



ARVAL
MOBILITY
OBSERVATORY
15/2023



The logo consists of four stacked rectangular boxes containing the text 'ARVAL', 'MOBILITY', 'OBSERVATORY', and '15/2023'. To the right of these boxes is a graphic of several overlapping, semi-transparent squares in various shades of green, arranged in a descending staircase pattern from top-left to bottom-right.

ARVAL

MOBILITY

OBSERVATORY

15/2023

ESTUDIOS, ANÁLISIS, PREVISIONES Y TENDENCIAS DE LA MOVILIDAD



LA MOVILIDAD COMO ASPECTO ESENCIAL DE NUESTRA SOCIEDAD

El Arval Mobility Observatory llega a su edición número 15 y, en este tiempo, se ha convertido en uno de los más completos repositorios de conocimiento.

A través de su barómetro y diferentes estudios, siempre ha sido capaz de dar una visión completa de todo el complejo entramado relacionado con el desplazamiento de las personas, pero también se ha mostrado como un faro para dar luz sobre temas relacionados con la economía, el mercado de vehículo nuevo, de segunda mano, tendencias... lo que ayuda a tomar decisiones y a realizar análisis más certeros. Es más, se trata de una magnífica base para aventurarnos a predecir cómo será la movilidad del futuro.

Todo esto ha ayudado a posicionarlo no solo como un referente de confianza en todas las cuestiones relacionadas con la movilidad en el estricto sentido de la palabra, sino incluso en cuestiones que atañen al resto de parámetros que afectan al conjunto de la sociedad, aportando valor con cada una de sus conclusiones.


Queda claro que el tiempo en el que vivimos se puede catalogar de revolucionario. El mundo de la movilidad ha cambiado más en los últimos quince años que en los anteriores cien... y lo que está por venir sucederá a una velocidad totalmente exponencial, con variaciones a todos los niveles y que nos afectarán de una manera u otra.

Se avecinan nuevas formas de acceder a la movilidad, diferentes maneras de entender la propiedad de un vehículo, la irrupción de tecnologías difíciles de imaginar hace muy poco tiempo; y, sobre todo, se amplificará el respeto al medio ambiente y la sostenibilidad en todos los procesos, algo en lo que las empresas ponen su foco con perseverancia y acciones concretas.

La electrificación de la flota, el manejo de los datos, los vehículos compartidos y primar la experiencia de cliente por encima de cualquier otra variable son aspectos clave en la movilidad que viene. El futuro es impredecible, pero lo que queda claro es que herramientas como el Arval Mobility Observatory son indispensables para tratar de encontrar certidumbres dentro de escenarios cambiantes.

La próxima década estará marcada por la necesidad de lograr una neutralidad de las emisiones en el transporte. La movilidad como servicio crecerá a un ritmo espectacular, ya que a día de hoy es la realidad de muchas empresas, autónomos y particulares, inmersos en una sociedad, un mercado y una legislación que les invita a transformar su manera de moverse. El gran objetivo final que perseguimos como sociedad es conseguir que las personas podamos desplazarnos con eficacia y de forma sostenible, en un entorno cada vez más urbano.

La naturaleza de Arval Mobility Observatory es estar en el centro de todo ese ecosistema de la movilidad. Estar en contacto directo con los fabricantes de automóviles, instituciones públicas y privadas, empresas, particulares... y ser un eje de referencia fundamental en todo lo relacionado con la movilidad de presente y futuro. Y dada esa importancia, tenemos la responsabilidad de dar las mejores soluciones posibles para profundizar en la idea de movilidad como un vector sostenible dentro de nuestra sociedad.



< **Miguel Cabaça**
Director General
de Arval España

PRÓLOGO - MIGUEL CABAÇA, DIRECTOR GENERAL ARVAL ESPAÑA	4
--	---

ARTÍCULO. 15 AÑOS OBSERVANDO LAS TENDENCIAS EN MOVILIDAD - CECILIA BONED	10
--	----

CAPÍTULO I LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: INDICADORES MACROECONÓMICOS

I. PIB	14
II. INFLACIÓN	15
III. EMPLEO	16
IV. AHORRO DE LOS HOGARES	16
V. CONSUMO PRIVADO	17
VI. CONSUMO PÚBLICO	18
VII. EXPORTACIONES / IMPORTACIONES	19
VIII. DÉFICIT PÚBLICO	21

ARTÍCULO. OPTIMISMO DE CARA A LOS PRÓXIMOS AÑOS - JOSÉ MARÍA GALOFRÉ	22
--	----

CAPÍTULO II MERCADO DEL VEHÍCULO NUEVO

I. PARQUE DE VEHÍCULOS	26
A. Evolución y previsión del Parque Total	26
B. Distribución del parque por canal de distribución	28
C. Distribución del parque por edad de los vehículos	28
D. Distribución del parque según potencial contaminante	29
E. Distribución del parque por emisiones de CO ₂	32
F. Distribución del parque por precio medio del vehículo	33
G. Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución	34
H. Distribución por tipo de combustible	35
II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO	36
A. Evolución matriculaciones totales, por canal de distribución y tipo de vehículo	36
B. Matriculaciones mensuales	39
C. Matriculaciones mensuales por canal de distribución	40
D. Matriculaciones por segmento de vehículos	41
E. Matriculaciones por tipo de combustible	43
F. Matriculaciones por emisiones de CO ₂	46
G. Comparativa sobre emisiones medias de CO ₂	50
H. Matriculaciones por marca del fabricante	41
I. Mapa mundial de Matriculaciones de Turismos Nuevos por cada 1.000 (1k) habitantes	56
J. Mapa español de Matriculaciones Totales de VN por cada 1.000 (1k) habitantes	60
III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES	60
A. Previsión de matriculaciones totales, por tipo de vehículo y por canal de distribución	60
B. Previsión de matriculaciones por segmentos de vehículos	64
C. Previsión de matriculaciones por marca del fabricante	67

CAPÍTULO III MERCADO DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN 70

I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS	72
A. Evolución y previsión de las Ventas de VO	72
B. Evolución y previsión de las ventas de VO por edad de los vehículos vendidos	73
C. Ratio Vehículo de Ocasión vs. Vehículo Nuevo	74
D. Ventas de VO por tipo de combustible	75
E. Evolución de las ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo	76
F. Evolución de las ventas de VO por segmento	77
G. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante	78

CAPÍTULO IV EQUIPAMIENTOS 80

I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO	82
A. Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas	82
B. Vehículo Conectado	83
II. EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN	85
A. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de ayuda a la conducción	85
B. Cuota de integración de los equipamientos de ayuda a la conducción por tipología de vehículo	86
C. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de ayuda a la conducción en función del método de financiación	87

