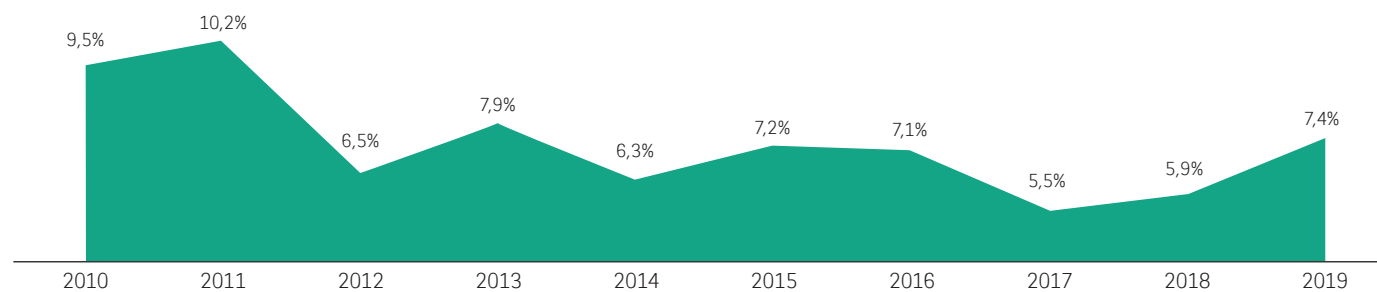


Fuente: Banco de España

En la primera mitad de 2019 el consumo mantuvo el pulso pese a que el gasto de las familias aumentó menos de lo esperado entre enero y marzo. Los aumentos salariales y la fortaleza del empleo no lograron impulsar las compras en el segundo semestre, en el que destacó el descenso de las compras de turismo, así como la mayor propensión de las familias al ahorro.

V. AHORRO DE LOS HOGARES

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

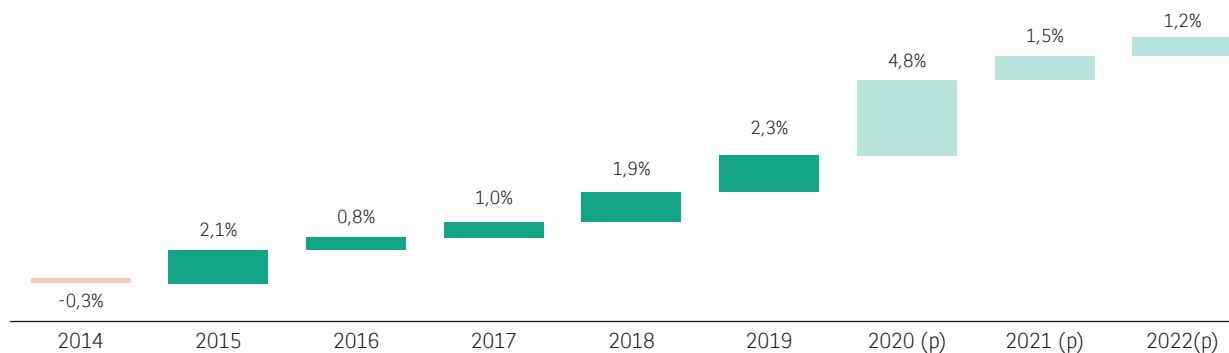


Fuente: INE

La tasa de ahorro de los hogares subió en 2019 hasta el 7,4%, su valor más alto desde 2013. Las familias ahorraron un total de 57.175 millones de euros, por lo que la renta disponible se situó en el 3,95%. La sucesión de malas noticias económicas que se produjeron en la parte final del año pusieron los hogares en alerta y fomentaron el ahorro precautorio.

VI. CONSUMO PÚBLICO

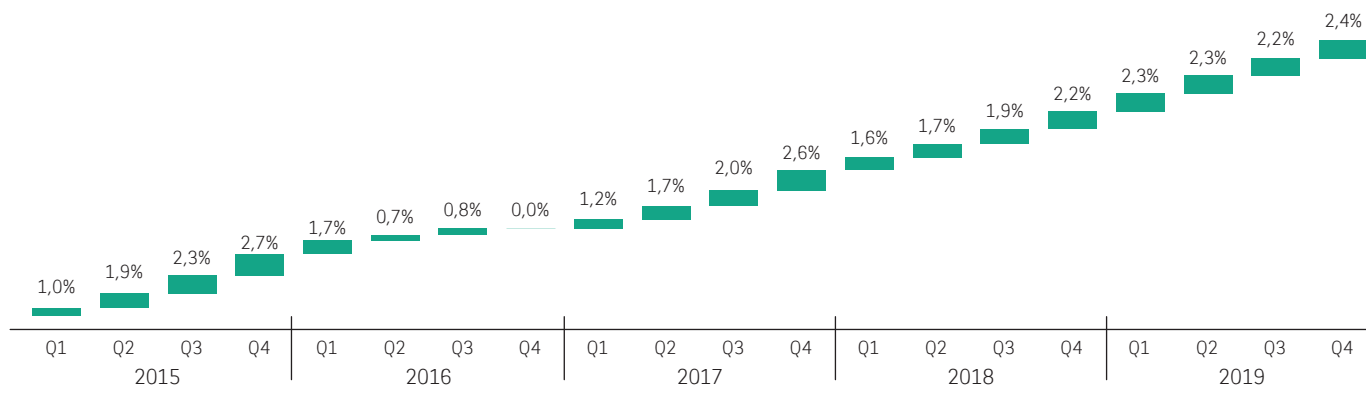
Gráfico I.9. Consumo público - Evolución anual



Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

El desembolso público volvió a crecer en 2019 y amortiguó la desaceleración de la economía en pleno ciclo electoral. Las dos llamadas a las urnas para formar Parlamento, además de las elecciones municipales, autonómicas y europeas, con un Gobierno en funciones gran parte del año y que arrancó la legislatura con la tercera prórroga de los Presupuestos del anterior Ejecutivo no lograron que el consumo público se resintiera. La irrupción de la pandemia, con el mayor gasto en prestaciones sociales jamás acometido en España, provocará en 2020 el mayor aumento de esta variable.

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

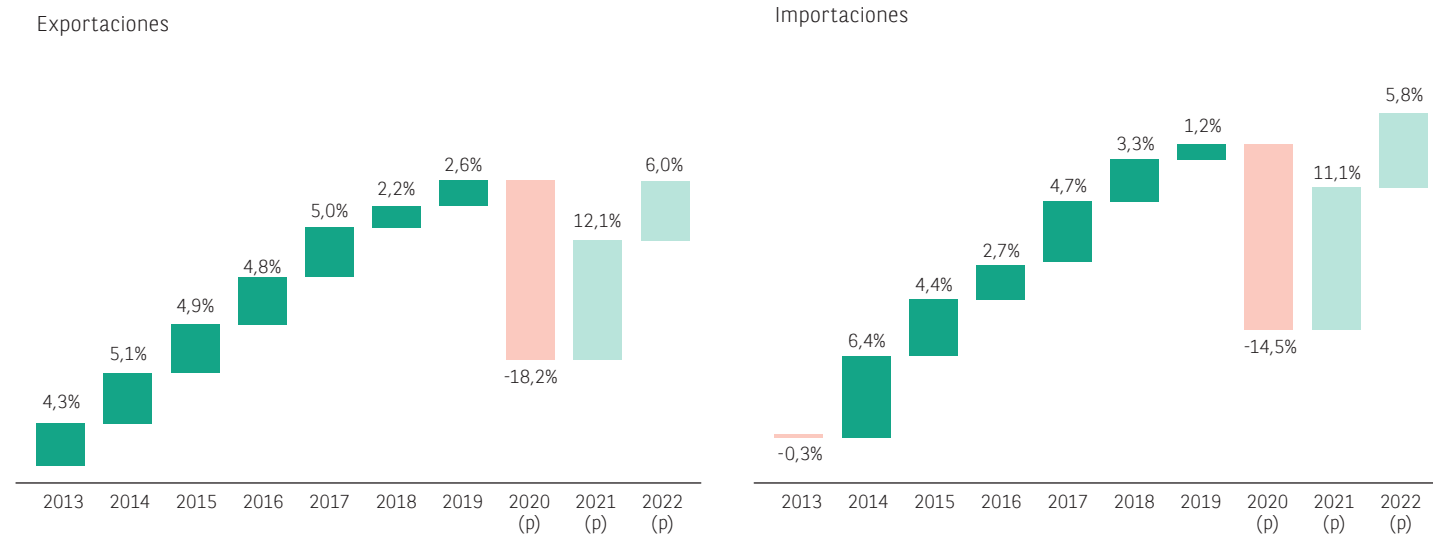


Fuente: INE

El gasto público se mantuvo sin apenas variaciones en todos los trimestres en el entorno del 2,3% final, después del notable aumento experimentado en el presupuesto para las prestaciones de jubilación, cuyo importe neto superó el 20% de la partida total. Además, las partidas electorales, repartidas a lo largo del ejercicio, dispararon la factura.

VII. EXPORTACIONES / IMPORTACIONES

Gráfico I.11. Exportaciones e importaciones - Evolución anual

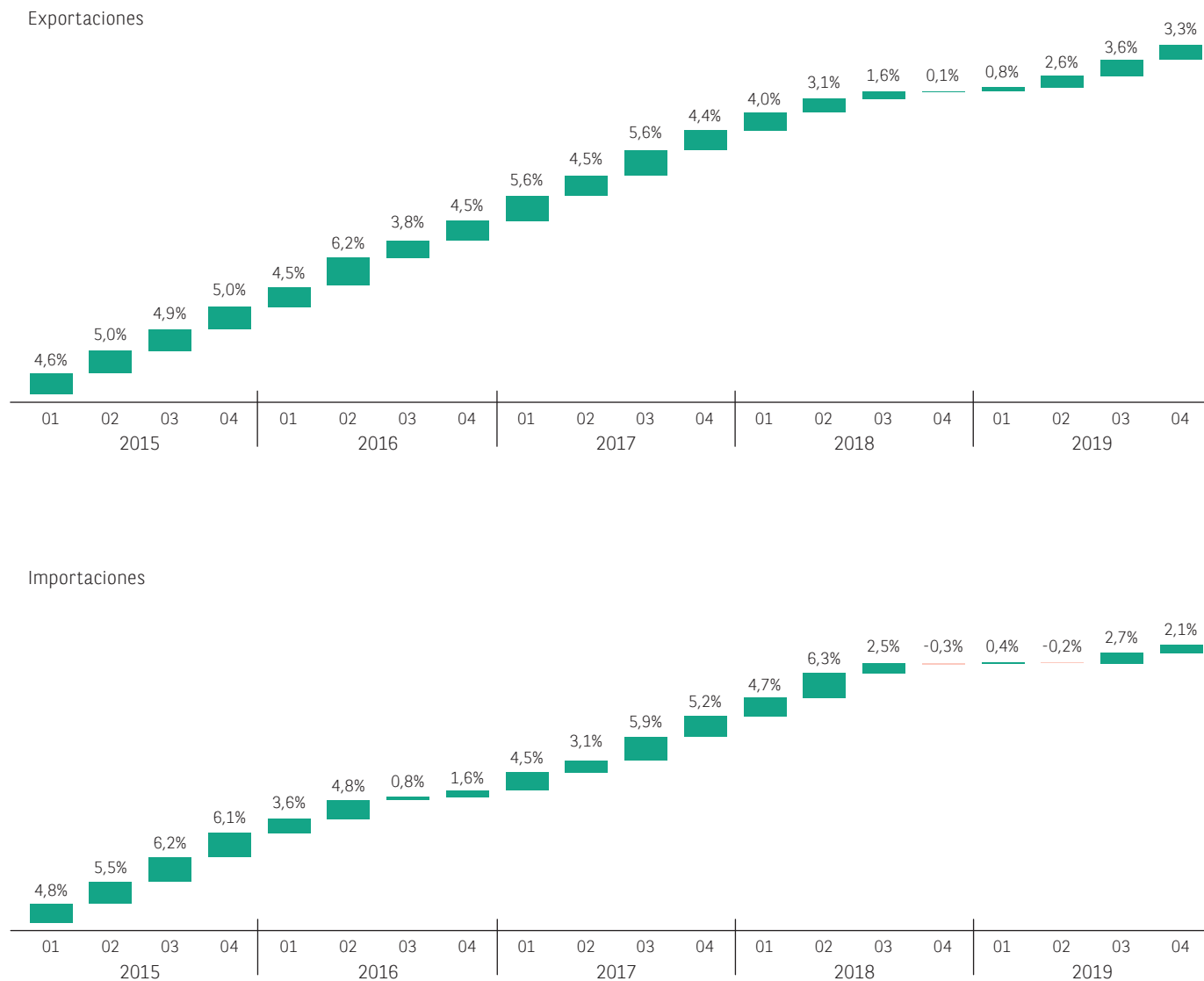


Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

Las exportaciones españolas continuaron creciendo a un ritmo sostenido en 2019 pese al contexto global de desaceleración. Las principales contribuciones positivas provinieron de los sectores de alimentación, bebidas y tabaco, bienes de equipo, productos químicos y manufacturas de consumo. La cara negativa de la moneda la protagonizaron los productos energéticos, las materias primas y el sector del automóvil. Sin embargo, los efectos de la pandemia hundieron las ventas al exterior a partir del segundo trimestre de 2020 y dejarán el año en negativo.

Las importaciones, por su parte, crecieron un 1,2% en relación al año anterior. Alemania, Francia, China, Italia, EEUU, Países Bajos, Reino Unido, Bélgica, Turquía y Marruecos son los principales mercados que abastecen a España, aunque el sector energético, fundamentalmente con la compra de petróleo de Oriente Próximo, África y Latinoamérica, supone la mayor partida de gasto.

Gráfico I.12. Exportaciones e importaciones – Evolución trimestral



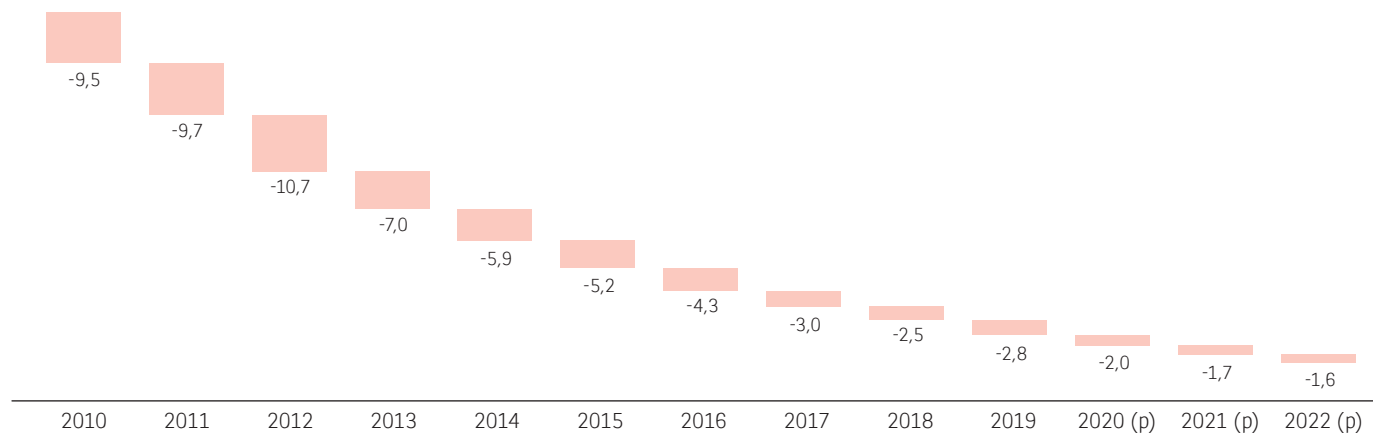
Fuente: INE

A pesar del empeoramiento del sector exterior, la economía española generó superávit en la balanza por cuenta corriente. En 2019 se anotó una evolución de menos a más con una intensa mejoría en el tramo final. La reducción del saldo negativo energético y el aumento del superávit por turismo fueron los componentes más destacados.

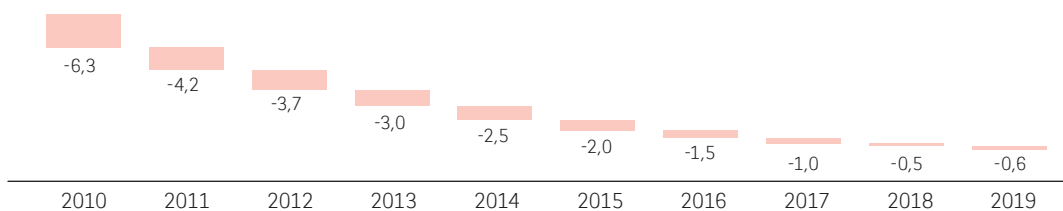
VIII. DÉFICIT PÚBLICO

Gráfico I.13. Déficit Público

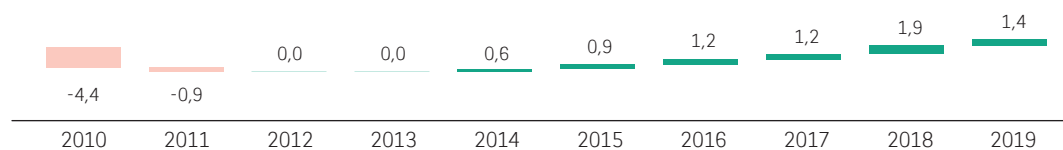
España



Eurozona (19)



Alemania



Fuente: Eurostat y Previsiones BNP Paribas (p)

España cerró 2019 con un déficit público situado en el margen del 2,8% del PIB, lo que supuso un empeoramiento en relación con el año anterior por primera vez en una década, debido en gran parte al aumento de las pensiones y del salario de los funcionarios. Además, el aumento de las deducciones familiares y las prestaciones por desempleo engrosaron la partida, lo que coloca el dato como el segundo de la Eurozona por detrás de Francia. En el conjunto de la zona euro, el déficit público disminuyó al 0,6%. Alemania volvió a cerrar el año con un superávit presupuestario del 1,4%, aunque con menos ingresos que en el anterior.

MERCADO DEL VEHÍCULO NUEVO

El mercado del automóvil volvió a crecer en 2019 aunque se confirmó la desaceleración iniciada durante el año anterior. Este cambio de tendencia estuvo marcado por las restricciones al tráfico en las grandes ciudades y la incertidumbre ante la nueva normativa medioambiental, que han restado atractivo al vehículo para el consumidor particular. A esta situación se añadirá este año el factor de incertidumbre provocado por la crisis del Covid-19. Por otro lado, la antigüedad de los vehículos que circulan por las carreteras españolas no decrece, por lo que los coches con más de una década de vida rondan el 62% del total, mientras que casi otro 12% suma más de siete años. En cuanto a marcas, Seat se mantuvo como la más vendida en turismos en 2019, con el León al frente de los modelos más demandados.



**EL MERCADO DEL VEHÍCULO
NUEVO VUELVE A AUMENTAR
SU PARQUE DE VEHÍCULOS**

27.778.871

AUN SUFRIENDO UNA **DESACELERACIÓN** INICIADA DURANTE EL AÑO ANTERIOR

- ▶ **RESTRICCIONES** para circular por zonas centrales de algunas ciudades españolas
- ▶ Población más concienciada con el **MEDIO AMBIENTE**



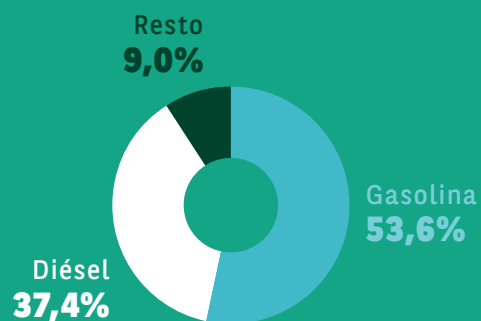
- ▶ Reducción de emisiones CO₂
- ▶ Crecimiento del número de vehículos de las categorías menos contaminantes

LAS MATRICULACIONES DEL **VN CAEN** DESPUÉS DE 6 AÑOS EN AUMENTO

- ▶ Debido a la **BAJADA DE LOS MODELOS DIÉSEL** e incertidumbre por los límites de emisiones
- ▶ Descenso más importante registrado en el canal de **PARTICULARES**, cediendo más de un 10%

POR PRIMERA VEZ, LAS MATRICULACIONES DE **GASOLINA** ALCANZAN **MÁS DE LA MITAD** DE LA CUOTA DE MERCADO, 53.6%

Perjudicando así a los modelos **DIÉSEL** quedando con una cuota del 37,4%



I. PARQUE DE VEHÍCULOS

A. Evolución y previsión del Parque Total

Tabla II.1. Evolución y previsión del parque total

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	24.643.532	0,7%	25.067.471	1,7%	25.709.428	2,6%	26.471.814	3,0%	27.175.574	2,7%
Población	46.410.149	0,9%	46.468.102	0,1%	46.440.099	-0,1%	46.439.791	0,0%	46.427.975	0,0%
Densidad (veh/1000 hab)	532	0,7%	539	1,4%	554	2,6%	570	3,0%	585	2,7%
	2019		2020 (p)		2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	27.778.871	2,2%	28.188.467	1,5%	28.530.247	1,2%	28.810.202	1,0%	29.069.784	0,9%
Población	46.867.125	0,9%	47.078.257	0,5%	47.289.555	0,4%	47.492.714	0,4%	47.686.892	0,4%
Densidad (veh/1000 hab)	593	1,3%	599	1,0%	603	0,8%	607	0,5%	610	0,5%

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

El parque automovilístico español alcanzó un volumen de 27,8 millones de unidades en el ejercicio 2019, lo que supone un incremento del 2,2% en relación con el ejercicio anterior y confirma la desaceleración iniciada en 2018. La densidad de vehículos por habitante avanzó un 1,3%, mientras que la población creció menos de un punto porcentual, con lo que se contabilizan 593 coches por cada 1.000 ciudadanos. Las previsiones de crecimiento se mantienen a la baja, por lo que este año se avanzaría un punto porcentual que se reduciría hasta el 0,5% a partir de 2022.

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

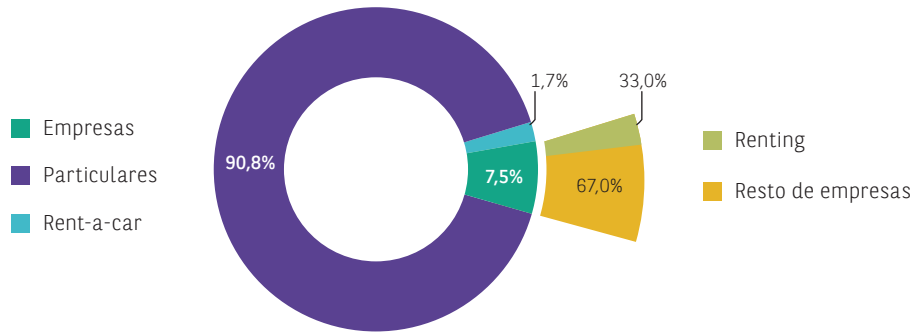
Total	2019		2020 (p)		2021		2022		2023	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Empresas	2.082.413	4,5%	2.179.501	4,7%	2.278.022	4,5%	2.330.055	2,3%	2.357.320	1,2%
Particulares	25.236.781	2,1%	25.532.051	1,2%	25.764.429	0,9%	25.987.412	0,9%	26.214.791	0,9%
Rent-a-car	459.677	0,7%	476.915	3,8%	487.796	2,3%	492.735	1,0%	497.673	1,0%
	27.778.871	2,2%	28.188.467	1,5%	28.530.247	1,2%	28.810.202	1,0%	29.069.784	0,9%
Parque de empresa	2019		2020 (p)		2021		2022		2023	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Renting	686.995	14,3%	718.597	4,6%	759.748	5,7%	795.437	4,7%	820.292	3,1%
Resto empresas	1.395.418	0,3%	1.460.904	4,7%	1.518.274	3,9%	1.534.618	1,1%	1.537.028	0,2%
	2.082.413	4,5%	2.179.501	4,7%	2.278.022	4,5%	2.330.055	2,3%	2.357.320	1,2%

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

El parque de vehículos de empresa fue el que más creció en porcentaje (4,5%) durante 2019, mientras que el de particulares avanzó un 2,1% y el de alquiler volvió a retomar la senda ascendente (0,7%). Las previsiones apuntan a que el canal empresarial mantendrá la pujanza este año, se mantendrá en los porcentajes de crecimiento actuales en el próximo y cederá terreno a partir de 2022. Los particulares mantendrán la atonía y el segmento de alquiler recuperará terreno este ejercicio. El canal del renting rozó las 700.000 unidades tras un importante impulso del 14,3% aunque la pandemia provocará una importante desaceleración durante los ejercicios venideros.

B. Distribución del parque por canal de distribución

Gráfico II.1. Distribución del parque en 2019 por canal de distribución (Total y Empresa)

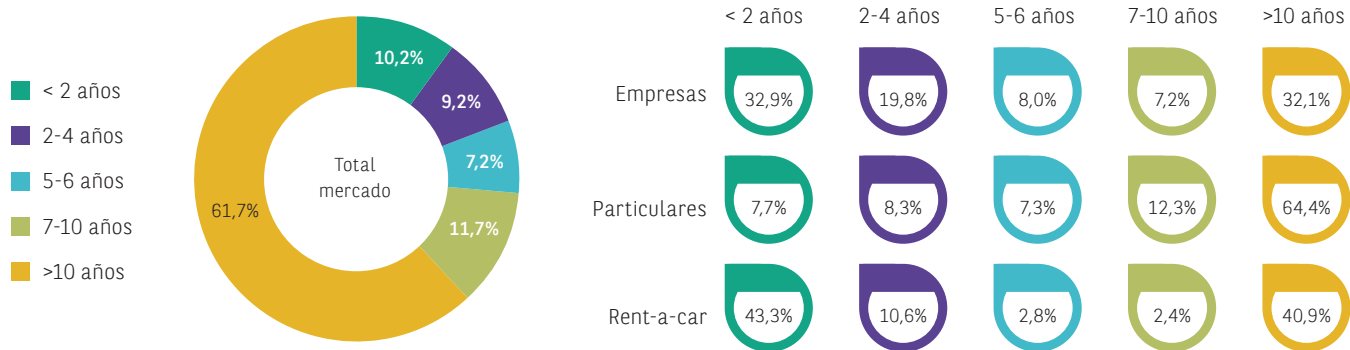


Los particulares concentran el protagonismo del parque de vehículos en España con una cuota que roza el 91%, frente al 1,7% del Rent-a-car y el 7,5% de las empresas. En lo referente al parque corporativo, el renting ya supone un tercio del total.

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

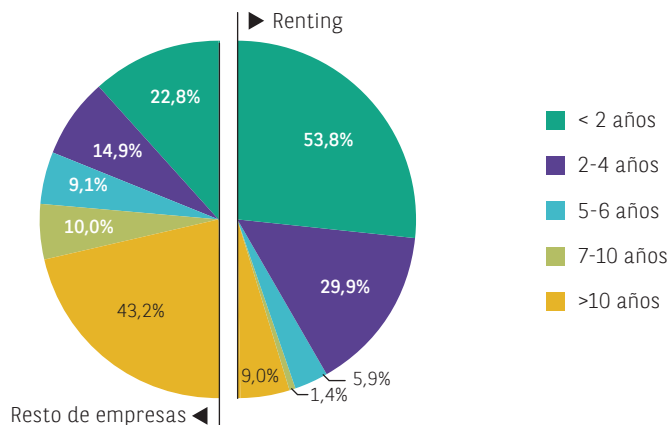


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El parque automovilístico español no acomete su renovación y cuenta con una edad media de 11,73 años. Aunque el porcentaje de vehículos con más de una década de antigüedad se mantuvo en 2019 en parámetros similares a los registrados el año anterior, suma casi el 62% del total, mientras que cerca de un 12% del resto supera los siete años. Los coches de nueva matriculación suponen poco más del 10% del total.

Estas nuevas unidades se concentran en su gran mayoría en el segmento de alquiler, que agrupa el 43,3% del total y cuenta con un parque con una antigüedad media de 7,6 años, mientras que más de la mitad de los vehículos corporativos tiene menos de cuatro años de vida y un tercio de los mismos se sitúa en el rango más novedoso, lo que coloca el promedio de su edad en 6,6 años. Los particulares son lo que más aprovechan la vida de sus utilitarios, con el 64,4% por encima de la década de uso y casi ocho de cada diez tiene más de seis años y una edad media de 12,2 años. El 32,1% de los coches de empresa y casi el 41% de los de alquiler se enmarca en el rango de mayor edad.

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



El renting vuelve a destacar en el canal de empresas por la juventud de sus unidades, ya que casi el 54% de su parque tiene menos de dos años y cerca del 84% no supera los cuatro de uso, lo que ofrece una edad media de 2,86 años. El 53,2% de los vehículos corporativos suma más de seis años de edad.

Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

D. Distribución del parque según potencial contaminante

Los vehículos se clasifican en función de su potencial contaminante, de acuerdo a 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.

0 **CERO EMISIONES;** Ciclomotores, triciclos, cuadriciclos 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.

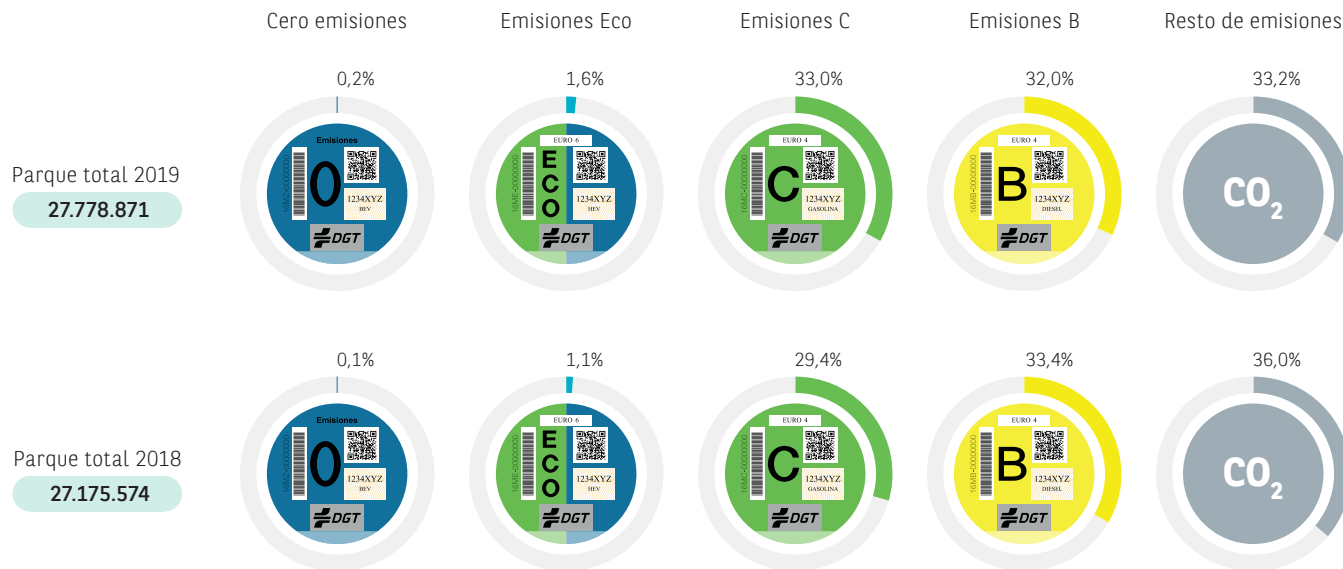
ECO **ECO;** Turismos, furgonetas ligeras, vehículos de más de 8 plazas y vehículos de transporte de mercancías clasificados en el Registro de Vehículos como vehículos híbridos enchufables con autonomía <40km, vehículos híbridos no enchufables (HEV), vehículos propulsados por gas natural, vehículos propulsados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

C **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 **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

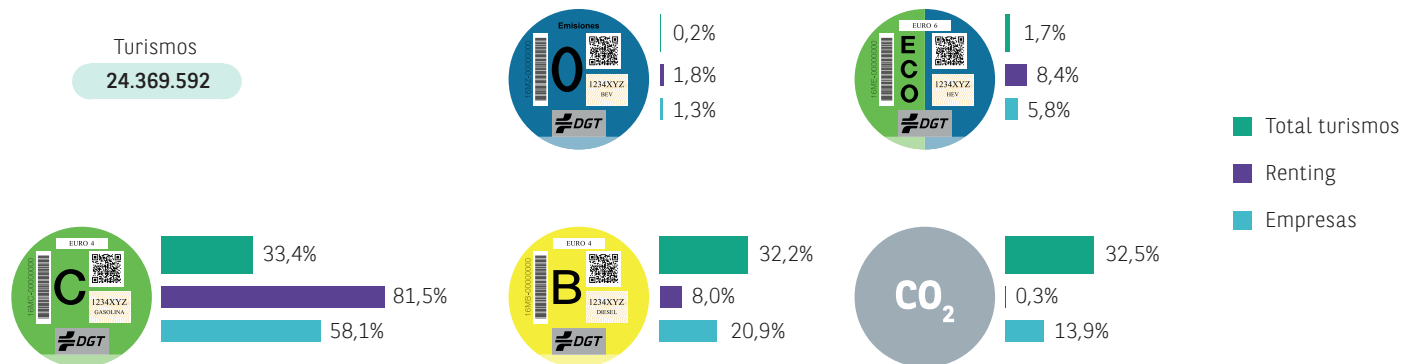
Gráfico II.4. Distribución del parque total por potencial contaminante



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Las restricciones para circular por las zonas centrales de algunas de las principales ciudades españolas y la mayor preocupación de la población por el cuidado del medioambiente 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 2019 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.

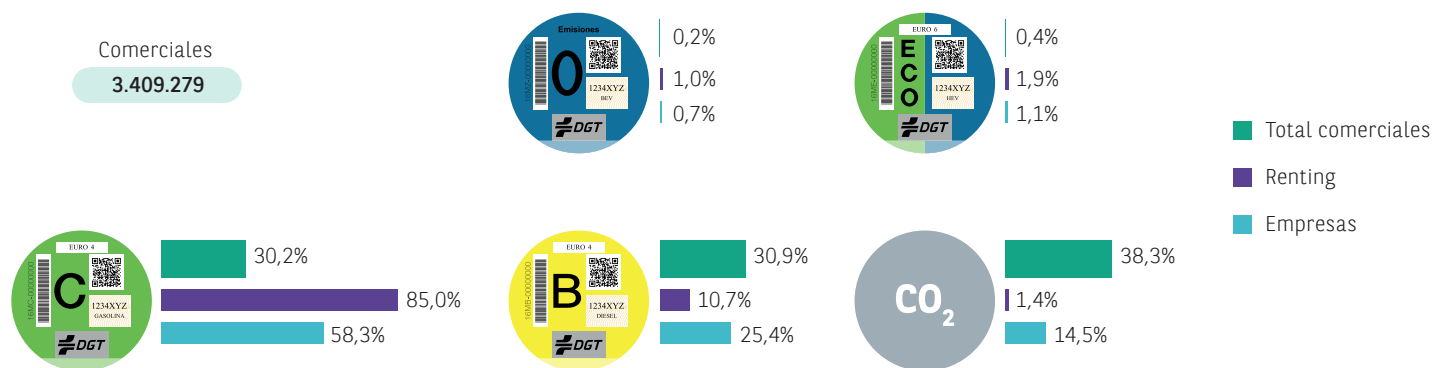
Gráfico II.5. Distribución del parque de turismos por potencial contaminante



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El renting, al contar con los vehículos más modernos entre sus filas, coloca el mayor porcentaje (91,7%) de los turismos situados en el rango menos contaminante de la clasificación, frente al 65,2% del resto de unidades del canal de empresa. Solo el 0,3% de los coches del sector se incluyen entre los más contaminantes.

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

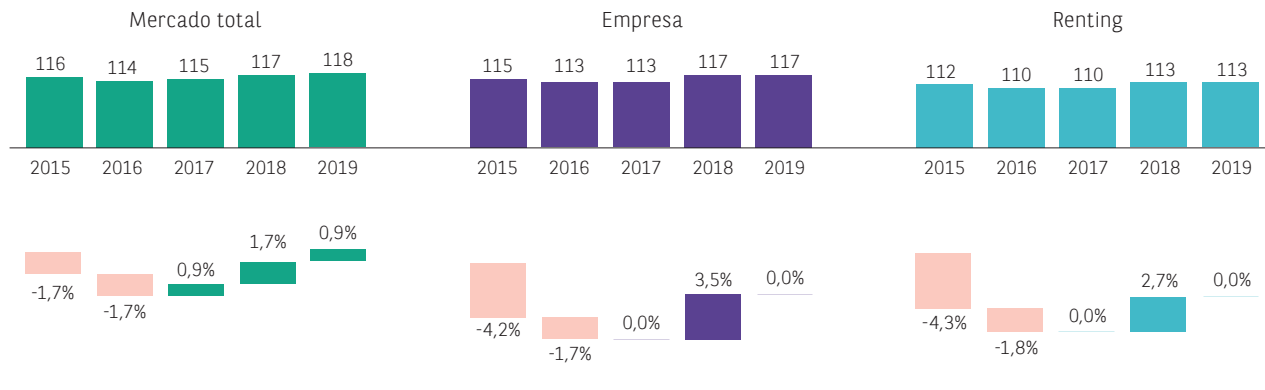


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En lo que se refiere al parque de comerciales, los vehículos con mayor número de emisiones superan con amplitud los dos tercios del total. En este segmento, el canal de renting también cuenta con el mayor porcentaje de unidades menos contaminantes.

E. Distribución del parque por emisiones de CO₂

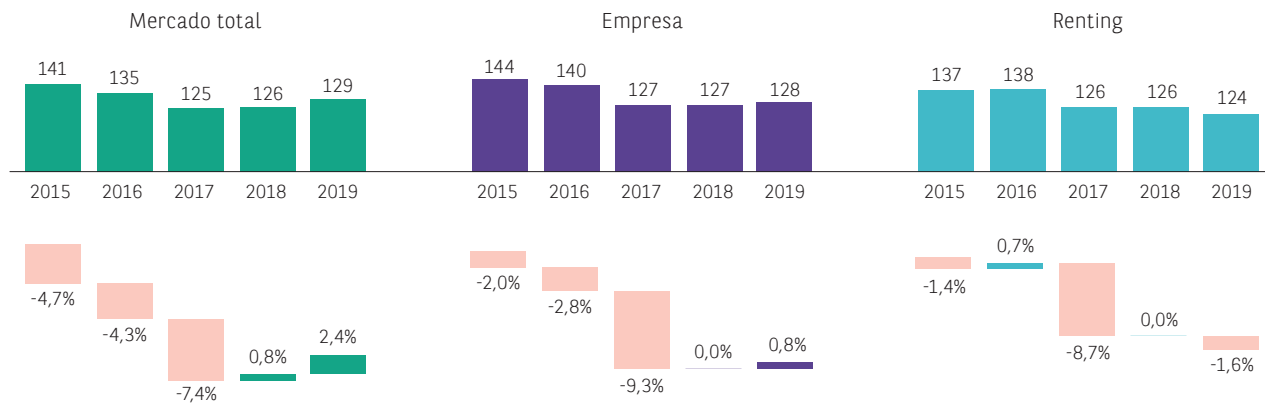
Gráfico II.7. Emisión media de CO₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) – Turismos
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

Las emisiones medias de dióxido de carbono a la atmósfera volvieron a crecer en 2019, consecuencia ineludible de la antigüedad del parque de automóviles de España, para situarse en 118 gramos por kilómetro, casi un 1% más en términos interanuales. Este aumento pertenece en su totalidad a las unidades pertenecientes a los particulares, ya que tanto el canal del renting como el de empresa no incrementaron sus emisiones.

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

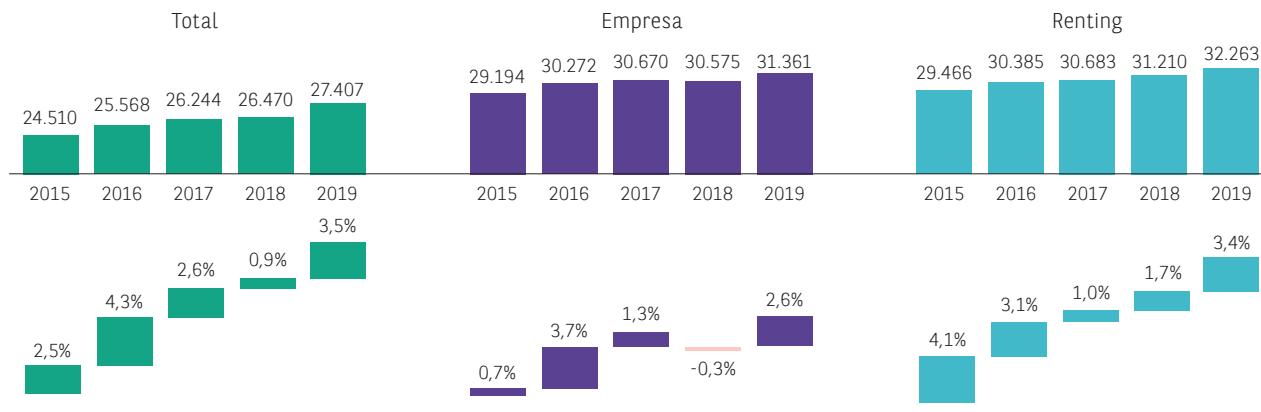


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

La flota comercial incrementó sus emisiones un 2,4% interanual, para situarse en los 129 gramos por kilómetro. La media del canal de empresa aumentó las emisiones un 0,8% en 2019, mientras que el renting consiguió reducirlas un 1,6%.

F. Distribución del parque por precio medio del vehículo

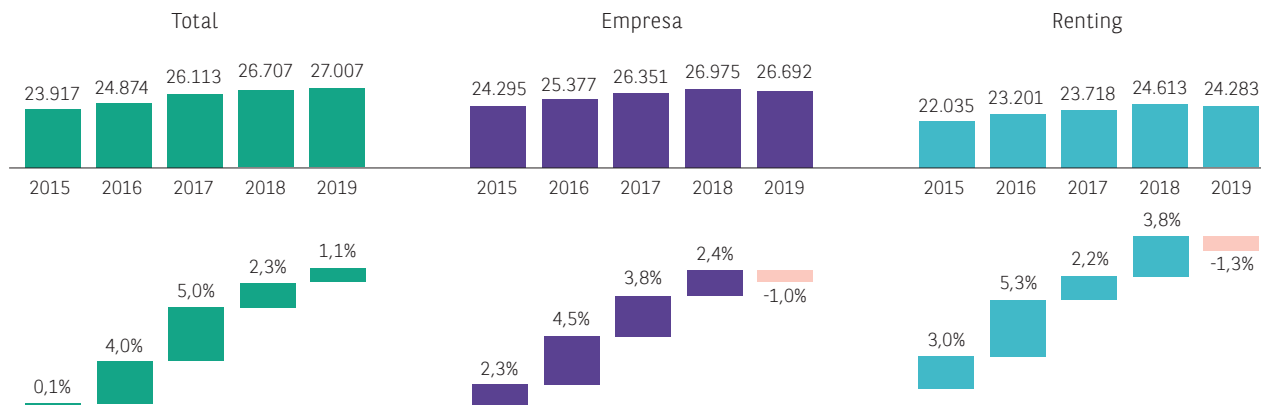
Gráfico II.9. Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

El precio medio de los turismos que circula por las carreteras españolas registró en 2019 un importante incremento cercano a los mil euros por unidad, hasta alcanzar los 27.407 euros. Este coste fue más elevado en los turismos destinados al renting, que se situaron en 32.263 euros de media, mientras que en los dedicados al canal de empresa el precio ascendió un 2,6%, hasta 31.361 euros.

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

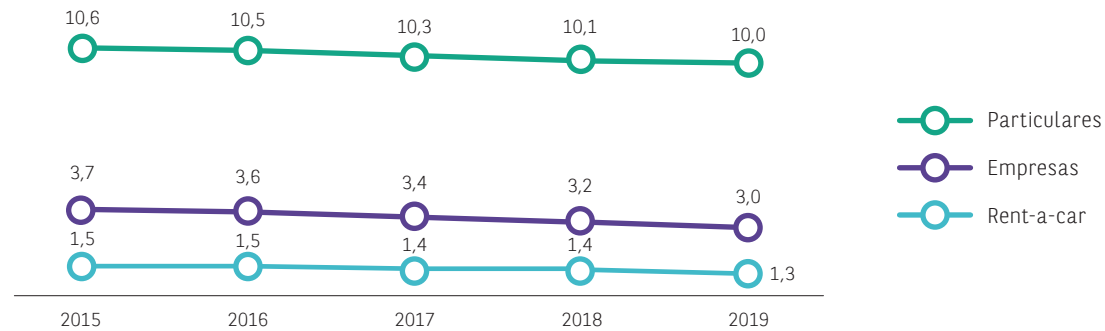


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

En el segmento de los comerciales, el precio medio volvió a crecer por cuarto año consecutivo y se situó en 27.007 euros, un 1,1% más que en 2018. Las unidades dedicadas al renting consiguieron reducir su coste un 1,3% para situar el precio en 24.283 euros, por debajo de la media del canal de empresa, cifrada en 26.692 euros, un punto porcentual menos si se compara con 2018.