CAPÍTULO V MANTENIMIENTO 88

I. INTRODUCCIÓN	90
A. Uso del vehículo	90
B. Vías de circulación	91
C. Kilometraje anual	93
D. Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo	94
E. Tipo de motor	97
F. Contrato de mantenimiento	98
II. NEUMÁTICOS	99
A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2022	99
B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo	99
C. Necesidad de cambio de neumáticos por edad del vehículo	100
D. Necesidad de cambio de neumáticos según el método de financiación	100
E. Lugar de reparación	101
F. Antigüedad del vehículo según el canal de cambio del neumático	101
G. Decisión de la elección del taller	102
H. Decisión de la elección del taller según el tipo de vehículo	102
I. Decisión de la elección del taller según el método de financiación	103

III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO.....	104
A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2022.....	104
B. Por tipología de vehículo.....	104
C. Según método de financiación.....	105
D. Lugar de reparación.....	105
E. Antigüedad del vehículo según el canal de realización del mantenimiento.....	106
F. Decisión del lugar de realización del mantenimiento.....	106

CAPÍTULO VI DAÑOS Y REPARACIONES EN EL VEHÍCULO DE EMPRESA.....108

I. REPARACIONES.....	110
A. Entradas al taller según edad del vehículo.....	110
B. Entradas al taller según tipología de vehículo y método de financiación.....	110
C. Entradas al taller según edad por tipología del vehículo y método de financiación.....	111
D. Lugar de realización de la reparación.....	111
E. Lugar de realización de la reparación en función del método de financiación y antigüedad del vehículo.....	112
II. GARANTÍA.....	114
A. Vehículo en garantía.....	114
B. Garantía en función del tipo de vehículo.....	114
C. Garantía en función del método de financiación del vehículo.....	115
III. SEGURO.....	116
A. Tipo de seguro.....	116
B. Tipo de seguro en función de la edad y uso del vehículo.....	117
C. Tipo de seguro en función del tipo de vehículo y método de financiación.....	117
D. Accidentes.....	118
E. Tasa de accidentes.....	119
F. Accidentes declarados al seguro.....	119
G. Responsable del coste de reparación.....	120
H. Lugar de reparación de los daños.....	120
I. Responsable de la elección del lugar de reparación.....	121

ARTÍCULO. TECNOLOGÍA Y CONECTIVIDAD, ALIADOS IMPRESCINDIBLES PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LAS FLOTAS - OMAR SÁNCHEZ	122
--	-----

CAPÍTULO VII BARÓMETRO	124
---	-----

I. ASPECTOS DE LA FLOTA	127
A. Tamaño de la flota	127
B. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2026	130
C. ¿Cuánto tiempo mantienen las empresas los vehículos en sus flotas?	132
II. ELECTRIFICACIÓN Y MIX ENERGÉTICO.	134
A. Desarrollo potencial de la electrificación en la flota	134
III. EL RENTING COMO MÉTODO DE FINANCIACIÓN	140
A. Evolución del renting	140
IV. POLÍTICAS DE FLOTA Y GESTIÓN DE MOVILIDAD.	141
A. Servicios suscritos.	141
B. Soluciones de movilidad.	142
C. Estrategia específica sobre la huella de carbono	145
V. VEHÍCULO CONECTADO	149
A. Equipamiento telemático	149

FUENTES Y METODOLOGÍA	152
--	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y MAPAS	157
---	-----



15 AÑOS OBSERVANDO LAS TENDENCIAS EN MOVILIDAD

Hace 60 años, el ilustrador francés Sempé resumía en cuatro dibujos visionarios los retos de la movilidad en las ciudades modernas. Hoy, que el Arval Mobility Observatory cumple 15 años, podemos comprobar cómo el tema ha ganado en complejidad, pero también observar las numerosas soluciones en las que se ha ido avanzando.

15 AÑOS DE DISRUPCIONES Y APRENDIZAJES

Hace justo 15 años, el estallido de la burbuja inmobiliaria y financiera truncó abruptamente el espectacular avance de la economía española como consecuencia del ingreso de España en la UE. Después de un crecimiento medio del PIB real del 3,4% desde 1986, los actores económicos debieron adaptar su

acción a un entorno muy distinto, con menor crecimiento económico, distribución más desigual de la renta y mayor dependencia del país al turismo y la hostelería, entre otros.

El consecuente cambio de paradigma llevó a las empresas españolas a emprender un fuerte desapalancamiento de sus balances, disminuir su dependencia del mercado español y conquistar fuera nuevos mercados. Así, hemos visto emerger líderes europeos o mundiales de origen español en áreas tan diversas como las *utilities*, la gestión de infraestructuras, los componentes para automóvil, el sector farmacéutico y de diagnóstico o la tecnología para energías renovables.

El sector financiero español vivió una de las mayores reestructuraciones llevadas a cabo en Europa, dotando al país de bancos líderes en la región, posibilitando una financiación sostenible de la economía y contribuyendo a una mayor disciplina financiera en nuestro país.

También es relevante el cambio de paradigma en la respuesta pública a las crisis. Del *"whatever it takes"* de Mario Draghi para salvar el euro en 2012 al programa europeo *Next Generation* posterior a la pandemia de COVID-19, las instituciones han hecho evolucionar su patrón de intervención con el fin de proteger y solidificar las economías que supervisan. Incluso en la actual lucha de los bancos centrales contra la inflación los supervisores abogan también a favor de medidas para proteger a los más vulnerables.

MOVILIDAD SOSTENIBLE, INCLUSIVA, SEGURA Y CONECTADA

Si la ilustración de Sempé tenía en origen una interpretación esencialmente social, hoy la lectura es mucho más diversa: la movilidad urbana, la calidad del aire, la posibilidad de nuevas formas de trabajo, etc.

La respuesta a la difícil recuperación de la crisis del 2008 la han traído en gran medida las empresas, fomentando acciones a favor de un modelo de crecimiento económico más sostenible y de un desarrollo más inclusivo. Grandes grupos europeos, y especialmente franceses, han promovido esta visión vía iniciativas como el manifiesto capitaneado por el CEO de BNP Paribas y gran parte de los directivos franceses en la crisis del COVID-19 o la coalición de empresas *"Business for Inclusive Growth"* (B4IG) presentada en la cumbre del G7 de 2019.

Trasladada al tema de la movilidad, esta movilización se traduce en multitud de iniciativas, públicas y privadas, que hacen tambalearse nuestras formas de organizarnos y de desplazarnos, sea individual o colectivamente. Aunque en cierta medida aún marginales, la emergencia del *car* o *moto sharing*, la bicicleta o los patinetes en las ciudades, los vehículos eléctricos, las experiencias de transporte autónomo o las autopistas eléctricas son sólo las primeras opciones que se nos presentan para imaginar cómo nos moveremos en los próximos años.

Además, el Grupo BNP Paribas está comprometido a ser un actor de primer plano en el apoyo a la transición energética. Con este propósito, además de incrementar la financiación hacia la movilidad sostenible, y en especial al vehículo eléctrico, el Grupo movilizará €200 mil millones de aquí al 2025 para acompañar a sus clientes hacia una economía baja en carbono.

LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: INDICADORES MACROECONÓMICOS

La economía española volvió a crecer por encima del 5% por segundo ejercicio consecutivo y sumó la mayor tasa registrada desde mediados de los años 80 del pasado siglo. El avance se produjo pese a la incertidumbre internacional, con un escenario en el que se sucedieron los últimos coletazos de la crisis sanitaria provocada por el Covid-19, la crisis de suministros y la carestía de materias primas, alimentos y energía generada por la invasión rusa de Ucrania desde febrero, que provocó un fuerte repunte de la inflación y el consiguiente endurecimiento de la política monetaria por parte de los bancos centrales. El fuerte incremento de los precios en la segunda mitad del año puso en peligro el avance peses a la fortaleza mostrada por el consumo de las familias, que deparó una demanda interna más vigorosa, así como el incremento de la inversión y las exportaciones.



La economía

española creció
por encima del 5%

5,5%

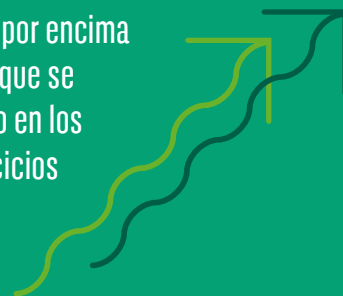
en 2022 después del
fuerte descalabro sufrido
por la producción en 2020
a causa de la pandemia
y del inicio de la
recuperación en 2021

La escasez de productos
provocada por el conflicto en
Ucrania tuvo consecuencias
en el mercado del automóvil,
que tiene bastante peso
en el consumo, a la vez
que la inflación empezó
a hacer mella en la
capacidad de compra.



La inflación

media cerró el 2022 en
el 8,3%, muy por encima
de los datos que se
venían dando en los
últimos ejercicios



El mercado laboral

continuó sus buenas cifras en 2022,
consolidando la recuperación en los niveles
previos a la irrupción de la pandemia

12,9%

El déficit público español
retrocedió hasta el

4,8%

del PIB el pasado año
y devolvió a España a
manteniendo la tendencia
de la reducción de deuda
desde la pandemia



I. PIB

(GRÁFICO I.1.) La economía española volvió a superar todas las previsiones y cerró 2022 con un crecimiento del 5,5%, con lo que igualó el ascenso del ejercicio precedente y sumó el mayor aumento del Producto Interior Bruto (PIB) desde 1973. Después de un primer semestre de fuerte expansión, el aumento de precios generado por la invasión de Ucrania y la crisis energética impactó en el consumo y en la inversión en la segunda mitad del año, lo que provocó la ralentización económica. Las previsiones apuntan a que el PIB nacional logrará esquivar la recesión y mantener la senda de crecimiento en los próximos años.

(GRÁFICO I.2.) El consumo de las familias, más fuerte de lo esperado en un contexto de alta inflación, así como el incremento de la inversión y de las exportaciones, impulsaron el crecimiento en los dos primeros trimestres de 2022. El fuerte aumento de los precios ralentizó la actividad económica en el tercer cuarto del ejercicio, aunque los beneficios empresariales aliviaron la situación. La factura del conflicto bélico europeo y la persistencia de la inflación lastraron los avances en la etapa final del año que, no obstante, cerró en positivo y esquivó la recesión.

GRÁFICO I.1. PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB) - EVOLUCIÓN ANUAL. Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

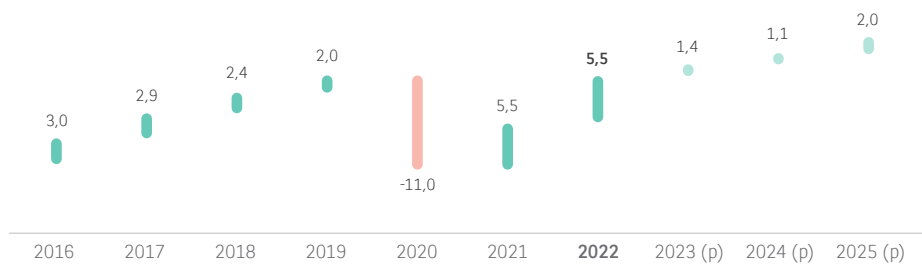
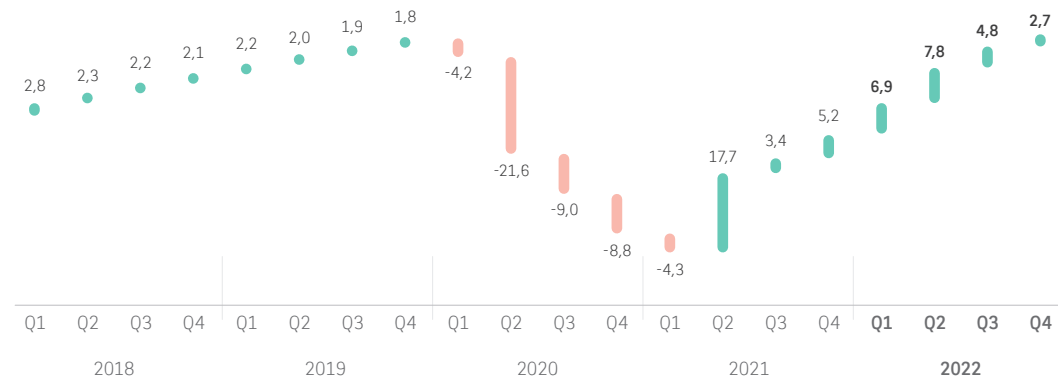


GRÁFICO I.2. PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB) – EVOLUCIÓN INTERANUAL POR TRIMESTRES. En porcentaje. Fuente: INE



II. INFLACIÓN

(GRÁFICO I.3.) El pasado ejercicio se alcanzó la mayor tasa de inflación en 35 años. El dato del Índice de Precios de Consumo (IPC) de diciembre avanzado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), dejó la variación media del año en el 8,3%, una tasa que no se veía desde 1986, cuando la media alcanzó el 8,8%. De hecho, la inflación de doble dígito que los españoles sufrieron en diversas fases de 2022 no se producía desde 1985. Este incremento se inició durante el verano del ejercicio precedente, con el inicio de los repentes de los precios de la energía que no pudieron ser atajados por las rebajas fiscales aplicadas por el Gobierno. Una subida que se antojaba coyuntural pero que fue agravada por la invasión en Ucrania y que superó los dos dígitos en junio, para iniciar después del verano un descenso sostenido. Las previsiones apuntan a que no se logrará dejar el índice en el 2%, punto estimado como óptimo por el Banco Central Europeo hasta 2025.