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

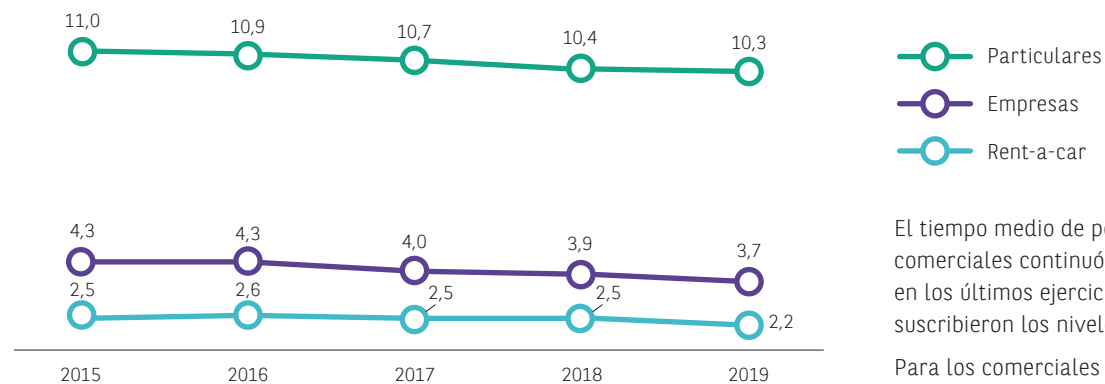


Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI (*). En empresas se han filtrado las automatrículas y Kms 0

Las flotas de turismos de empresa mantienen la tendencia de los últimos ejercicios y el tiempo medio de cambio vuelve a descender, por lo que la renovación se produce a los tres años de antigüedad. Esta situación se debe, en gran parte, a la buena dinámica que experimentaron las flotas y el renting durante los tres primeros trimestres de 2019 y al auge del renting para particulares. La incertidumbre generada por los planes sobre emisiones de la UE y las restricciones en ciudad ralentizaron la renovación en el último tramo del año.

Este rejuvenecimiento alcanza a todos los segmentos del mercado, con los particulares a la cabeza de los que más extienden la utilización de sus vehículos, que se sitúa en la década de media, mientras que las unidades de alquiler han pasado de renovarse cada 1,5 años en 2015 a los 1,3 años actuales.

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



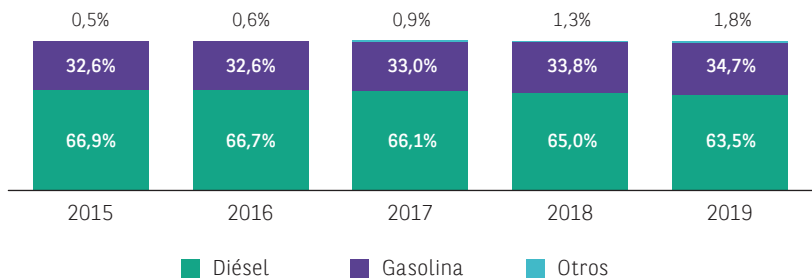
Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI (*). En empresas se han filtrado las automatrículas y Kms 0

El tiempo medio de posesión de los vehículos comerciales continuó en 2019 el descenso registrado en los últimos ejercicios en todos los segmentos, que suscribieron los niveles más bajos de la serie.

Para los comerciales de empresa la media de renovación se situó en 3,7 años, mientras en el caso de los particulares queda fijada en 10,3 años. Los de alquiler, por su parte, redujeron la posesión hasta 2,2 años.

H. Distribución por tipo de combustible

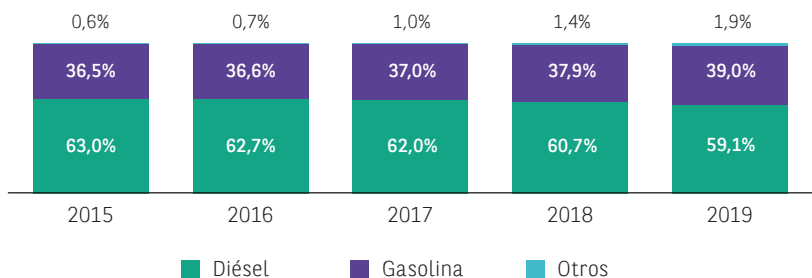
Gráfico II.13. Distribución del parque total por tipo de combustible - Total Mercado



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI. Nota: No se añaden otros combustibles

Los vehículos de gasolina mantienen la lenta progresión iniciada en los últimos ejercicios y ganaron de nuevo terreno al diésel el pasado año, motorización esta última perjudicada por las restricciones decretadas por algunas administraciones. Pese a ello, el 63,5% del parque total utilizaba en 2019 el diésel como combustible, por un 34,7% que circulaba gracias a la gasolina.

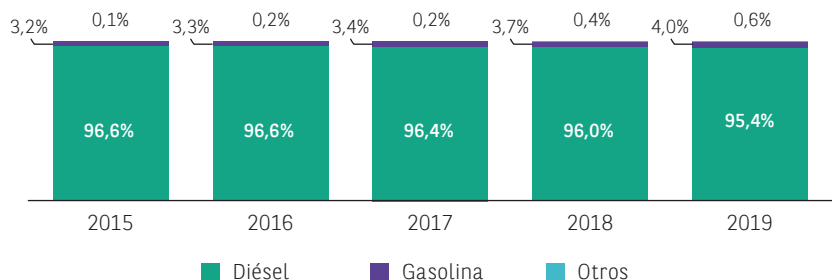
Gráfico II.14. Distribución del parque de turismos por tipo de combustible



Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI. Nota: No se añaden otros combustibles

En lo referente al parque de turismos, los vehículos de gasolina arañaron 1,1 puntos porcentuales al diésel y ya integran el 39% de cuota de mercado, mientras que la otra alternativa baja por primera vez del 60% de cuota.

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



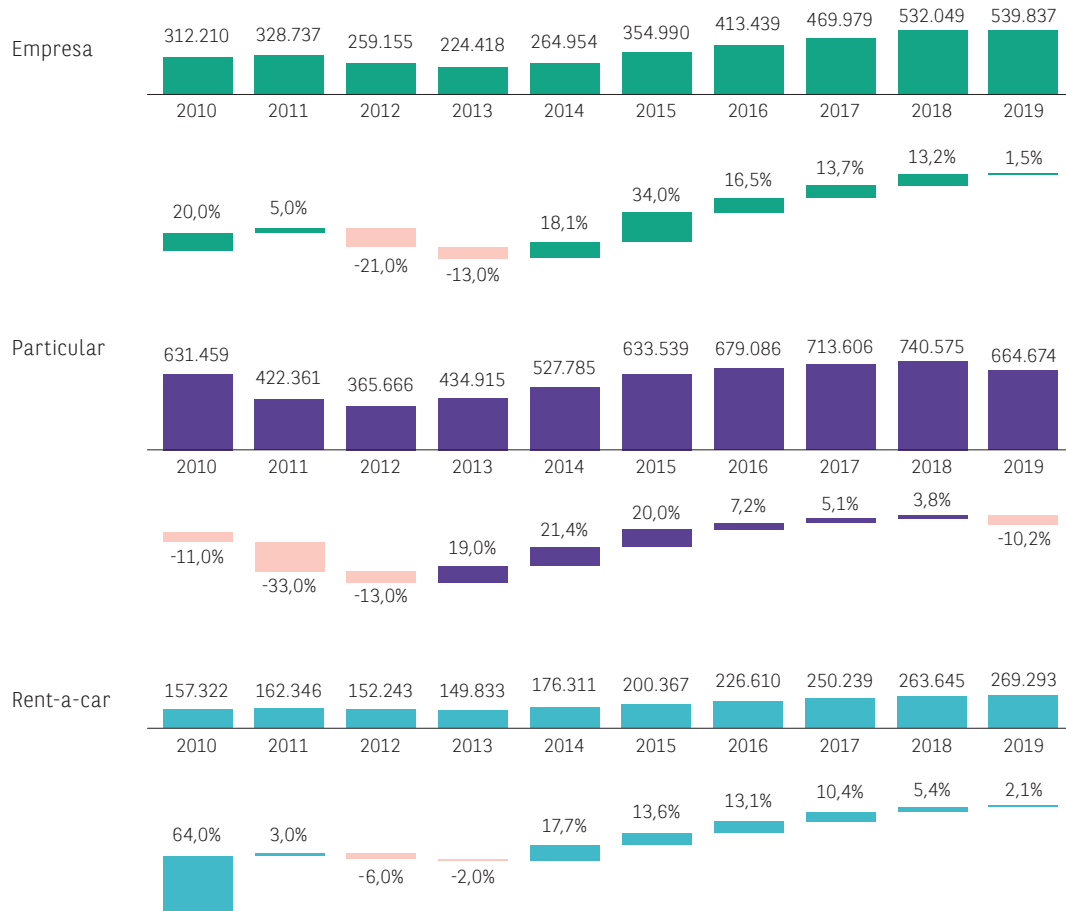
Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI. Nota: No se añaden otros combustibles

En el parque comercial el cambio de tipo de combustible se resiste y la pérdida de cuota del diésel apenas es significativa. Esta opción alcanzó en 2019 el 95,4% del mercado, mientras que las mecánicas de gasolina se quedan en el 4% de cuota en este segmento.

II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO

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

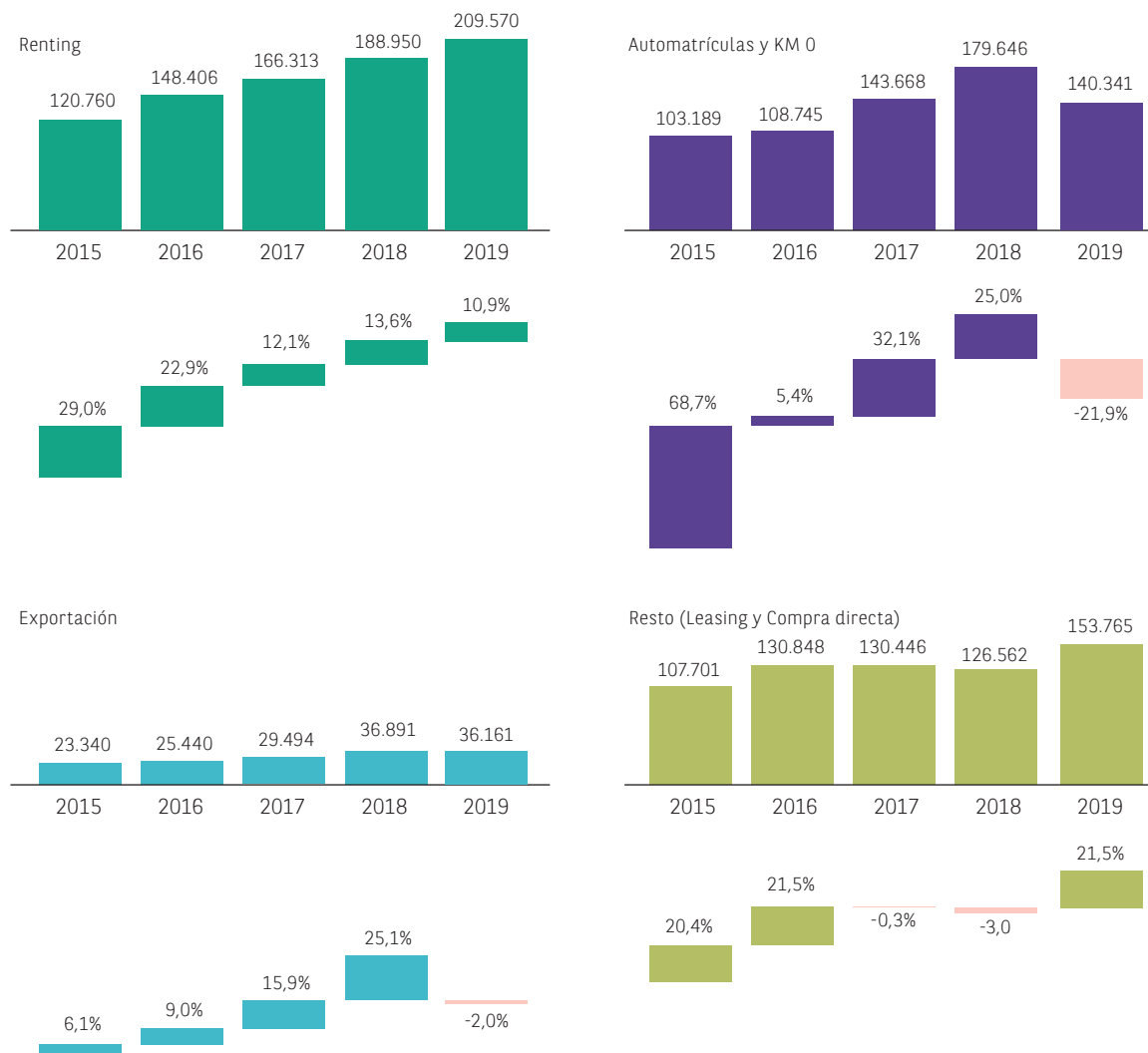
Gráfico II.16. Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El mercado del automóvil cayó en 2019 después de seis años al alza en un ejercicio marcado por la bajada de los modelos diésel y ante la incertidumbre generada por los límites de emisiones impuestos desde Bruselas. El descenso más importante se registró en el canal de particulares, que cedió más de un 10%, mientras que el de alquiler avanzó un 2,1% y el de empresa solo añadió un 1,5% más de vehículos a su flota, después de cinco años consecutivos de importantes ascensos.

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



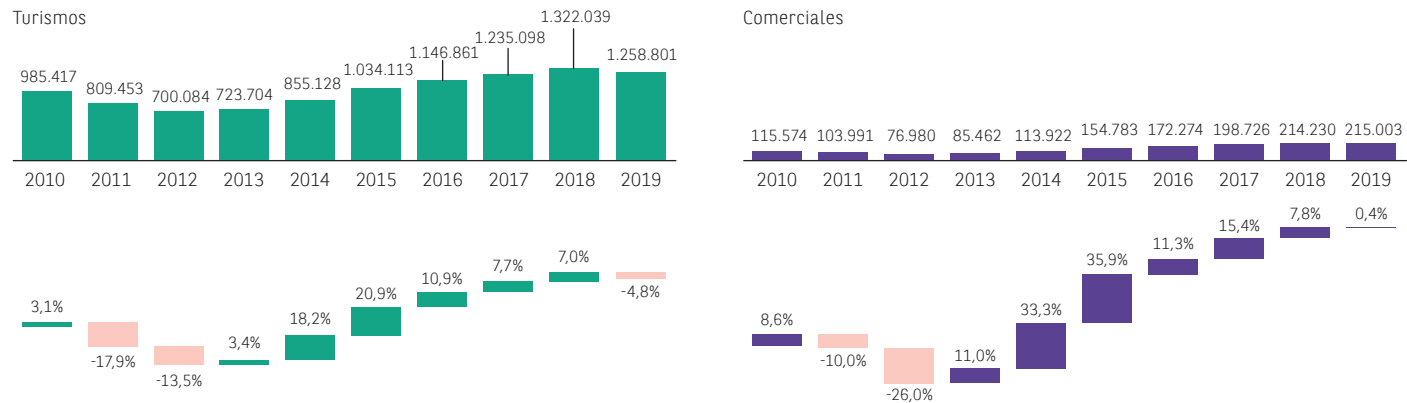
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Leasing y compra directa, con un crecimiento del 21,5% en comparación con el ejercicio precedente, y renting, que sumó casi un 11% de placas más, fueron los segmentos del canal de empresas que aumentaron las matriculaciones en 2019.

La caída más acusada correspondió a las llamadas auto matrículas y kilómetro cero, que cedieron casi un 22% en la comparación tras las destacadas subidas de los años anteriores.

El canal de exportación también creció un 2% menos después de años de ascenso.

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

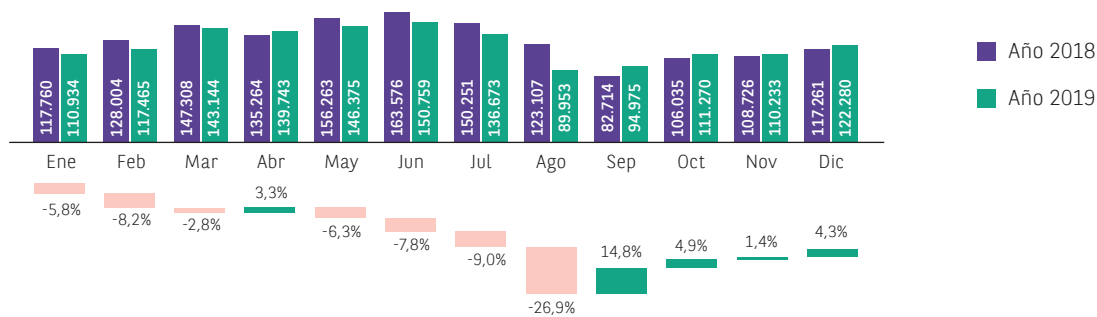


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El segmento de turismos registró una importante caída en las matriculaciones, cercana al 5% el pasado año. Los comerciales apenas añadieron un 0,4% más de placas a sus flotas.

B. Matriculaciones mensuales

Gráfico II.19. Matriculaciones mensuales 2019 y 2018 - Total Mercado
(absolutos en barras y evolución 2019 vs. 2018 en cascada)

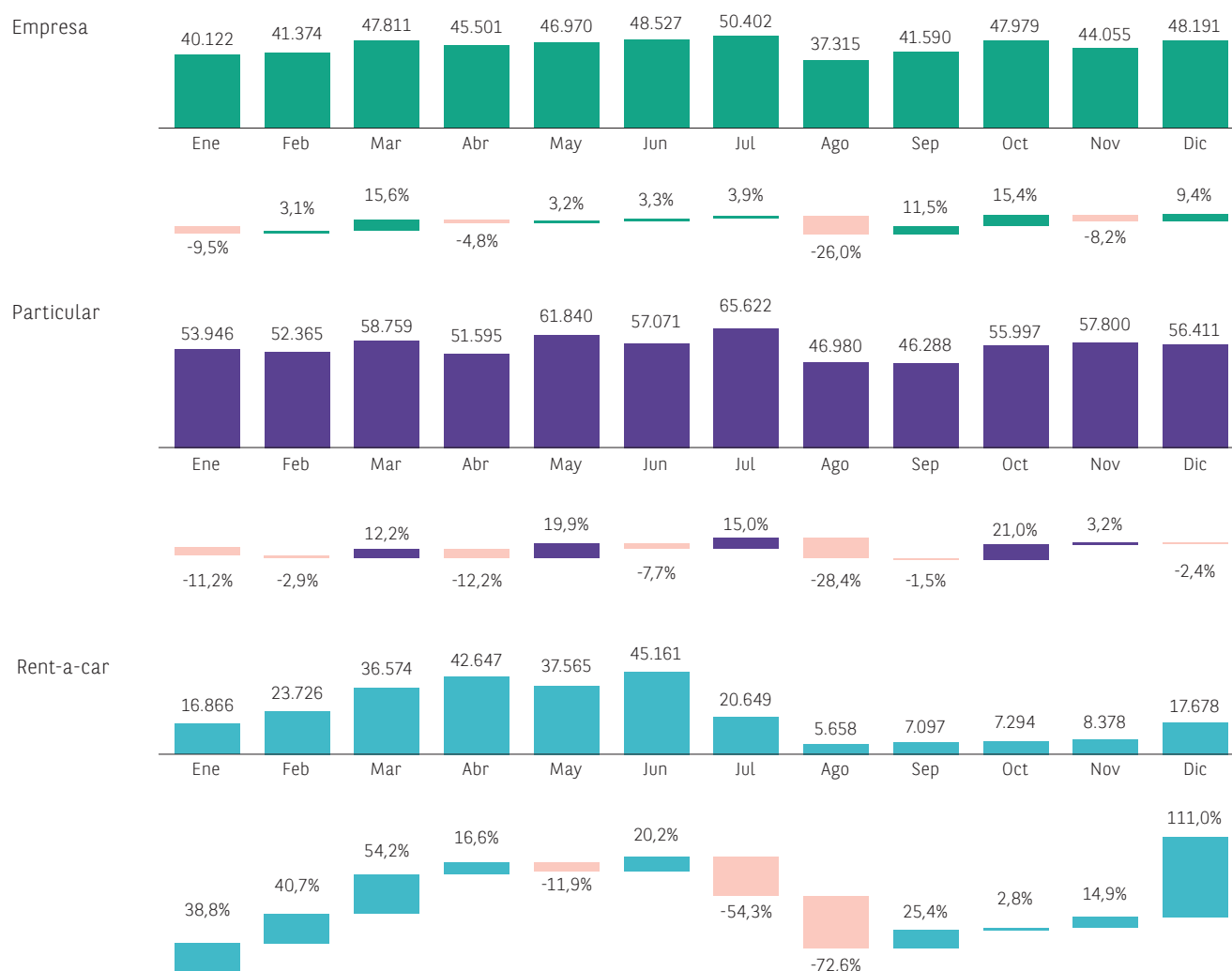


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El mercado del automóvil inició 2019 con la misma tendencia a la baja con la que había finalizado el año anterior y sumó hasta agosto siete meses consecutivos de caída, las peores cifras desde los años de la crisis, periodo que coincidió con la introducción en septiembre de 2018 del nuevo ciclo de homologación de consumos y de los test de emisiones (WLTP, por sus siglas en inglés). Abril supuso un pequeño respiro gracias al empuje de las matriculaciones de empresas y compañías de alquiler, pero el mercado no recuperó la tendencia alcista hasta septiembre, muy lastrado por la debilidad del mercado de particulares ante la incertidumbre política que vivió el país, las dudas sobre la economía y el desconcierto de los ciudadanos sobre qué coche comprar debido al cambio en las normativas.

C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución

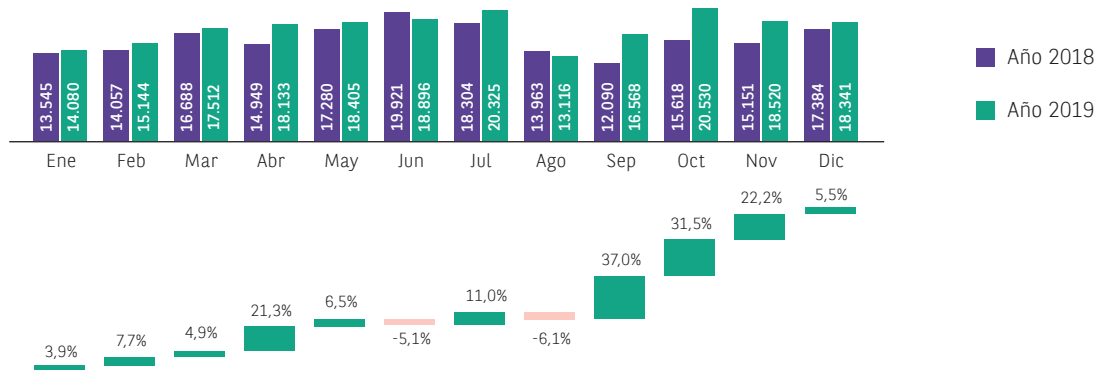
Gráfico II.20. Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2019 - Total Mercado
(absolutos en barras y evolución mensual en cascada)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El sector del alquiler de vehículos fue el que protagonizó los mayores ascensos en la primera mitad del año, en la que adelantó sus compras para el verano y, tras el parón estival, retomó el crecimiento y finalizó el año con un aumento interanual del 111% en el mes de diciembre. La debilidad del mercado de particulares lastró todo el conjunto, con ocho meses en porcentajes negativos en comparación con el ejercicio precedente, mientras que el canal de empresa vivió su mes más flojo en agosto.

Gráfico II.21. Evolución matriculaciones mensuales 2019 y 2018 - Renting
(absolutos en barras y evolución 2019 vs. 2018 en cascada)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La flota de renting sumó nuevas unidades en todos los meses de 2019 con la excepción de junio y agosto, gracias al aumento de los perfiles de usuarios de este servicio, al ganar presencia las pymes, autónomos e incluso los particulares.

D. Matriculaciones por segmento de vehículos

Tabla II.3. Matriculaciones por segmento - Total Mercado

Turismos	2019		Comerciales	2019	
	Volumen	Evol. 18-19		Volumen	Evol. 18-19
Micro	56.338	- 14,5%	Comerciales	685	-39,4%
Pequeño	250.457	- 9,6%	Derivados turismos	118.470	1,9%
Medio	227.448	- 7,6%	Microvan	512	8,0%
Medio alto	62.868	- 18,7%	(< 2 Tn.)	4.705	-0,9%
Alto	9.316	- 31,7%	(2 a < 2,7 Tn)	10.194	-17,9%
Lujo	3.439	103,1%	(2,7 a < 3,5 Tn)	34.678	6,9%
Monovolumen compacto	151.682	- 11,9%	(3,5 Tn.)	29.134	9,3%
Monovolumen estándar	20.176	- 10,3%	Pick-up	10.493	-1,9%
Deportivos	3.525	- 3,7%	Otros comerciales	6.132	-35,3%
Todo terreno bajo	365.300	6,6%	Total	215.003	+ 0,4%
Todo terreno medio	78.867	2,1%			
Todo Terreno Alto	29.280	31,4%			
Otros	105	4,0%			
Total	1.258.801	- 4,8%			

Los todoterrenos o SUV bajos repitieron como la opción de referencia para el consumidor y se mantuvieron como el segmento que más vehículos matriculó en 2019 con 365.300 unidades, un aumento del 6,6% en relación con 2018. Las unidades pequeñas mantuvieron el segundo lugar, pese a caer un 9,6% al sumar 250.457 vehículos matriculados, por delante de la gama media, que con 227.448 nuevas placas cedió un 7,6% de cuota. Destaca el importante crecimiento experimentado por el vehículo de lujo de más del 103%, gracias sobre todo al Tesla Model 3, que sumó casi la mitad de las matriculaciones.

Los vehículos comerciales aumentaron solo un 0,4% sus matriculaciones, con el segmento de derivados de turismo al frente de las preferencias con 118.470 unidades nuevas. Los automóviles de mayor tamaño se anotaron la mayor subida porcentual (9,3%).

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Tabla II.4. Matriculaciones por segmento - Canal Empresa

Turismos	2019			Comerciales	2019		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 18-19		Volumen	% sobre Total	Evol. 18-19
Micro	13.040	23,1%	-26,9%	Comerciales	669	97,7%	-39,9%
Pequeño	69.713	27,8%	7,5%	Derivados turismos	62.308	52,6%	-1,5%
Medio	80.422	35,4%	4,1%	Microvan	458	89,5%	4,1%
Medio alto	31.245	49,7%	-14,8%	(< 2 Tn.)	3.149	66,9%	-3,0%
Alto	5.645	60,6%	-30,3%	(2 a < 2,7 Tn)	5.720	56,1%	-27,5%
Lujo	1.632	47,5%	42,4%	(2,7 a < 3,5 Tn)	17.475	50,4%	4,7%
Monovolumen compacto	46.842	30,9%	-10,8%	(3,5 Tn.)	15.974	54,8%	-3,1%
Monovolumen estándar	4.381	21,7%	-17,0%	Pick-up	7.972	76,0%	-3,3%
Deportivos	1.414	40,1%	-15,7%	Otros comerciales	1.280	20,9%	-31,4%
Todo terreno bajo	110.027	30,1%	20,2%	Total	115.005	53,5%	-3,5%
Todo terreno medio	40.142	50,9%	-0,3%				
Todo terreno alto	20.254	69,2%	29,6%				
Otros	75	71,4%	5,6%				
Total	424.832	33,7%	2,9%				

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

El canal de empresa siguió los pasos del conjunto del mercado, por lo que el todoterreno o SUV bajo confirmó la tendencia ascendente de años anteriores y se situó como la opción preferida de las firmas con 110.027 unidades, en detrimento de la gama media, que quedó como segunda opción con 80.422 adquisiciones en 2019. Los modelos más pequeños registraron la mayor caída interanual (-26,9%).

Por su parte, los vehículos comerciales volvieron a situar los derivados de turismos al frente de las preferencias, al sumar 62.308 matriculaciones al parque pese a registrar un descenso del 1,5% en comparación con el año anterior. A gran distancia por número de unidades se sitúan los vehículos con capacidad de carga de entre 2,7 y 3,5 toneladas.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Tabla II.5. Matriculaciones por segmento - Canal Renting

Turismos	2019			Comerciales	2019		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 18-19		Volumen	% sobre Total	Evol. 18-19
Micro	2.264	17,4%	- 38,8%	Comerciales	482	72,0%	- 41,3%
Pequeño	26.312	37,7%	- 0,2%	Derivados turismos	26.490	42,5%	4,9%
Medio	32.301	40,2%	7,4%	Microvan	31	6,8%	82,4%
Medio alto	15.363	49,2%	- 5,1%	(< 2 Tn.)	1.057	33,6%	10,8%
Alto	2.196	38,9%	- 7,1%	(2 a < 2,7 Tn)	2.218	38,8%	- 22,4%
Lujo	420	25,7%	50,5%	(2,7 a < 3,5 Tn)	4.238	24,3%	6,5%
Monovolumen compacto	20.738	44,3%	14,2%	(3,5 Tn.)	2.894	18,1%	3,6%
Monovolumen estándar	1.127	25,7%	- 13,2%	Pick-up	1.558	19,5%	- 9,5%
Deportivos	226	16,0%	- 47,9%	Otros comerciales	334	26,1%	12,8%
Todo terreno bajo	41.945	38,1%	43,3%	Total	39.302	34,2%	1,6%
Todo terreno medio	19.166	47,7%	17,2%				
Todo terreno alto	8.210	40,5%	42,5%				
Otros	0	0,0%	--				
Total	170.268	40,1%	13,3%				

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

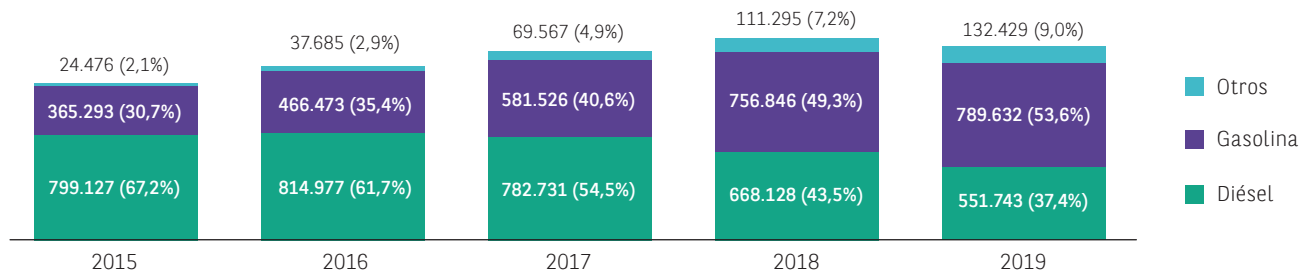
La flota de vehículos destinados al renting retomó el crecimiento y aumentó un 13,3% en comparación con 2018. De nuevo los todoterrenos bajos lideraron las preferencias, al crecer su demanda más de un 43% en comparación con el ejercicio anterior y añadir 41.945 placas. Los turismos de gama media y pequeña completaron un año más el podio de los más requeridos. Los primeros, con 32.301 unidades, crecieron un 7,4% en comparación con el ejercicio precedente, mientras que los segundos, con 26.312 ejemplares, cedieron un mínimo 0,2%.

Entre los comerciales, los derivados de turismos mantienen el puesto de privilegio y alcanzaron las 26.490 matrículas, casi un 5% más. El mayor crecimiento porcentual volvió a recaer en los microvanes, que superaron un 82,4% interanual, aunque solo sumaron 31 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

Las motorizaciones de gasolina alcanzaron por primera vez en 2019 más de la mitad de la cuota del mercado, al alcanzar el 53,6% y sumar 789.632 vehículos. El cambio de tendencia perjudicó a los modelos diésel, que se quedaron con una cuota del 37,4%, hasta los 551.743 vehículos. El resto de las opciones creció hasta el 9%.

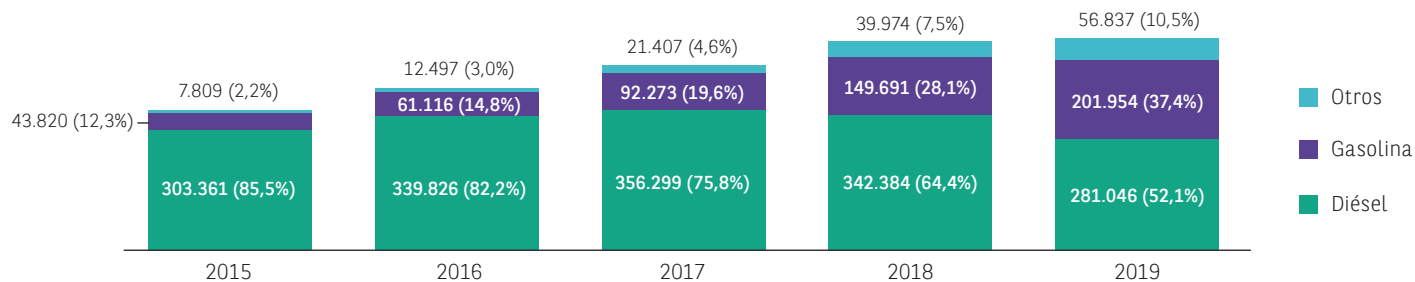
Gráfico II.23. Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado

	2015	2016	2017	2018	2019
Gasolina/Eléctrico	18.292	30.816	55.103	73.493	81.962
GLP	2.483	1.522	4.496	19.664	24.042
Diesel Mild Hybrid			2	1.067	12.514
Eléctrico	2.089	3.047	5.003	7.815	11.965
Gasolina Mild Hybrid				1.856	11.727
Gas (GNC)	394	457	1.433	4.639	7.249
Gasolina/Eléct.Enchu	778	1.470	3.218	5.508	7.046
Diésel/Eléct.Enchuf.	15	31	63	49	142
Diésel/Eléctrico	398	331	245	124	23

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La gama de vehículos eficientes consolida la combinación de la gasolina con el motor eléctrico como la opción más aceptada por el mercado y sumó casi 82.000 matriculaciones, seguido por las motorizaciones que utilizan el gas licuado del petróleo (GLP), que superaron las 24.000 placas. Destaca el importante ascenso experimentado por los vehículos híbridos, tanto en sus versiones de diésel como de gasolina, que tras su aparición en 2018 se imponen en las preferencias al coche eléctrico, pese a que también gana unidades.

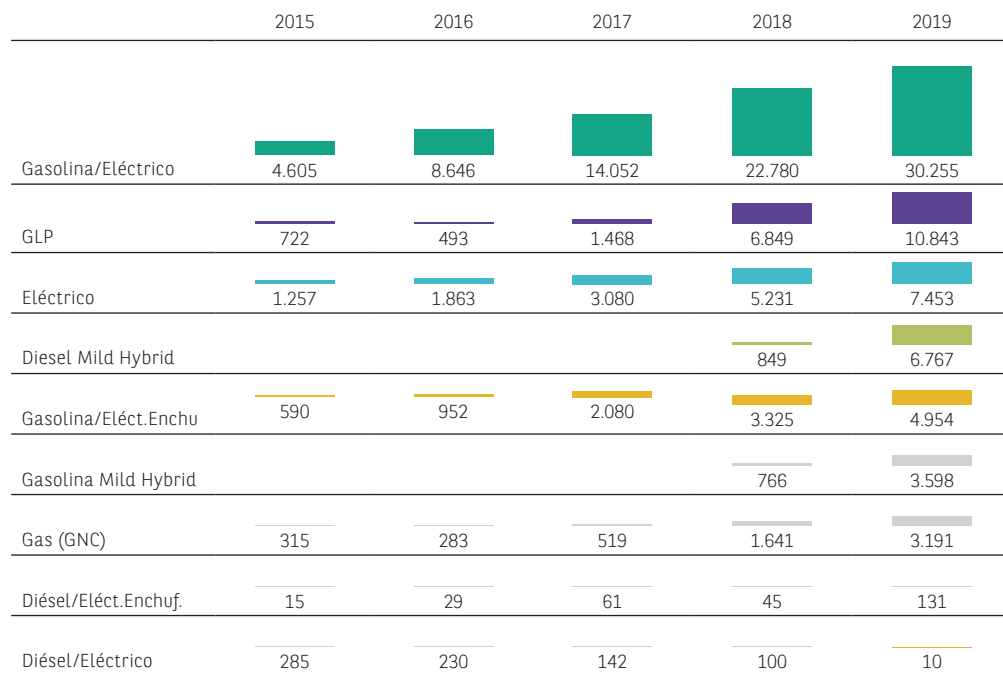
Gráfico II.24. Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

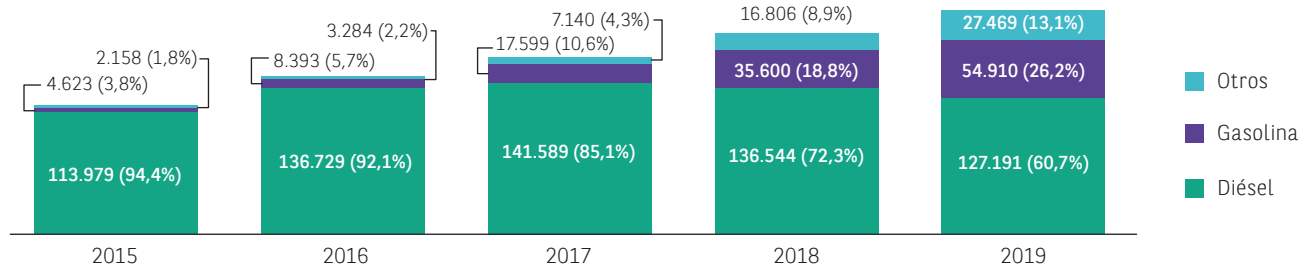
El diésel sigue como la opción más utilizada en el canal de empresa, pero acentúa su caída y ya solo supera por poco la mitad de las matriculaciones para sumar 281.046 vehículos, mientras que las de gasolina ya suponen el 37,4% del total y sobrepasan las 200.000 unidades. El resto de combustibles alcanzan el 10,5% de las nuevas matriculaciones.

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



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El número de vehículos eficientes presente en el canal de empresa sigue aumentando, con la combinación de gasolina y motor eléctrico al frente de las preferencias con más de 30.000 matriculaciones, seguida por la de gasolina y gas, que superaron las 10.000 nuevas unidades. El coche eléctrico añadió más de 7.400 vehículos a los adquiridos en el año 2018, aunque los híbridos que utilizan diésel ganan cuota rápidamente.

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

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El diésel mantiene el liderazgo en el canal de renting, pero continúa con la paulatina pérdida de peso iniciada en el último lustro. Este combustible estuvo presente en el 60,7% del total de vehículos adquiridos en 2019 y perdió 11,6 puntos porcentuales en relación al año anterior. Mientras, la gasolina mantiene la senda alcista de los años precedentes y su porcentaje supera el 26,2% del total de este segmento. El resto de modalidades alcanzó las 27.469 unidades.

Gráfico II.27. Evolución matriculaciones otros combustibles – Renting

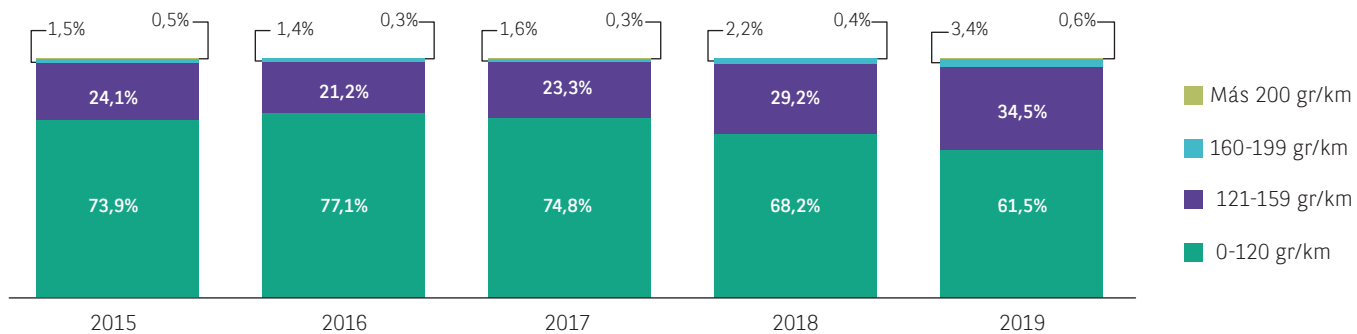
	2015	2016	2017	2018	2019
Gasolina/Eléctrico	1.123	2.024	4.808	11.366	16.003
GLP	371	125		1.270	4.357
Diésel Mild Hybrid				321	3.429
Gasolina/Eléct.Enchu	134	371	786	1.586	2.840
Eléctrico	255	550	963	1.665	2.730
Gas (GNC)	166	115	115	807	1.497
Gasolina Mild Hybrid				300	1.113
Diésel/Eléct.Enchuf.	7	9	20	31	36
Diésel/Eléctrico	101	90	29	81	6

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Al igual que en el canal de empresa, el renting aumentó la adquisición de vehículos que se mueven por medio de combustibles alternativos en 2019. La combinación de electricidad y gasolina vuelve a ser la más demandada y superó las 16.000 matriculaciones. Las nuevas modalidades que utilizan el gas licuado y los modelos híbridos suben puestos en las preferencias en detrimento de los eléctricos.

F. Matriculaciones por emisiones de CO₂

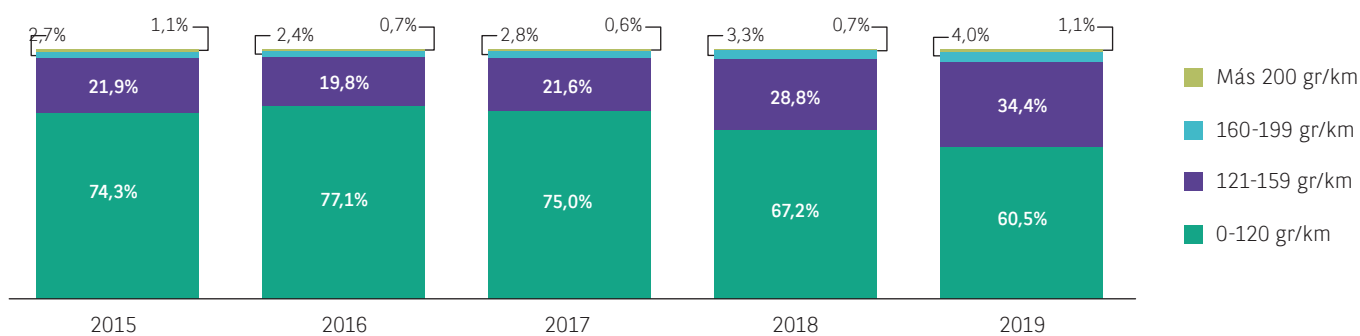
Gráfico II.28. Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

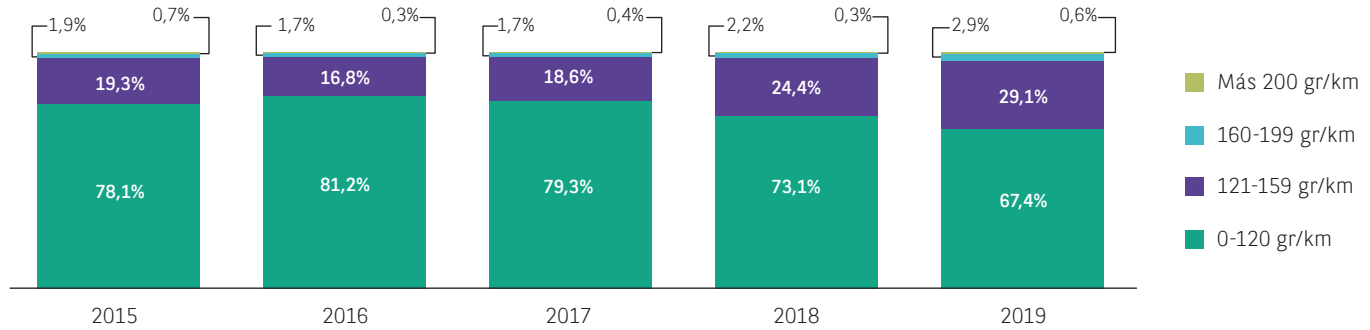
La matriculación de vehículos que reducen las emisiones de dióxido de carbono se mantienen como las mayoritarias, pero volvieron a perder cuota en relación con el ejercicio precedente. El 61,5% del total de las matriculaciones de turismos pertenece a vehículos con emisiones entre cero y 120 gr/km, mientras que los que emiten entre 121 y 159 gr/km a la atmósfera aumentaron su cuota hasta el 34,5%.

Gráfico II.29. Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ - Canal Empresa



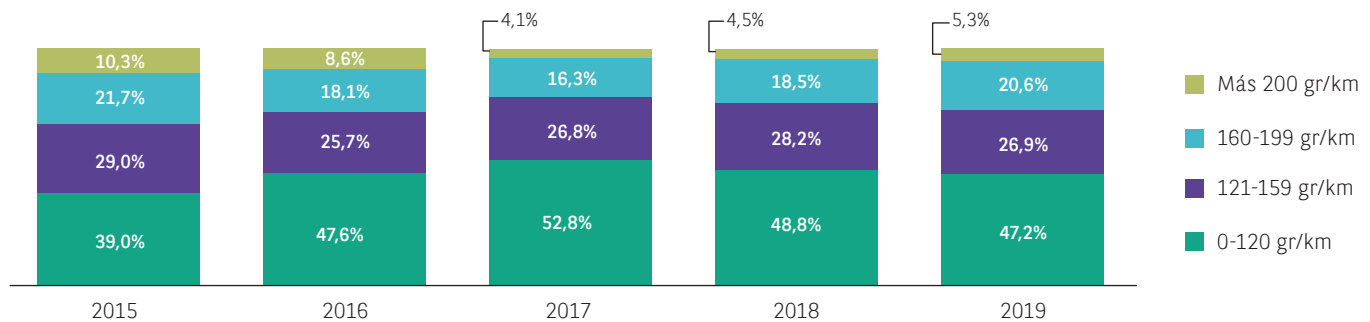
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El peso de los vehículos menos contaminantes, al igual que en el total del mercado, cedió terreno y se situó en el 60,5% mientras que creció el porcentaje (34,4%) de los que emiten entre 121 y 159 gr/km de dióxido de carbono. La incorporación de unidades de los tramos más contaminantes creció ligeramente, pero apenas supone el 5% del total.

Gráfico II.30. Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO₂ – Renting

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

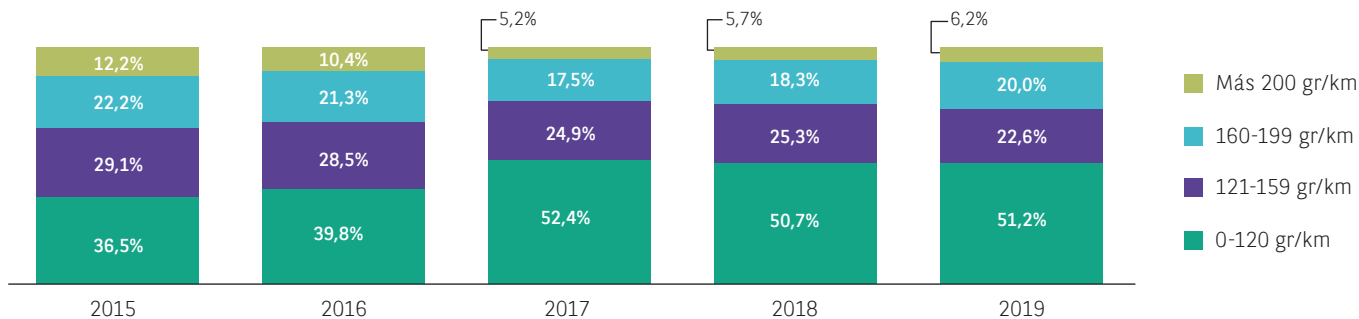
El sector del renting supera en porcentaje de vehículos con menores emisiones al resto de canales (67,4%), aunque las unidades situadas en el rango menos lesivo para el medio ambiente descendieron casi seis puntos porcentuales frente a las registradas en 2018. Las que emiten entre 121 y 159 gramos por kilómetro se quedaron con el 29% de las nuevas placas.

Gráfico II.31. Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ – Total Mercado

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los comerciales continúan la renovación de la flota por medio de la adquisición de unidades menos contaminantes, que sumaron más del 47% del total, mientras que otro 27% emite por debajo de los 159 gr/km. La compra de modelos menos respetuosos con el medio ambiente alcanzó casi el 26% del total.

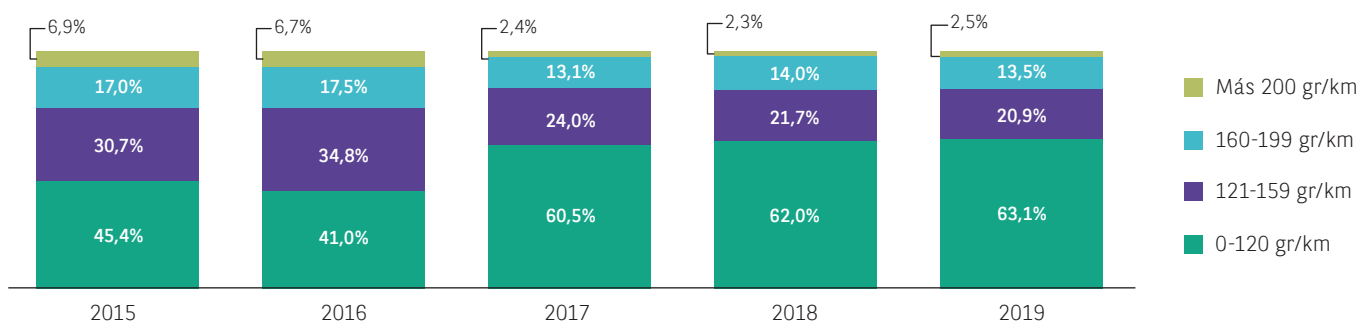
Gráfico II.32. Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ – Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el canal empresa, las matriculaciones de comerciales del rango más ecológico volvieron a superar la mitad de la flota, mientras que las adquisiciones de vehículos con emisiones entre 121 y 159 gr/km alcanzaron el 22,6% del total. Los modelos más contaminantes superaron el 26%.

Gráfico II.33. Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO₂ – Renting

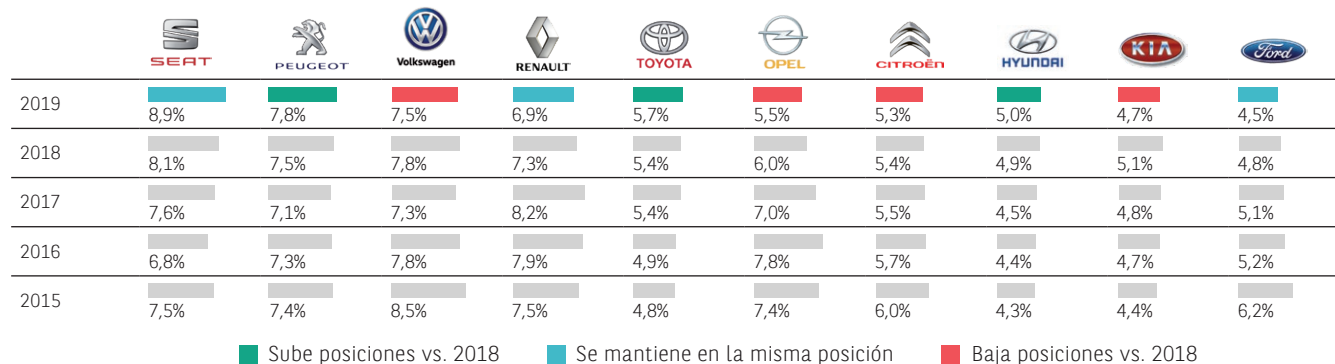


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El canal del renting se situó como el más respetuoso con el medio ambiente, ya que más del 63% de sus adquisiciones se situaron en el rango menos contaminante, mientras que casi otro 21% se enmarcó en el siguiente tramo de los que menos emisiones producen.

G. Matriculaciones por marca del fabricante

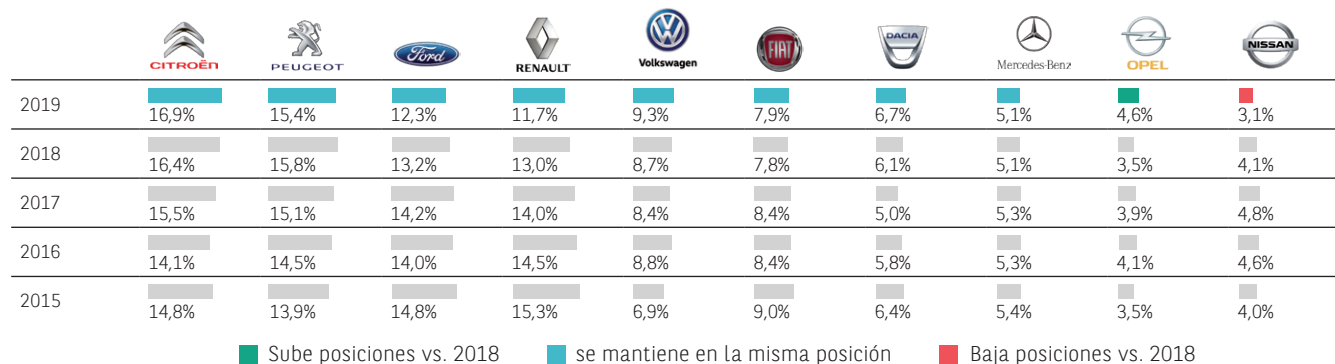
Gráfico II.34. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Seat se mantuvo en 2019 en la primera posición por ventas de turismos en España con una cuota de mercado del 8,9%, mientras que Peugeot (7,8%) y Volkswagen (7,5%) intercambiaron sus puestos y porcentajes en relación al ejercicio precedente. Renault vuelve a situarse en el cuarto lugar pese a que volvió a ceder algo de cuota, mientras que Toyota (5,7%) superó a Opel (5,5%), que perdió medio punto porcentual. El resto de marcas se movieron en términos parecidos al año anterior.

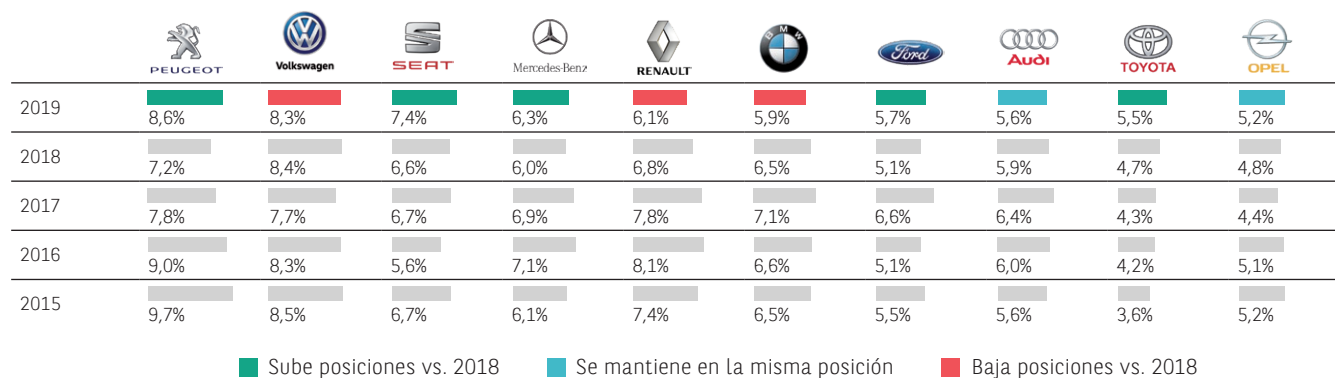
Gráfico II.35. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las ocho primeras marcas repitieron posición en el mercado de matriculaciones de comerciales. De esta forma, Citroën se mantiene al frente de las preferencias y mejora su cuota de mercado medio punto porcentual, hasta el 16,9%, seguido de Peugeot (15,4%), que cede algo y Ford (12,3%), que pierde casi un punto porcentual. Renault repite en el cuarto lugar, aunque mantiene la progresiva pérdida de cuota iniciada en 2016 y se sitúa por debajo del 12%, secundado por Volkswagen (8,7%) que volvió a mejorar unas décimas las ventas.

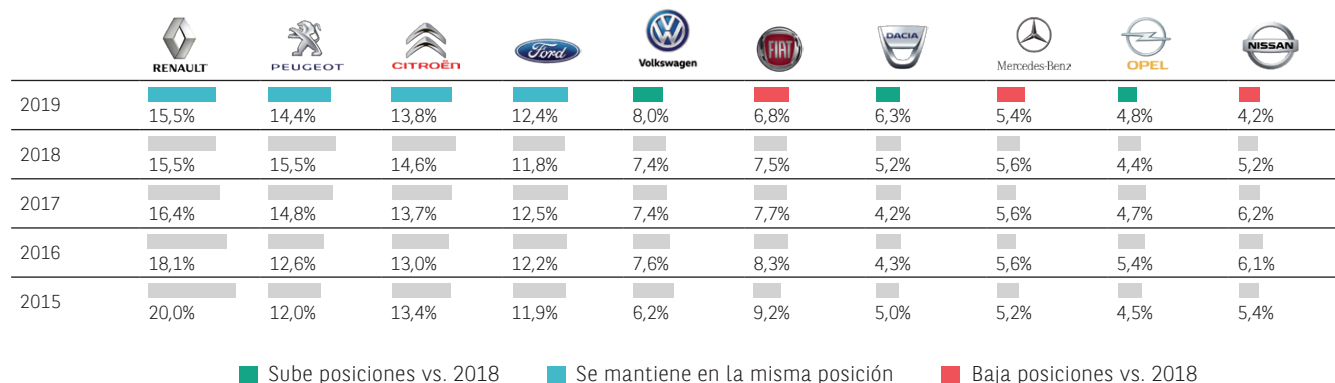
Gráfico II.36. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En lo que respecta a los turismos, Peugeot rompió la tendencia descendente de los últimos ejercicios y volvió a la primera posición con el 8,6% de cuota de mercado, posición que arrebató a Volkswagen (8,3%), aunque esta última apenas cede cuota. Seat (7,4%) mantuvo el ascenso apuntado en los años previos y se situó en cuarta posición por delante de Mercedes (6,3%), mientras que Renault y Volkswagen acrecentaron sus caídas.

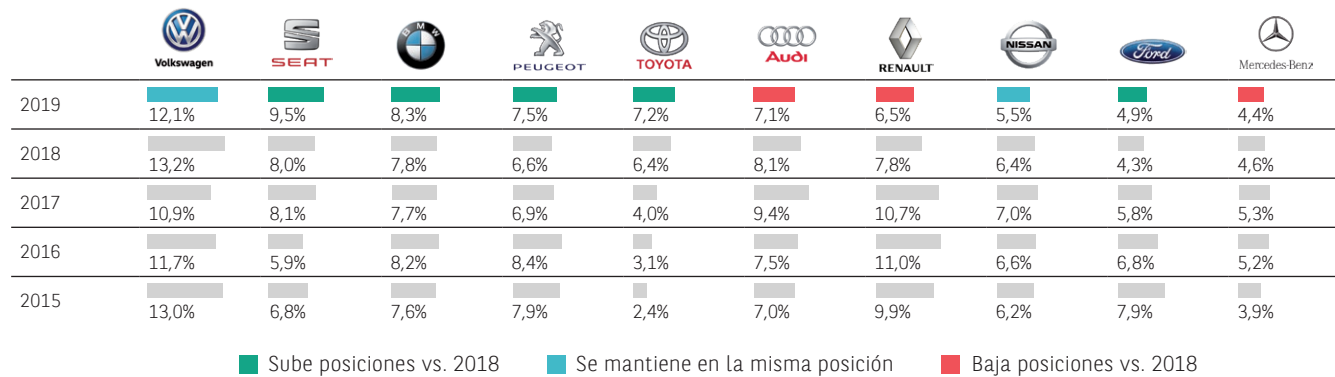
Gráfico II.37. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Las cuatro primeras posiciones por número de nuevas matriculaciones en comerciales corporativos no sufrieron cambios el pasado ejercicio en comparación con 2018. Aquí Renault se mantuvo fuerte y no cedió cuota (15,5%), al contrario que Peugeot (14,4%) y Citroën (13,8%), mientras que Ford (12,4%) arañó más de medio punto porcentual. Volkswagen (8%) recuperó terreno con respecto a Fiat (6,8%).

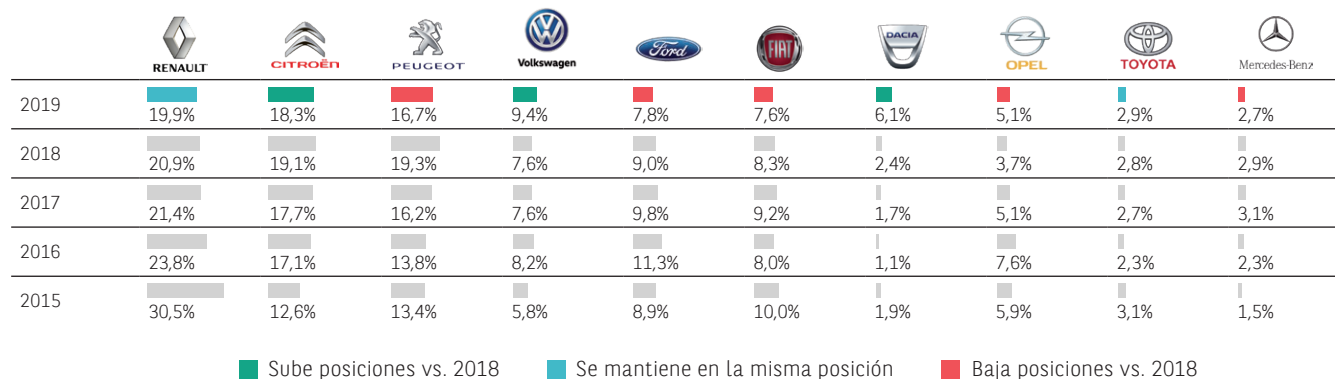
Gráfico II.38. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Renting



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

En el sector del renting, Volkswagen sigue un ejercicio más al frente de las preferencias de las compañías y superó el 12% de cuota pese a ceder casi un punto porcentual. Seat (9,5%), BMW (8,3%) Peugeot (7,5%) y Toyota (7,2%) subieron en el orden en relación con el ejercicio anterior, mientras que Audi (7,1%) y Renault (6,5%) perdieron posiciones, seguidas por Nissan (5,5%). Ford (4,9%) y Mercedes (4,4%) intercambiaron posiciones.

Gráfico II.39. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Renting



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Respecto a los comerciales, el sector del renting mantiene la confianza en Renault (19,9%) que poco a poco sigue con la pérdida de cuota iniciada en 2015. Citroën (18,3%) recuperó el segundo puesto en perjuicio de Peugeot (16,7%) y Volkswagen (9,4%) ascendió a la cuarta posición. Las seis primeras marcas cedieron cuota de mercado y destaca el crecimiento de Dacia (6,1%), que junto con Opel y Toyota se anotan ascensos.

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

Top 10 Modelos Turismos 2019 -
TOTAL MERCADO

	2019	
	Volumen	Cuota de mercado
SEAT Leon	35.846	2,8%
Dacia Sandero	33.881	2,7%
Nissan Qashqai	30.162	2,4%
Renault Clio	25.538	2,0%
SEAT Arona	25.130	2,0%
SEAT Ibiza	25.122	2,0%
Peugeot 3008	23.328	1,9%
Volkswagen Golf	22.711	1,8%
Opel Corsa	22.352	1,8%
Citroën C3	21.657	1,7%
Total turismo	1.258.801	

Top 10 Modelos Turismos 2019 -
CANAL EMPRESA

	2019	
	Volumen	Cuota de mercado
Nissan Qashqai	13.045	3,1%
SEAT Leon	11.375	2,7%
Peugeot 308	8.816	2,1%
Renault Clio	8.622	2,0%
Peugeot 3008	8.421	2,0%
Opel Corsa	7.963	1,9%
Ford Kuga	7.902	1,9%
Volkswagen Golf	7.633	1,8%
SEAT Arona	7.464	1,8%
Peugeot 208	7.352	1,7%
Total turismo	424.832	

Top 10 Modelos Turismos 2019 -
RENTING

	2019	
	Volumen	Cuota de mercado
Nissan Qashqai	7.507	4,4%
SEAT Leon	6.279	3,7%
Renault Clio	5.237	3,1%
Volkswagen Golf	5.036	3,0%
Toyota C-HR	4.901	2,9%
SEAT Arona	4.798	2,8%
Peugeot 3008	4.079	2,4%
Volkswagen Polo	3.571	2,1%
BMW X1	3.255	1,9%
Volkswagen Tiguan	3.092	1,8%
Total turismo	170.268	

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El Seat León, con 35.846 unidades se sitúa un año más al frente de los turismos más vendidos, seguido cada vez más de cerca por el Dacia Sandero y el Nissan Qashqai, ambos modelos por encima de las 30.000 unidades. El Renault Clio, con 25.538 nuevas matriculaciones se sitúa a mayor distancia, secundado por el Seat Arona, que supera a su vez a su compañero de marca Ibiza, que abandona los puestos de privilegio que había ocupado durante los últimos años.

En el canal de empresa, el Nissan Qashqai se consolida a la cabeza de las preferencias con un 3,1% de cuota de mercado por delante del Seat León (2,7%). El modelo japonés también repitió como el más demandado por el sector del renting en 2019 y sumó 7.507 unidades y alcanzó el 4,4% de cuota en este canal, por delante del Seat León (3,7%) y el Renault Clio (3,1%).

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

Top 10 Modelos Comerciales 2019 -
TOTAL MERCADO

	2019	
	Volumen	Cuota de mercado
Citroën Berlingo	26.018	12,1%
Peugeot Rifter	19.402	9,0%
Renault Kangoo	14.796	6,9%
Dacia Dokker	14.498	6,7%
Volkswagen Caddy	8.918	4,1%
Fiat Ducato	7.188	3,3%
Opel Combo	6.909	3,2%
Ford Tourneo Courier	6.174	2,9%
Renault Trafic	6.089	2,8%
Peugeot Partner	5.071	2,4%
Total comercial	215.003	

Top 10 Modelos Comerciales 2019 -
CANAL EMPRESA

	2019	
	Volumen	Cuota de mercado
Renault Kangoo	11.862	10,3%
Citroën Berlingo	11.285	9,8%
Dacia Dokker	7.272	6,3%
Peugeot Rifter	7.234	6,3%
Peugeot Partner	4.618	4,0%
Volkswagen Caddy	4.262	3,7%
Opel Combo	3.549	3,1%
Renault Trafic	3.275	2,8%
Ford Transit Courier	3.136	2,7%
Toyota Hi Lux	2.899	2,5%
Total comercial	115.005	

Top 10 Modelos Comerciales 2019 -
RENTING

	2019	
	Volumen	Cuota de mercado
Renault Kangoo	6.411	16,3%
Citroën Berlingo	5.583	14,2%
Dacia Dokker	2.402	6,1%
Peugeot Partner	2.401	6,1%
Peugeot Rifter	2.400	6,1%
Volkswagen Caddy	2.086	5,3%
Fiat Fiorino	1.581	4,0%
Opel Combo	1.490	3,8%
Ford Transit Courier	1.049	2,7%
Peugeot Expert	957	2,4%
Total comercial	39.302	

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Respecto a los vehículos comerciales, el Citroën Berlingo repite por tercer año consecutivo como el más solicitado al sumar 26.018 unidades, por delante del Peugeot Rifter, que se sitúa por primera vez entre los principales elegidos con 19.402 placas. La tercera opción más valorada volvió a ser el Renault Kangoo (14.796). Destaca el descenso del Peugeot Partner hasta la décima posición tras una década en las posiciones de privilegio.

En lo referente a las preferencias empresariales, el Renault Kangoo volvió a ser el más solicitado (11.862 unidades) en 2019, seguido del Citroën Berlingo (11.285) y el Dacia Dokker (7.272), al que el Peugeot Rifter (7.234) le pisa los talones, ambos con el 6,3% de cuota.

En el caso de los comerciales del sector renting el Renault Kangoo también repitió como el modelo más solicitado (6.411) y mantuvo la misma cuota de mercado (16,3%) del ejercicio anterior. El Citroën Berlingo permaneció en la segunda posición de este segmento con 5.583 unidades matriculadas, mientras que el Dacia Dokker (2.402) arrebató el tercer lugar al Peugeot Partner por una sola unidad, la misma distancia con la que antecedió a su compañero de marca Rifter.



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

ALEMANIA

Ratio MTN/1k hab.: 43,50
Población actual: 82.928k
Total MTN: 3.607.258
Previsión 2020 MTN 3.362.126

AUSTRIA

Ratio MTN/1k hab.: 37,23
Población actual: 8.847k
Total MTN: 329.363
Previsión 2020 MTN 332.605

BÉLGICA

Ratio MTN/1k hab.: 48,15
Población actual: 11.422k
Total MTN: 550.003
Previsión 2020 MTN 529.319

DINAMARCA

Ratio MTN/1k hab.: 39,05
Población actual: 5.797k
Total MTN: 226.394
Previsión 2020 MTN 217.954

FINLANDIA

Ratio MTN/1k hab.: 20,70
Población actual: 5.518k
Total MTN: 114.250
Previsión 2020 MTN 114.729

FRANCIA

Ratio MTN/1k hab.: 32,97
Población actual: 66.987k
Total MTN: 2.208.560
Previsión 2020 MTN 2.108.333

ITALIA

Ratio MTN/1k hab.: 31,84
Población actual: 60.431k
Total MTN: 1.924.158
Previsión 2020 MTN 1.879.116

PAISES BAJOS

Ratio MTN/1k hab.: 25,89
Población actual: 17.231k
Total MTN: 446.114
Previsión 2020 MTN 431.970

NORUEGA

Ratio MTN/1k hab.: 26,79
Población actual: 5.314k
Total MTN: 142.381
Previsión 2020 MTN 175.602

POLONIA

Ratio MTN/1k hab.: 14,63
Población actual: 37.979k
Total MTN: 555.608
Previsión 2020 MTN 539.001

PORTUGAL

Ratio MTN/1k hab.: 21,77
Población actual: 10.282k
Total MTN: 223.799
Previsión 2020 MTN 217.051

SUECIA

Ratio MTN/1k hab.: 34,97
Población actual: 10.183k
Total MTN: 356.063
Previsión 2020 MTN 327.732

SUIZA

Ratio MTN/1k hab.: 37,10
Población actual: 8.517k
Total MTN: 315.939
Previsión 2020 MTN 301.758

REINO UNIDO

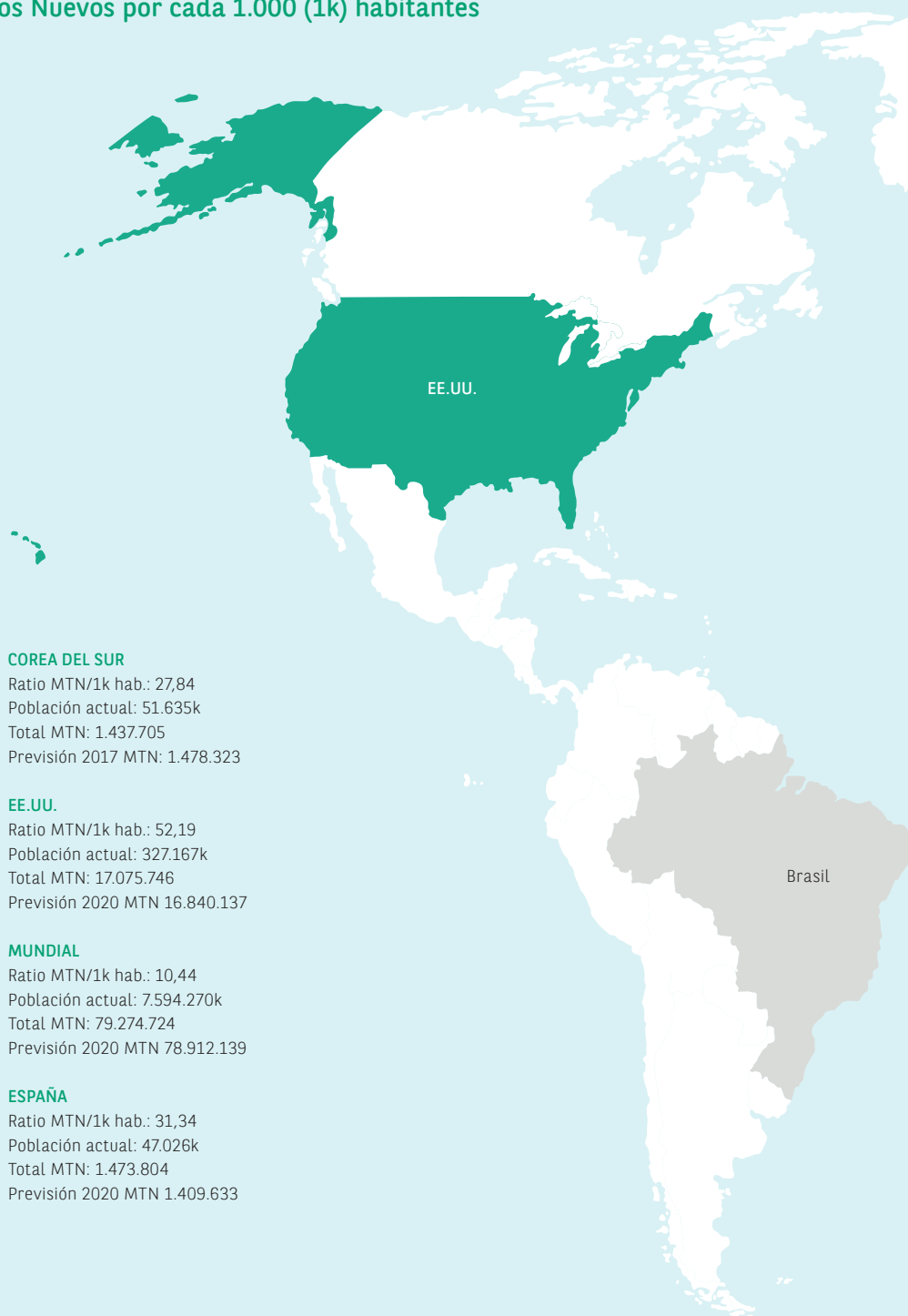
Ratio MTN/1k hab.: 34,76
Población actual: 66.489k
Total MTN: 2.311.140
Previsión 2020 MTN 2.216.564

BRASIL

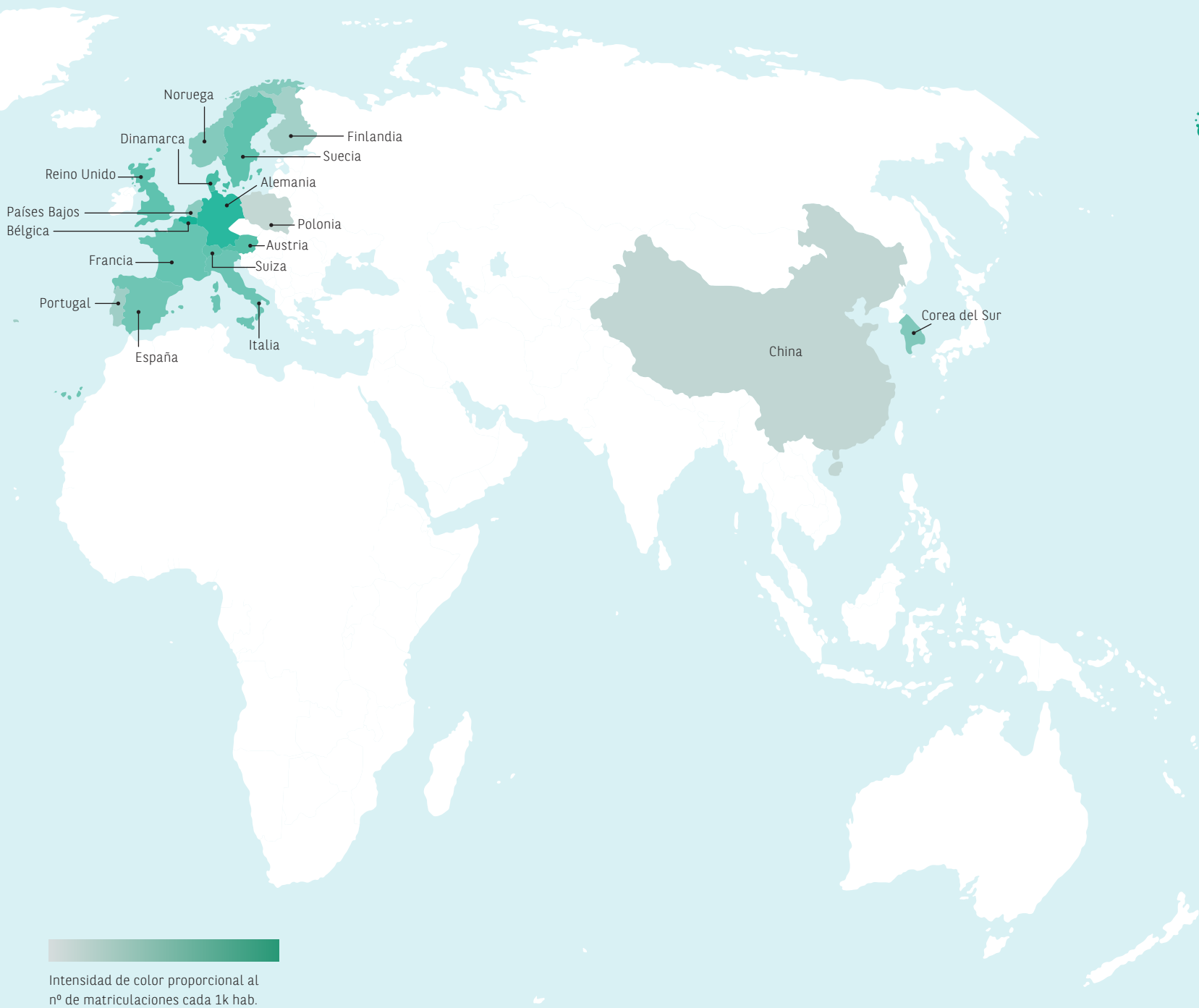
Ratio MTN/1k hab.: 10,80
Población actual: 209.469k
Total MTN: 2.261.267
Previsión 2017 MTN: 2.794.639

CHINA

Ratio MTN/1k hab.: 15,12
Población actual: 1.392.730k
Total MTN: 21.057.738
Previsión 2020 MTN 20.283.396



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



I. 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	19.513	17.236	2.277
Álava	7.999	6.566	1.433
Albacete	7.626	6.807	819
Alicante	69.145	61.512	7.633
Almería	13.822	11.225	2.597
Asturias	21.322	18.565	2.757
Ávila	2.609	2.224	385
Badajoz	10.585	9.346	1.239
Barcelona	154.149	133.126	21.023
Burgos	7.015	5.901	1.114
Cáceres	5.722	4.762	960
Cádiz	24.229	21.394	2.835
Cantabria	11.864	10.178	1.686
Castellón	23.012	19.986	3.026
Ceuta	1.289	1.156	133
Ciudad Real	7.640	6.529	1.111
Córdoba	12.759	10.906	1.853
Cuenca	2.814	2.345	469
Girona	20.666	16.922	3.744
Granada	15.235	12.946	2.289
Guadalajara	4.813	4.201	612
Guipúzcoa	16.247	12.931	3.316
Huelva	8.252	7.262	990
Huesca	5.326	4.181	1.145
Islas Baleares	35.920	30.007	5.913
Jaén	8.882	7.600	1.282

Matriculaciones de VN Turismos cada 1k hab.

Provincia	Total	Turismos	Comerciales
La Rioja	5.902	4.837	1.065
Las Palmas	43.237	35.472	7.765
León	7.728	6.582	1.146
Lleida	10.148	7.952	2.196
Lugo	6.194	5.271	923
Madrid	542.931	463.484	79.447
Málaga	36.605	31.864	4.741
Melilla	1.372	1.302	70
Murcia	35.692	29.966	5.726
Navarra	14.671	11.450	3.221
Ourense	5.258	4.611	647
Palencia	2.499	2.092	407
Pontevedra	15.012	13.138	1.874
Salamanca	4.924	4.220	704
Santa Cruz de Tenerife	28.565	23.055	5.510
Segovia	2.614	2.239	375
Sevilla	34.273	30.435	3.838
Soria	1.633	1.289	344
Tarragona	18.691	15.477	3.214
Teruel	2.355	1.893	462
Toledo	21.333	17.899	3.434
Valencia	56.627	49.388	7.239
Valladolid	9.637	8.606	1.031
Vizcaya	24.464	20.270	4.194
Zamora	2.408	2.030	378
Zaragoza	20.576	18.165	2.411
Total Matriculaciones	1.473.804	1.258.801	215.003

Total España

Nº de habitantes 47.026.208

Matriculaciones de VN turismos 1.258.801

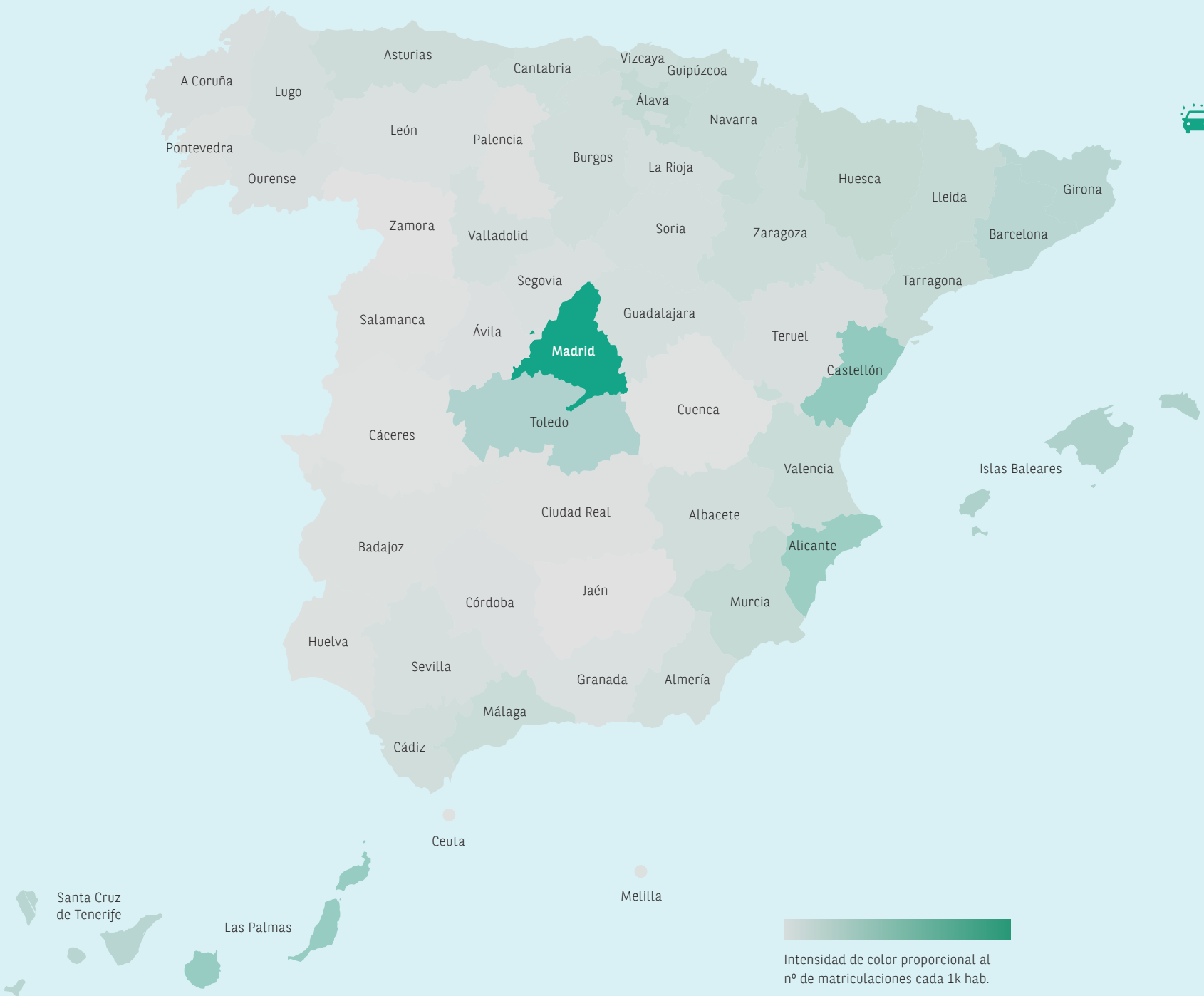
Matriculaciones de VN comerciales 215.003

Matriculaciones totales de VN 1.473.804

Ratio Matriculaciones VN turismos cada 1k hab. **26,77**

Ratio Matriculaciones VN comerciales cada 1k hab. **4,57**

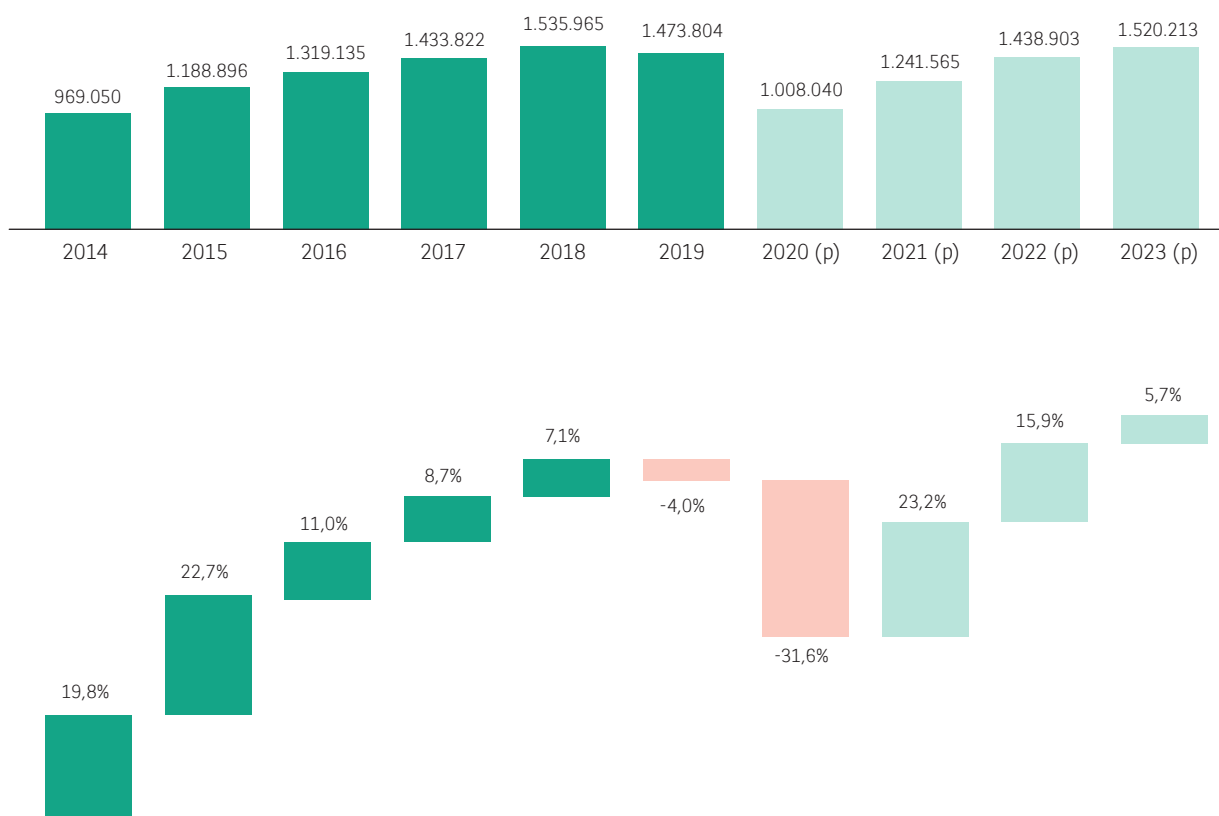
Ratio Matriculaciones VN total cada 1k hab. **31,34**



III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES

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

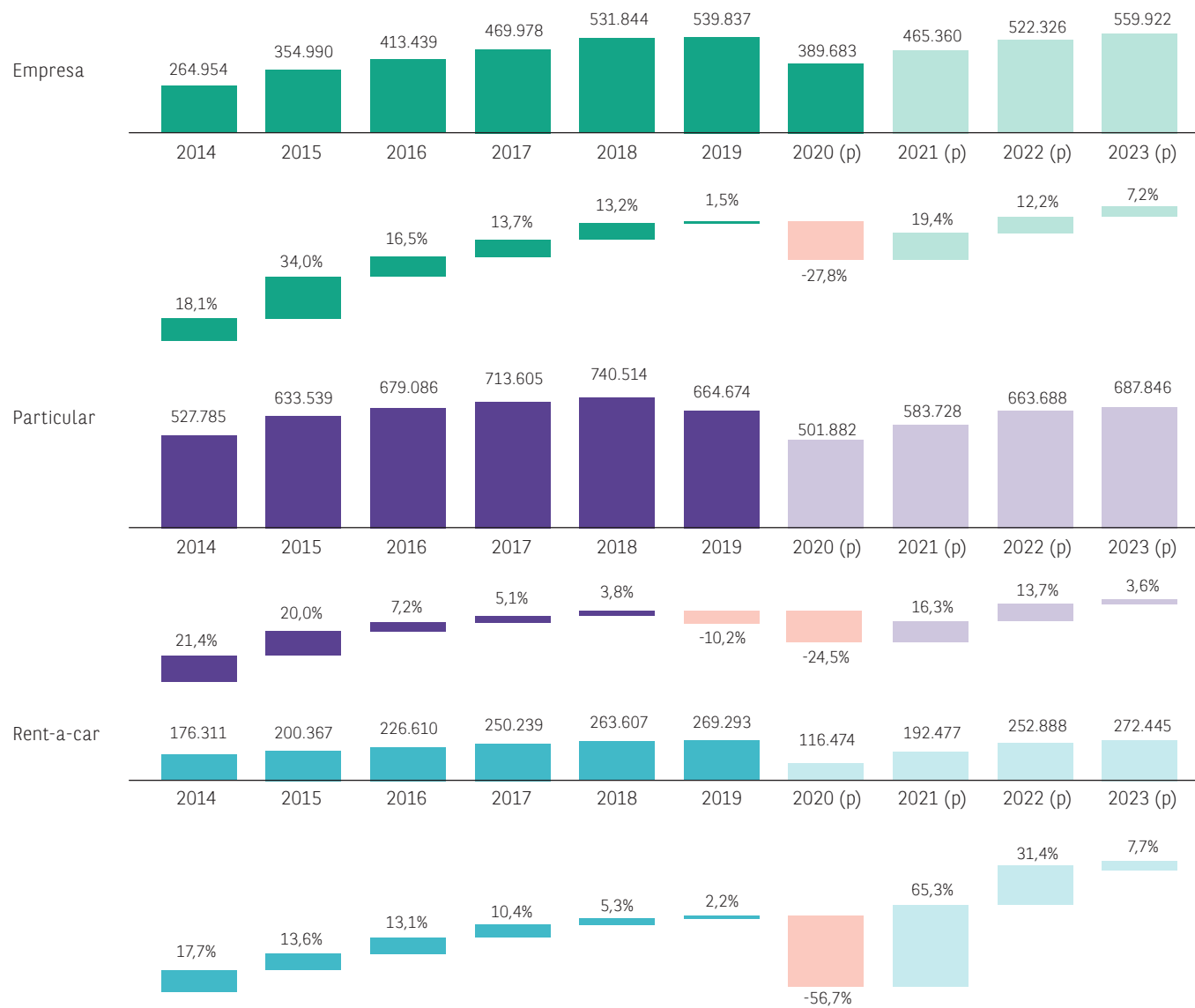
Gráfico II.40. Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + Comerciales)
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT y previsiones MSI

Las previsiones de nuevas matriculaciones para 2020 no apuntaban hacia un escenario positivo después de la caída del 4% registrada en 2019, pero los peores augurios se han visto sobrepasados por el parón en la producción y ventas motivado por la crisis del Covid-19. La evolución de la pandemia y la rapidez en su erradicación marcará el desarrollo del sector del motor en los próximos años, aunque se espera una caída de las ventas por encima del 31% en 2020, que se irá reduciendo en los siguientes ejercicios.