(GRÁFICO I.4.) El año arrancó con una inflación del 6,1% en enero y en abril ya rozaba el 10%, una barrera que se sobrepasó unos meses después, en junio. El pico se alcanzó en julio, cuando la cesta de la compra fue un 10,8% más cara que un año antes. Desde entonces la senda se ha mantenido descendente y en diciembre la inflación general se ha situado en el 5,7%, la variación del IPC más moderada del año pero en todo caso con signo positivo, lo que evidencia una persistente subida de precios.

GRÁFICO I.3. INFLACIÓN (IPC) - EVOLUCIÓN ANUAL. En porcentaje. Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

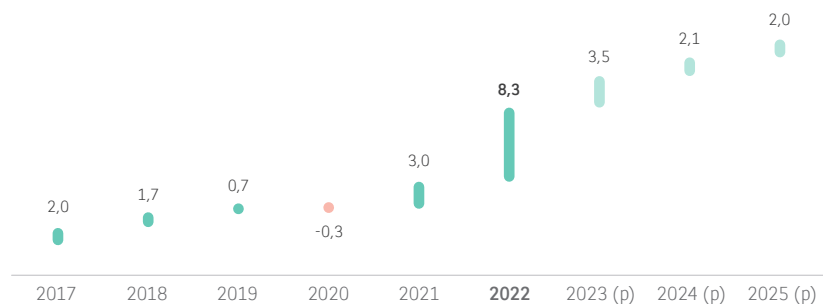
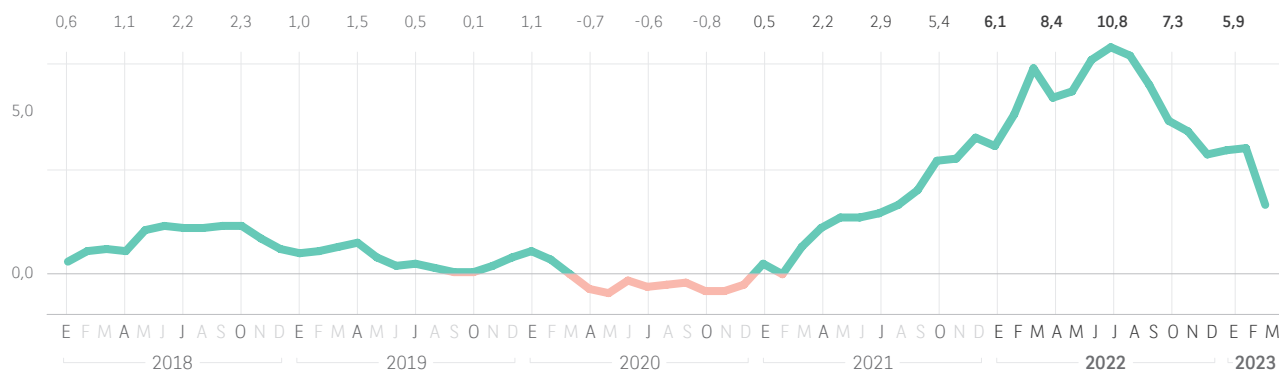


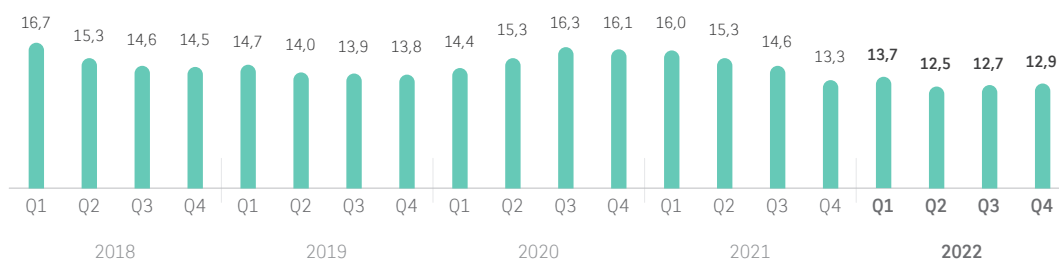
GRÁFICO I.4. INFLACIÓN (IPC) - EVOLUCIÓN MENSUAL. En porcentaje. Fuente: INE



III. EMPLEO

(GRÁFICO I.5.) El pasado ejercicio abrió con un fuerte avance del mercado de trabajo, que se vio impulsado por el tirón del turismo y una fuerte demanda que insufló optimismo en las empresas. Estos vientos de cola se mantuvieron durante el primer semestre del año, para ceder terreno en su parte final, frenados por la inflación y las subidas de tipos de interés. Pese a la incertidumbre y los malos resultados cosechados en el último trimestre, en el conjunto del año se crearon 278.900 puestos de trabajo y el desempleo se redujo en 79.900 personas, por lo que la tasa de paro se situó en el 12,9 %, la más baja desde los meses previos del inicio de la crisis financiera de 2008. La reforma laboral propició un récord de contratos indefinidos, que superaron los 14 millones.

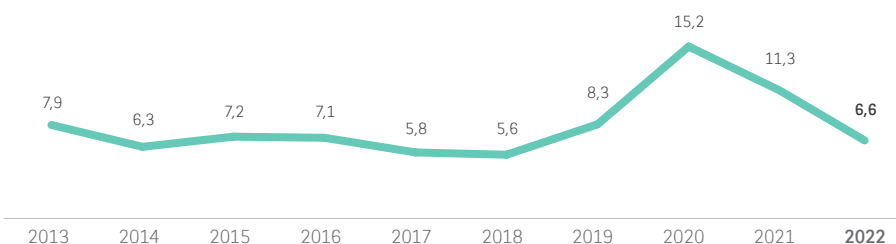
GRÁFICO I.5. ENCUESTA DE POBLACIÓN ACTIVA (EPA) - TASA DE PARO. En porcentaje. Fuente: INE



IV. AHORRO DE LOS HOGARES

(GRÁFICO I.6.) El colchón acumulado por las familias durante la pandemia parece agotarse en España. La utilización de parte las reservas durante la campaña estival y la persistencia de la inflación provocaron que la tasa de ahorro se desplomara hasta el 5,5% en el tercer trimestre, se ajustara en octubre y noviembre y volviera a reducirse durante las fiestas navideñas.

GRÁFICO I.6. EVOLUCIÓN DE LA TASA DE AHORRO ANUAL DE LOS HOGARES. En porcentaje. Fuente: INE



V. CONSUMO PRIVADO

(GRÁFICO I.7.) El ahorro acumulado durante la crisis sanitaria impulsó el consumo durante la primera parte del año, al igual que había sucedido en 2021. La pérdida de capacidad adquisitiva de los hogares, el encarecimiento de la financiación, el repunte de la incertidumbre y las restricciones de oferta condicionaron el resto del ejercicio, que limitó el aumento del gasto privado al 2,4%.