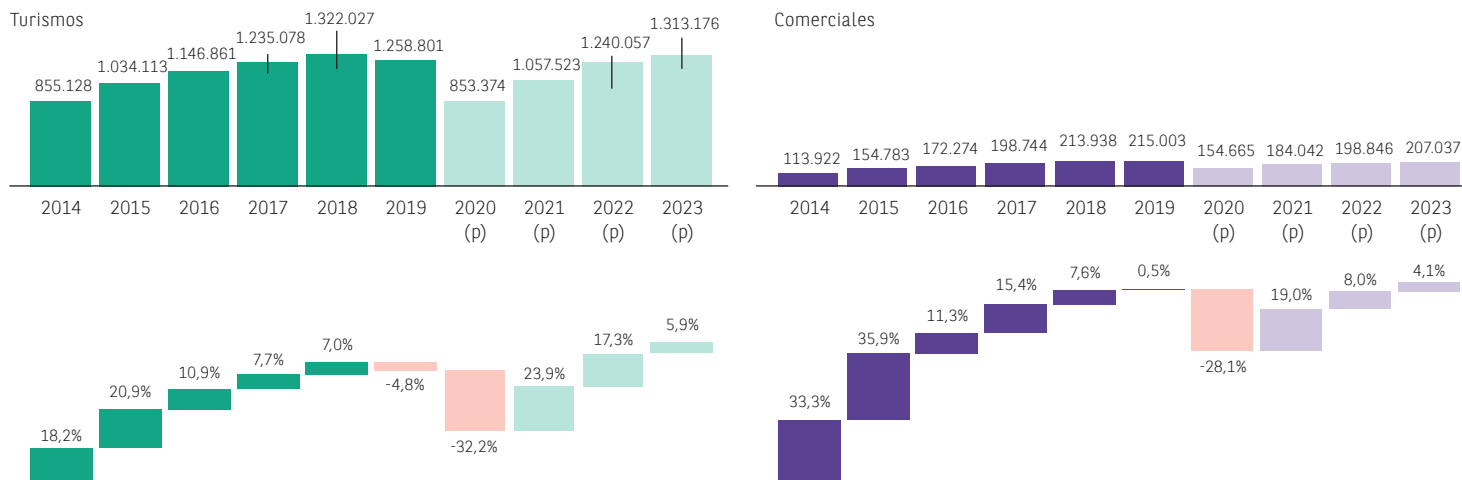
Gráfico II.41. Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado
(absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT y previsiones MSI

La reducción de la movilidad, las restricciones al tráfico en las grandes ciudades y la incertidumbre ante las nuevas leyes medioambientales han restado atractivo al vehículo para el consumidor particular. Esta situación se verá agravada por la crisis del Covid-19, que provocará importantes caídas de las matriculaciones en todos los canales en 2020, en especial en el de alquiler, que cederá un 56,7%, mientras que el canal de empresa descenderá casi un 28% seguido por un 24,5% de caída en el de particulares.

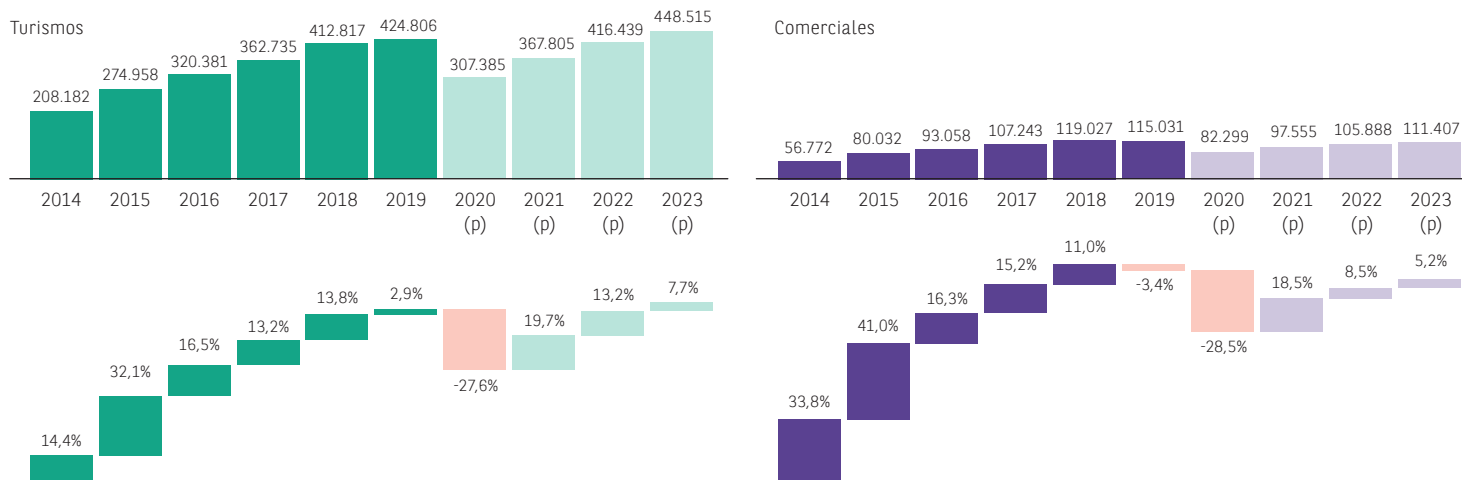
Gráfico II.42. Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Total Mercado (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT y previsiones MSI

Las caídas en las matriculaciones afectarán en mayor porcentaje a los turismos, que se anotarán un retroceso por encima del 32% en 2020, mientras que los comerciales se dejarán algo más del 28%. Los turismos se mantendrán en negativo en los próximos ejercicios y los comerciales recuperarán los porcentajes positivos en 2022.

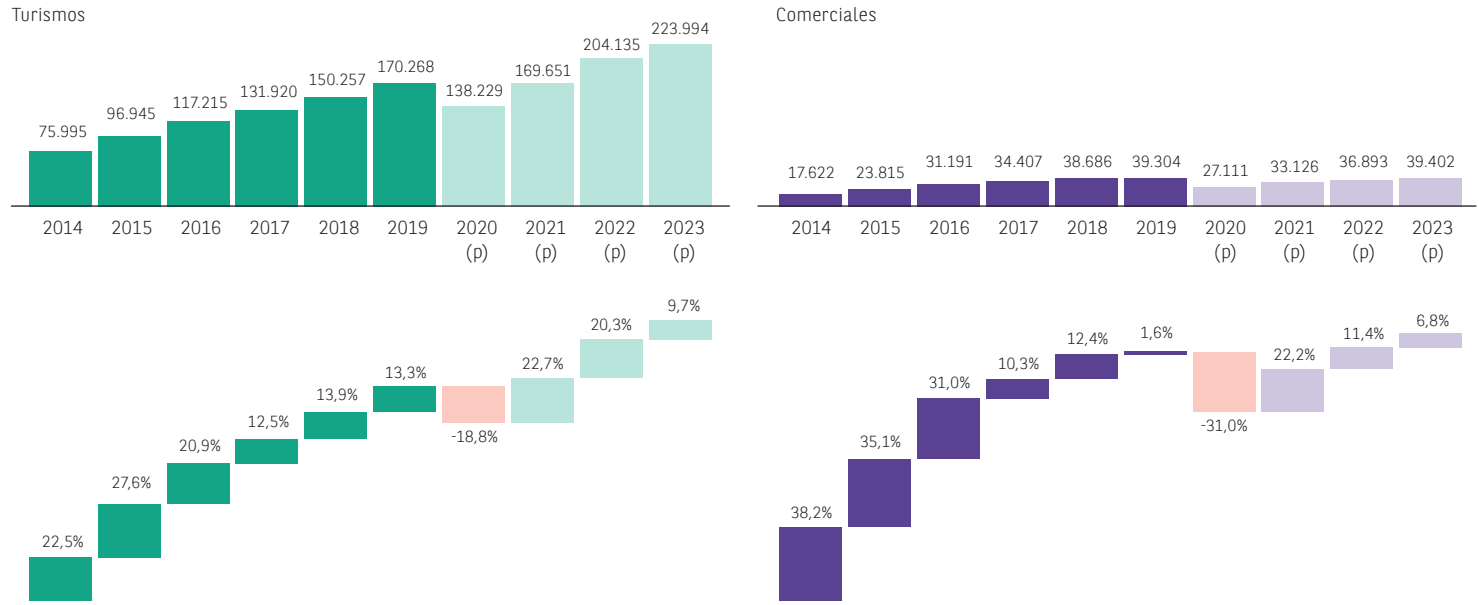
Gráfico II.43. Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT y previsiones MSI

En el canal de empresa se prevé que la crisis del Covid-19 provoque un fuerte descenso en las matriculaciones de turismos en 2020 suspendiendo la racha ascendente de los últimos años, mientras que en el caso de los comerciales se multiplicará hasta el 28,5% la caída iniciada en 2019. Ambos segmentos volverán a crecer a partir de 2021.

Gráfico II.44. Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Renting (absolutos en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: DGT y previsiones MSI

El renting también verá cercenados los importantes ascensos registrados en los últimos ejercicios y verá caer sus matriculaciones este año casi un 19%, para retomar un fuerte crecimiento en el bienio 2021-22 para volver a desacelerarse en 2023. Las matriculaciones de comerciales cederán un 31% este ejercicio para volver a crecer en los próximos años.

B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos

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

Mercado Total Turismos	2020 (p)		2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	30.566	-45,7%	42.244	38,2%	50.809	20,3%	49.974	-1,6%
Pequeño	156.386	-37,6%	189.925	21,4%	228.449	20,3%	246.504	7,9%
Medio	161.039	-29,2%	208.278	29,3%	208.102	-0,1%	229.813	10,4%
Medio alto	38.613	-38,6%	48.338	25,2%	71.575	48,1%	71.151	-0,6%
Alto	5.581	-40,1%	7.092	27,1%	10.557	48,9%	10.091	-4,4%
Lujo	2.260	-34,3%	2.753	21,8%	3.482	26,5%	3.278	-5,9%
Monovolumen compacto	104.820	-30,9%	130.285	24,3%	118.572	-9,0%	135.525	14,3%
Monovolumen estándar	10.838	-46,3%	10.968	1,2%	21.289	94,1%	22.709	6,7%
Deportivos	2.083	-40,9%	2.728	31,0%	3.787	38,8%	3.568	-5,8%
Todo terreno bajo	255.533	-30,0%	310.056	21,3%	372.274	20,1%	388.280	4,3%
Todo terreno medio	61.843	-21,6%	78.509	26,9%	106.620	35,8%	103.862	-2,6%
Todo terreno alto	23.793	-18,7%	26.344	10,7%	38.298	45,4%	38.189	-0,3%
Otros	19	-81,5%	3	-84,5%	93	2990,0%	97	4,3%
Total	853.374	-32,2%	1.057.523	23,9%	1.233.907	16,7%	1.303.041	5,6%

Fuente: MSI

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

Canal Empresa Turismos	2020 (p)		2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	6.518	- 50,0%	7.601	16,6%	9.165	20,6%	9.117	- 0,5%
Pequeño	42.812	- 38,6%	48.180	12,5%	59.385	23,3%	64.928	9,3%
Medio	60.987	- 24,2%	74.923	22,9%	71.211	- 5,0%	81.592	14,6%
Medio alto	19.253	- 38,4%	22.875	18,8%	32.070	40,2%	33.109	3,2%
Alto	3.198	- 43,3%	3.339	4,4%	5.852	75,3%	5.637	- 3,7%
Lujo	1.108	- 32,1%	1.377	24,3%	1.722	25,1%	1.643	- 4,6%
Monovolumen compacto	36.600	- 21,8%	44.159	20,7%	38.989	- 11,7%	44.175	13,3%
Monovolumen estándar	2.302	- 47,5%	2.286	- 0,7%	4.276	87,1%	4.538	6,1%
Deportivos	919	- 35,0%	1.106	20,3%	1.510	36,5%	1.435	- 5,0%
Todo terreno bajo	84.018	- 23,6%	101.888	21,3%	110.394	8,3%	119.840	8,6%
Todo terreno medio	33.745	- 15,9%	43.968	30,3%	54.727	24,5%	54.239	- 0,9%
Todo terreno alto	15.901	- 21,5%	16.101	1,3%	26.382	63,9%	25.888	- 1,9%
Otros	24	- 65,7%	2	- 91,2%	756	36168,0%	2.374	214,1%
Total	307.385	- 27,6%	367.805	19,7%	416.439	13,2%	448.515	7,7%

Fuente: MSI

La incidencia de la crisis del Covid-19 provocará caídas en el mercado de turismos a lo largo de 2020. Pese a ceder un 30%, la preferencia por los todoterrenos más económicos se ha asentado en España y acapará el mayor número de vehículos nuevos vendidos a lo largo del presente año, con lo que se consolidará como primera opción por delante de los modelos más pequeños o de mediano tamaño, más económicos y manejables en las grandes ciudades. Las unidades de dimensiones medias son la segunda elección con más de 160.000 unidades, seguidas por los de tamaño pequeño, que sumarán casi 157.000 nuevas placas. Las ventas globales caerán un 32% este año.

El canal empresa también sufrirá los efectos de la pandemia. Al igual que en el de turismos, situará en el principal orden de preferencia a los todoterrenos bajos, que con más de 80.000 matriculaciones serán los más demandados. Los vehículos de mediano tamaño sumarán casi 61.000 unidades pese a retroceder un 24,2%, siendo la segunda opción más demandada.

Tabla II.10. Previsión de matriculaciones turismos - Renting

Renting Turismos	2020 (p)		2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	2.316	2,3%	2.660	14,8%	2.873	8,0%	2.897	0,8%
Pequeño	16.567	-37,0%	22.286	34,5%	27.484	23,3%	30.229	10,0%
Medio	26.613	-17,6%	24.646	-7,4%	32.493	31,8%	38.569	18,7%
Medio alto	9.712	-36,8%	15.573	60,4%	17.821	14,4%	18.732	5,1%
Alto	1.219	-44,5%	2.440	100,2%	2.630	7,8%	2.583	-1,8%
Lujo	360	-14,3%	549	52,4%	559	1,9%	539	-3,7%
Monovolumen compacto	17.583	-15,2%	16.048	-8,7%	21.084	31,4%	24.282	15,2%
Monovolumen estándar	844	-25,1%	1.108	31,3%	1.447	30,6%	1.670	15,4%
Deportivos	155	-31,4%	266	71,3%	290	9,1%	280	-3,4%
Todo terreno bajo	35.141	-16,2%	41.612	18,4%	51.090	22,8%	57.890	13,3%
Todo terreno medio	20.344	6,1%	30.438	49,6%	33.059	8,6%	32.997	-0,2%
Todo terreno alto	7.375	-10,2%	12.026	63,1%	13.306	10,6%	13.327	0,2%
Total	138.229	- 18,8%	169.651	22,7%	204.135	20,3%	223.994	9,7%

Fuente: MSI

En el caso del renting, los todoterrenos más económicos también serán los más demandados y sumarán más de 35.000 nuevas placas, aunque caerán un 16%, por delante de los vehículos de tamaño medio que rozarán las 27.000 incorporaciones y caerán en porcentaje casi al mismo nivel. Destaca el ascenso del 6.1% de los todoterrenos de gama media.



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

Mercado Total Comerciales	2020 (p)		2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	265	- 61,3%	332	25,0%	362	9,1%	405	11,9%
Derivados turismos	76.813	- 35,2%	92.717	20,7%	100.194	8,1%	101.913	1,7%
Microvan	352	- 31,3%	302	- 14,3%	324	7,3%	397	22,7%
< 2 Tn	3.242	- 31,1%	3.368	3,9%	3.640	8,1%	3.881	6,6%
2 a < 2,7 Tn	5.398	- 47,0%	6.951	28,8%	7.551	8,6%	7.953	5,3%
2,7 a < 3,5 Tn	30.917	- 10,8%	35.871	16,0%	38.769	8,1%	41.369	6,7%
3,5 Tn	24.141	- 17,1%	27.228	12,8%	29.356	7,8%	32.001	9,0%
Otros comerciales	13.538	- 18,6%	17.275	27,6%	18.649	8,0%	19.118	2,5%
Total	154.665	-28,1%	184.042	19,0%	198.846	8,0%	207.037	4,1%

Fuente: MSI

Los derivados de turismos continúan sin oposición en el mercado de los comerciales, pero cederán un 35% hasta las 76.813 unidades, siendo los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas los que se posicionan en segundo lugar con casi 31.000 matriculaciones, aunque cederán casi un 11%.

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

Canal Empresa Comerciales	2020 (p)		2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	259	- 61,3%	321	23,9%	350	9,2%	376	7,4%
Derivados turismos	40.483	- 35,0%	48.956	20,9%	53.413	9,1%	56.557	5,9%
Microvan	299	- 34,8%	260	- 13,1%	278	7,1%	311	11,9%
< 2 Tn	2.071	- 34,2%	2.079	0,4%	2.261	8,8%	2.505	10,8%
2 a < 2,7 Tn	3.080	- 46,1%	3.607	17,1%	3.919	8,7%	4.294	9,6%
2,7 a < 3,5 Tn	15.230	- 12,8%	17.471	14,7%	18.857	7,9%	19.177	1,7%
3,5 Tn	11.959	- 25,1%	13.153	10,0%	14.142	7,5%	15.322	8,3%
Otros comerciales	8.919	- 3,9%	11.708	31,3%	12.667	8,2%	12.864	1,6%
Total	82.299	- 28,5%	97.555	18,5%	105.888	8,5%	111.407	5,2%

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 casi 41.000 matriculaciones. Los vehículos que tienen entre 2,7 y 3,5 toneladas se anotarán 15.230 nuevas incorporaciones.

Tabla II.13. Previsión de matriculaciones comerciales – Renting

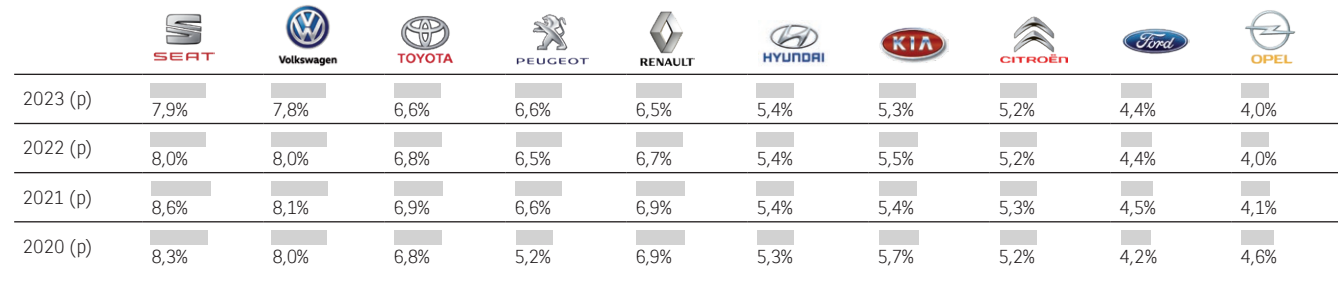
Renting Comerciales	2020 (p)		2021 (p)		2022 (p)		2023 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	137	- 71,6%	184	34,5%	205	11,3%	227	10,6%
Derivados turismos	17.296	- 34,7%	21.416	23,8%	23.851	11,4%	24.958	4,6%
Microvan	80	158,1%	50	- 37,3%	56	10,6%	65	17,1%
< 2 Tn	699	- 33,9%	645	- 7,8%	722	12,0%	878	21,5%
2 a < 2,7 Tn	1.070	- 51,8%	1.273	18,9%	1.420	11,6%	1.656	16,6%
2,7 a < 3,5 Tn	3.994	- 5,8%	4.695	17,5%	5.224	11,3%	5.557	6,4%
3,5 Tn	2.004	- 30,8%	2.377	18,6%	2.648	11,4%	3.092	16,8%
Otros comerciales	1.831	- 3,3%	2.486	35,8%	2.768	11,3%	2.969	7,3%
Total	27.111	- 31,0%	33.126	22,2%	36.893	11,4%	39.402	6,8%

Fuente: MSI

En lo que al canal de renting se refiere, los derivados de turismos también se mantienen un ejercicio más como el segmento más demandado con 17.296 unidades, seguidos a mucha distancia por los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas, que suman 3.994 unidades. Los comerciales se anotan la pérdida porcentual más acusada (-71,6%).

C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante

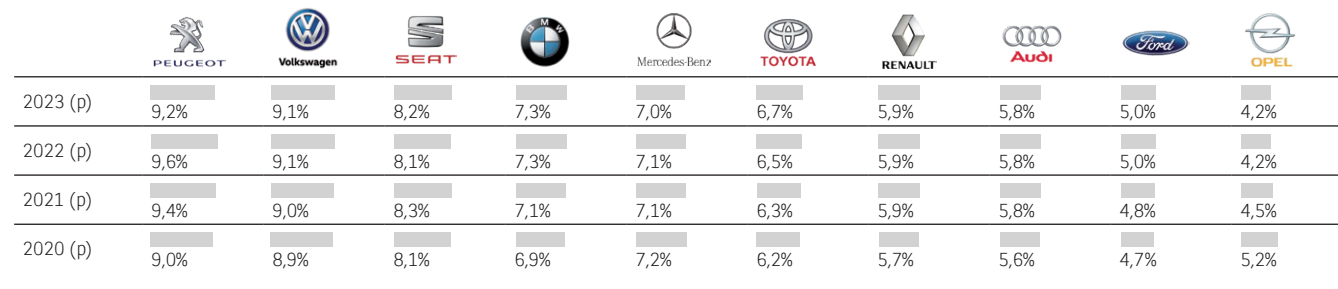
Gráfico II.45. Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado



Fuente: MSI

Seat (8,3%) desbancará a Renault (6,9%) como fabricante con mayor cuota de ventas este ejercicio y mantendrá la posición de privilegio en los venideros con una cuota similar. Volkswagen se situará en la segunda posición seguido por Toyota y Peugeot.











Gráfico II.46. Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa



Fuente: MSI

Peugeot se alzará con el liderazgo este año (9%) por delante de Volkswagen (8,9%) en el canal empresa, seguidos ambos por Seat (8,1%). BMW superará a Mercedes en el cuarto lugar en los ejercicios venideros.






Gráfico II.47. Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas – Renting

	 Volkswagen	 BMW	 Audi	 TOYOTA	 SEAT	 PEUGEOT	 Mercedes-Benz	 RENAULT	 NISSAN	 Ford
2023 (p)	12,0%	9,2%	8,1%	8,1%	7,8%	7,7%	5,0%	4,8%	4,4%	3,2%
2022 (p)	12,1%	9,2%	8,2%	7,9%	7,9%	7,6%	5,0%	4,8%	4,4%	3,2%
2021 (p)	12,6%	8,7%	8,6%	8,1%	7,9%	7,7%	5,1%	4,7%	4,8%	3,1%
2020 (p)	13,0%	8,9%	9,0%	7,6%	8,5%	7,8%	5,2%	4,6%	4,8%	3,1%

Fuente: MSI

En el canal de renting, Volkswagen afianzará su posición de privilegio con cuotas por encima siempre del 12% en los próximos años seguido por BMW, Audi, Toyota y Seat. Peugeot precederá con holgura a Mercedes y Renault en los sucesivos ejercicios.






Tabla II.48. Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado

	 CITROËN	 PEUGEOT	 RENAULT	 Ford	 Volkswagen
2023 (p)	17,9%	14,0%	10,7%	10,7%	9,2%
2022 (p)	18,4%	14,1%	10,9%	10,7%	9,3%
2021 (p)	18,4%	14,1%	10,9%	10,7%	9,3%
2020 (p)	17,4%	14,7%	11,2%	11,6%	8,5%

Fuente: MSI

En el caso de los comerciales, Citroën consigue el liderazgo y será la marca más vendida en el próximo cuatrienio, seguida por Peugeot, Renault y Ford, todas ellas por encima de los dos dígitos porcentuales de cuota, a los que no podrá acceder Volkswagen a partir de este ejercicio.






Gráfico II.49. Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa

	 CITROËN	 RENAULT	 PEUGEOT	 Ford	 Volkswagen
2023 (p)	14,2%	13,9%	13,4%	10,8%	8,2%
2022 (p)	14,9%	13,9%	13,3%	11,0%	8,5%
2021 (p)	14,8%	13,9%	13,3%	11,0%	8,5%
2020 (p)	14,1%	14,3%	14,0%	11,9%	7,7%

Fuente: MSI

Citroën también se sitúa en el primer puesto en el canal de empresa con una cuota superior al 14% en 2020 y que mantendrá por encima del 14% en los próximos años por delante de Renault, que rondará el 14% de crecimiento. Peugeot cederá cuota en los ejercicios venideros seguido por Ford y Volkswagen.

Gráfico II.50. Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas – Renting

	 RENAULT	 CITROËN	 PEUGEOT	 Volkswagen	 Ford
2023 (p)	18,2%	17,2%	17,1%	10,7%	6,9%
2022 (p)	18,2%	17,9%	17,2%	10,6%	6,5%
2021 (p)	18,3%	18,0%	17,2%	10,6%	6,5%
2020 (p)	19,5%	17,3%	18,3%	10,1%	7,5%

Fuente: MSI

El mercado de comerciales de renting depositará en los próximos ejercicios la confianza en Renault, que superará siempre el 18%. Citroën mantendrá la segunda posición seguido por Peugeot, mientras que Volkswagen se afianza en el cuarto puesto con Ford a la zaga.

MERCADO DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN

El mercado de vehículos de ocasión volvió a superar en 2019 los dos millones de unidades vendidas, una cota que conservará en los próximos ejercicios, según las previsiones. De nuevo los vehículos con más de una década de antigüedad coparon el grueso de las transacciones, pero las operaciones con coches con menos de un lustro de vida mantienen la tendencia al alza apuntada en los años precedentes. 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, pese a los cambios regulatorios que penalizan estas motorizaciones.



EL VEHÍCULO DE OCASIÓN SUPERA UN AÑO MÁS LOS **2 MILLONES DE UNIDADES** ADQUIRIDAS, AUNQUE FRENANDO LA RACHA ASCENDENTE DE LOS ÚLTIMOS AÑOS

AUMENTO SOSTENIDO DE VENTAS CON **COCHES DE < 5 AÑOS** DE ANTIGÜEDAD

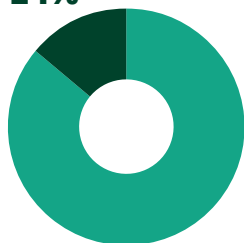


Superando el 29% de las ventas del VO Turismo y el 25% las del VO Comercial

DIÉSEL
COMO COMBUSTIBLE PRINCIPAL
EN EL VEHÍCULO DE OCASIÓN

2.433.232
UNIDADES VENDIDAS DE
VEHÍCULO DE OCASIÓN EN 2019

Comerciales
14%



Turismos
86%

LOS PARTICULARES AGUANTAN EL **MÁXIMO LA VIDA** DE LOS VO

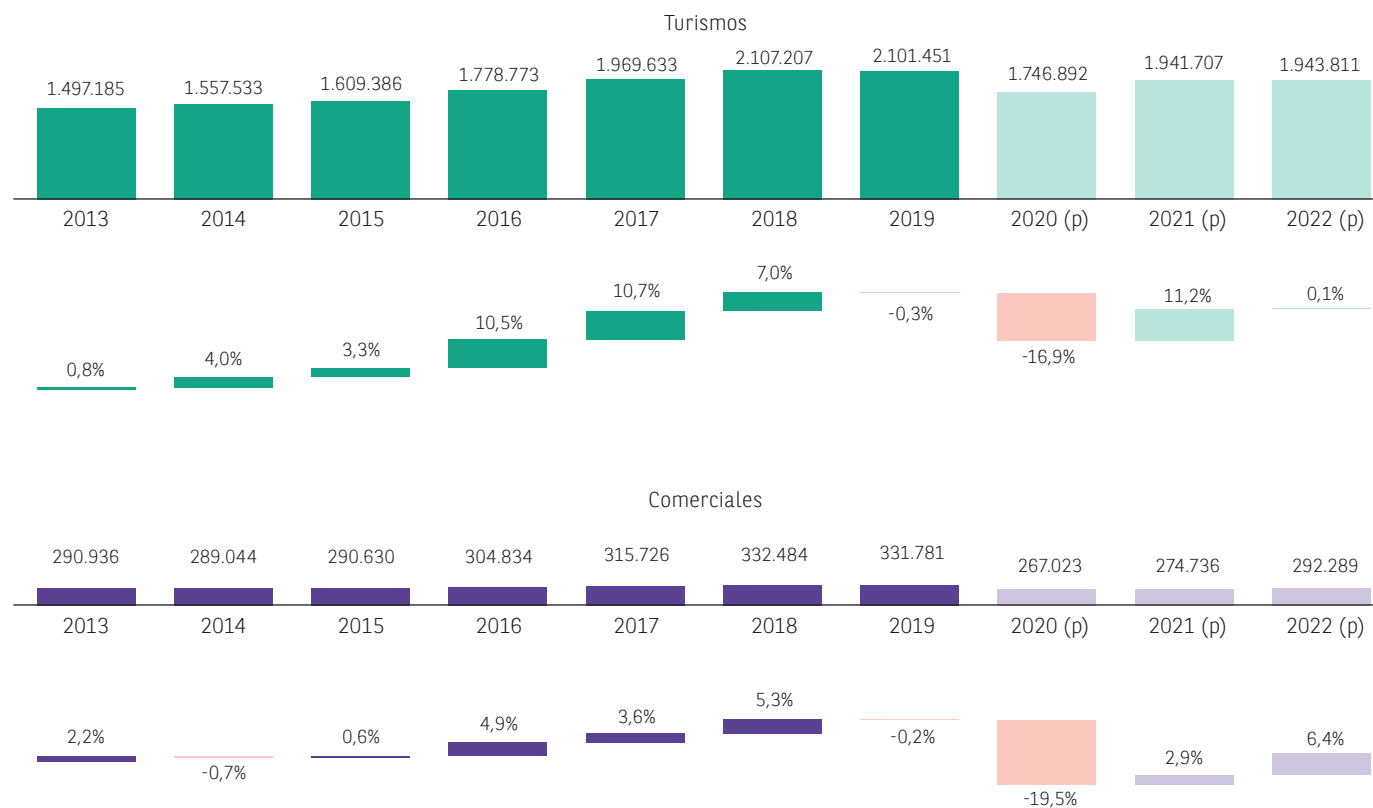


Efecto contrario con los VO provenientes del Rent a car que dispone más de la mitad de sus ventas en el primer bienio de vida

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)



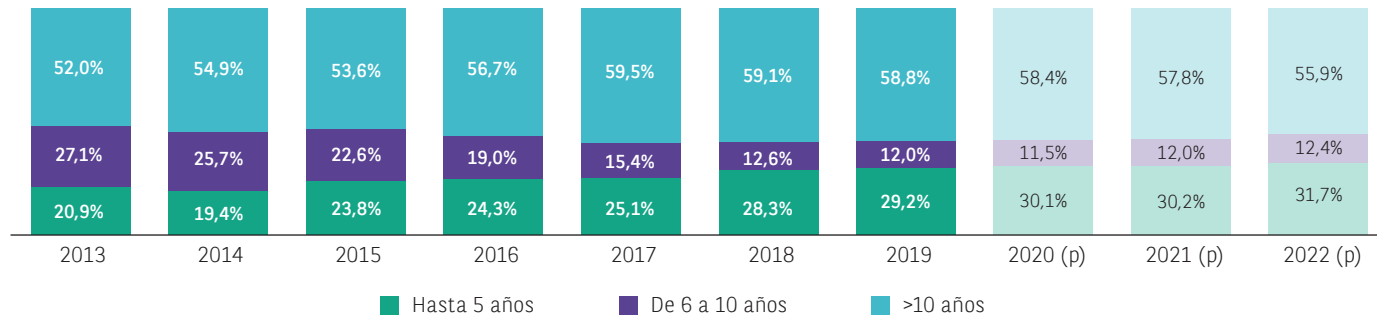
Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El vehículo de ocasión (VO) volvió a erigirse como la principal opción de compra de los consumidores españoles y superó un año más los dos millones de unidades adquiridas en 2019. Sin embargo, tanto el segmento de turismos, que vendió 5.756 unidades menos que en el año anterior, como el de comerciales, con una caída de poco más de 700 unidades, vieron frenada la racha ascendente de las últimas campañas.

Las previsiones señalan una importante caída en las ventas motivada por la pandemia del coronavirus, que provocará una caída del 19,5% en el caso de los comerciales y de casi el 17% en el de los turismos, que perderán la cota de los dos millones de vehículos.

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

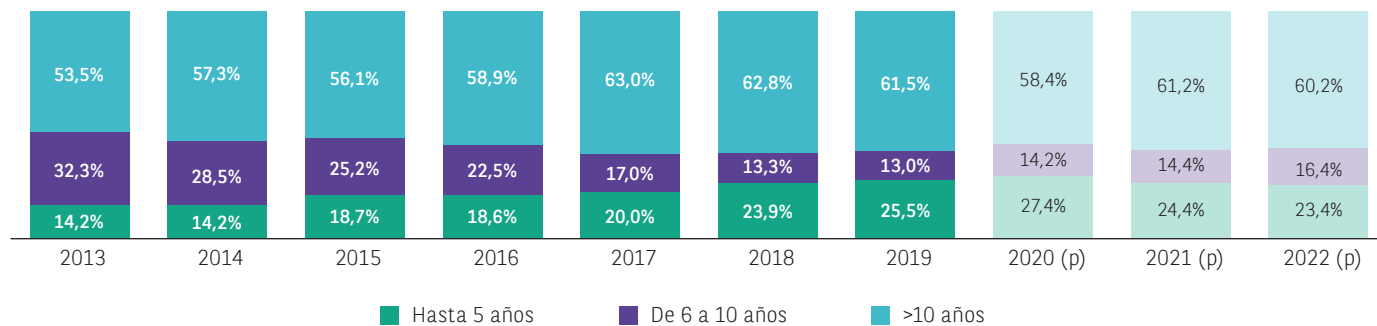
Gráfico III.2. Distribución de las ventas por edad del VO – Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El turismo con una antigüedad superior a 10 años se mantiene al frente de las opciones de los compradores en el parque de VO, aunque cedió algunas décimas porcentuales en 2019 en comparación con el ejercicio anterior y representó el 58,8% del total de las adquisiciones. El aumento sostenido de los coches con menos de cinco años de vida, que superaron el 29% de las ventas, mantienen la tendencia de pasadas temporadas. Por su parte, la banda intermedia, los que suman entre seis y 10 años, continúan con la reducción de su cuota y ya solo representan el 12% del total de las adquisiciones. En los próximos años se espera un descenso de las ventas de los modelos de mayor edad en favor de los más modernos.

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

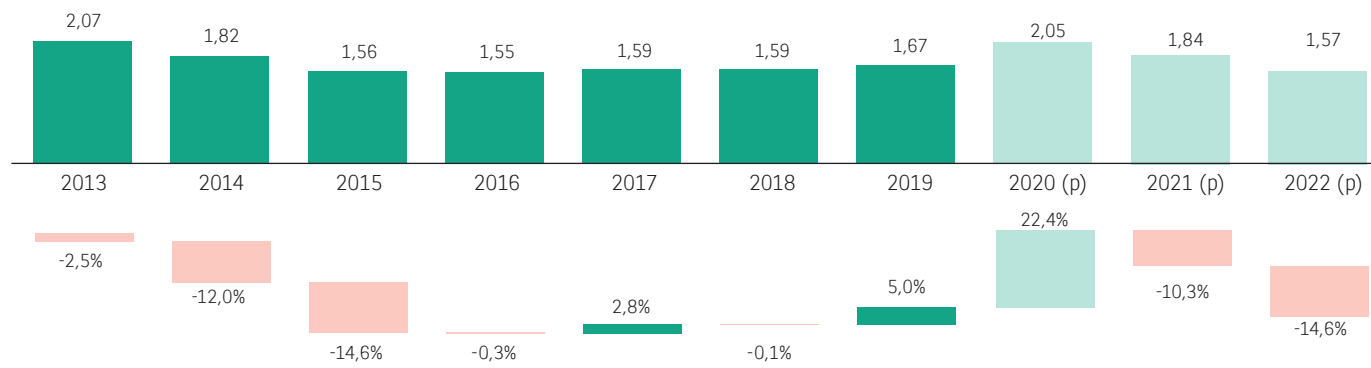


Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La estructura por edad del segmento del VO comercial arroja 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 61,5% del total, lo que supone una pérdida de más de un punto porcentual en comparación con 2018. Por su parte, las ventas de unidades con menos de un lustro de antigüedad ya superan la cuarta parte del total, mientras que la banda intermedia continúa cediendo cuota. La previsión para el ejercicio actual indica un leve incremento de las unidades más modernas en detrimento de las más antiguas.

C. Ratio Vehículo de Ocasión vs. Vehículo Nuevo

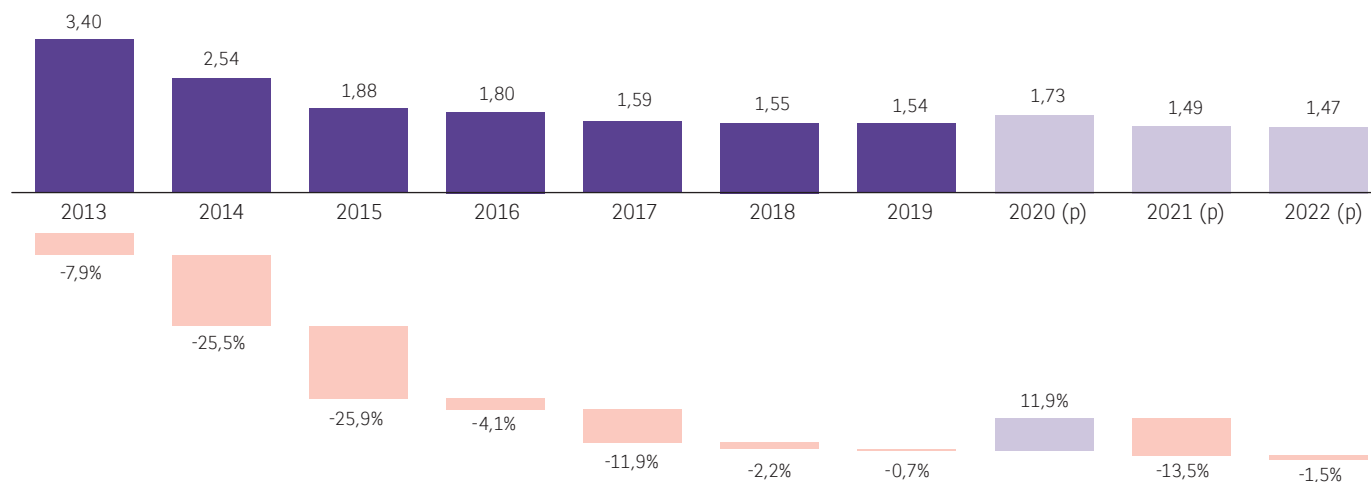
Gráfico III.4. Ratio vehículo de ocasión vs. vehículo nuevo – Turismos (ratio en barras y evolución interanual en cascada)



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La ratio anual del VO vs VN (vehículo nuevo) en el segmento de turismos creció algo menos de un punto porcentual en 2019 y se situó en un valor de 1,67, esto es, que por cada vehículo nuevo matriculado harán lo propio 1,67 de ocasión. Las previsiones apuntan hacia una evaluación interanual positiva en esta ratio en el presente ejercicio, para entrar en terreno negativo en los siguientes.

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 cedió algo menos de una décima porcentual en 2019 en comparación con el año anterior. Las previsiones apuntan hacia una importante recuperación en 2020, para caer con fuerza en 2021 y 2022, ejercicio en el que por cada vehículo comercial matriculado harán lo propio 1,47 vehículos de ocasión.

D. Ventas de VO por tipo de combustible

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

	2019		2020 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Gasolina	768.733	36,58%	661.199	37,85%	-14,0%
Diésel	1.298.531	61,79%	1.046.563	59,91%	-19,4%
Otros	34.187	1,63%	39.130	2,24%	14,5%
Totales	2.101.451		1.746.892		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los turismos diésel se mantienen como la principal opción en la foto fija de las ventas del turismo de ocasión en función del tipo de combustible utilizado, aunque continúa la lenta pérdida de cuota iniciada en años anteriores. El diésel sumó casi el 61,8% de las ventas en 2019, mientras que las de gasolina crecieron hasta alcanzar el 36,6%. La tendencia presenta una caída en el próximo ejercicio, en el que las ventas globales decrecerán en casi 355.000 unidades.