(GRÁFICO I.8.) El primer semestre de 2022 mantuvo el impulso del gasto de los hogares, como demuestra que el sector de los centros y parques comerciales alcanzara en esta primera parte del ejercicio las cifras registradas en el mismo periodo del año 2019, el último (año) antes de la pandemia. Las ventas en moda y complementos crecieron un 7% respecto a las obtenidas antes de la crisis sanitaria y en equipamiento del hogar un 32,1%, mientras que la restauración avanzó en la comparativa con el primer semestre de 2019 un 3,1%. El tercer trimestre también aguantó bien pese a la inflación y la subida de costes, para retroceder de octubre a diciembre, pese a ser una época de consumo elevado por las fiestas navideñas.

GRÁFICO I.7. CONSUMO PRIVADO - EVOLUCIÓN ANUAL. En porcentaje. Fuente: Banco de España y Previsiones BNP Paribas (p)

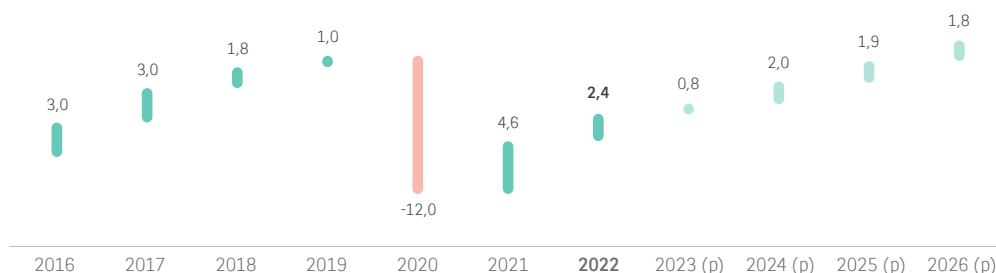
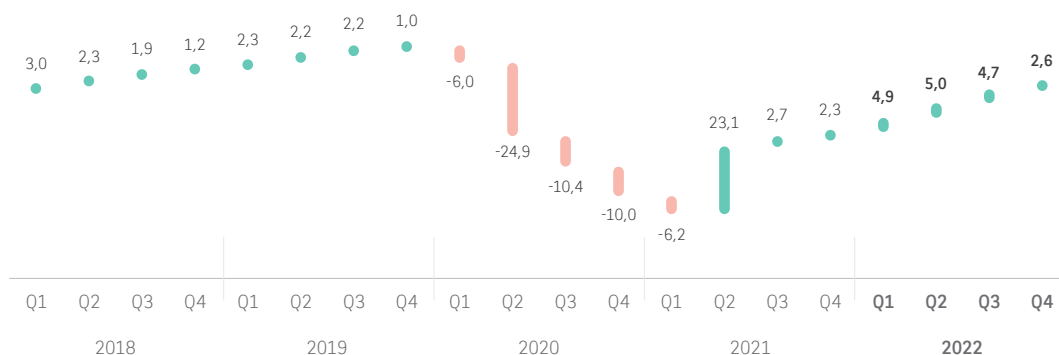


GRÁFICO I.8. CONSUMO PRIVADO - EVOLUCIÓN TRIMESTRAL (TASAS INTERANUALES). En porcentaje. Fuente: Banco de España



VI. CONSUMO PÚBLICO

(GRÁFICO I.9.) El desembolso público sufrió un fuerte retroceso en comparación con los ejercicios precedentes al reducirse los gastos extraordinarios motivados por la pandemia, aunque las medidas extraordinarias adoptadas por las administraciones públicas para combatir la inflación, como la ayuda destinada a los carburantes, impidieron que el descenso fuera mayor.

(GRÁFICO I.10.) El recorte del gasto público en 2022 descendió a su mayor ritmo desde 2013 y tuvo su punto más pronunciado en el cierre de la mitad del año. En la recta final del año el gasto público frenó su descenso por las medidas adoptadas por el Gobierno para combatir la inflación y evitar la recesión.

GRÁFICO I.9. CONSUMO PÚBLICO - EVOLUCIÓN ANUAL. En porcentaje. Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

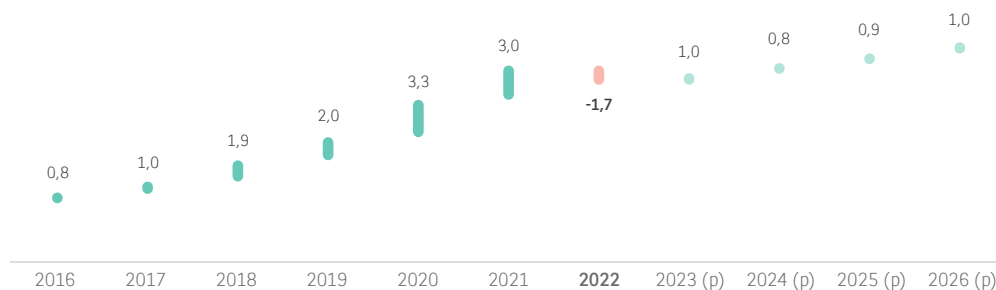
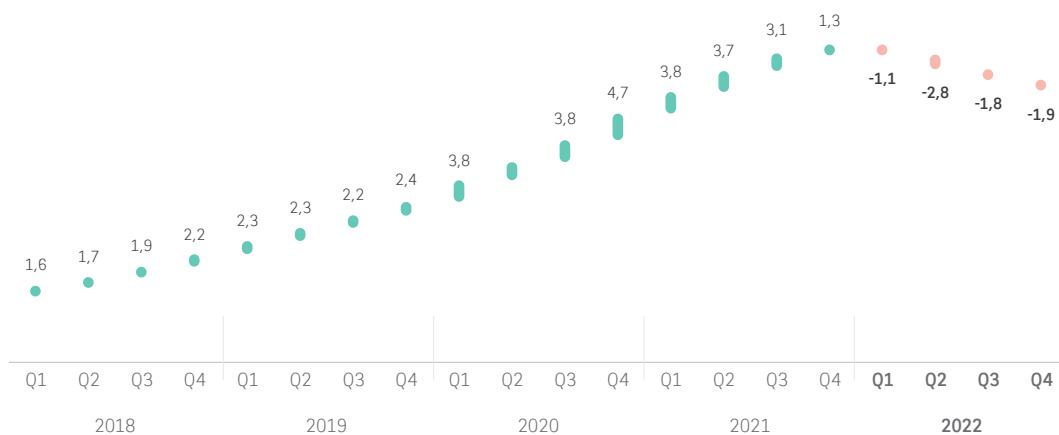


GRÁFICO I.10. CONSUMO PÚBLICO - EVOLUCIÓN TRIMESTRAL (TASAS INTERANUALES). En porcentaje. Fuente: INE

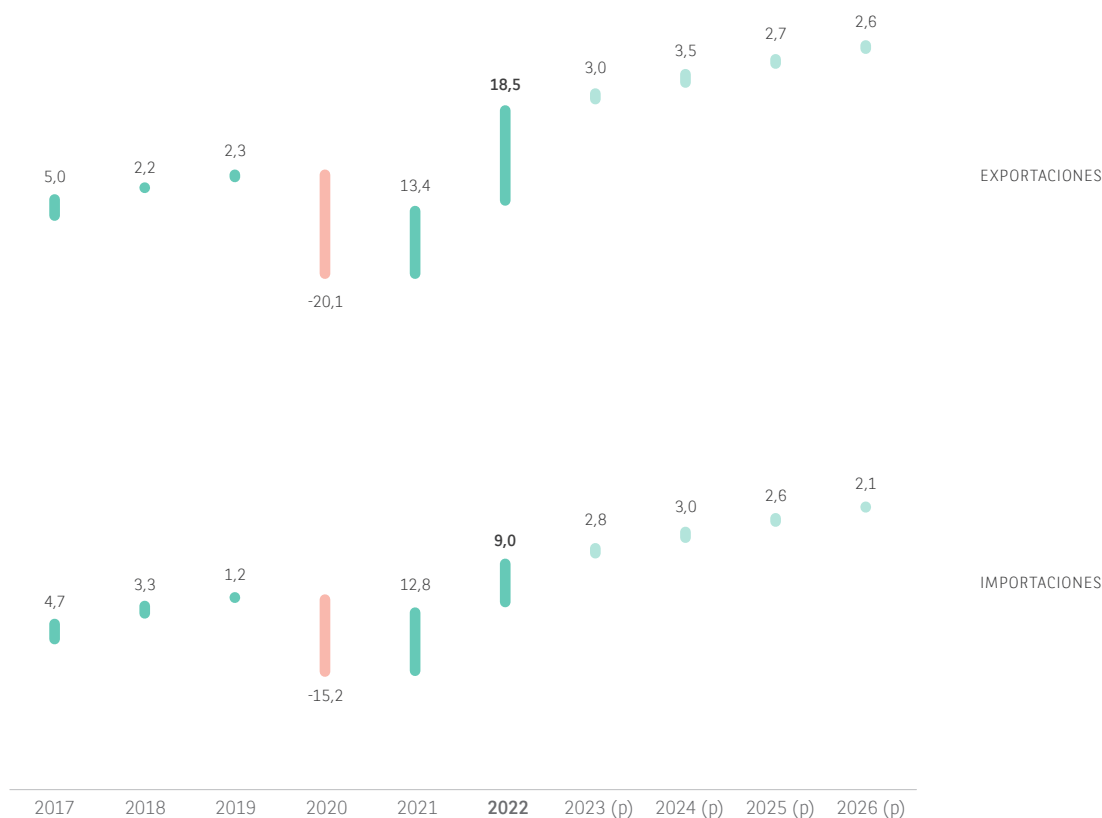


VII. EXPORTACIONES / IMPORTACIONES

(GRÁFICO I.11.) El comercio exterior español alcanzó en 2022 números de récord: las exportaciones llegaron a los 389.208 millones de euros, un 18,5% más que en el pasado año, ejercicio en el que se superó por primera vez la cifra de 300.000 millones. Sin embargo, estos números tienen su reverso negativo. El impulso estuvo cimentado en el fuerte empuje de la inflación, mientras que las importaciones también avanzaron un 9%, lo que repercutió en el déficit.

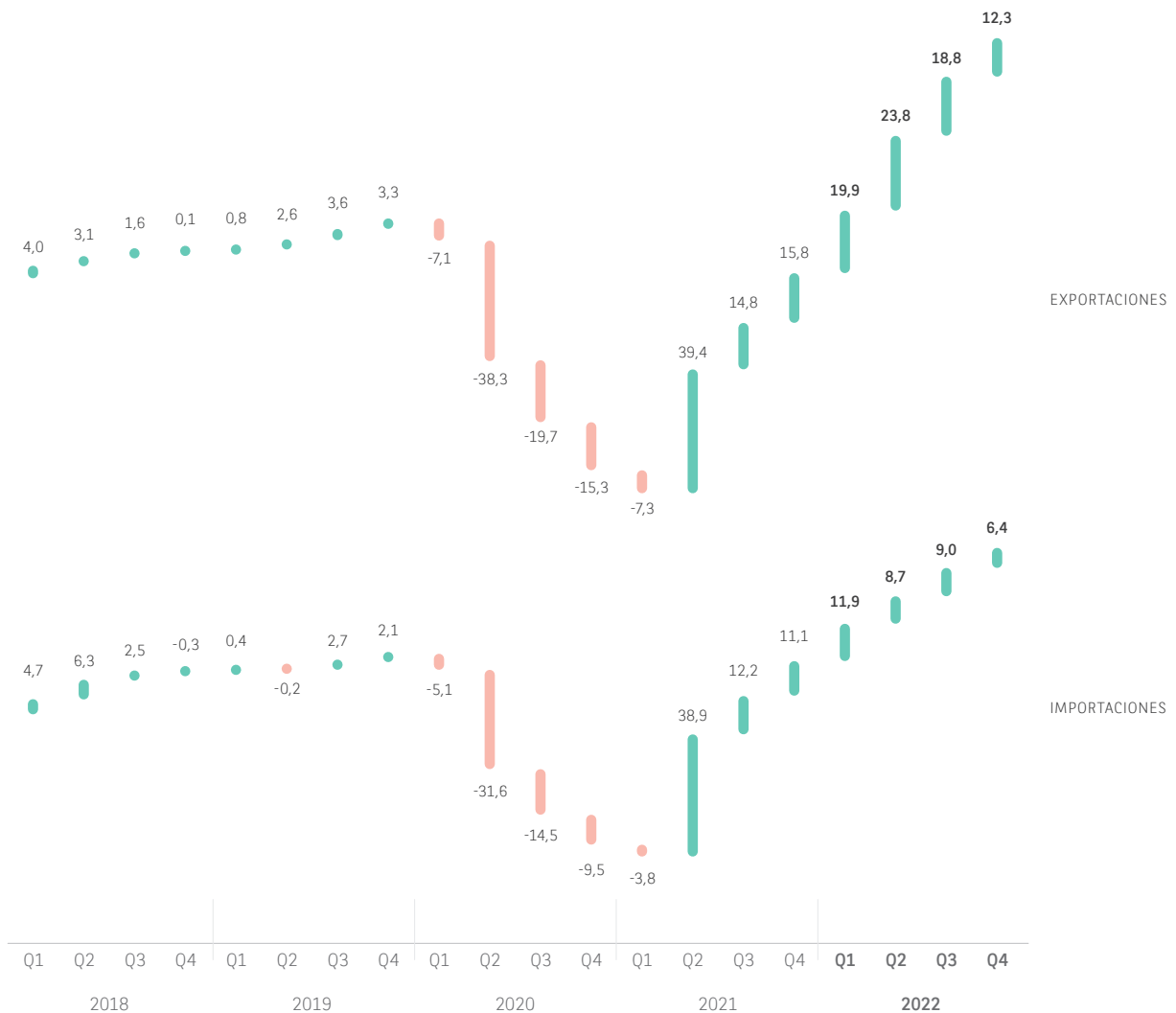
Los productos energéticos fueron la principal fuente de incremento: el valor nominal de las exportaciones de estos productos creció un 80% interanual, principalmente porque sus precios escalaron un 43,6%, pero también porque el volumen de exportaciones también subió, del orden del 25,4%. También se produjo un avance interanual muy importante en los productos químicos, del 34,6%, que se explica por la masiva venta de vacunas contra el Covid-19 producidas en España.