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

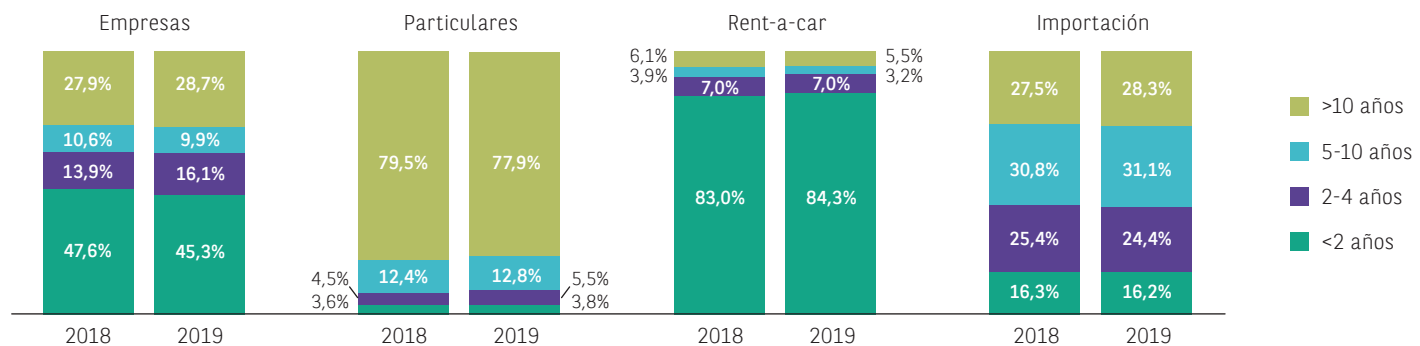
	2019		2020 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Gasolina	10.341	3,12%	7.744	2,90%	-25,1%
Diésel	320.281	96,53%	258.051	96,64%	-19,4%
Otros	1.159	0,35%	1.228	0,46%	6,0%
Totales	331.781		267.023		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los motores diésel siguen sin oponente entre los VO comerciales y apenas se resienten ante la subida de los que utilizan otros combustibles. En 2019 se vendieron 320.281 vehículos diésel, por poco más de 10.300 unidades de gasolina. Para 2020 se espera una caída en las ventas en ambas opciones, mientras que las que utilizan otro tipo de energía crecerán un 6%.

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

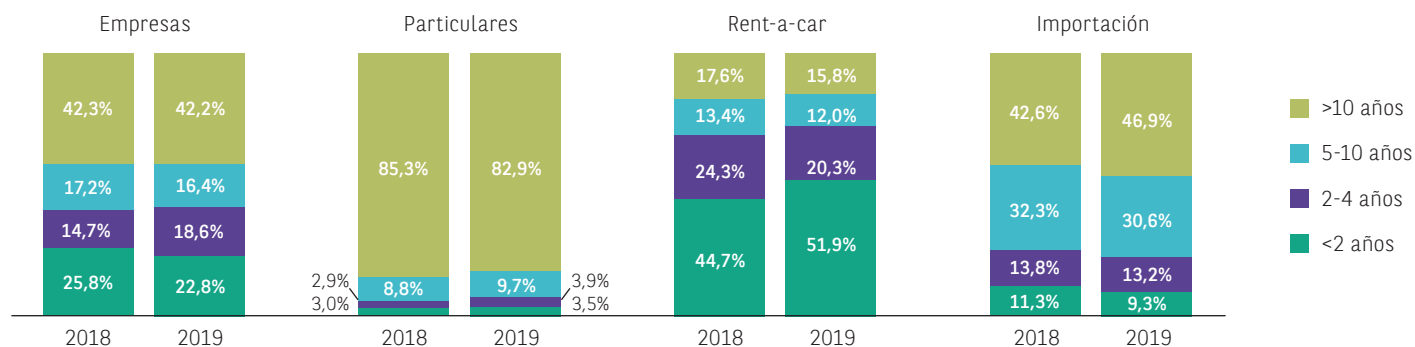
Gráfico III.6. Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo – Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

La comparación de las ventas según el canal de procedencia del turismo y la antigüedad refleja la estabilidad del mercado, muy reactivo a los cambios pese al paso de los años. Los particulares expresan al máximo la vida del vehículo, con casi el 78% de los VO transferidos en 2019 por encima de los diez años de antigüedad, 1,6 puntos porcentuales menos que en 2018. La otra cara de la moneda la protagoniza la modalidad de rent a car, que tiene más del 84% de las unidades en el primer bienio de vida. El 45,3% de los vehículos procedentes del parque de empresa eran seminuevos, mientras que el grueso de las importaciones (55,6%) 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 lo que respecta a los vehículos comerciales, la longevidad del parque se mantiene como rasgo más destacado. Casi el 83% de VO vendidos procedentes 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 42%, 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 (51,9%) sumaba 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

	2019		2020 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Micro	90.889	4,3%	75.466	4,3%	-17,0%
Pequeño	429.851	20,5%	348.505	20,0%	-18,9%
Medio	562.052	26,7%	464.499	26,6%	-17,4%
Medio Alto	330.573	15,7%	268.672	15,4%	-18,7%
Alto	66.822	3,2%	53.979	3,1%	-19,2%
Lujo	8.110	0,4%	6.813	0,4%	-16,0%
Monovolumen Compacto	229.156	10,9%	184.821	10,6%	-19,3%
Monovolumen Estándar	46.844	2,2%	38.082	2,2%	-18,7%
Deportivos	26.842	1,3%	22.535	1,3%	-16,0%
Todo Terreno Bajo	180.949	8,6%	163.684	9,4%	-9,5%
Todo Terreno Medio	78.959	3,8%	72.147	4,1%	-8,6%
Todo Terreno Alto	47.363	2,3%	45.419	2,6%	-4,1%
Otros	3.041	0,1%	2.271	0,1%	-25,3%
Totales	2.101.451		1.746.892		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

El podio de las ventas de los VO según el segmento vuelve a tener como dueño a los vehículos de tamaño medio, con poco más de 562.000 unidades y una cuota de mercado del 26,7%. En los siguientes escalones del cajón se sitúan los modelos más pequeños, con cerca de 430.000 unidades (20,5%) y el medio alto, tramo al que corresponde el 15,7% de la cuota y suma más de 330.500 vehículos.

Las expectativas para 2020 reflejan fuertes caídas en las ventas a consecuencia del parón provocado por la pandemia, con los todoterrenos, en todas sus versiones, como los que mejor capearán la situación. La versión más económica de este tipo de vehículos espera superar las 163.000 unidades vendidas y ceder un 9,5%. La mayor cuota corresponderá a los vehículos medios, que aún así rebajarán sus ventas un 17,4%.

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

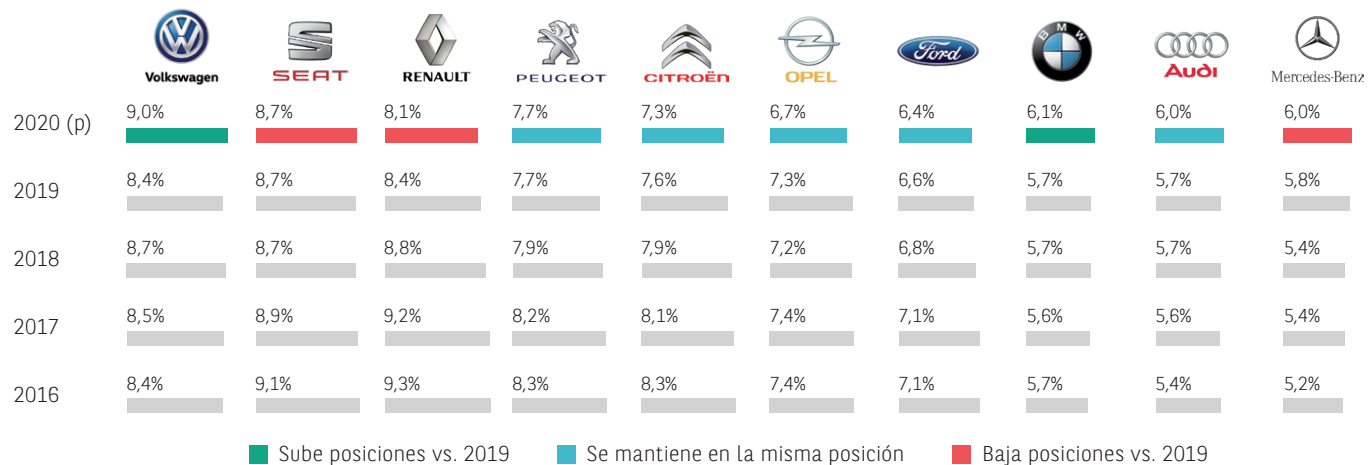
	2019		2020 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Comerciales	4.851	1,5%	3.792	1,4%	-21,8%
Derivados	153.085	46,1%	122.804	46,0%	-19,8%
Microvan	926	0,3%	481	0,2%	-48,1%
< 2 TN	4.255	1,3%	3.311	1,2%	-22,2%
2 a < 2,7 TN	33.798	10,2%	25.447	9,5%	-24,7%
2,7 Tn a < 3,5Tn	64.734	19,5%	53.138	19,9%	-17,9%
3,5 Tn	48.393	14,6%	40.988	15,4%	-15,3%
Otros	21.739	6,6%	17.063	6,4%	-21,5%
Totales	331.781		267.023		

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Los derivados de turismo se mantienen en la primera plaza en número de ventas en 2019 con 153.085 unidades y una cuota del 46%, 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 hasta el 19,5%, y los de 3,5 toneladas (14,6%). Para 2020 se espera un fuerte descenso de las ventas totales de estos segmentos.

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

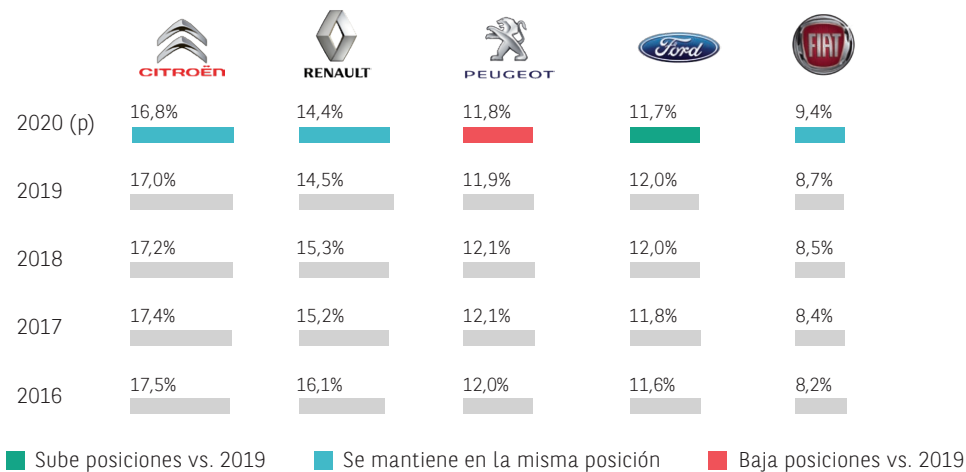
Gráfico III.8. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Seat y Volkswagen, con un 8,7% y 8,4% respectivamente, de cuota, lideran las ventas de vehículos de ocasión en 2019 por delante de Renault (8,4%), que completa el podio. Las cuatro marcas siguientes se mantienen en las mismas posiciones que ocupaban en 2018, con Peugeot (7,7%), Citroën (7,6%) y Opel (7,3%) como las más cercanas al trío de cabeza con Ford (6,6%) cediendo algo de cuota. Mercedes (5,8%) subió posiciones en comparación con 2018, seguido de Audi y BMW (5,7% ambos).

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



Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Citroën (17%) se mantiene a la cabeza de las ventas de vehículos de ocasión comerciales en 2019 seguido por Renault (14,5%), que pierde casi un punto porcentual, Peugeot ocupa el tercer puesto en detrimento de Ford, perdiendo dos décimas porcentuales. Fiat cierra el quinteto de las marcas más solicitadas con un 8,7% del mercado.

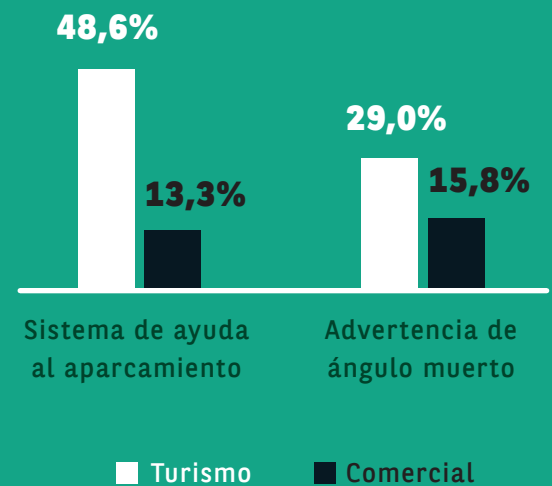
CAPÍTULO IV

EQUIPAMIENTOS

La tecnología se mantiene como un aliado indispensable para el sector del automóvil, que aprovecha las nuevas herramientas y funcionalidades disponibles para evitar accidentes y facilitar aspectos concretos de la conducción. Por su parte, los teléfonos inteligentes o 'smartphones' ya se han convertido en indispensables para los conductores españoles 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 la detección del ángulo muerto, 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.

EL MÓVIL
PRINCIPAL GESTOR
DE RUTAS PARA
6 DE CADA 10
CONDUCTORES
ESPAÑOLES

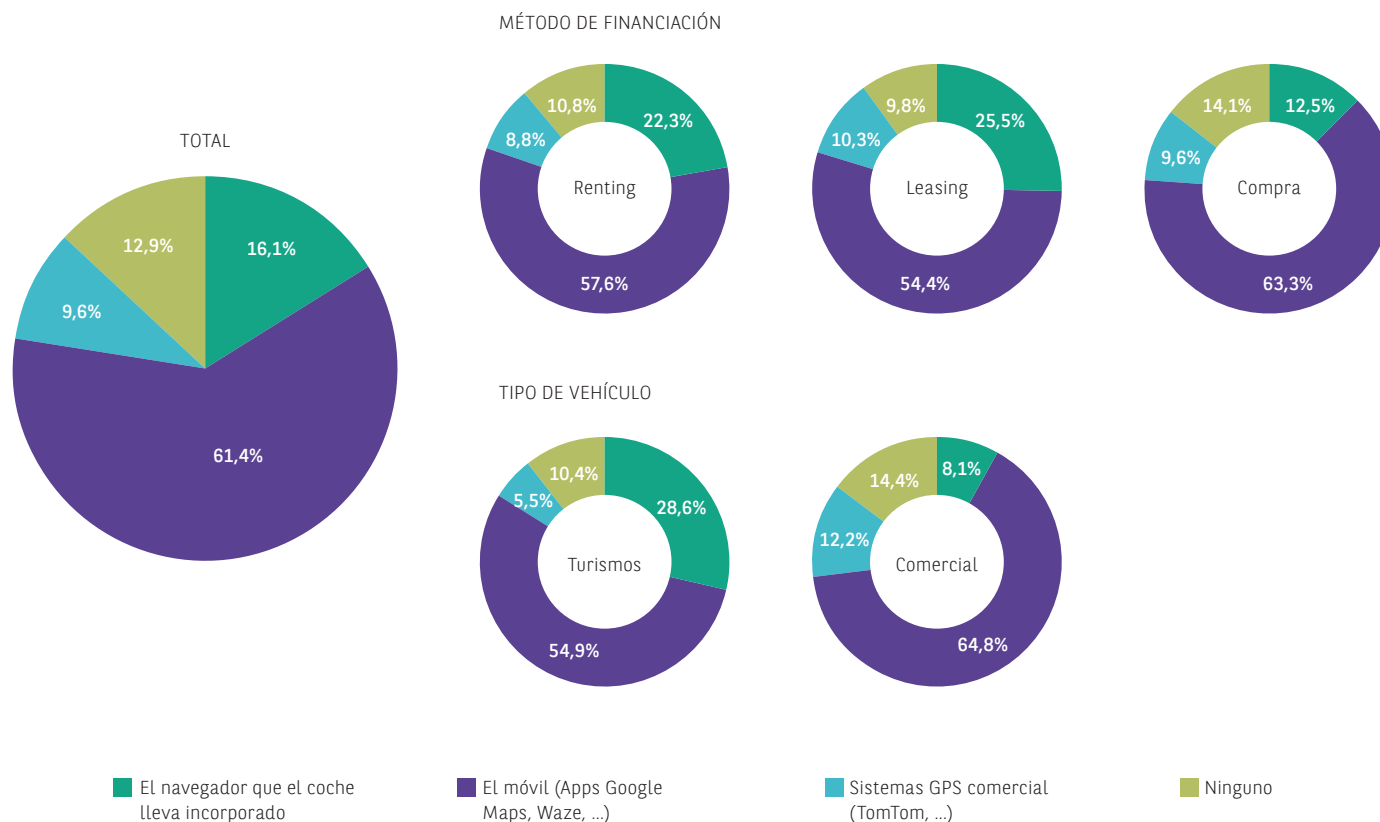
LOS **TURISMOS** LOS
QUE MÁS DESTACAN
EN LA INTEGRACIÓN
DE LOS PRINCIPALES
ELEMENTOS QUE
POTENCIAN
LA **SEGURIDAD**



I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO

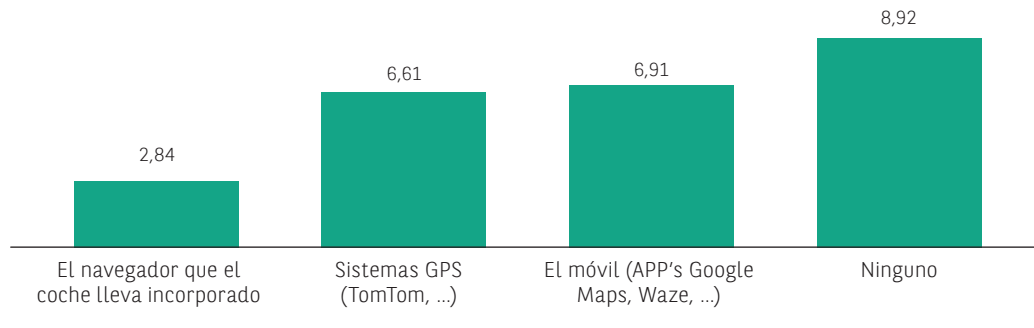
A. Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas

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



Fuente: Arval Mobility Observatory

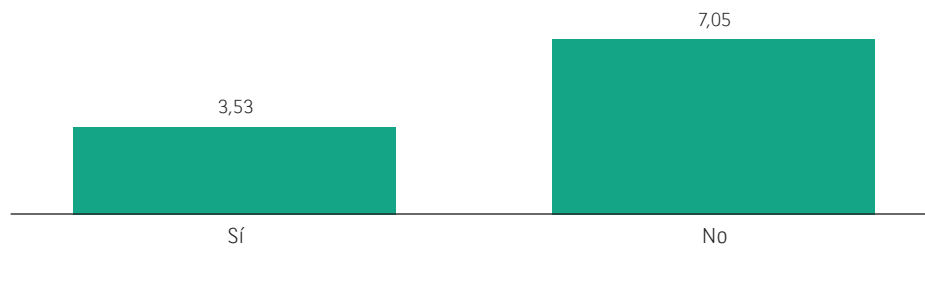
El teléfono móvil es el principal gestor de rutas para los conductores españoles, con independencia del método utilizado para financiar la compra del vehículo o su tipología. El 61,4% de los usuarios traza el camino óptimo a su destino a través de las aplicaciones instaladas en su 'smartphone', mientras que el navegador integrado en el coche es una opción utilizada por poco más del 16% de los conductores, con mayor incidencia en las unidades adquiridas mediante leasing y renting. Los sistemas GPS apenas atraen ya al 9,6% de los viajeros, mientras que el 13% 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 el trienio de vida, mientras que los usuarios de coches que cuentan con una antigüedad que se acerca a 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 de este tipo de dispositivos.

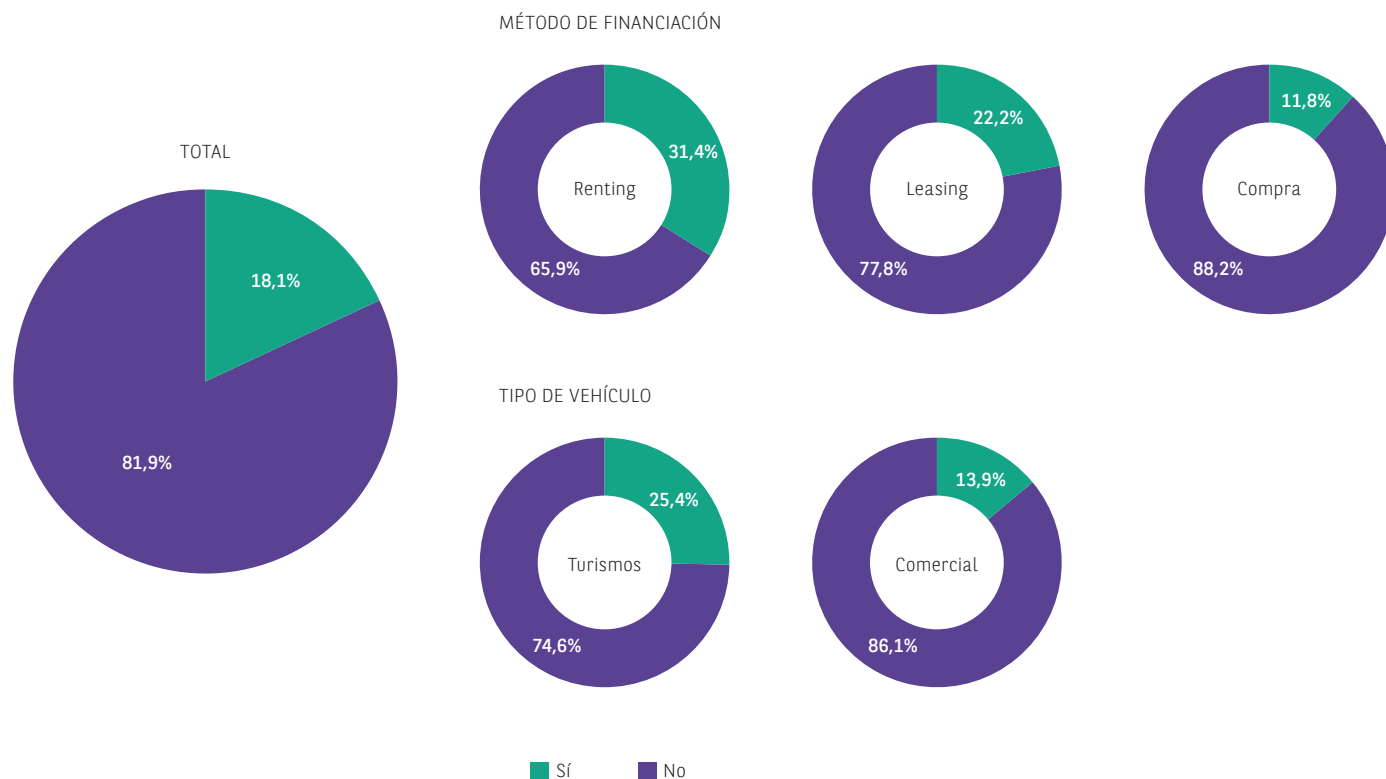
B. Dispositivos telemáticos y soluciones de coche conectado

Gráfico IV.3. Edad media del vehículo según implantación de sistema telemático

Fuente: Arval Mobility Observatory

La antigüedad de los modelos es determinante en la implantación de los dispositivos telemáticos, ya que los que los integran se mantienen en un rango algo superior a los 3,5 años de vida, similar al de los ejercicios precedentes. Los coches con propietarios que rechazan este sistema o no los valoran cuentan con poco 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)



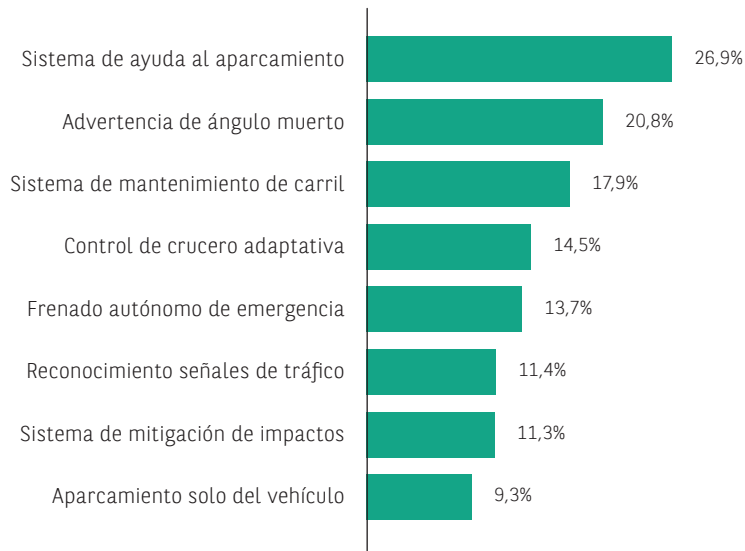
Fuente: Arval Mobility Observatory

La implantación de dispositivos telemáticos o las ya llamadas soluciones de coche conectado, que permiten optimizar la conducción y ofrecer servicios de valor añadido, como la gestión y ubicación del automóvil en caso de incidencia, no solo no ganan adeptos entre los conductores españoles, sino que pierden casi un punto porcentual de cuota este año en comparación con 2019, ya que solo están instalados en el 18% de los vehículos de empresa. Los turismos financiados mediante renting son los principales valedores de esta opción.

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

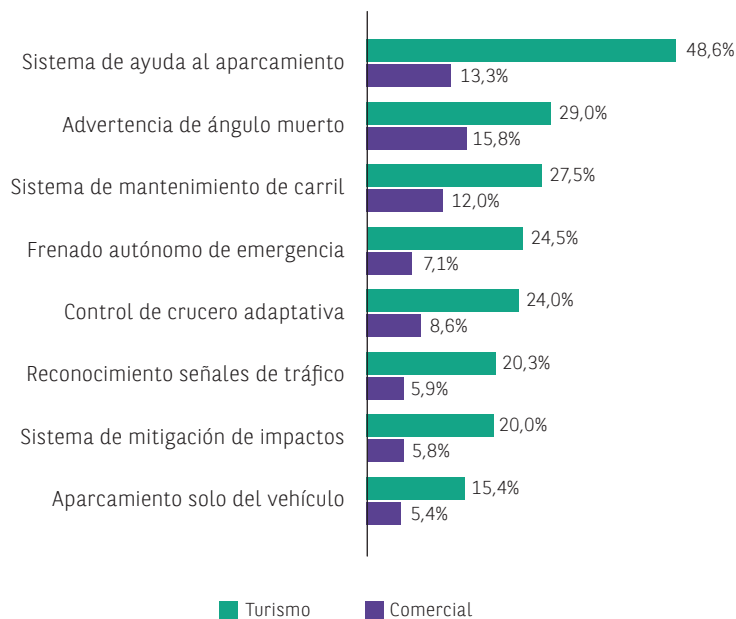


Fuente: Arval Mobility Observatory

Los sistemas que advierten al conductor de cualquier situación peligrosa o inhabitual y que mejoran la experiencia de la conducción cada vez están más presentes en los vehículos españoles. Entre estos equipamientos destaca el sistema de ayuda al aparcamiento, integrado en más del 26% de los coches. Incluso más del 9% de los vehículos ya no precisan la acción de una persona para el estacionamiento. El resto de las ayudas están más orientadas al manejo del vehículo en ruta, con las que evitan el ángulo muerto del retrovisor y las que impiden el cambio involuntario de carril como las más demandadas, seguidas de las que permiten mantener una velocidad constante o las que permiten frenar el vehículo en caso de emergencia.

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

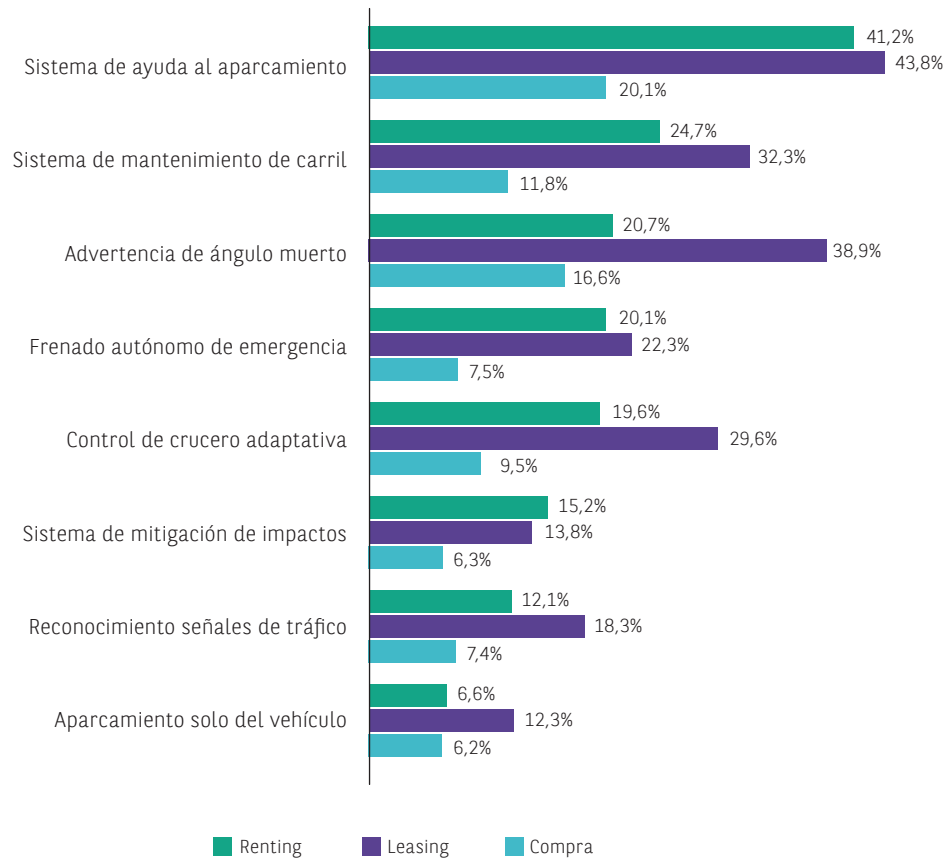


Fuente: Arval Mobility Observatory

Los turismos son los vehículos que en mayor medida integran los principales elementos que potencian la seguridad. Los sensores de aparcamiento continúan como el dispositivo más demandado, al estar presentes en el 48,6% de los mismos, en comparación con el 13,3% de los comerciales. La advertencia de ángulos muertos en el retrovisor es la opción más requerida por los comerciales, ya que el 15,8% la utiliza, frente al 29% de los turismos. El sistema de mantenimiento de carril es el siguiente elemento más requerido (27,5%) entre los turismos, seguido por el frenado autónomo de emergencia (24,5%), el control de la velocidad de crucero adaptativo (24%), el reconocimiento de las señales (20,3%) y los sistemas de mitigación de impactos (20%).

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 mitigación de impactos, más implantado en las unidades de renting (15,2%). 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 advertencia de ángulo muerto y de mantenimiento de carril son las opciones más demandadas.

A stylized graphic of a car wheel, consisting of a dark blue circle in the center, surrounded by a white ring, all set against a green background that resembles a car's body.

CAPÍTULO V

MANTENIMIENTO

El número de kilómetros recorridos por las unidades que forman el parque automovilístico español volvió a aumentar durante 2019. Este crecimiento correspondió en exclusiva a las unidades de empresa, ya que el uso del vehículo privado decreció, en gran parte motivado por las medidas restrictivas aprobadas por los grandes municipios para combatir la contaminación. Una tendencia que podría caer este ejercicio a causa de la Covid-19, que motivará una mayor utilización del vehículo privado como medida de seguridad. 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 para los conductores para realizar las revisiones.

62% DE LOS
VEHÍCULOS
TIENEN UNA
ANTIGÜEDAD
SUPERIOR A
LOS **10 AÑOS**

LOS VEHÍCULOS DE EMPRESA
AUMENTARON DE NUEVO
EL **KILOMETRAJE** ACUMULADO
EN RELACIÓN CON 2018

+ 1,34%
vs. 2018

EL **USO** DEL VEHÍCULO
PRIVADO VUELVE
A **DECRECER**

Restando aprox, 200 km
de media vs. 2018

TALLER **MULTIMARCA**

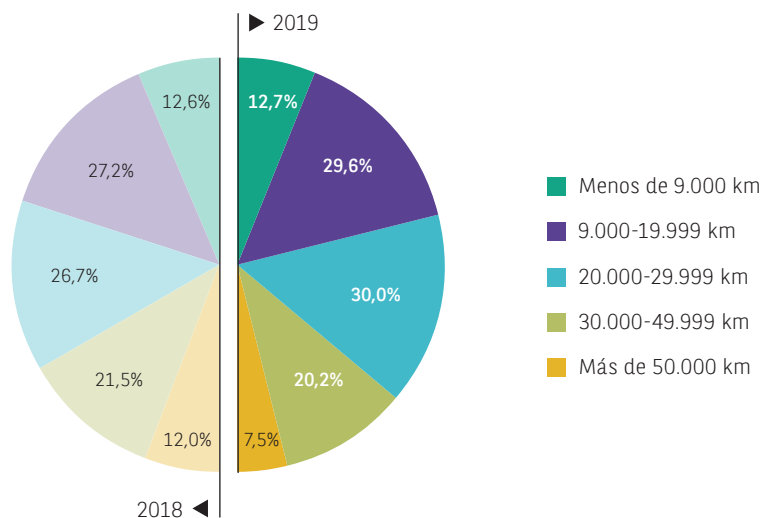
Opción elegida para el
cambio de **NEUMÁTICOS**

GANAR CUOTA y se consolida
en la principal elección para
revisiones o cambios de aceite

I. INTRODUCCIÓN

A. Kilometraje anual

Gráfico V.1. Kilometraje anual parque empresa 2019 vs. 2018

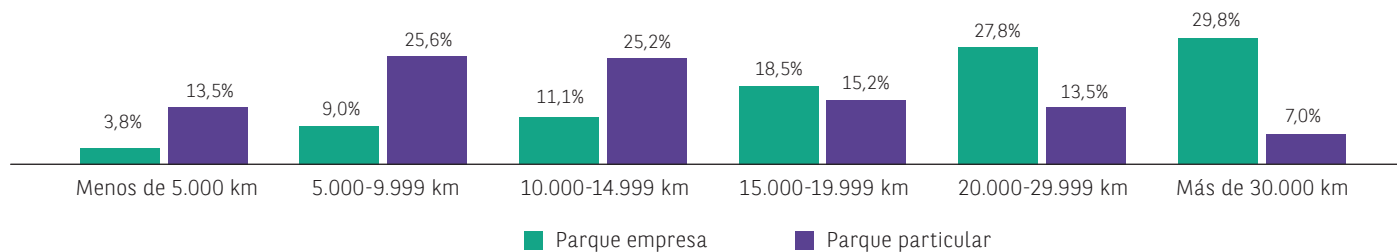


Los tramos medios de kilometraje más habituales en las compañías españolas volvieron a aumentar en 2019 en comparación con el ejercicio precedente y se situaron entre los 9.000 y los 29.999 kilómetros y sumaron casi el 60% del parque, mientras que decreció un año más el número de vehículos que superó los 30.000 kilómetros.

Por otra parte, el porcentaje de coches que realizó más de 50.000 kilómetros descendió más de 4,5 puntos porcentuales en relación a 2018, mientras que el porcentaje de los que recorrieron menos de 9.000 kilómetros apenas sufrió variación.

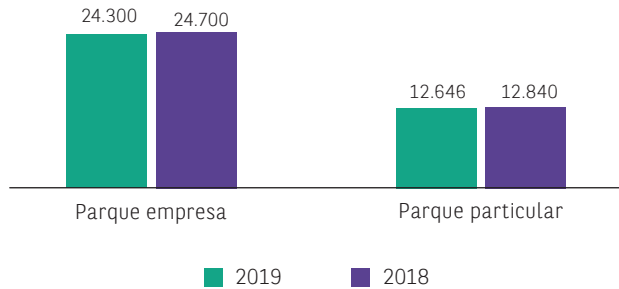
Fuente: Arval Mobility Observatory

Gráfico V.2. Kilometraje anual parque empresa vs. parque particular



Fuente: Arval Mobility Observatory

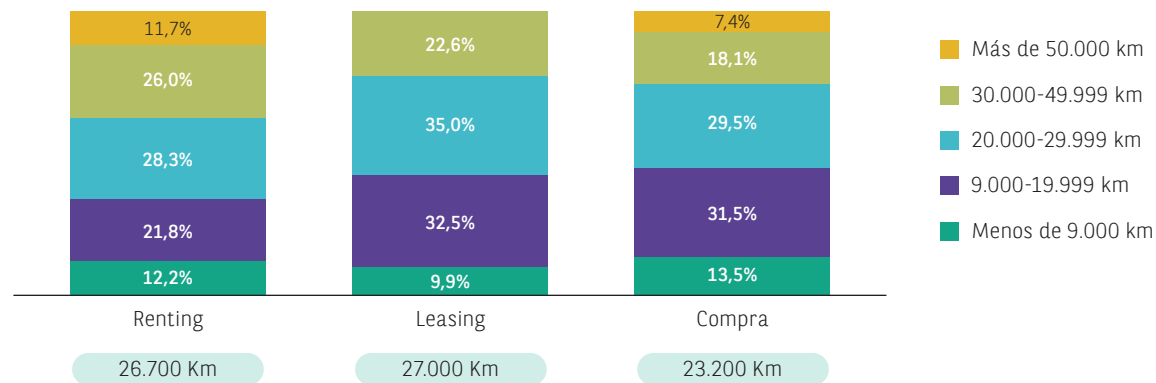
La utilización del automóvil por parte del usuario privado vuelve a situarse por segundo año consecutivo por debajo de los 15.000 kilómetros anuales, comportamiento en gran parte motivado por las medidas restrictivas adoptadas por las grandes ciudades. A partir de ese volumen de utilización se impone el vehículo de empresa y la diferencia aumenta proporcionalmente cuanto mayor es el kilometraje anual. Los tramos entre 5.000 y 15.000 son lo más habituales para los particulares, con porcentajes que superan el 25%, mientras que casi el 30% de los corporativos superan los 30.000 kilómetros anuales.

Gráfico V.3. Kilometraje medio anual parque empresa vs. parque particular 2019 y 2018

El uso medio anual de los vehículos de empresa sumó 400 kilómetros menos el pasado año en comparación con 2018 y se situó en 24.300 kilómetros. Por su parte, los coches conducidos por particulares restaron casi 200 kilómetros de media.

Fuente: Arval Mobility Observatory

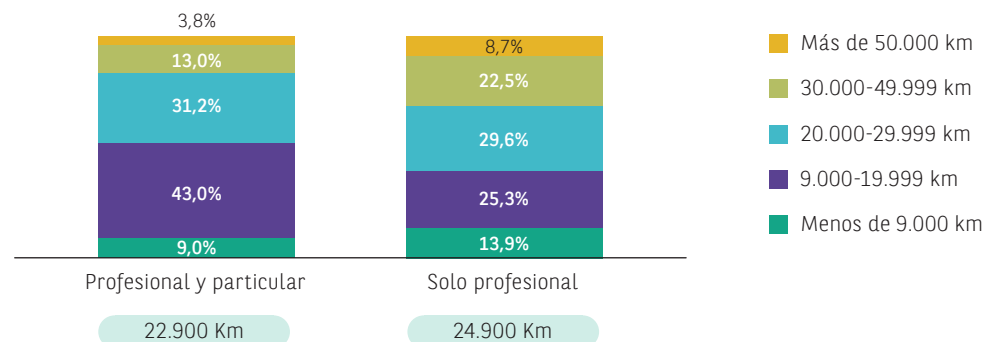
B. Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo

Gráfico V.4. Kilometraje anual por método de financiación

Fuente: Arval Mobility Observatory

La franja comprendida entre 20.000 y 29.999 kilómetros anuales fue la más usual entre los vehículos financiados a través de renting o leasing, mientras que la de compra directa, que comprende un mayor número de particulares, se situó entre los 9.000 y los 19.999. Los vehículos financiados mediante renting recorrieron una media de 26.700 kilómetros el año pasado. Los de leasing, por su parte, circularon un número de kilómetros algo mayor de media (27.000), mientras que los de compra directa rodaron 23.200 kilómetros y un 7,4% de los mismos recorrió más de 50.000 kilómetros, por el 11,7% de los de renting.

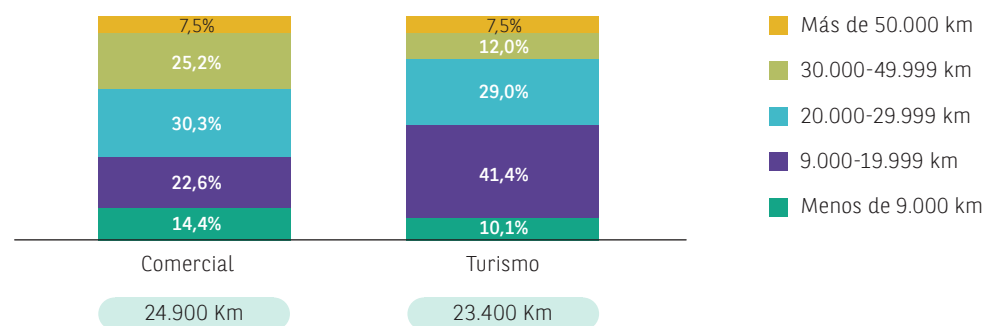
Gráfico V.5. Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo



Fuente: Arval Mobility Observatory

Tanto el uso profesional del vehículo como el que combina el trabajo con trayectos particulares descendió el pasado año. El uso profesional obtuvo una media de 24.900 kilómetros, mientras que la combinación del uso particular y uso profesional sumó 2.000 kilómetros menos (22.900km).

Gráfico V.6. Kilometraje anual por tipología de vehículo

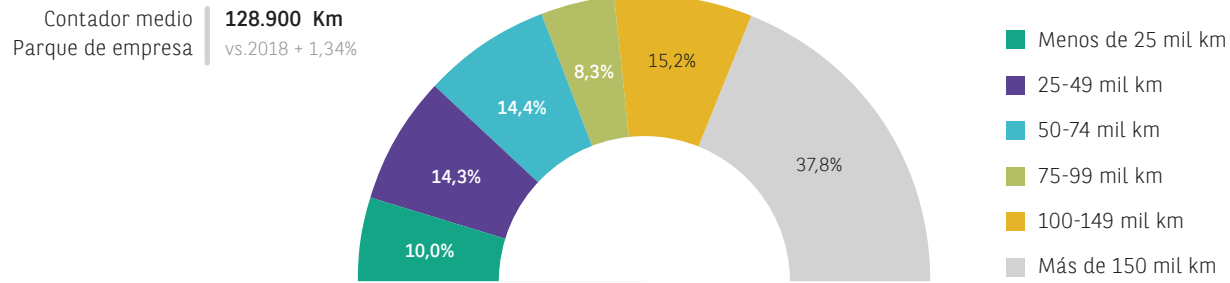


Fuente: Arval Mobility Observatory

En lo que se refiere al kilometraje anual por tipo de vehículo, un año más los vehículos comerciales son los que más distancia recorren, con 24.900 kilómetros de media, frente a los turismos, que transitaron hasta los 23.400 kilómetros. Pero mientras en estos últimos el tramo más común es el que comprende entre 9.000 y 19.999 kilómetros, entre los comerciales el más común es el comprendido entre 20.000 y 29.000 kilómetros.