GRÁFICO I.11. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES - EVOLUCIÓN ANUAL. En porcentaje. Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)



(GRÁFICO I.12.) Las principales contribuciones positivas a la tasa de variación anual de las exportaciones de enero a marzo provinieron del sector de productos químicos, energéticos, semimanufacturas no químicas y alimentación, bebidas y tabaco. El segundo trimestre continuó en aumento, aunque el porcentaje de crecimiento empezó a remitir en el tercer cuarto del año y agudizarse en el último tramo por el entorno global menos favorable, caracterizado por una mayor incertidumbre y el peso de la inflación. En lo que se refiere a las importaciones, estas avanzaron debido al efecto de la subida de los productos energéticos y materias primas, así como por la consolidación en la recuperación de la demanda interna. No obstante, este crecimiento se desaceleró con intensidad a partir de agosto.

GRÁFICO I.12. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES – EVOLUCIÓN TRIMESTRAL. En porcentaje. Fuente: INE



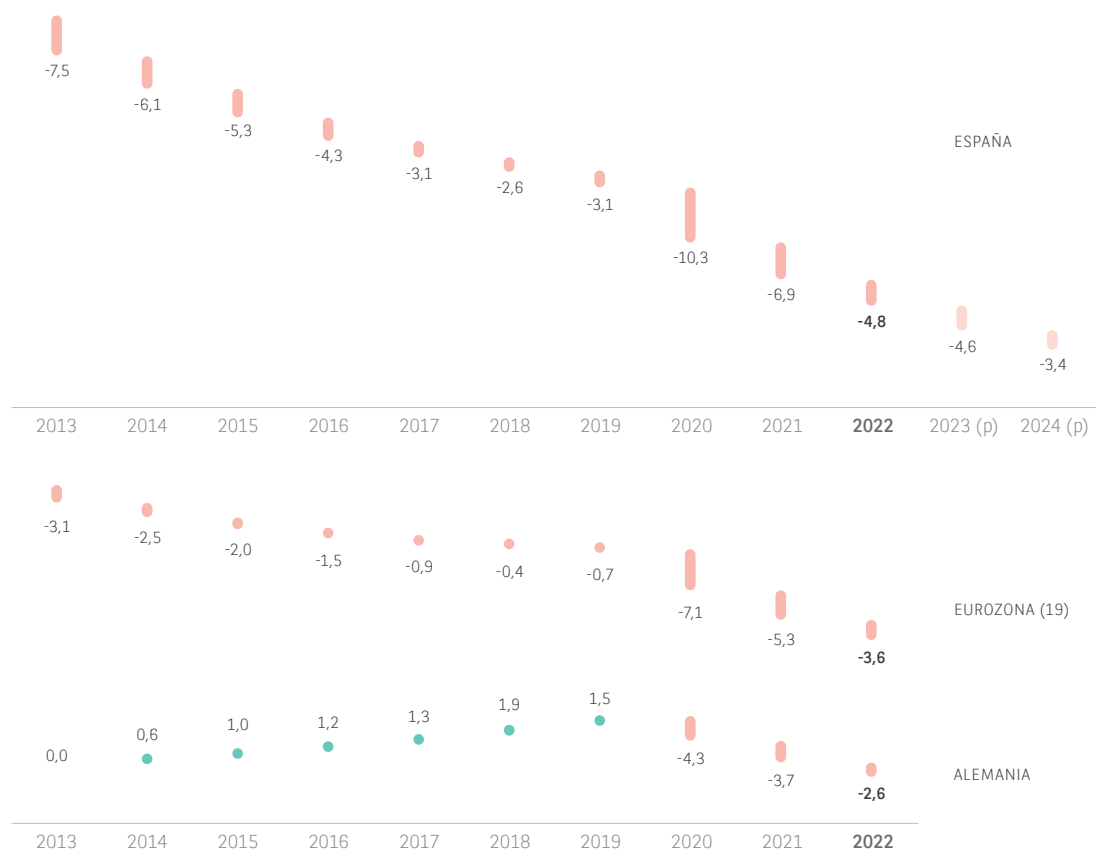
VIII. DÉFICIT PÚBLICO

(GRÁFICO I.13.) El déficit público español mantuvo una senda de reducción más potente de lo previsto y cerró el ejercicio con un retroceso del 4,3% del PIB, por lo que poco a poco se sitúa en los niveles prepandemia. Esta corrección fue posible gracias a la buena marcha de los ingresos, sobre todo impulsados por la recaudación tributaria. La mayor parte del déficit se concentró en la administración central.

Por su parte, el déficit de la eurozona también se contrajo en 2022 aunque aumentó en los últimos trimestres. Un avance que fue provocado por los paquetes de ayudas que comenzaron a aprobarse durante el verano del año pasado para afrontar la subida de los costes energéticos.

Por otro lado, Alemania registró un déficit financiero superior a los 100.000 millones de euros en 2022, pero inferior al registrado en 2021 debido a la finalización de las medidas contra el Covid-19 y a pesar de las nuevas cargas relacionadas con la crisis energética por la invasión en Ucrania.

GRÁFICO I.13. DÉFICIT PÚBLICO. Fuente: Eurostat y Previsiones BNP Paribas (p)





OPTIMISMO DE CARA A LOS PRÓXIMOS AÑOS

El mercado de vehículos nuevos en 2022 bajó un 5,4% respecto al 2021, terminando el año en 813.654 unidades, lo que demuestra la situación de debilidad de la demanda.