C. Kilometraje en el contador

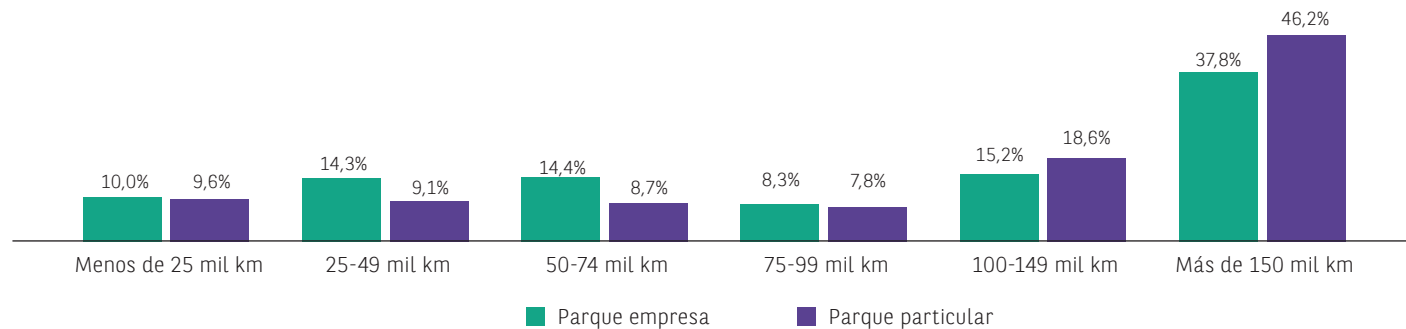
Gráfico V.7. Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa



Fuente: Arval Mobility Observatory

Los vehículos de empresa aumentaron el kilometraje un 1,34% en relación al año anterior y sumaron una media de 128.900 kilómetros. El 53% del parque total acumula más de 100.000 kilómetros anuales en sus contadores, de los cuales, el 37,8% superó los 150.000 kilómetros.

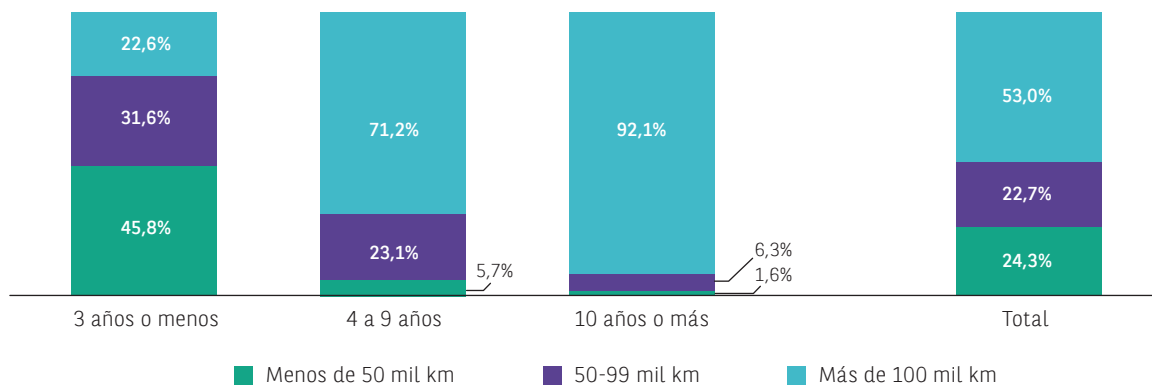
Gráfico V.8. Kilometraje acumulado parque empresa vs. parque particular



Fuente: Arval Mobility Observatory

Los vehículos pertenecientes a particulares mantienen un kilometraje medio superior en comparación con los de empresa por su menor rotación, lo que aumenta el tiempo de vida de los mismos. El 46,2% de las unidades del parque particular supera los 150.000 kilómetros anuales, frente al 37,8% de los corporativos, mientras que el 64,8% 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.9. Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo

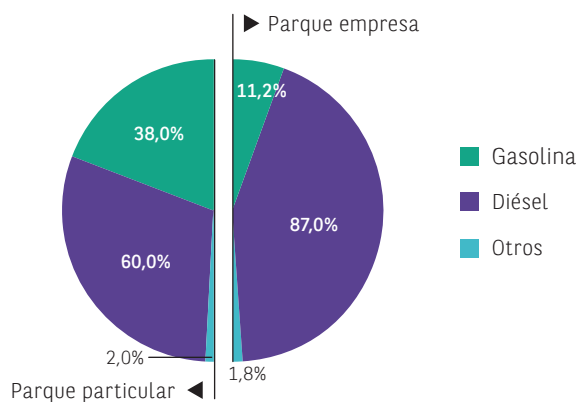


Fuente: Arval Mobility Observatory

La renovación del parque español se mantiene como una de las asignaturas pendientes del sector del automóvil. El 62% de los vehículos que circula por las carreteras españolas tiene una antigüedad superior a los 10 años y la edad media se sitúa en 12,4 años. Más del 92% de los coches que supera la década de vida suman más de 100.000 kilómetros en sus contadores, por un 71,2% que los completa antes de alcanzar esta antigüedad. Solo el 24,3% de las unidades cuenta con menos de 50.000 kilómetros.

D. Tipo de motor

Gráfico V.10. Tipo de motor parque empresa vs. parque particular

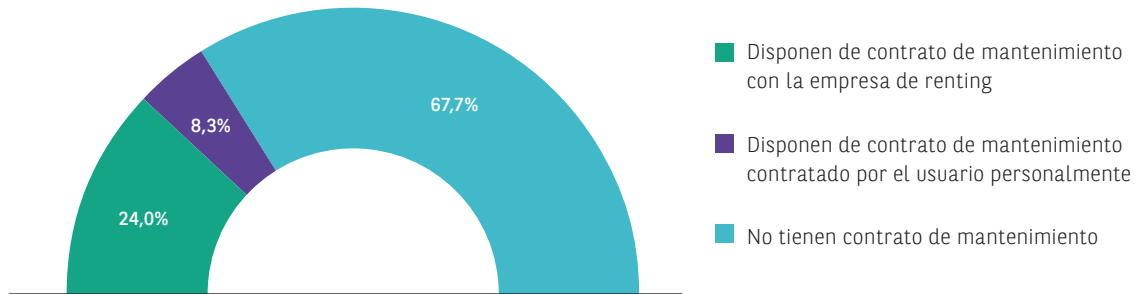


El vehículo con motorización diésel mantiene su hegemonía tanto en el parque de empresas como en el particular, con porcentajes similares a los acumulados en el ejercicio precedente. El 87% de las compañías eligió vehículos impulsados por este combustible, que también fue la opción preferente para el 60% de los particulares.

Fuente: Arval Mobility Observatory

E. Contrato de mantenimiento

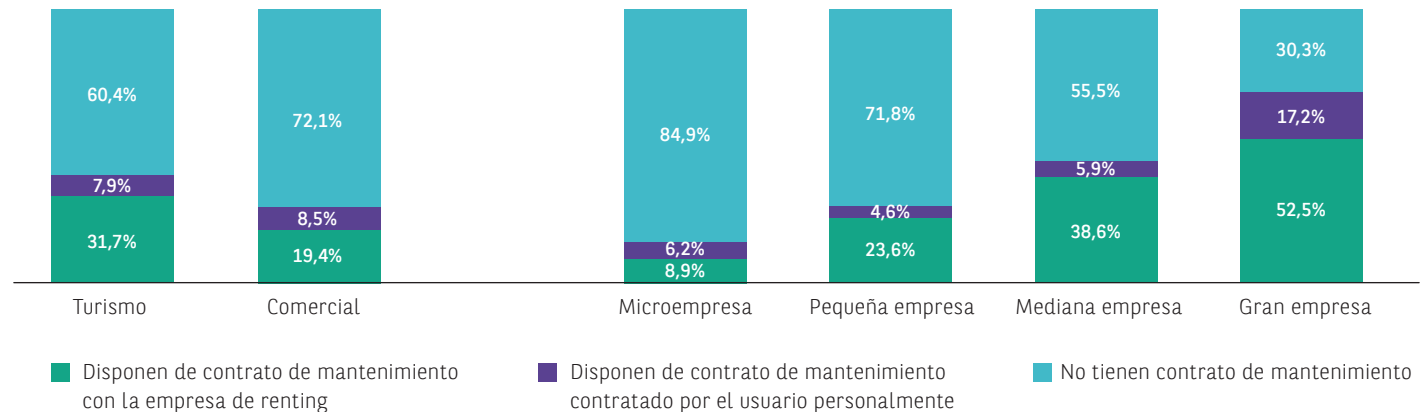
Gráfico V.11. Posesión de contrato de mantenimiento



Fuente: Arval Mobility Observatory

El contrato de mantenimiento del vehículo es descartado por la mayoría de usuarios (67,7%). De los que se deciden por su suscripción, el 24% lo hace a través de su empresa de renting y solo un 8,3% lo negocia de manera personal.

Gráfico V.12. Posesión de contrato de mantenimiento por tipología de vehículo y magnitud de la empresa



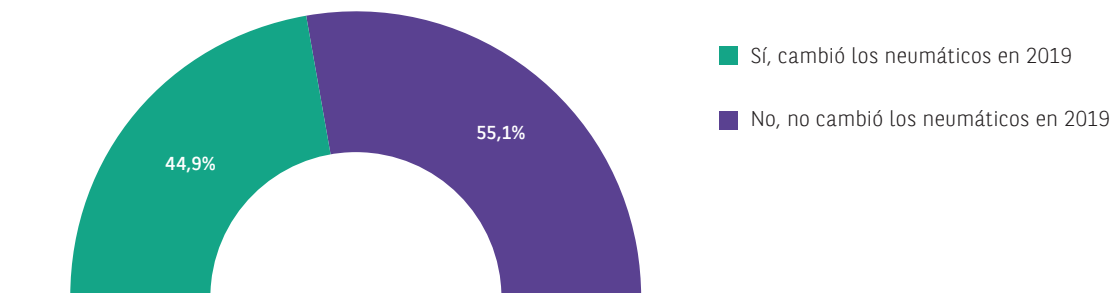
Fuente: Arval Mobility Observatory

La contratación de servicios de mantenimiento suele ser una práctica vinculada a las grandes corporaciones que utilizan el renting como método de financiación. El 52,5% de las mismas opta por suscribirlo, frente al 38,5% de las empresas medianas, el 23,6% de las pequeñas y casi el 9% de las microempresas. Por modalidad de vehículo, el 31,7% de los turismos lo negocia con su firma de renting, por un 19,4% de los comerciales.

II. NEUMÁTICOS

A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2019

Gráfico V.13. Cambio de neumáticos en 2019

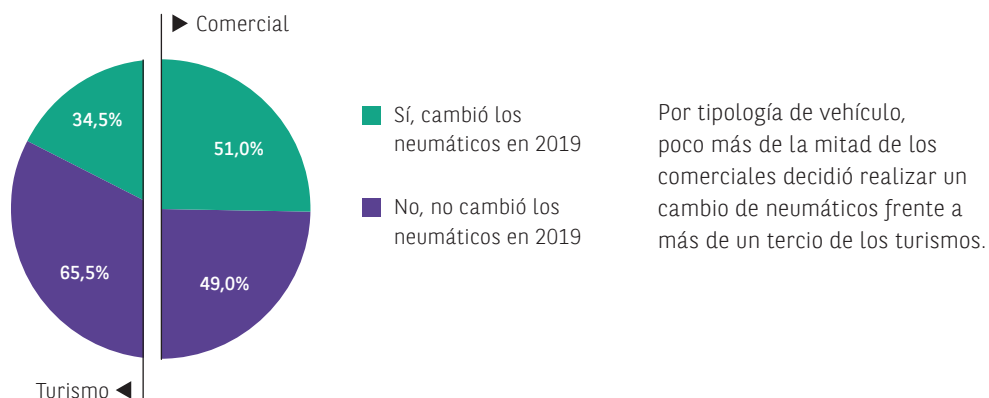


Fuente: Arval Mobility Observatory

El porcentaje de coches que acometió el pasado año un cambio de neumáticos se mantuvo en porcentajes similares a los de los años precedentes, ya que casi el 45% de los propietarios de vehículos, decidió acudir al taller para la sustitución de los mismos.

B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo

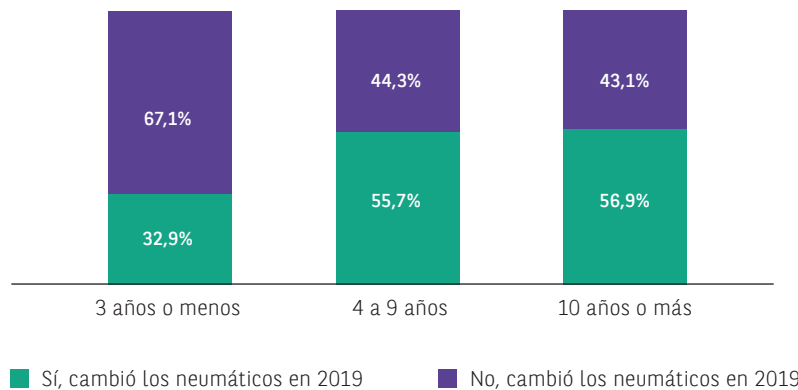
Gráfico V.14. Cambio de neumáticos por tipología de vehículo



Fuente: Arval Mobility Observatory

C. Necesidad de cambio de neumáticos por edad del vehículo

Gráfico V.15. Cambio de neumáticos por edad del vehículo

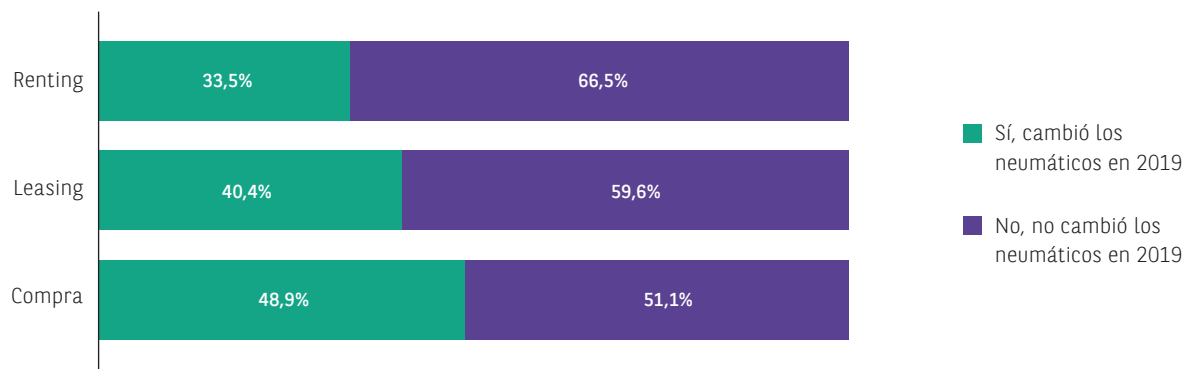


Las unidades más recientes fueron las que en menor medida necesitaron un cambio de neumáticos, al contar con un kilometraje menor en sus gomas. Solo un tercio de los automóviles con menos de tres años de antigüedad tuvo que cambiar las ruedas en 2019, porcentaje que ascendió hasta el 55,7% en los que contaban entre cuatro y nueve años de edad y hasta casi el 57% en los que superaban la década de vida.

Fuente: Arval Mobility Observatory

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

Gráfico V.16. Cambio de neumáticos por método de financiación

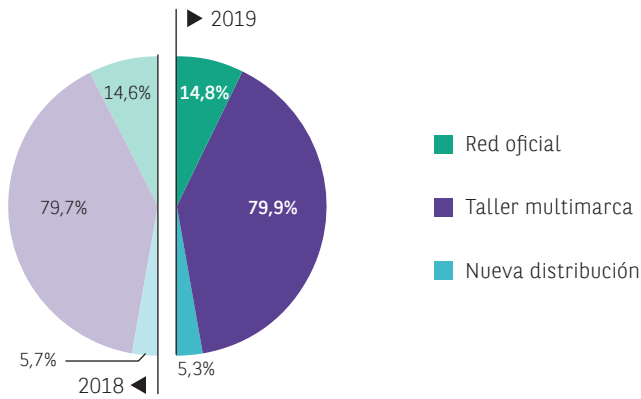


Fuente: Arval Mobility Observatory

Si se toma en cuenta el método de financiación, casi la mitad de los vehículos adquiridos a través de compra directa pasaron por el taller para cambiar los neumáticos, al igual que el 40,4% de los que se financiaron a través de leasing y el 33,5% de los de renting.

E. Lugar de reparación

Gráfico V.17. Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2019 vs. 2018

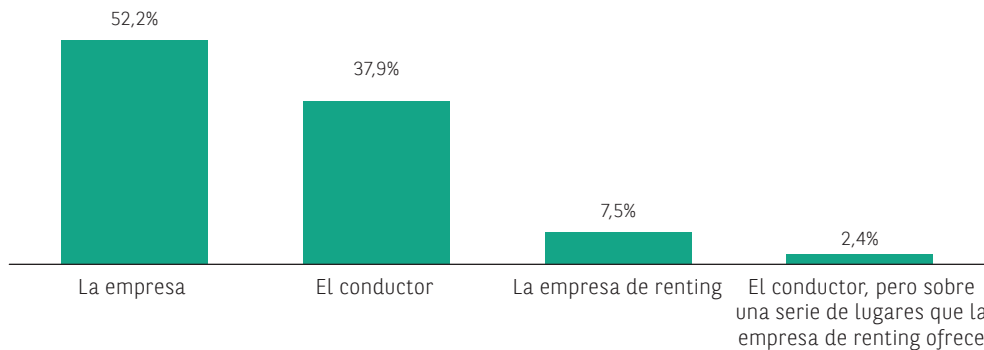


El predominio de los talleres multimarca como centro de referencia para efectuar reparaciones o cambios de neumáticos se incrementó ligeramente en 2019 en comparación con el año anterior y sumó el 79,9% de las visitas. La red oficial también ganó dos décimas porcentuales y se aproxima al 15% de cuota, mientras que los centros de nueva distribución perdieron clientela.

Fuente: Arval Mobility Observatory

F. Decisión de la elección del taller

Gráfico V.18. Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos

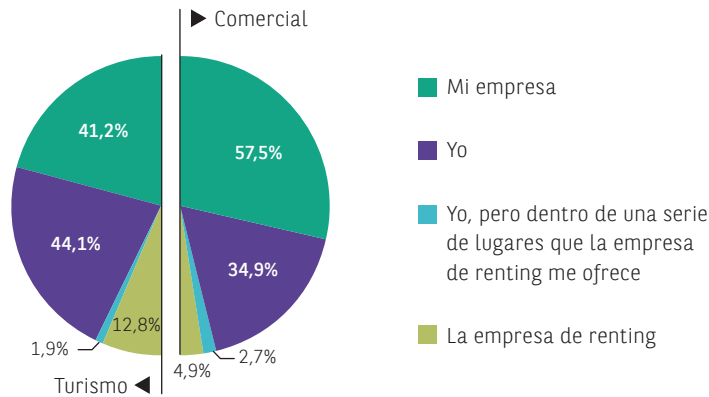


Fuente: Arval Mobility Observatory

El criterio empresarial se impone a la hora de acudir al taller para realizar el cambio de neumáticos en más de la mitad de las ocasiones (52,2%), mientras que la capacidad de elección del conductor prevaleció en casi el 38% de los casos. Las firmas de renting eligieron centro un 7,5% de las oportunidades, mientras que sugirieron opciones al usuario el 2,4% restante.

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

Gráfico V.19. Decisión del centro de reparación según el tipo de vehículo



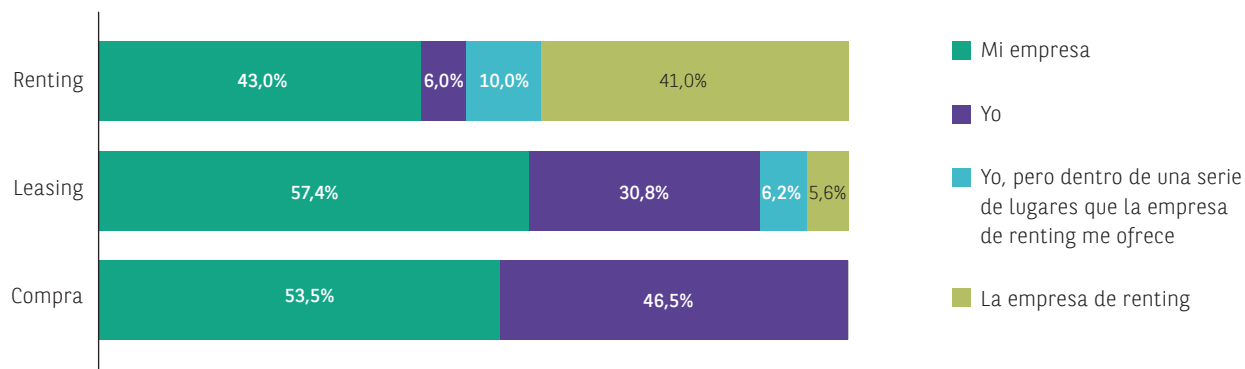
Fuente: Arval Mobility Observatory

Por tipo de vehículo, las empresas propietarias de comerciales son las que en mayor medida (57,5%) toman la decisión de elegir el centro de reparación, por delante de la decisión del conductor (35%). En el caso de los turismos es el usuario el que elige taller en el 44% de las ocasiones, mientras que la compañía lo hace en el algo más del 41% de los casos.



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

Gráfico V.20. Decisión del centro de reparación según el método de financiación

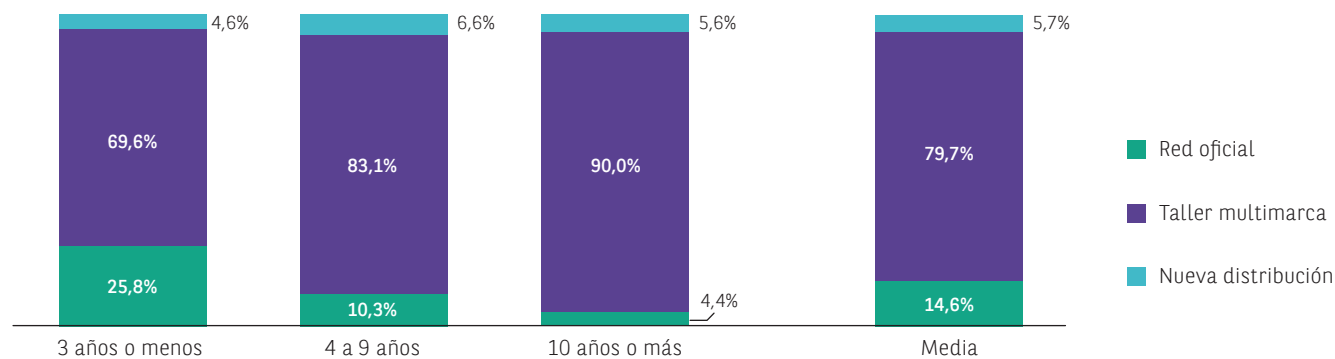


Fuente: Arval Mobility Observatory

Las empresas son las que 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 57,4%, por el 53,5% de los de compra directa y el 43% de los de renting. En esta última modalidad, las firmas de renting hicieron valer su opinión el 41% de las ocasiones.

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

Gráfico V.21. Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para cambio de neumático



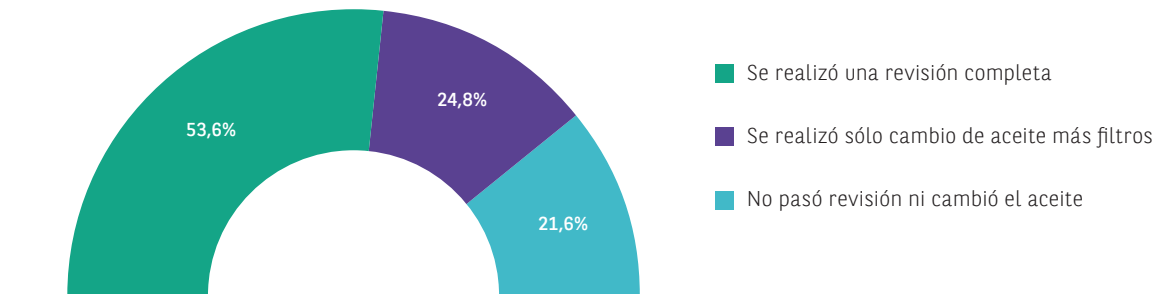
Fuente: Arval Mobility Observatory

Los talleres multimarca son la principal elección para el cambio de gomas con independencia de la antigüedad del vehículo, ya que son utilizados por el 79,7% de los coches, aunque crece su utilización a medida que aumenta la edad del automóvil. Los coches más longevos son clientes habituales a la opción multimarca, ya que casi el 90% de los mismos acude a ellos, en comparación con el 69,6% de las últimas incorporaciones.

III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO

A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2019

Gráfico V.22. Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2019

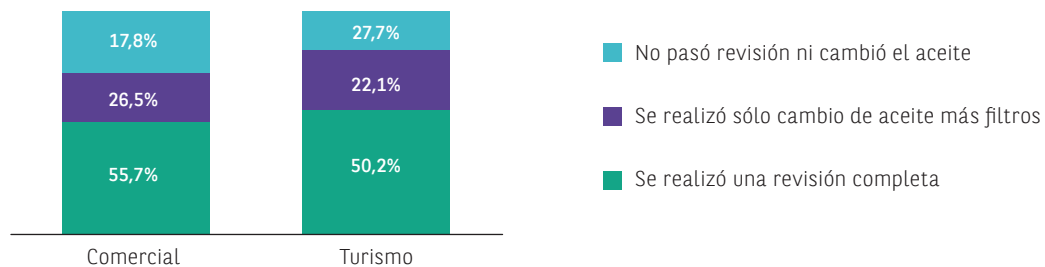


Fuente: Arval Mobility Observatory

Realizar una revisión completa que evite futuros contratiempos es una elección que convenció al 53,6% de los vehículos de empresa en 2019, mientras que casi un 25% optó por el cambio de aceite y los filtros. Crecen hasta el 21,6% las unidades que no acudieron al servicio técnico en todo el ejercicio.

B. Por tipología de vehículo

Gráfico V.23. Revisión o cambio de aceite por tipología de vehículo

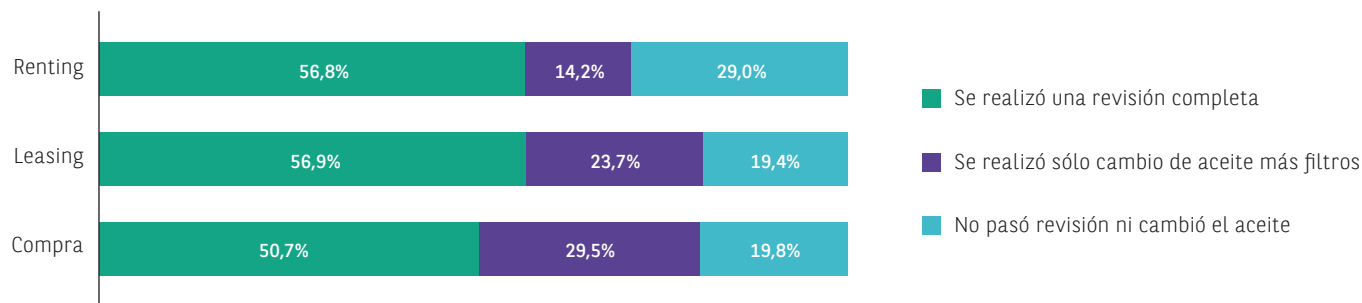


Fuente: Arval Mobility Observatory

Por tipo de vehículo, los comerciales acudieron en mayor medida al taller que los turismos durante el pasado ejercicio, ya que el 55,7% de los primeros realizaron revisiones más exhaustivas en comparación con el 50,2% de los segundos. Solo el 22,1% de los turismos restantes realizó un servicio básico como el cambio de aceite, frente al 26,5% de los comerciales. Casi el 28% de los turismos no realizó ningún tipo de actuación en el taller.

C. Según método de financiación

Gráfico V.24. Revisión o cambio de aceite por método de financiación

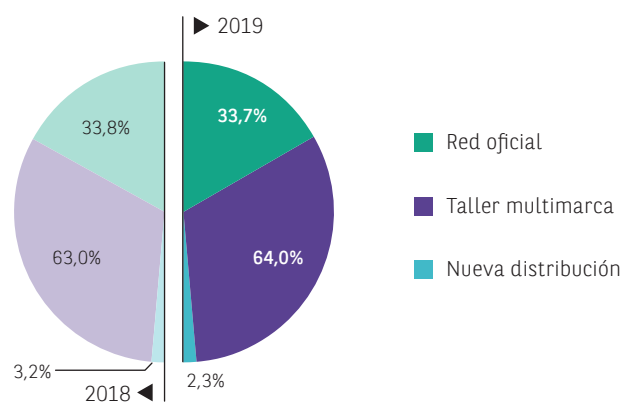


Fuente: Arval Mobility Observatory

Con respecto al método de financiación, un año más los vehículos de renting son los que más deciden contratar revisiones completas (56,8%), aunque también cuentan con la mayor proporción de coches que no acuden al taller (29%) debido al intervalo mayor de los mantenimientos en vehículos más nuevos, teniendo en cuenta la juventud del parque de renting. El 56,9% de las unidades de leasing y el 50,7% de las de compra, también eligen el chequeo preventivo, con lo que crecen en relación al año anterior. El porcentaje de vehículos comprados que opta por cambios de aceite como medida de mantenimiento suma el 29,5%, por el 23,7% de los de leasing y el 14,2% de los de renting.

D. Lugar de reparación

Gráfico V.25. Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2019 vs. 2018

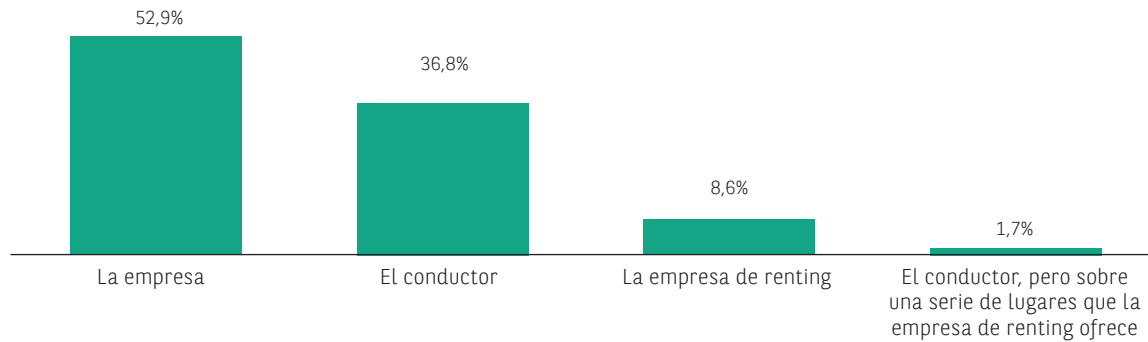


El taller multimarca vuelve a ganar cuota en las preferencias para la revisión del vehículo de empresa y se consolida como la principal opción, ya que esta modalidad es la elegida por el 64% de los vehículos. Más de un tercio de las unidades opta por la red oficial.

Fuente: Arval Mobility Observatory

E. Decisión del lugar de realización del mantenimiento

Gráfico V.26. Quién decide la elección del centro de reparación para la realización del mantenimiento

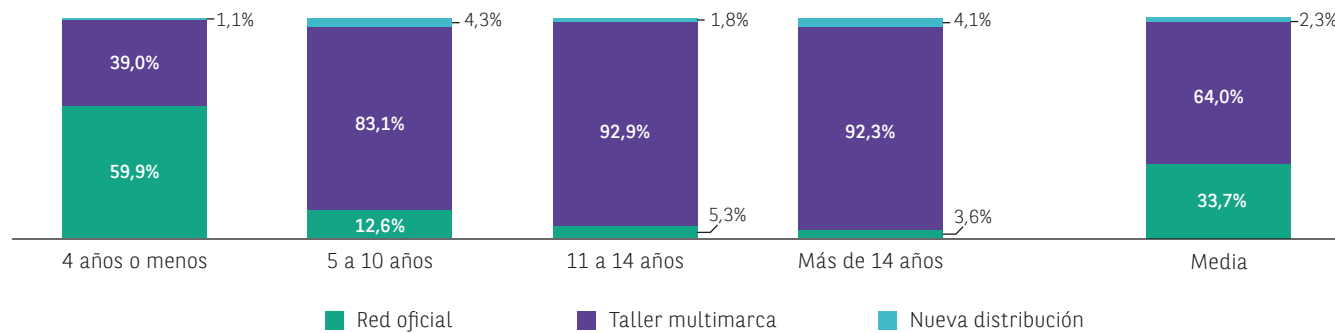


Fuente: Arval Mobility Observatory

La empresa toma las riendas a la hora de elegir el lugar de reparación en casi el 53% de las ocasiones, mientras que el conductor impone su criterio el 36,8%. Las firmas de renting deciden un 8,6% de las ocasiones e influyen en otro 1,7%.

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

Gráfico V.27. Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para realización de mantenimiento



Fuente: Arval Mobility Observatory

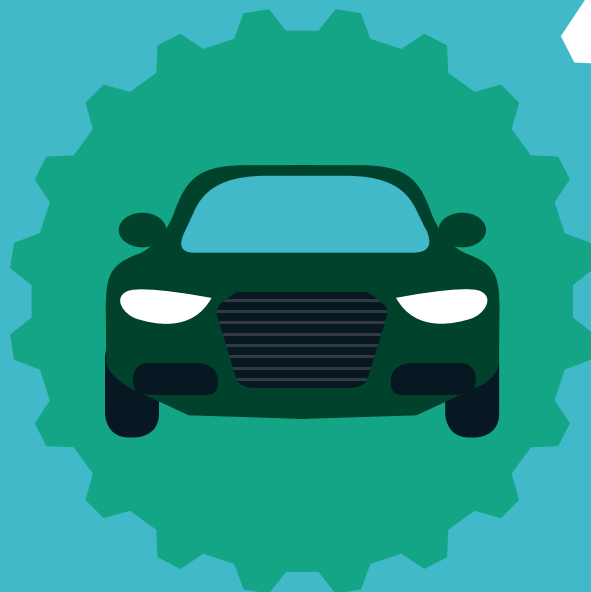
Conservar la garantía del fabricante o aceptar las ofertas realizadas por la casa oficial consigue que los vehículos con menos de cuatro años de vida acudan a la red oficial para realizar las labores de mantenimiento en casi el 60% de las ocasiones, aunque, cumplido este primer lapso de tiempo, el 83,1% ya opta por acudir al taller independiente. En el cómputo general de la vida del vehículo, solo un tercio de las unidades se mantiene fiel a la casa matriz, mientras que el 64% acude a un espacio multimarca y solo el 2,3% opta por nuevas formas de distribución.

DAÑOS Y REPARACIONES EN EL VEHÍCULO DE EMPRESA

Los vehículos que circulan por las carreteras españolas suelen acudir al taller una media de dos veces al año una vez que han superado los cuatro años de vida. 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.



LOS VEHÍCULOS **ENTRE SEIS Y NUEVE AÑOS** DE EDAD SON LOS QUE ACUDEN CON MAYOR ASIDUIDAD AL MECÁNICO, 2 ENTRADAS ANUALES



LA MODALIDAD DE **TERCEROS** SE MANTIENE COMO EL TIPO DE COBERTURA DE SEGURO ELEGIDA DE FORMA MAYORITARIA

VEHÍCULOS PARTICULARES
67%

VEHÍCULOS CORPORATIVOS
51%

LOS TURISMOS **MÁS RECIENTES** SON LOS QUE **MÁS ACUDEN** AL TALLER (49%), EN GRAN PARTE PARA CUMPLIR CON LAS REVISIONES Y PODER MANTENER LA GARANTÍA DEL FABRICANTE



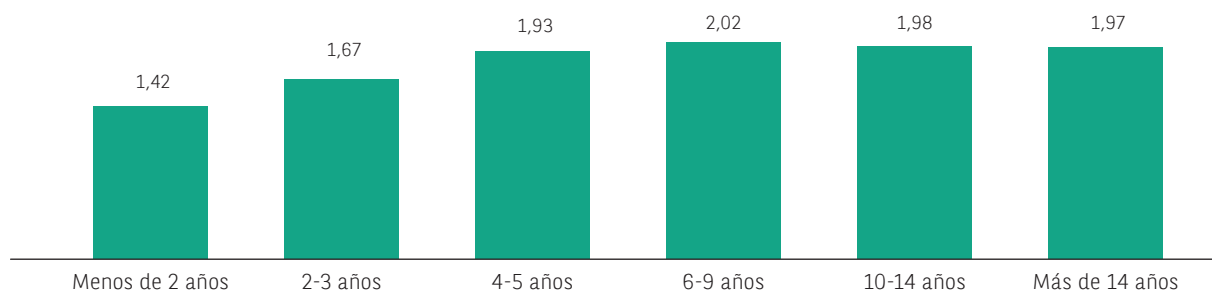
Siendo la casa **OFICIAL** el lugar elegido para ello

EL SEGURO **A TODO RIESGO** SIN FRANQUICIA SUMÓ UN PUNTO PORCENTUAL EN COMPARACIÓN CON 2018 Y ALCANZÓ EL 27% DEL PARQUE EMPRESARIAL

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

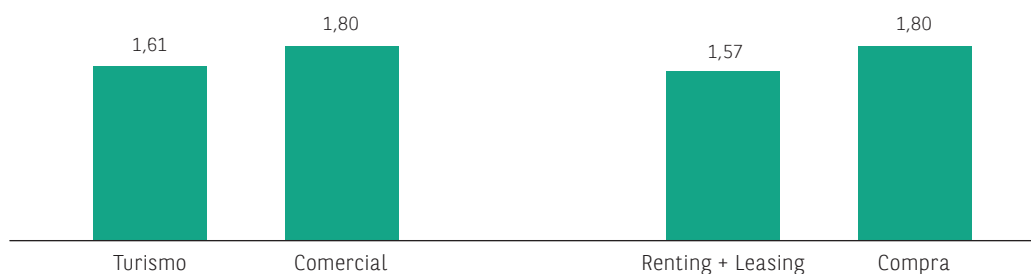


Fuente: Arval Mobility Observatory

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 2,02 entradas anuales. Esta media desciende de forma leve (1,98) entre los que superan la década de antigüedad, para bajar de nuevo cuando alcanzan los 14 años (1,97). Los modelos de reciente adquisición apenas acuden para acciones de mantenimiento, mientras que los que cuentan entre dos y tres años acuden en 1,67 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

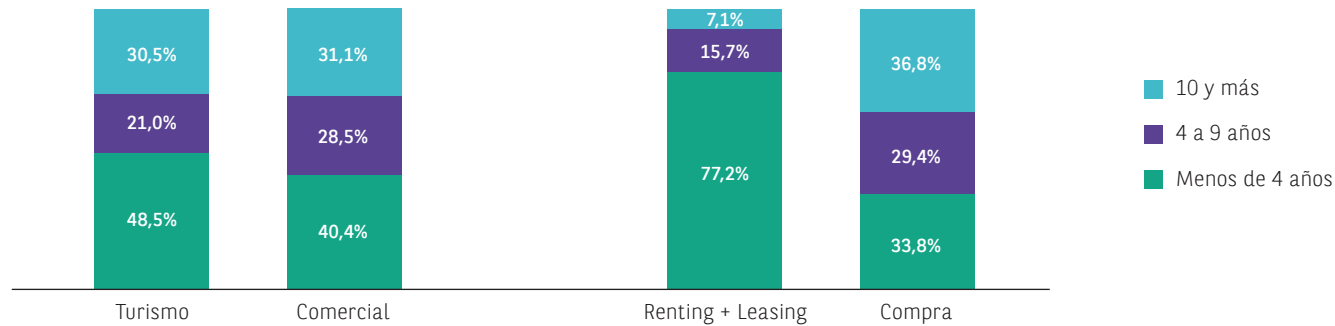


Fuente: Arval Mobility Observatory

La mayor frecuencia de uso de los vehículos comerciales les obliga a realizar un número superior de reparaciones (1,80) que los turismos (1,61), al sufrir un desgaste más pronunciado. En lo que se refiere al método de financiación, los automóviles adquiridos por la modalidad de compra directa acumulan más visitas al taller (1,80) que los financiados mediante leasing y renting, que suman 1,57 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



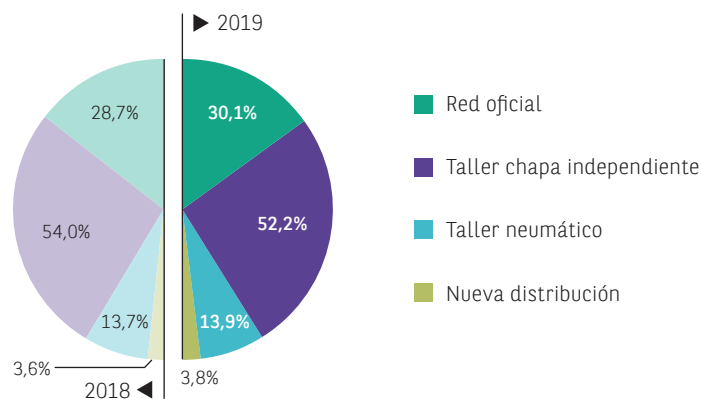
Fuente: Arval Mobility Observatory

Por tipología, los turismos más recientes son los que más acuden al taller (48,5%), en gran parte para cumplir con las revisiones y poder mantener la garantía del fabricante, al igual que el 40% de los comerciales. Superada la barrera de los cuatro años de vida, 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

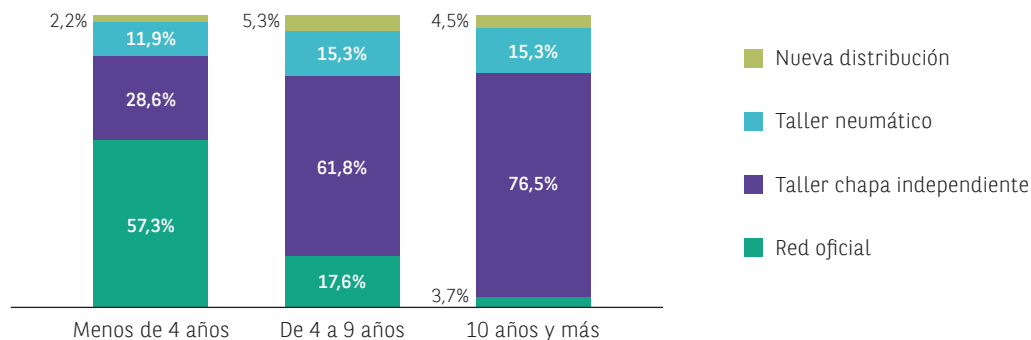
Gráfico VI.4. Elección del lugar donde realizar la reparación 2019 vs. 2018



El taller de chapa independiente se mantuvo el pasado año como la opción preferida por las empresas para reparar sus vehículos, aunque descendió casi dos puntos porcentuales en comparación con 2018, hasta alcanzar el 52,2% de las visitas. La red oficial se benefició de este cambio de tendencia y creció hasta el 30,1%.

Fuente: Arval Mobility Observatory

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

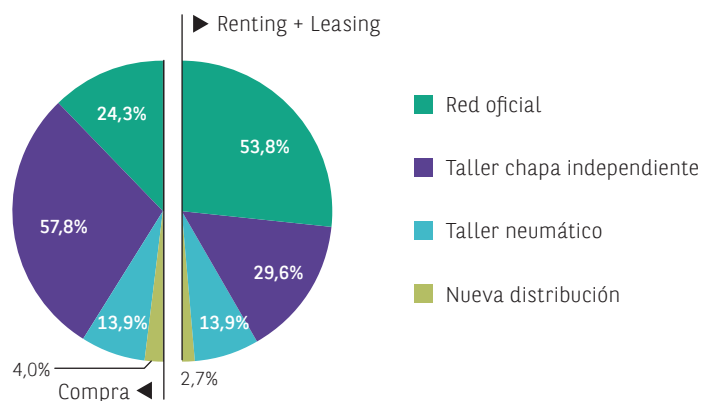


Fuente: Arval Mobility Observatory

La elección del lugar de reparación está directamente relacionada con la antigüedad del vehículo. Los modelos nuevos acuden a la casa oficial (57,3%), mientras que casi el 62% de los que cuentan entre cuatro y nueve años optan por el taller independiente, porcentaje que crece hasta el 76,5% cuando se supera los diez años de uso, franja en la que la visita al taller oficial se sitúa por debajo del 4%.

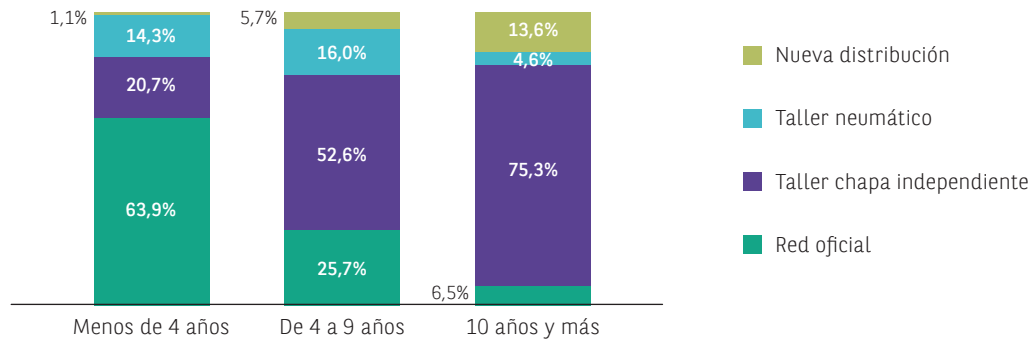
E. Lugar de realización de la reparación en función del método de financiación y antigüedad del vehículo

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



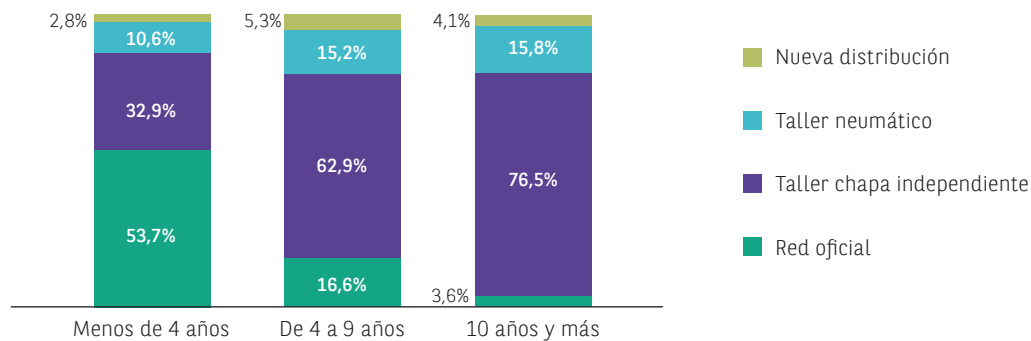
Fuente: Arval Mobility Observatory

Si se toma como referencia el método de financiación, los vehículos adquiridos vía renting o leasing confían en el taller oficial en el 53,8% de las ocasiones, mientras que el 57,8% de los adquiridos de forma directa se decantan por el profesional independiente para las reparaciones. El 29,6% de los coches financiados por renting o leasing eligen esta última modalidad.

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

Fuente: Arval Mobility Observatory

Los datos resultantes del cruce de la antigüedad de los vehículos con su método de financiación revelan que la red oficial acapara casi el 64% de las visitas de los automóviles más modernos que optaron por el renting o leasing, mientras que más de la mitad (52,6%) 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 en el 25,7% en este segmento. Superada la década de vida, los talleres independientes reciben el 75,3% de las unidades.

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

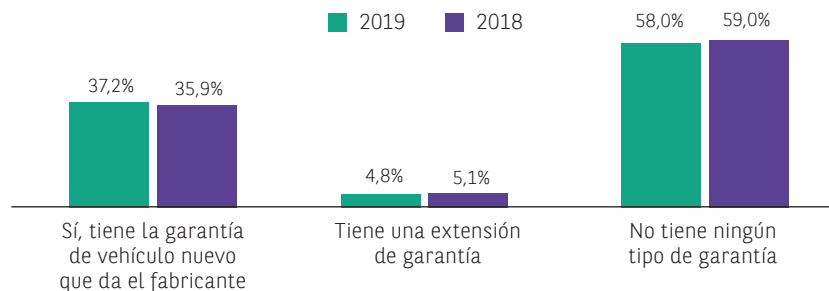
Fuente: Arval Mobility Observatory

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 15% cuando superan los cuatro años de antigüedad.

II. GARANTÍA

A. Vehículo en garantía

Gráfico VI.9. Garantía del vehículo de empresas - 2019 vs. 2018



Parque Particulares

¿Y su vehículo está en garantía?

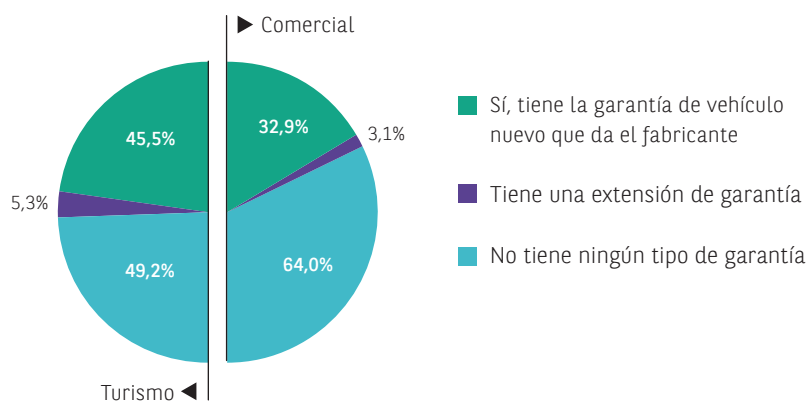
Sí, tiene la garantía de vehículo nuevo que da el fabricante	16,0%
Tiene una extensión de garantía	2,0%
No tiene ningún tipo de garantía	82,0%

Fuente: Arval Mobility Observatory

Disponer de algún tipo de garantía ha dejado de ser la norma habitual en los vehículos. En 2019 solo el 37,2% de las unidades del parque empresarial contaban con el respaldo oficial del fabricante y no llegaron al 5% las que realizaron una extensión del mismo. El caso de los particulares es diferente, al mantenerse la reticencia a contratar este tipo de servicios, ya que el 82% no disponía de ningún tipo de garantía, el 16% contaba con la que facilita el fabricante cuando el vehículo es nuevo y solo un 2% optó por ampliarla.

B. Garantía en función del tipo de vehículo

Gráfico VI.10. Garantía según el tipo de vehículo

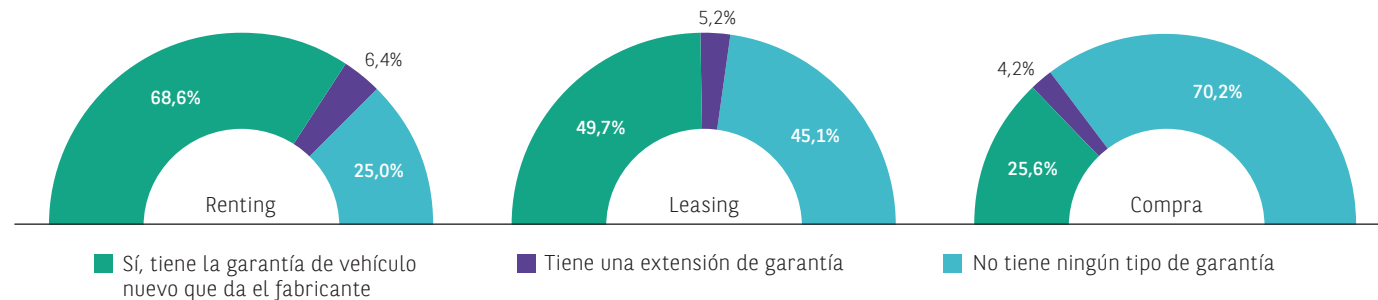


Por tipo de vehículo, el 45,5% de los turismos posee la garantía que le ofrece el fabricante y solo un 5,3% opta por extenderla. En el caso de los comerciales, apenas un tercio de los mismos está cubierto por la garantía de fábrica y solo un 3% la prolonga.

Fuente: Arval Mobility Observatory

C. Garantía en función del método de financiación del vehículo

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



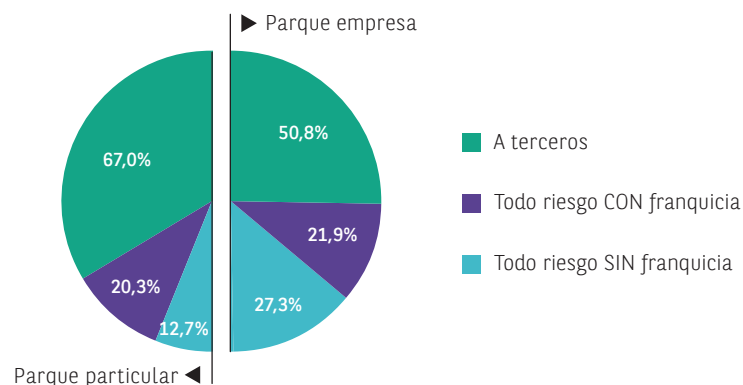
Fuente: Arval Mobility Observatory

Los vehículos financiados por medio de renting son los que poseen la garantía vigente del fabricante en mayor medida, ya que casi el 69% de los mismos se encuentra en esta situación, además de que suman el mayor porcentaje de los que contratan extensiones de la misma (6,4%). Por contraposición, los de compra directa prescinden de la garantía en más del 70% de los casos. Menos de la mitad de los coches que acudieron al leasing está cubierto por el fabricante y poco más del 5% amplió estos beneficios.

III. SEGURO

A. Tipo de seguro

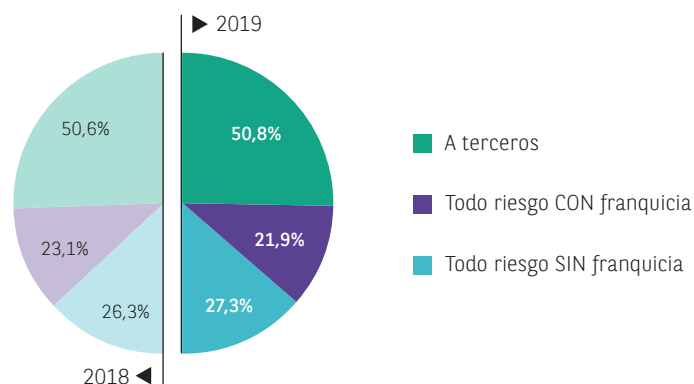
Gráfico VI.12. Tipo de seguro parque empresa vs. parque particular



Fuente: Arval Mobility Observatory

La modalidad de terceros se mantiene como el tipo de cobertura de seguro elegida de forma mayoritaria tanto por los vehículos particulares (67%) como por los corporativos (50,8%). El seguro a todo riesgo con franquicia es la mejor opción para casi el 22% del parque empresarial, mientras que más del 20% de los coches particulares lo prefiere sin franquicia.

Gráfico VI.13. Tipo de seguro en parque empresa - Comparativa 2019 vs. 2018

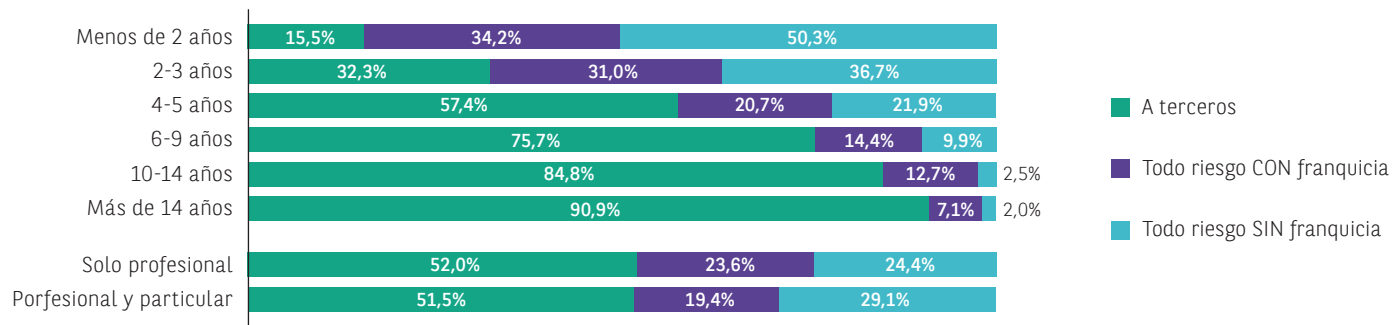


Fuente: Arval Mobility Observatory

La contratación del seguro a terceros se mantuvo en 2019 como la opción dominante en el parque de vehículos corporativos y cubre al 50,8% de las unidades. El todo riesgo sin franquicia sumó un punto porcentual más en comparación con 2018 y alcanzó el 27,3% del parque empresarial, mientras que el que carece de franquicia agrupó al 22% 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

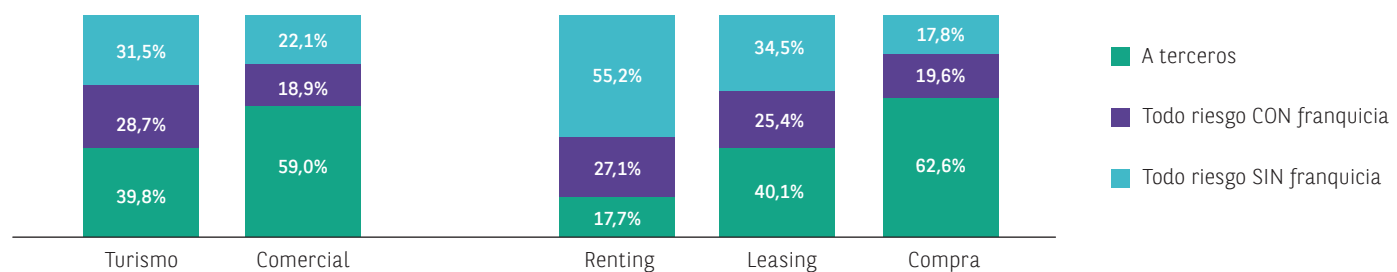


Fuente: Arval Mobility Observatory

El seguro a terceros es la modalidad más requerida para cubrir las contingencias del parque de vehículos español, tanto entre los destinados en exclusiva al uso profesional (52%) como por aquellos automóviles que además realizan viajes particulares fuera del horario de trabajo (51,5%). En relación a 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



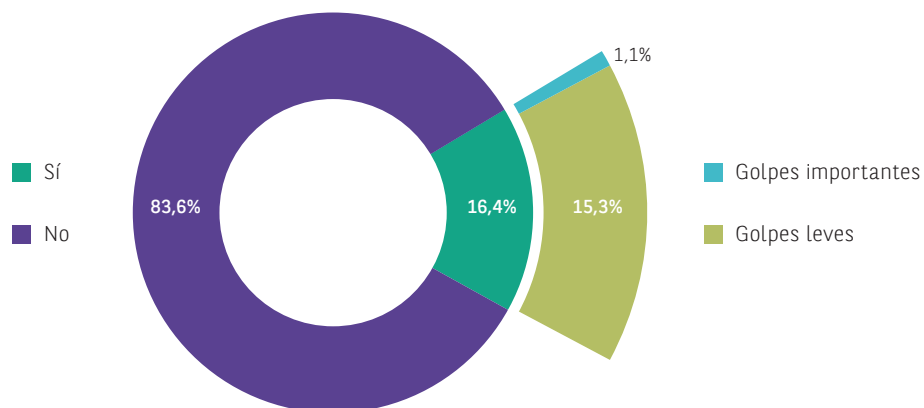
Fuente: Arval Mobility Observatory

Por tipología de vehículo. Los comerciales mantienen su preferencia por el seguro a terceros en el 59% de las ocasiones. En el caso de los turismos también es la opción más demandada con el 39,8% de los casos, seguida por el todo riesgo sin franquicia (31,5%), mientras que el que cuenta con franquicia alcanza el 28,7% de cuota.

Si se toma como referencia la modalidad de financiación, el 62,6% de los vehículos en propiedad cuenta con una póliza a terceros, opción que es también la preferida por los de leasing (40,1%). Por su parte, el todo riesgo sin franquicia es la elección más común en los vehículos de renting y cubre casi el 55,2% de los casos.

D. Accidentes

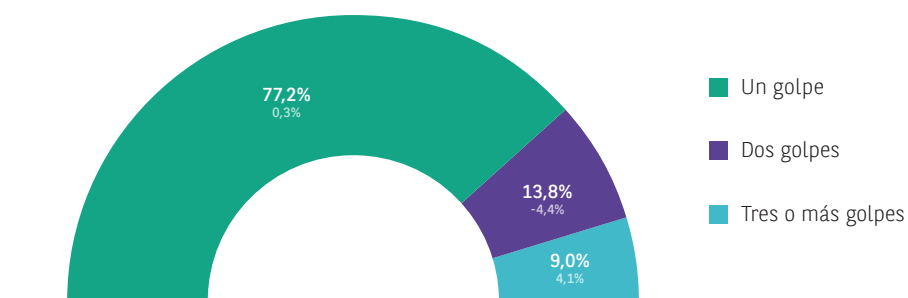
Gráfico VI.16. Tuvo accidente en 2019 y tipo de accidente (Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2019)



Fuente: Arval Mobility Observatory

La gran mayoría de conductores (83,6%) no sufrió ningún accidente en 2019. De los que no tuvieron esta suerte, solo el 1,1% revistió gravedad, mientras que los siniestros restantes se saldaron con golpes leves.

Gráfico VI.17. Número de accidentes / roces

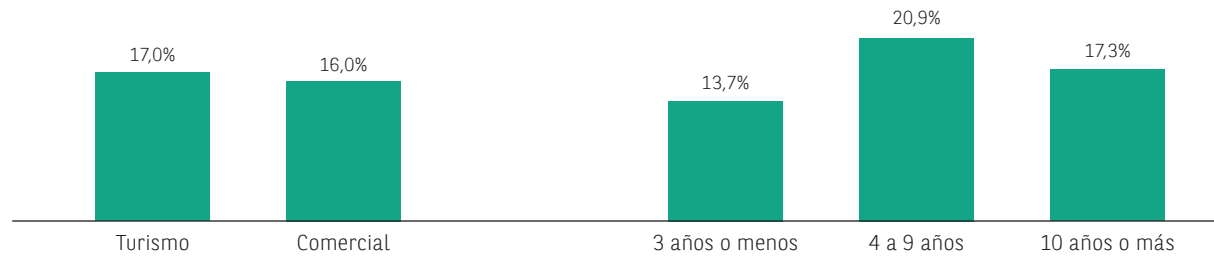


Fuente: Arval Mobility Observatory

Gran parte de los conductores que sufrieron un accidente en 2019 no volvieron a verse implicados en otro percance (77,2%), un porcentaje similar al del año anterior. El 13,8% sufrieron dos golpes, lo que equivale a un descenso del 4,4%, mientras que el 9% se vieron implicados en tres o más roces, el 4,1% más.

E. Tasa de accidentes

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

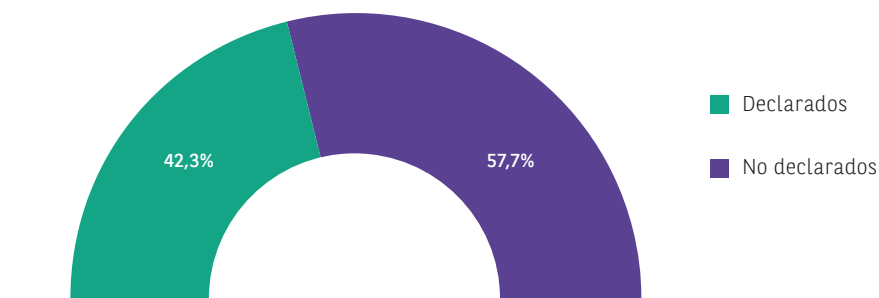


Fuente: Arval Mobility Observatory

La tasa de accidentes apenas diferenció entre los sufridos por los turismos (17%) y los comerciales (16%). El mayor índice de percances lo protagonizaron las unidades de antigüedad media (20,9%), por delante de los más longevos (17,3%). Los vehículos nuevos sumaron el 13,7% restante.

F. Accidentes declarados al seguro

Gráfico VI.19. Se declaró el accidente al seguro

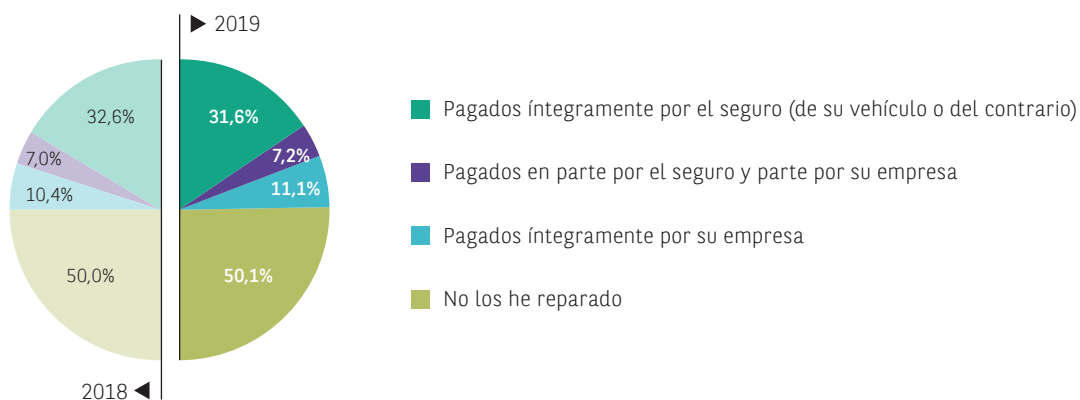


Fuente: Arval Mobility Observatory

De nuevo, más de la mitad de los accidentes (57,3%) 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 2019 vs. 2018

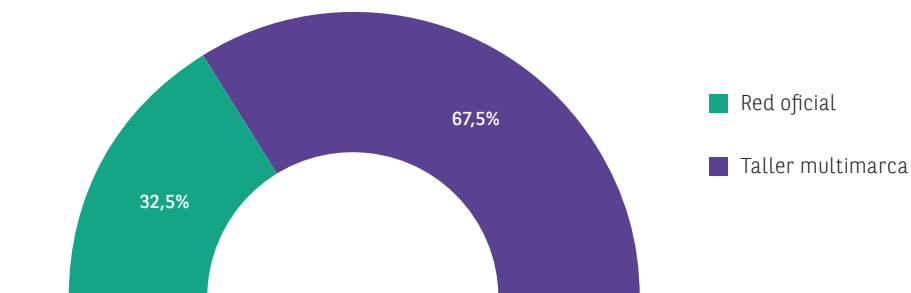


Fuente: Arval Mobility Observatory

Al igual que en 2018, la mitad de los golpes no fueron reparados el pasado año. Los daños abonados íntegramente por las compañías de seguros descendieron un punto porcentual, para situarse en el 31,6% de los casos. El 11% 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 7,2%.

H. Lugar de reparación de los daños

Gráfico VI.21. Lugar de reparación

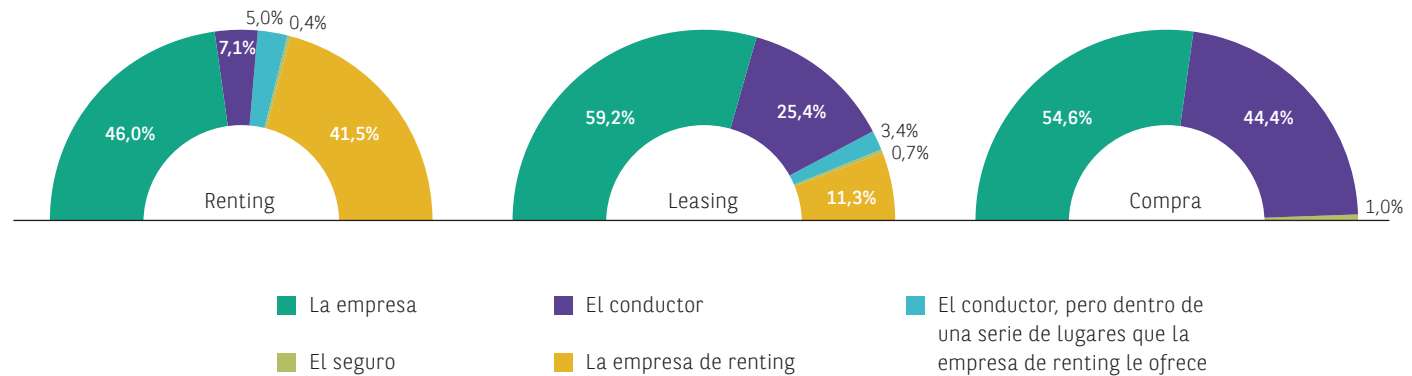


Fuente: Arval Mobility Observatory

Los talleres multimarca se mantienen como la opción preferida para realizar las reparaciones para el 67,5% de los propietarios, mientras que el 32,5% 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 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 casi el 60% de las ocasiones, por el 54,6% de los de compra directa y el 46% de los de renting. En esta última modalidad, la operadora hace valer su opinión en el 41,5% 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

El optimismo era el denominador común de las firmas españolas hasta la irrupción de la pandemia provocada por el Covid-19, ya que la mayoría de las compañías tenía previsto aumentar su flota, incluso por encima de la media europea. La reducción del parque de vehículos diésel y una 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.

APROXIMADAMENTE 3 DE CADA 10 FIRMAS ESPAÑOLAS PREVÉ **AUMENTAR** EL TAMAÑO DE **SU FLOTA** EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS



Por lo que se agudiza la senda al ALZA de los últimos años

LAS FIRMAS ESPAÑOLAS MANTIENEN LOS VEHÍCULOS EN SUS FLOTAS UNA MEDIA DE **6,5 AÑOS**



Un ejercicio **MÁS QUE LA MEDIA** comunitaria, aunque las diferencias se estrechan a medida que las compañías ganan tamaño

LAS PREVISIONES DE LOS GESTORES ES QUE EL USO DEL **DIÉSEL** CONTINÚE DECRECIENDO EN EL PRÓXIMO TRIENIO

Un 51% de las empresas seguirán **REDUCIENDO** la presencia de este tipo de vehículos en sus flotas, aún en caso de que los nuevos motores de este combustible garanticen la misma emisión de partículas NOx que los de gasolina

LA DIVERSIDAD DEL **MIX ENERGÉTICO** EN LAS FLOTAS CORPORATIVAS MANTIENE SU CRECIMIENTO, AUNQUE LAS TRES OPCIONES QUE MÁS CONVENCEN SON:

- ▶ Los vehículos **HÍBRIDOS** convencen a un 53% de las compañías españolas
- ▶ Los híbridos **ENCHUFABLES** son considerados por el 43% de las firmas españolas
- ▶ Las soluciones **ELÉCTRICAS** para el 41% de las compañías españolas

EL 43% DE LAS FIRMAS ESPAÑOLAS YA HA TOMADO MEDIDAS PARA **REDUCIR LAS EMISIONES** DE SUS FLOTAS

PARA ADAPTARSE AL PROTOCOLO **WLTP** LAS GRANDES EMPRESAS OPTAN POR:

Cambiar la combinación energética en la política del automóvil para no superar los límites de CO₂

España **39%**

UE **42%**

Aumentar el presupuesto del coste total de propiedad

España **30%**

UE **21%**

EL RENTING MANTIENE LA POSICIÓN DE LIDERAZGO QUE ALCANZÓ EN 2015 COMO MÉTODO DE FINANCIACIÓN PREFERIDO

España **42%**

UE **34%**

ALTERNATIVAS MÁS UTILIZADAS AL VEHÍCULO DE EMPRESA EN ESPAÑA

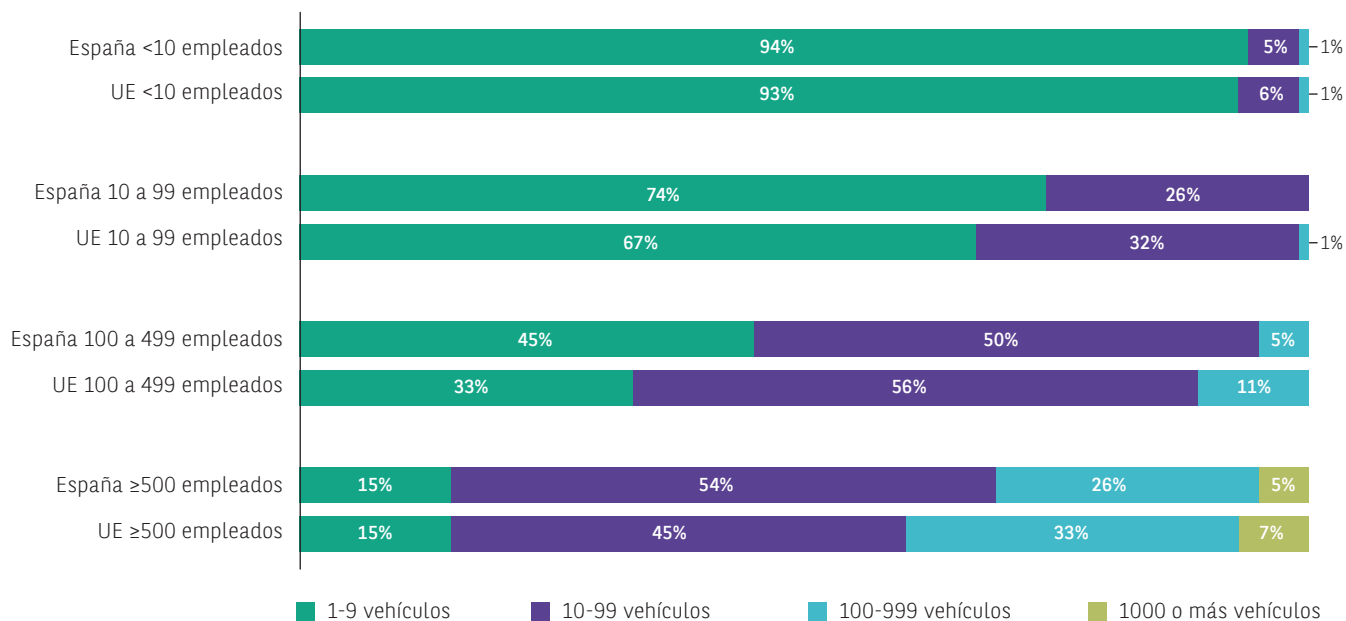
Trasporte público **29%**

Car sharing **21%**

I. ASPECTOS DE LA FLOTA

A. Tamaño de la flota

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



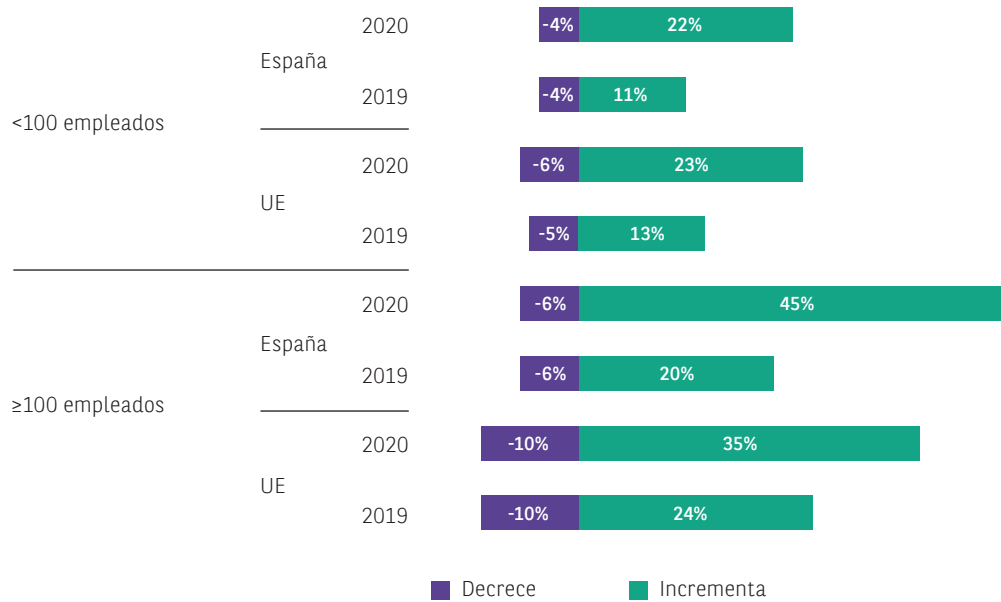
Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

La flota corporativa española de menos de 3,5 toneladas mantiene unos parámetros casi idénticos a las de los vecinos comunitarios, si se toma como referencia las compañías de pequeño tamaño, pero comienza a mostrar diferencias cuando se supera el centenar de empleados. Las pymes españolas que no superan la decena de trabajadores tienen menos de 10 vehículos salvo escasas excepciones, al igual que el 74% de las que emplean entre 10 y 99 personas, siete puntos porcentuales más que el resto de socios europeos. La mitad 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 11% del resto del continente. A partir de quinientos empleados, el 54% de las compañías españolas suma entre un centenar y un millar de unidades, frente al 45% del resto de Europa.

B. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2022

Gráfico VII.2. Evolución de la flota



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

Balance = Flota aumenta - Flota decrece

Base: Empresas con vehículos corporativos

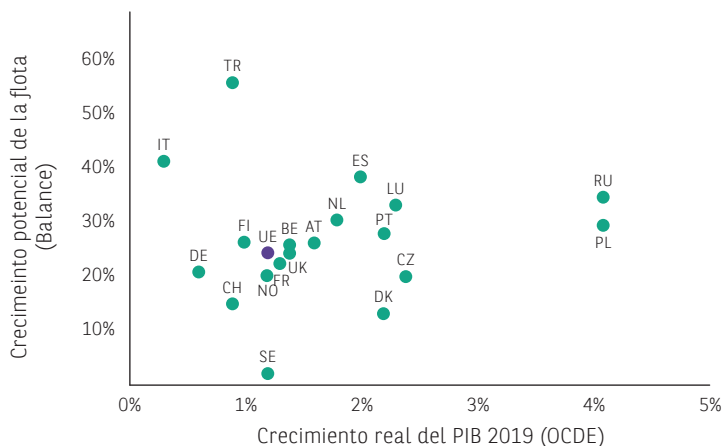
Fuente: Arval Mobility Observatory

El optimismo se mantiene como denominador común de las firmas españolas. El 26% de las mismas prevé aumentar el tamaño de su flota en los próximos tres años, frente al 20% del resto de la UE, con lo que se agudiza la senda al alza de los últimos años.

El 45% de las compañías que superan los cien empleados espera incrementar el número de vehículos, en contraposición al 6% que cree que reducirá unidades. Por su parte, el 22% de las pymes atisba perspectivas de mejora, el doble que el ejercicio anterior, mientras que las que creen que tendrá que reducir unidades se mantiene (4%).

En el ámbito continental, el 35% de las grandes empresas prevé aumentar flota, frente al 24% registrado el ejercicio anterior, mientras que entre las pymes el porcentaje de las que considera que aumentará el número de sus vehículos llega al 23%, 10 puntos porcentuales más que en 2019.

Gráfico VII.3. Matriz crecimiento potencial según crecimiento del PIB en 2019 - Empresas de 100 o más empleados



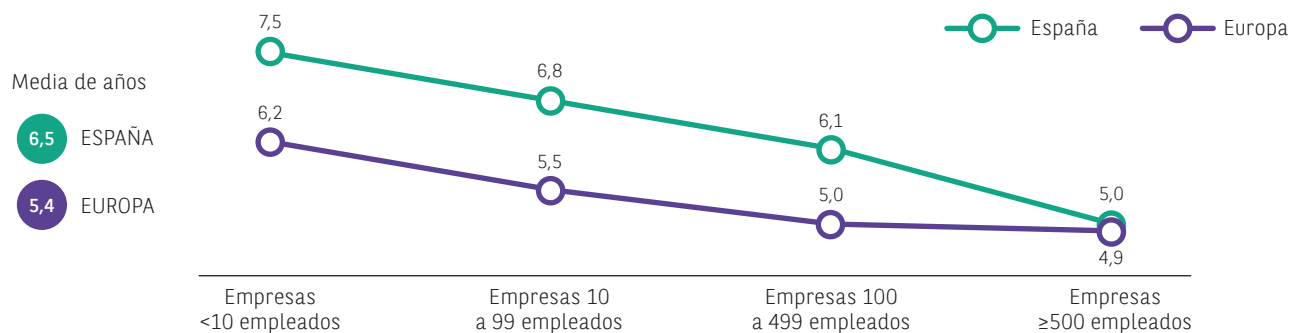
El análisis combinado entre el crecimiento potencial de la flota y el crecimiento experimentado en el PIB (2019) de los socios comunitarios sitúa a España en tercera posición en el gráfico, solo superada por Turquía e Italia. Los países escandinavos y centroeuropeos se sitúan por debajo de la media, al igual que Francia y el Reino Unido, que se mantiene a la espera de finalizar las negociaciones para su salida de la Unión.

Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

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

Gráfico VII.4. Tiempo medio de los vehículos en las flotas de las empresas, según su tamaño - mostrado en años



Base: Empresas con vehículos corporativos

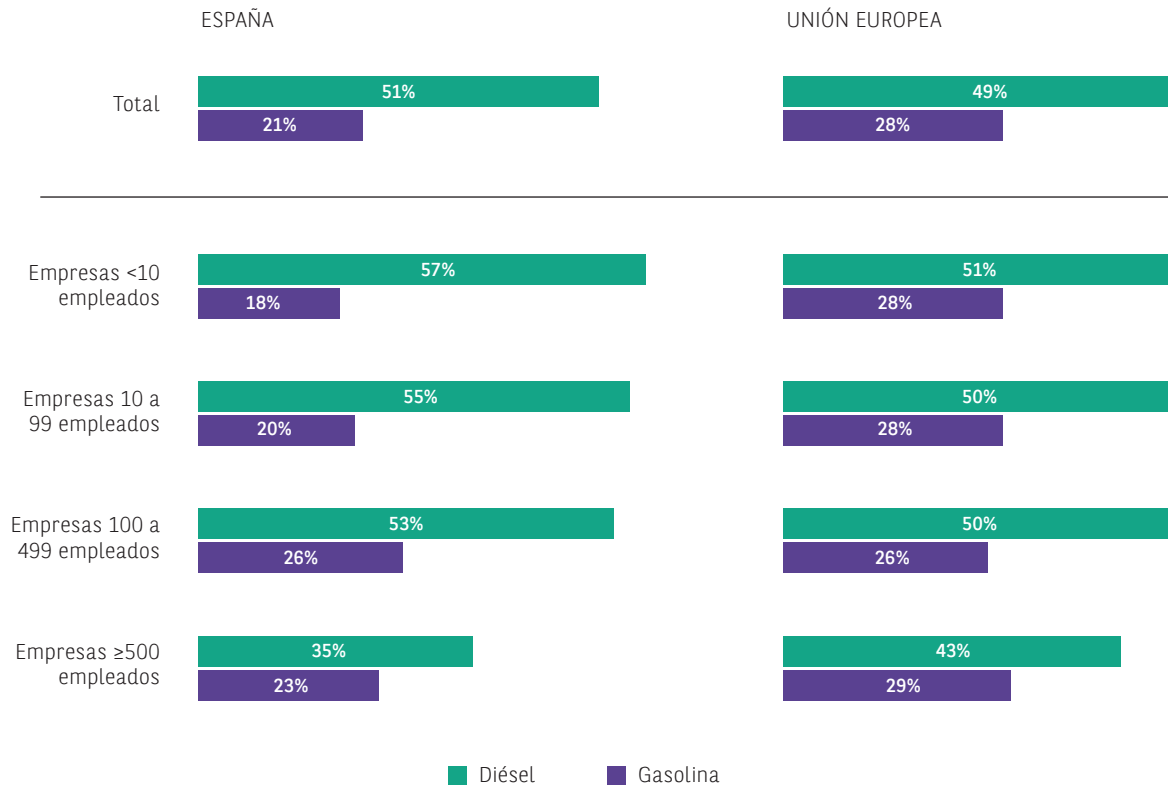
Fuente: Arval Mobility Observatory

Las firmas españolas mantienen los vehículos en sus flotas una media de 6.5 años, un ejercicio más que la media comunitaria, pero las diferencias se estrechan a medida que las compañías ganan tamaño. De esta forma, las empresas con menos empleados mantienen sus unidades hasta los 7,5 años, en comparación de los 6,2 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. MIX ENERGÉTICO PREVISTO, TEST WLTP Y DEBATE ACTUAL DEL DIÉSEL

A. Evolución prevista de vehículos diésel en flotas corporativas

Gráfico VII.5. Proporción de los vehículos diésel y gasolina de la flota de vehículos particulares en los próximos 3 años



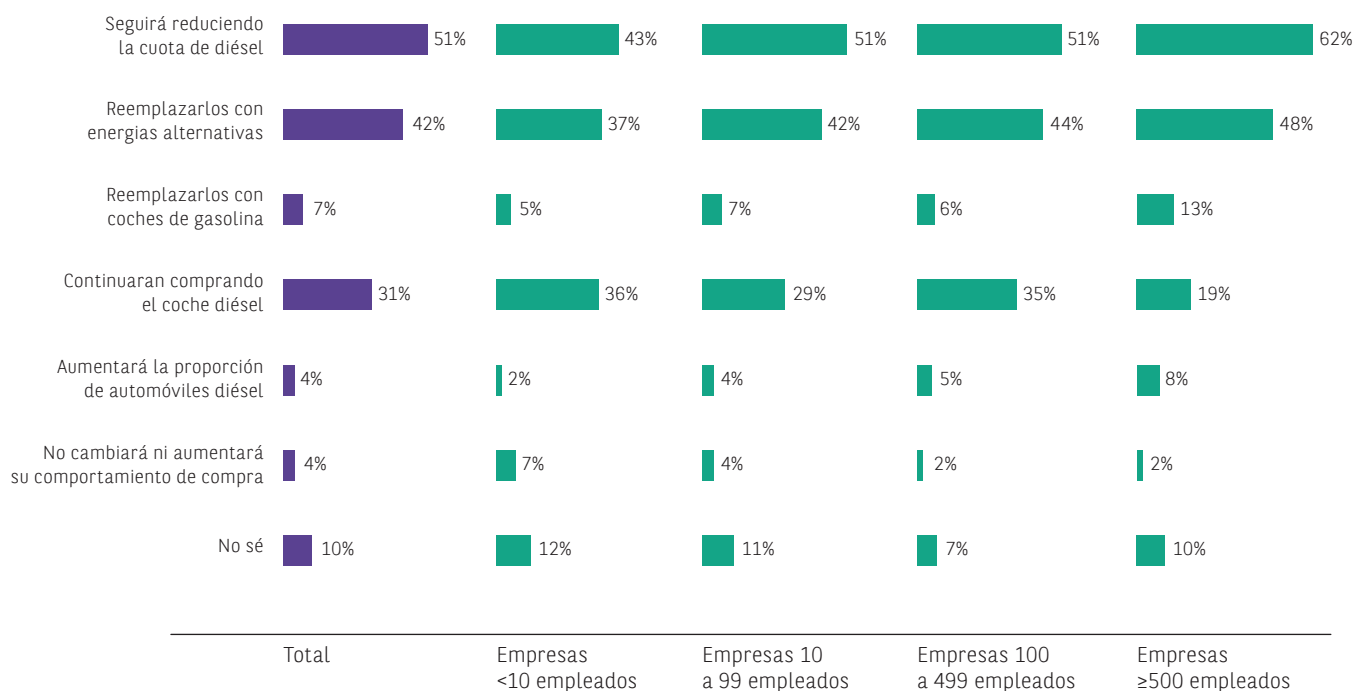
Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

La previsión de los gestores de flotas es que el uso del diésel continúe decreciendo en el próximo trienio, por lo que el uso de este combustible alcanzará poco más de la mitad de la flota, en parámetros muy similares al del resto de la Unión Europea. La tendencia a prescindir de este tipo de motorización se acentúa a medida que crece el tamaño de la flota.

B. Comportamiento de adquisición en caso de niveles equivalentes de emisiones Diésel / Gasolina

Gráfico VII.6. Actuación de las empresas en el caso de que los fabricantes produjesen vehículos diésel con niveles equivalentes de emisiones como los coches de gasolina en términos de NOx y partículas finas



Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

El 51% de las empresas seguirían reduciendo la presencia de vehículos diésel en sus flotas aún en caso de que los nuevos motores de este combustible garantizaran la misma emisión de partículas NOx que los de gasolina. En este caso, aprovecharían la oportunidad de incorporar vehículos con energías alternativas (híbridos o eléctricos) en sus flotas para reemplazar las unidades diésel más antiguas. No llegan a un tercio las firmas que mantendrían su fidelidad a este carburante en estos supuestos.

Una vez más, a mayor tamaño de la flota, menor dependencia del diésel.

C. Desarrollo potencial de la electrificación en la flota

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



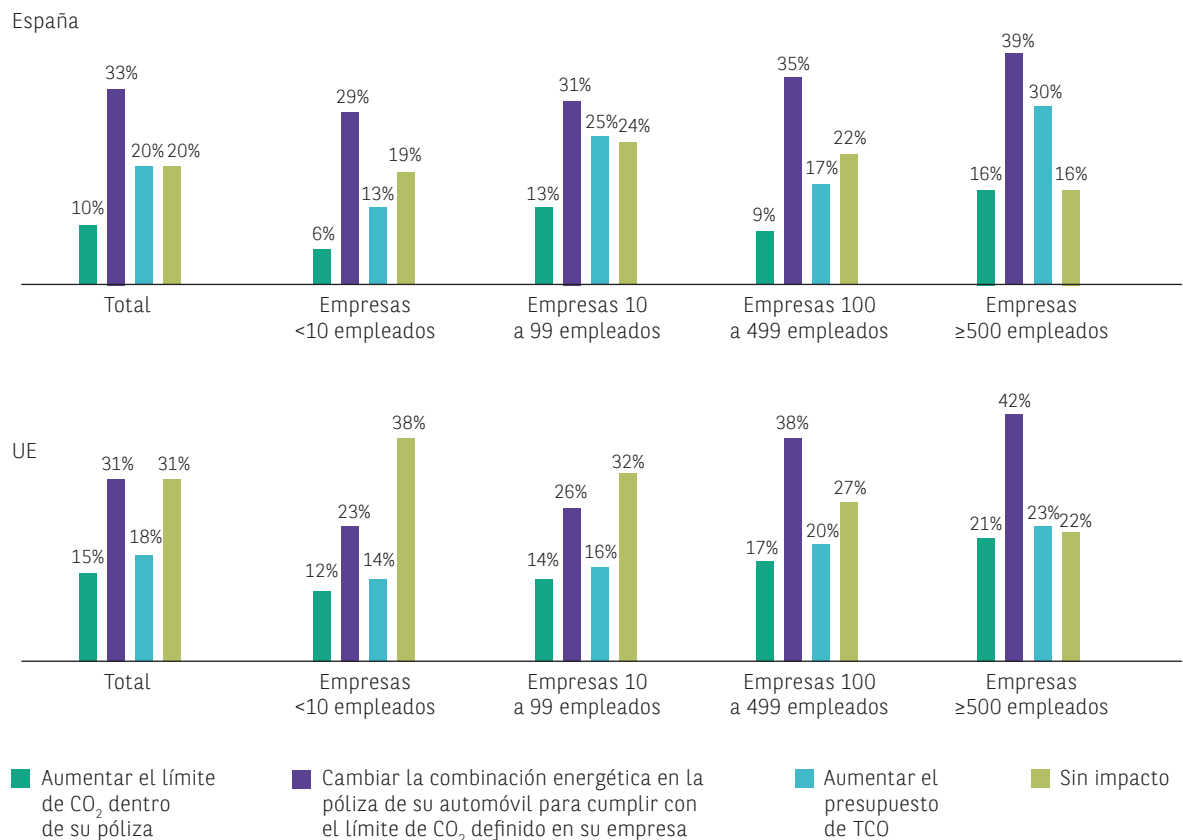
La diversidad del mix energético en las flotas corporativas mantiene su escalada y, según prevén las empresas, todavía lo será más en los próximos tres años.

La opción que más convence a las firmas españolas es la del vehículo híbrido, que alcanzará el 53% de la flota en el próximo trienio, ocho puntos porcentuales más que la media de la UE, mientras que los híbridos enchufables sumarán el 43% del parque, idéntico porcentaje que el resto del continente. Las soluciones eléctricas se situarán en el 41%.

El tamaño de la compañía influye en la decisión de sus gestores de utilizar estas nuevas alternativas. A mayor cantidad de vehículos, mayor utilización de las nuevas soluciones y siempre en parámetros similares al resto de los socios europeos.

D. Impacto de la introducción del protocolo WLTP

Gráfico VII.8. Acciones a considerar para adaptarse al protocolo WLTP



Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

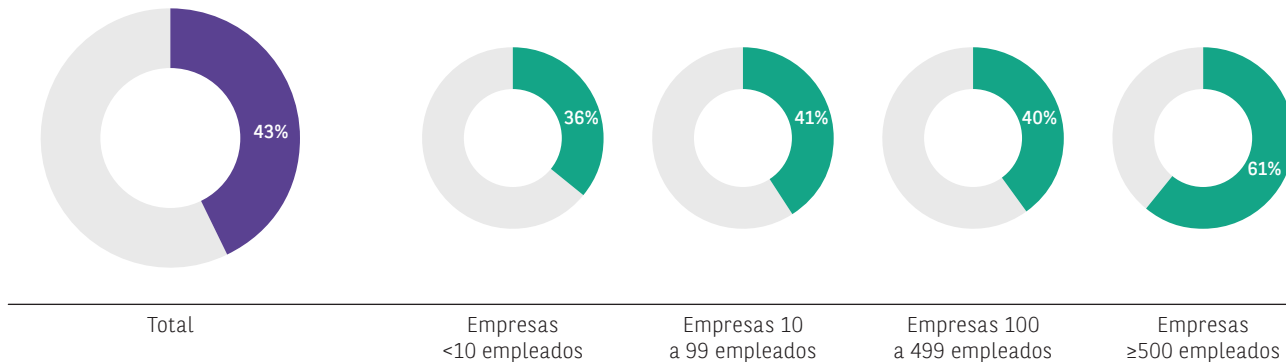
Cambiar la combinación energética en la política del automóvil para no superar los límites de CO₂ es la opción elegida por un tercio de las firmas españolas para adaptarse al protocolo que mide el consumo y las emisiones (WLTP), dos puntos porcentuales por encima del resto de países de la UE.

Esta opción es elegida por el 39% de las grandes compañías, mientras que el 30% de las mismas optan por aumentar el presupuesto del coste total de propiedad (TCO, por sus siglas en inglés).

Las acciones acometidas por las firmas nacionales son similares a las del resto de sus pares europeos, aunque este cambio en la configuración de la póliza se acrecienta en las firmas con menos de cien trabajadores.

E. Proporción de empresas tomando medidas para reducir las emisiones de sus flotas

Gráfico VII.9. Proporción de empresas que toman medidas para la reducción de las emisiones de su flota

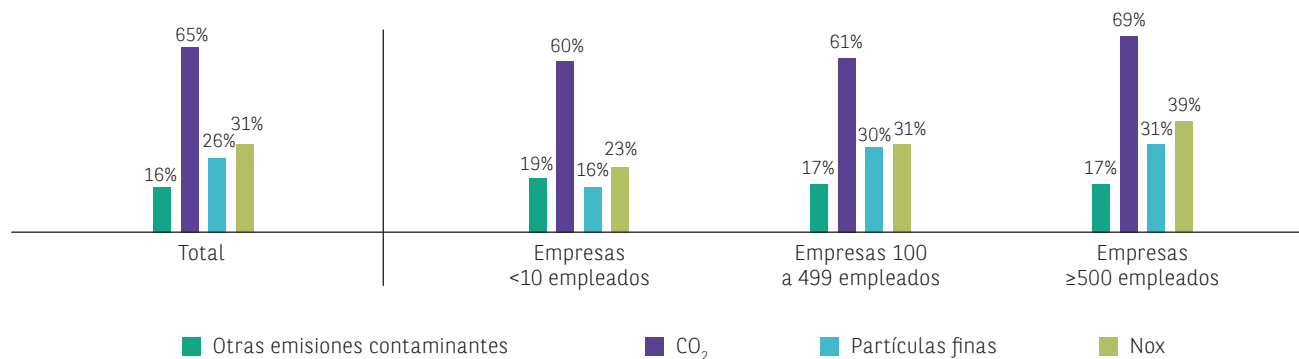


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

El 43% de las firmas españolas ya han tomado medidas para reducir las emisiones de sus flotas. Las más implicadas son las grandes corporaciones, ya que un 61% de las mismas ha implementado actuaciones en este sentido, por más del 40% de las que cuentan entre 10 y 500 empleados y el 36% de las pymes.

Gráfico VII.10. Proporción de empresas que tienen en cuenta la siguiente emisión de contaminantes en su política de flotas



(*) No se muestran datos para las empresas de 10 a 99 empleados en España por tener base reducida de análisis. Base: Empresas con vehículos corporativos

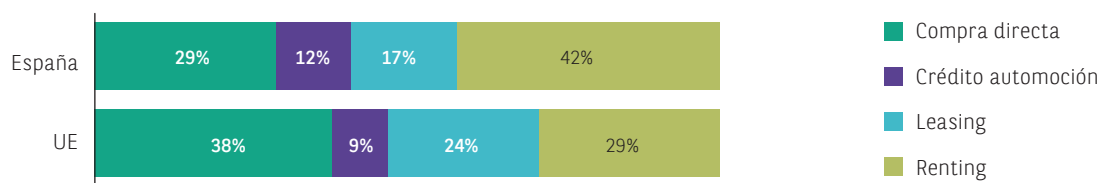
Fuente: Arval Mobility Observatory

Reducir las emisiones de CO₂ es la principal medida adoptada por las flotas españolas (65%), por delante de evitar la dispersión de Nox (31%) y de partículas finas (26%).

III. FINANCIACIÓN

A. Métodos de financiación de flotas

Gráfico VII.11. Principales métodos de financiación

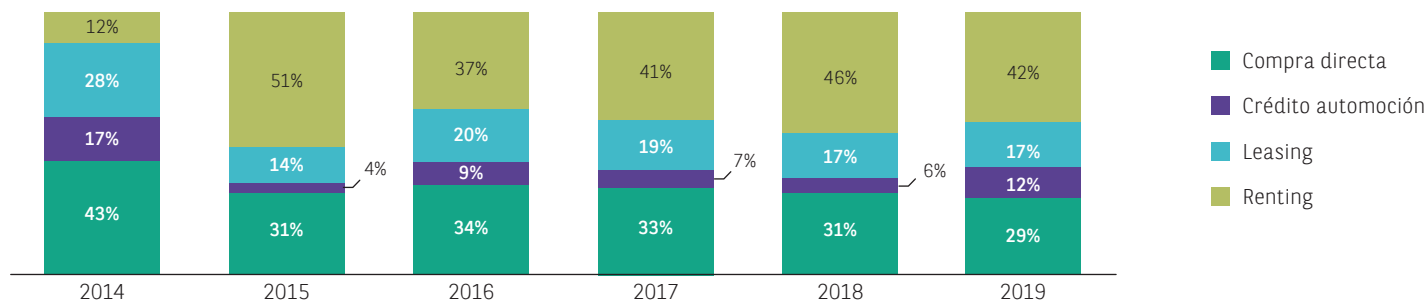


(*) Compra directa = compra en efectivo + crédito (diferente al crédito automoción) / Datos consolidados según promedio de tres años
Base: Empresas con vehículos corporativos

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 (29%) y con una gran ventaja sobre el leasing (17%). En el resto de la Unión Europea las compañías se decantan por la adquisición directa en el 38% de las ocasiones, mientras que el renting (29%) y el leasing (24%) mantienen la cuota alcanzada en los ejercicios previos.

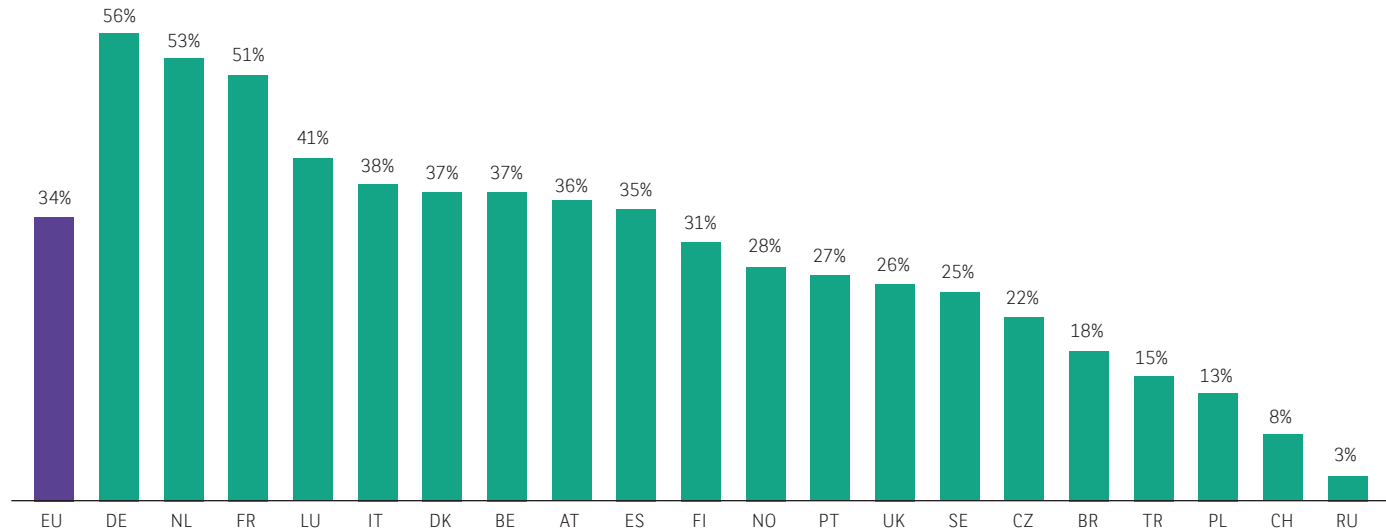
Gráfico VII.12. Evolución de los principales métodos de financiación en España



(*) 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 mantiene la posición de liderazgo que alcanzó en 2015 como método de financiación preferido por las flotas corporativas españolas y logra el 42% de cuota, aunque haya cedido cuatro puntos porcentuales en relación con el año 2018. La compra directa también retrocedió dos puntos porcentuales, hasta el 29% del total, mientras que el leasing mantuvo el 17%. El crédito dobló su cuota y ya suma el 12% de las operaciones.

Gráfico VII.13. Renting como principal método de financiación en empresas con > 100 empleados según países

Datos consolidados según promedio de tres años. Base: Empresas con vehículos corporativos

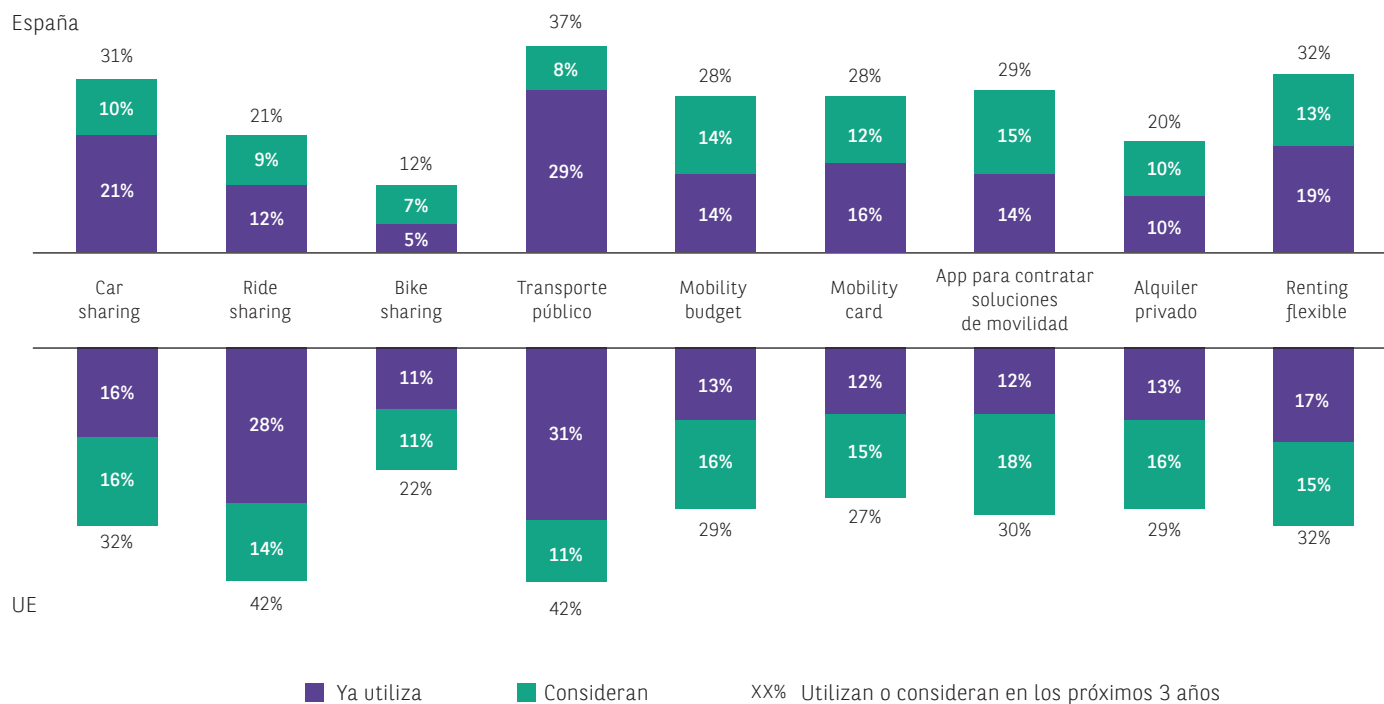
Fuente: Arval Mobility Observatory

El 34% de las flotas europeas utilizan el renting como principal vía de financiación para la adquisición de sus vehículos y en Dinamarca (56%), Países Bajos (53%) y Francia (51%) consigue más de la mitad de la cuota. Luxemburgo (41%), Italia (38%), Alemania y Bélgica, ambas con el 37%, Austria (36%) y España (35%) se sitúan a su vez por encima de la media continental. Suiza (8%) y Rusia (3%) son los territorios donde menos ha calado esta opción.

IV. POLÍTICAS DE FLOTA Y GESTIÓN DE MOVILIDAD

A. Alternativas al vehículo de empresa

Gráfico VII.14. Alternativas al coche de empresa que utiliza o considerará en los próximos 3 años

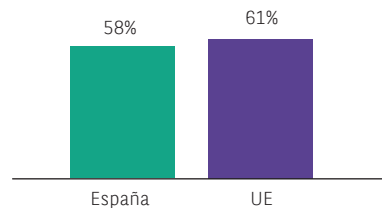


Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

La utilización del transporte público, opción ya implementada por el 29% de las firmas españolas y que en tres años alcanzaría la actual media comunitaria, es la principal alternativa de las compañías españolas al coche de empresa, por delante del alquiler de vehículos por periodos de tiempo limitado (car sharing), la utilización de tarjetas de transporte o la creación de un presupuesto de movilidad. Poco a poco, las compañías nacionales se parecen más en sus usos de movilidad al resto de sus pares europeos.

Gráfico VII.15. 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)



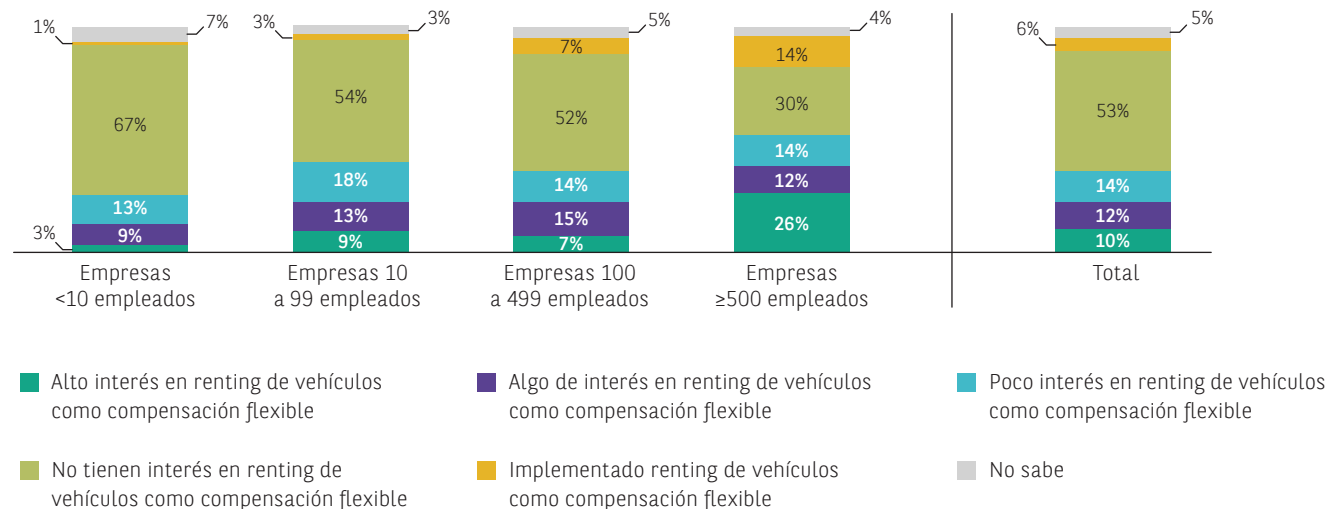
Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

Casi seis de cada diez firmas españolas ya utiliza o valora aceptar otras alternativas al coche de empresa en el próximo trienio, tres puntos porcentuales menos que la media comunitaria.

B. Interés de las empresas en vehículo de Renting como compensación flexible

Gráfico VII.16. Proporción de empresas según su interés mediante renting de vehículos como compensación flexible



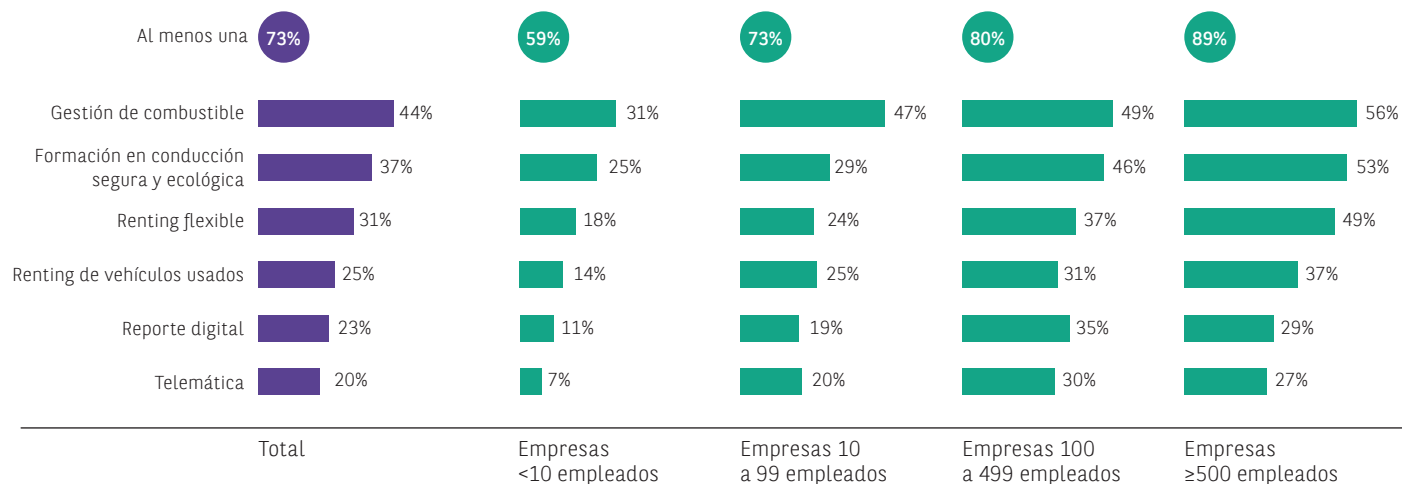
Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

El interés de las compañías por ofrecer renting de vehículos como compensación flexible aún se mantiene como una opción con poco impacto en España. Solo el 6% lo ha implementado y apenas el 10% muestra un alto interés por esta opción, mientras que al 53% no le parece interesante. Las más proclives a esta práctica son las firmas que superan el medio millar de empleados (14%), el doble que los que cuentan entre 100 y 499 trabajadores en plantilla. Por debajo de estos tamaños es apenas testimonial.

C. Interés de las empresas en productos y servicios adicionales para la gestión de la movilidad

Gráfico VII.17. Proporción de empresas interesadas en cada uno de los siguientes servicios



Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

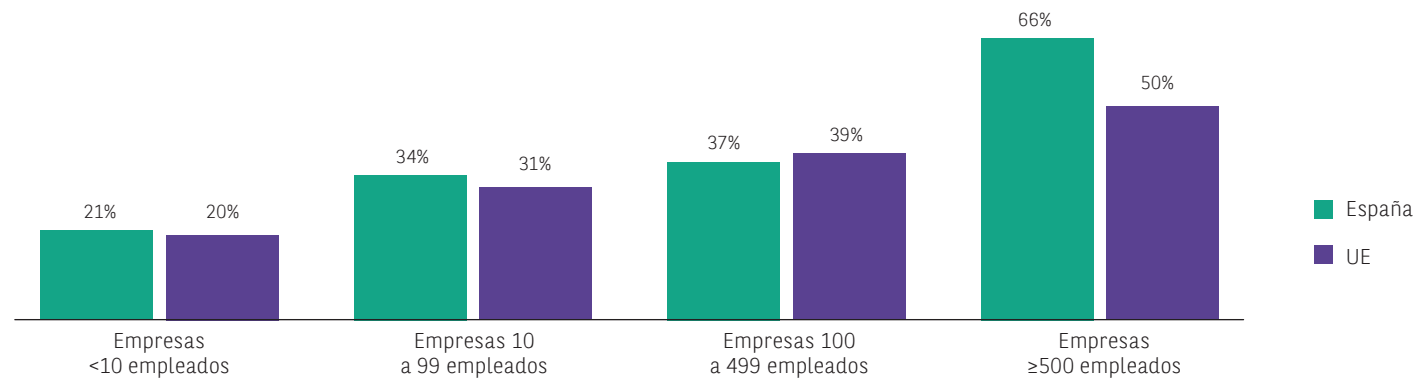
La implantación de servicios adicionales que ayuden a gestionar la movilidad cada vez cuenta con mayor aceptación entre las compañías españolas, ya que casi tres cuartas partes de las mismas mostraron su interés en al menos un servicio adicional, cifra que crece hasta casi nueve de cada diez de las que cuentan con más de 500 empleados.

Las herramientas que ayudan a reducir el gasto de combustible son las más demandadas, sin importar el tamaño de la firma, seguidas por servicios como la formación en conducción ecológica y segura, renting flexible, renting de vehículos de segunda mano, cuadros de mando digitales y telemática.

V. TELEMÁTICA Y HERRAMIENTAS DIGITALES

A. Equipamiento telemático

Gráfico VII.18. Uso de herramientas telemáticas

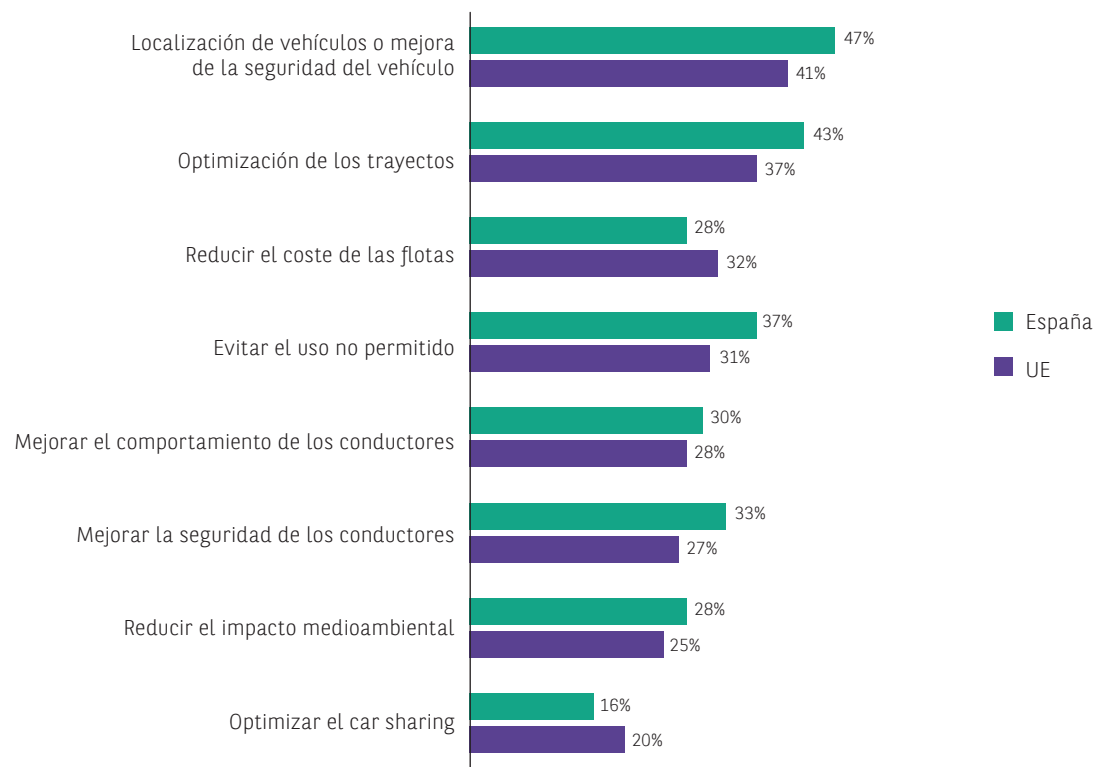


Base: Empresas con vehículos corporativos

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 66% de las firmas con más de medio millar de empleados en plantilla ya utiliza estos dispositivos en sus flotas, 16 puntos porcentuales por encima de la media europea. Las firmas de entre 100 y 499 trabajadores disponen de estos dispositivos en el 37% de los casos, y aunque el porcentaje desciende en las pymes, su implantación crece para ser incluidos en el 34% de los vehículos de firmas de entre 10 y 99 trabajadores y el 21% de las que emplean menos de una decena, en ambos casos por encima de la media europea.

Gráfico VII.19. Razones por las que utiliza herramientas telemáticas en la compañía



Base: Empresas con vehículos corporativos

Fuente: Arval Mobility Observatory

Conocer 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 (47%), seguidas por la optimización de los trayectos (43%), evitar el uso indebido de los mismos (37%) y mejorar la seguridad de los conductores (33%). Localizar los coches (41%) y optimizar los trayectos (37%) son los principales objetivos que buscan las compañías europeas con estas herramientas tecnológicas.

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 a finales del mes de Agosto de 2020.

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 a principios del mes de Septiembre 2020.

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.

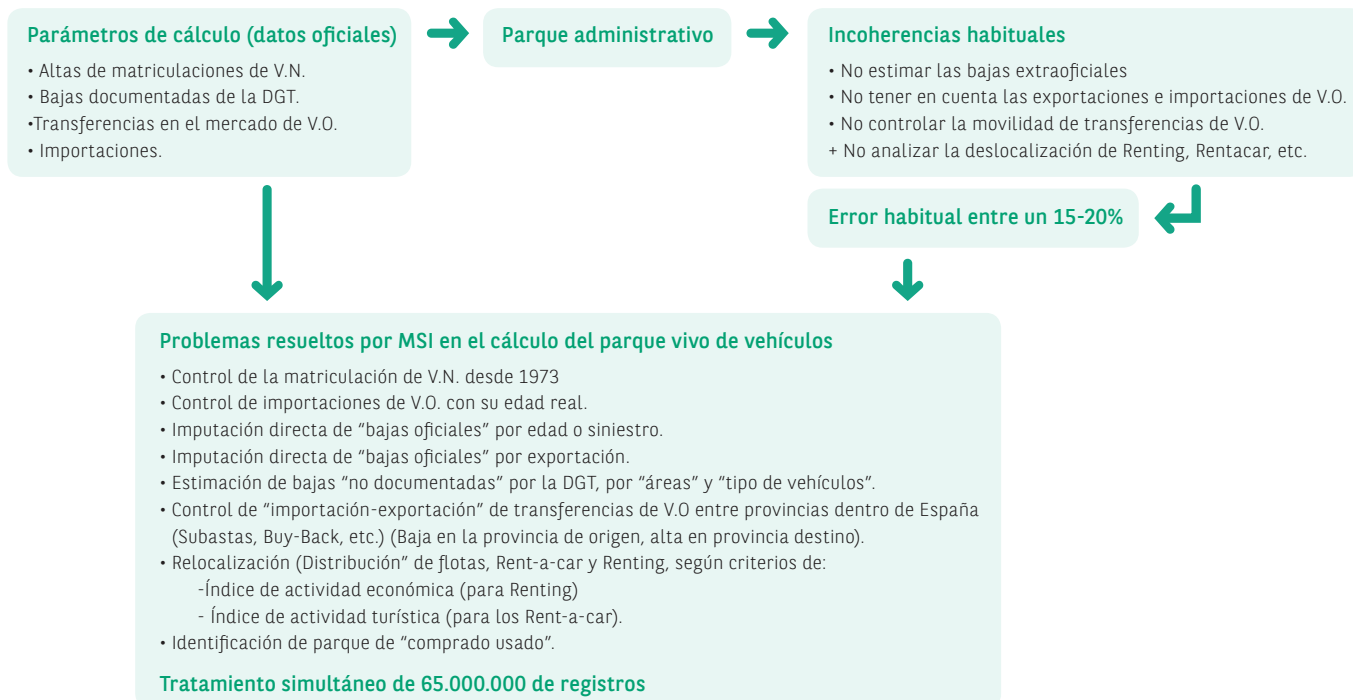
Recordemos que el problema de las estadísticas de VO en España es sumamente complejo como consecuencia de la propia complejidad del mercado y de algunas peculiaridades de la fuente española de datos (la DGT):

- 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 BAIAS, 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: 1ª 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 2020.

Para ello, el estudio se ha realizado sobre una muestra de 451 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 y marzo de 2020 a una muestra representativa de 2.913 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	19%
	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	10%
	Burgos	La Rioja	Vizcaya	
	Cantabria	Navarra		
Zona 7	Madrid			15%
Zona 8	Barcelona			12%

IV. BARÓMETRO ARVAL MOBILITY OBSERVATORY

Arval Mobility Observatory

Estudio realizado por Arval Mobility Observatory en colaboración con Kantar

- Muestra global: 5.600 entrevistas, 4.794 en Europa y 806 fuera de Europa
- Target: responsables de flota en empresas con flota de vehículos
- Muestra local España: 306 entrevistas entre empresas de 2 segmentos
 - Empresas de menos de 100 empleados: 157
 - Empresas de 100 o más empleados: 149
- Cuotas: tamaño de compañía y sector
- Período de campo: 15 de enero a 13 marzo de 2020
- Método de entrevista: se han empleado 2 modos de recogida de datos, ambas con una duración aproximada de 20'
 - Telefónico 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.

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 trimestral	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 2019 por canal de distribución (Total y Empresa)	23
Gráfico II.2	Distribución del parque por edad de los vehículos - Empresas, Particulares y Rent-a-car	23
Gráfico II.3	Distribución del parque por edad de los vehículos - canal empresas	24
Gráfico II.4	Distribución del parque total por potencial contaminante	25
Gráfico II.5	Distribución del parque de turismos por potencial contaminante	26
Gráfico II.6	Distribución del parque de comerciales por potencial contaminante	26
Gráfico II.7	Emisión media de CO ₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) -Turismos	27
Gráfico II.8	Emisión media de CO ₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) - Comerciales	27
Gráfico II.9	Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos	28
Gráfico II.10	Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Comerciales	28
Gráfico II.11	Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos	29
Gráfico II.12	Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Comerciales	29
Gráfico II.13	Distribución del parque total por tipo de combustible - Total Mercado	30
Gráfico II.14	Distribución del parque de turismos por tipo de combustible	30
Gráfico II.15	Distribución del parque de comerciales por tipo de combustible	30
Gráfico II.16	Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado	31
Gráfico II.17	Evolución matriculaciones por canal de distribución - Canal Empresa	32

Gráfico II.18	Evolución matriculaciones por segmentos de vehículos - Total Mercado	33
Gráfico II.19	Matriculaciones mensuales 2019 y 2018 - Total Mercado	33
Gráfico II.20	Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2019 - Total Mercado	34
Gráfico II.21	Evolución matriculaciones mensuales 2019 y 2018- Renting	35
Gráfico II.22	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Total Mercado	37
Gráfico II.23	Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado	37
Gráfico II.24	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Canal Empresa	38
Gráfico II.25	Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa	38
Gráfico II.26	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Renting	39
Gráfico II.27	Evolución matriculaciones otros combustibles - Renting	39
Gráfico II.28	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Total Mercado	40
Gráfico II.29	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Canal Empresa	40
Gráfico II.30	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Renting	41
Gráfico II.31	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Total Mercado	41
Gráfico II.32	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Canal Empresa	42
Gráfico II.33	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Renting	42
Gráfico II.34	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado	43
Gráfico II.35	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado	43
Gráfico II.36	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa	44
Gráfico II.37	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa	44
Gráfico II.38	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Renting	45
Gráfico II.39	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Renting	45
Gráfico II.40	Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + Comerciales)	52
Gráfico II.41	Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado	53
Gráfico II.42	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Total Mercado	54
Gráfico II.43	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa	54
Gráfico II.44	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Renting	55
Gráfico II.45	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado	59
Gráfico II.46	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa	59
Gráfico II.47	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Renting	60
Gráfico II.48	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado	60
Gráfico II.49	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa	61
Gráfico II.50	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Renting	61

CAPÍTULO III

Gráfico III.1	Evolución transferencias de VO - Total Mercado	64
Gráfico III.2	Distribución de las ventas por edad del VO – Turismos	65
Gráfico III.3	Distribución de las ventas por edad del VO – Comerciales	65
Gráfico III.4	Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo – Turismos	66
Gráfico III.5	Ratio vehículo de ocasión vs vehículo nuevo – Comercial	66
Gráfico III.6	Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo – Turismos	67
Gráfico III.7	Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo – Comerciales	68
Gráfico III.8	Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos	69
Gráfico III.9	Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Comerciales	70

CAPÍTULO IV

Gráfico IV.1	Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas (método de financiación y tipología de vehículo)	74
Gráfico IV.2	Edad media (años) del vehículo según implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas	75
Gráfico IV.3	Edad media del vehículo según implantación de sistema telemático	75
Gráfico IV.4	Implantación de dispositivo telemático en el vehículo de empresa	76
Gráfico IV.5	Integración de sistemas de ayuda a la conducción en el vehículo	77
Gráfico IV.6	Integración de equipos de ayuda a la conducción por tipología de vehículo	78
Gráfico IV.7	Integración de equipos de ayuda a la conducción por método de financiación	79

CAPÍTULO V

Gráfico V.1	Kilometraje anual parque empresa 2019 vs. 2018	82
Gráfico V.2	Kilometraje anual parque empresa vs. parque particular	82
Gráfico V.3	Kilometraje medio anual parque empresa vs. parque particular 2019 y 2018	83
Gráfico V.4	Kilometraje anual por método de financiación	83
Gráfico V.5	Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo	84
Gráfico V.6	Kilometraje anual por tipología de vehículo	84
Gráfico V.7	Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa	85
Gráfico V.8	Kilometraje acumulado parque empresa vs. parque particular	85
Gráfico V.9	Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo	86
Gráfico V.10	Tipo de motor parque empresa vs. parque particular	86
Gráfico V.11	Posesión de contrato de mantenimiento	87
Gráfico V.12	Posesión de contrato de mantenimiento por tipología de vehículo y magnitud de la empresa	87
Gráfico V.13	Cambio de neumáticos en 2019	88
Gráfico V.14	Cambio de neumáticos por tipología de vehículo	88
Gráfico V.15	Cambio de neumáticos por edad del vehículo	89
Gráfico V.16	Cambio de neumáticos por método de financiación	89
Gráfico V.17	Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2019 vs. 2018	90
Gráfico V.18	Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos	90
Gráfico V.19	Decisión del centro de reparación según el tipo de vehículo	91
Gráfico V.20	Decisión del centro de reparación según el método de financiación	91
Gráfico V.21	Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para cambio de neumático	92
Gráfico V.22	Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2019	93
Gráfico V.23	Revisión o cambio de aceite por tipología de vehículo	93
Gráfico V.24	Revisión o cambio de aceite por método de financiación	94
Gráfico V.25	Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2019 vs. 2018	94
Gráfico V.26	Quién decide la elección del centro de reparación para la realización del mantenimiento	95
Gráfico V.27	Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para realización de mantenimiento	95

CAPÍTULO VI

Gráfico VI.1	Número medio de visitas anuales en base a la antigüedad del vehículo	98
Gráfico VI.2	Número medio de visitas por tipología de vehículo y método de financiación	98
Gráfico VI.3	Visitas al taller según edad vehículo por tipología de vehículo y método de financiación	99
Gráfico VI.4	Elección del lugar donde realizar la reparación 2019 vs. 2018	99
Gráfico VI.5	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo	100
Gráfico VI.6	Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting vs. Compra	100
Gráfico VI.7	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting	101
Gráfico VI.8	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Compra	101
Gráfico VI.9	Garantía del vehículo de empresas - 2019 vs. 2018	102
Gráfico VI.10	Garantía según el tipo de vehículo	102
Gráfico VI.11	Garantía según método de financiación del vehículo	103
Gráfico VI.12	Tipo de seguro parque empresa vs. parque particular	104
Gráfico VI.13	Tipo de seguro en parque empresa - Comparativa 2019 vs. 2018	104
Gráfico VI.14	Tipo de seguro en base a la edad del vehículo y utilización del mismo	105
Gráfico VI.15	Tipo de seguro por tipología de vehículo y método de financiación	105
Gráfico VI.16	Tuvo accidente en 2019 y tipo de accidente (Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2019)	106
Gráfico VI.17	Número de accidentes / roces	106
Gráfico VI.18	Tasa de accidentes por tipo y antigüedad del vehículo	107
Gráfico VI.19	Se declaró el accidente al seguro	107
Gráfico VI.20	Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2019 vs. 2018	108
Gráfico VI.21	Lugar de reparación	108
Gráfico VI.22	Quién elige el lugar de reparación	109

CAPÍTULO VII

Gráfico VII.1	Composición de la flota de menos de 3,5 toneladas	112
Gráfico VII.2	Evolución de la flota	113
Gráfico VII.3	Matriz crecimiento potencial según crecimiento del PIB en 2019 - Empresas de 100 o más empleados	114
Gráfico VII.4	Tiempo medio de los vehículos en las flotas de las empresas, según su tamaño - mostrado en años	114
Gráfico VII.5	Proporción de los vehículos diésel y gasolina de la flota de vehículos particulares en los próximos 3 años	115
Gráfico VII.6	Actuación de las empresas en el caso de que los fabricantes produjesen vehículos diésel con niveles equivalentes de emisiones como los coches de gasolina en términos de NOx y partículas finas	116
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	117
Gráfico VII.8	Acciones a considerar para adaptarse al protocolo WLTP	118
Gráfico VII.9	Proporción de empresas que toman medidas para la reducción de las emisiones de su flota	119
Gráfico VII.10	Proporción de empresas que tienen en cuenta la siguiente emisión de contaminantes en su política de flotas	119
Gráfico VII.11	Principales métodos de financiación	120
Gráfico VII.12	Evolución de los principales métodos de financiación en España	120
Gráfico VII.13	Renting como principal método de financiación en empresas con > 100 empleados según países	121
Gráfico VII.14	Alternativas al coche de empresa que utiliza o considerará en los próximos 3 años	122
Gráfico VII.15	Utiliza o considerará en los próximos 3 años al menos una de las alternativas de movilidad al coche de empresa	123
Gráfico VII.16	Proporción de empresas según su interés mediante renting de vehículos como compensación flexible	123
Gráfico VII.17	Proporción de empresas interesadas en cada uno de los siguientes servicios	124
Gráfico VII.18	Uso de herramientas telemáticas	125
Gráfico VII.19	Razones por las que utiliza herramientas telemáticas en la compañía	126

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	22
Tabla II.3	Matriculaciones por segmento - Total Mercado	35
Tabla II.4	Matriculaciones por segmento - Canal Empresa	36
Tabla II.5	Matriculaciones por segmento - Canal Renting	36
Tabla II.6	Matriculaciones por modelo de vehículo - Turismos	46
Tabla II.7	Matriculaciones por modelo de vehículo - Comerciales	47
Tabla II.8	Previsión de matriculaciones turismos - Total Mercado	56
Tabla II.9	Previsión de matriculaciones turismos - Canal Empresa	56
Tabla II.10	Previsión de matriculaciones turismos - Renting	57
Tabla II.11	Previsión de matriculaciones comerciales - Total Mercado	57
Tabla II.12	Previsión de matriculaciones comerciales - Canal Empresa	58
Tabla II.13	Previsión de matriculaciones comerciales - Renting	58

CAPÍTULO III

Tabla III.1	Ventas de VO por tipo de combustible - Turismos	67
Tabla III.2	Ventas de VO por tipo de combustible - Comerciales	67
Tabla III.3	Ventas de VO por segmento del vehículo - Turismos	68
Tabla III.4	Ventas de VO por segmento del vehículo - Comerciales	69

MAPAS

CAPÍTULO II

Mapa II.1	Mapa mundial de Matriculaciones de Turismos Nuevos por cada 1.000 (1k) habitantes	48
Mapa II.2	Mapa español de Matriculaciones Totales de VN por cada 1.000 (1k) habitantes	50



Promovido por:



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

arval.es
mobility-observatory.arval.com