Desde el año 2014, considerado como el de salida de la larga crisis financiera, en nuestro país se vendían en torno a 1.200.000 unidades de vehículos nuevos; esto implica que en 2022 hemos estado al 60% del tamaño del mercado que nos corresponde como país occidental con casi 48 millones de habitantes. Sin embargo, desde la crisis de la pandemia por el virus del Covid no hemos sido capaces de recuperarnos, algo que se ha visto acentuado por el estallido de la guerra de Ucrania. Los confinamientos primero y desabastecimientos después han impedido un funcionamiento normal del mercado y han provocado finalmente una situación de

alta inflación por un desequilibrio entre la oferta y la demanda. Y mientras que el resto de los países que forman los 27 de la Unión Europea ya han alcanzado los valores del PIB anteriores a la crisis, esto no ha ocurrido en España. La falta de producto/oferta y los incrementos de precios están lastrando las buenas intenciones de la recuperación económica, aún sin alcanzar el PIB del 2019.

Para el año 2023 confiamos que pese a la dificultad que representa la inflación, seamos capaces de que la confianza siga tirando de la economía y por lo tanto de la renovación del parque automovilístico, así que podemos ser optimistas y creer en un crecimiento del 12% o el 13% del mercado de vehículo nuevo para año 2023; es decir, que nos acerquemos a las 920.000 unidades y que continúe creciendo durante los próximos años hasta alcanzar, en el 2025, los 1.2 millones de automóviles.

A lo largo de este año también se reducirán los plazos de entrega de automóviles, ya que poco a poco el desequilibrio de materias primas que afectaba a los microchips (semiconductores) se irá normalizando; pero aún se prevé un año más para la vuelta al equilibrio deseado, con plazos de entregas de 2 a 3 meses en lugar de los más de 7 u 8 meses que actualmente imperan en el mercado.

Al igual que en el mercado de vehículos nuevos, el de ocasión del ejercicio 2022 cerró con una caída del 5.4%... dejando el total de las transferencias en un volumen superior a 1.800.000 usados vendidos y una relación entre usados y nuevos de 2,2 a 1.

Desde el inicio de la última década, el mercado de ocasión ha mostrado un crecimiento constante tanto en volumen como en la mejora del valor medio. Y este efecto era debido principalmente al incremento de vehículos de menos de 5 años en la oferta del mercado, causado por la recuperación del turismo (lo que afecta a los rent a car) y sobre todo por un afianzamiento del renting en el mercado de vehículo nuevo que provoca una mejor oferta para el mercado de vehículo de ocasión. Esto permite un rejuvenecimiento del parque, ya que los vehículos procedentes del renting suelen tener una media de 48 meses, lo que permite al consumidor beneficiarse en el mercado de ocasión de un automóvil moderno, menos contaminante y a un precio alcanzable... además de redundar en coches más seguros en nuestras carreteras, lo que repercute en una reducción de la siniestralidad.

Hay que apuntar que tanto en 2021 como en 2022 ha parado esta tendencia tan positiva por la disminución de volumen en el mercado de V.N. (crisis de materias primas y precios provocados por el Covid y la guerra de Ucrania). De hecho, el pasado año ha registrado un alto porcentaje de venta de vehículos de más de 12 años.

No obstante, la recuperación y crecimiento del mercado de vehículos nuevos en los primeros meses del actual ejercicio nos hace ser optimistas para el mercado de ocasión de 2023 y, por ello, esperamos llegar a los 2 millones de transferencias de usados en España y que se mantenga la relación de V.O/V.N. de 2,2 a 1.



MERCADO DEL VEHÍCULO NUEVO

El parque automovilístico español alcanzó un volumen de 28,6 millones de unidades en el ejercicio 2022 tras crecer un 1,2% en relación con el año anterior. La densidad de vehículos por habitante avanzó un 1%, con lo que se contabilizan 604 vehículos por cada 1.000 ciudadanos, seis más que en 2021. La escasa renovación de la flota sitúa a las unidades que circulan por las carreteras españolas entre las más avejentadas de Europa, con una edad media de 13,5 años. En cuanto a las preferencias de los usuarios, las marcas asiáticas relevaron a las europeas y coparon las primeras posiciones en las ventas de turismos.

Con un total de

28,6 millones

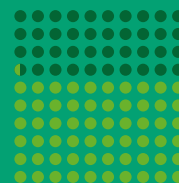
de vehículos, el parque automovilístico experimentó un incremento del 1,2% respecto a 2021

28.278.292 (2021)

VS

28.628.525 (2022)

Se contabilizan 604 vehículos por cada 1.000 ciudadanos, ocho más que en 2021



Aumento en el parque de vehículos de empresas

→ una subida de 4,4% respecto a 2021

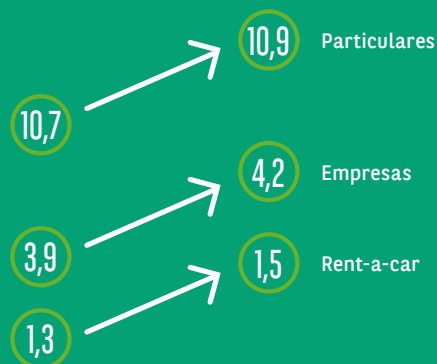
El canal del **renting** alcanza casi las 850.000 unidades
Incremento superior al

10%



La inflación provoca que se siga retrasando la **modernización** de las flotas

Tiempo medio de cambio sigue en ascenso en 2022



Las restricciones (actuales y futuras) y una mayor concienciación con el cuidado del medio ambiente hacen que el diésel pierda peso en las matriculaciones (cae más de 6 puntos porcentuales respecto a 2021) y continúe la tendencia ascendente de combustibles alternativos

Mercado total

TURISMOS

En el segmento de turismos, tanto al canal de renting como al de empresa, se incorporan vehículos nuevos con un impacto medioambiental superior a la media del parque

	Parque	VN	Parque	VN
	126	120	136	136
EMPRESA	115	119	132	136
RENTING	108	119	127	140

COMERCIALES

También los nuevos vehículos comerciales suponen un retroceso en lo que a respeto medioambiental del parque se refiere, especialmente en el segmento de empresas y renting

I. PARQUE DE VEHÍCULOS

A. EVOLUCIÓN Y PREVISIÓN DEL PARQUE TOTAL

(TABLA II.1.) El parque automovilístico español alcanzó un volumen de 28,6 millones de unidades en 2022 tras crecer un 1,2% en relación con el año anterior, un aumento experimentado en su mayor parte en la primera mitad del ejercicio. La densidad de vehículos por habitante avanzó un 1%, con lo que se contabilizan 604 vehículos por cada 1.000 ciudadanos, seis más que en 2021. Las previsiones de crecimiento continúan al alza para este año y los sucesivos, aunque en todos ellos con porcentajes inferiores al 1%.

TABLA II.1. EVOLUCIÓN Y PREVISIÓN DEL PARQUE TOTAL.

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

	2017		2018		2019		2020		2021	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	26.471.814	3,0%	27.175.574	2,7%	27.778.871	2,2%	27.999.467	0,8%	28.278.292	1,0%
Población	46.439.791	0,0%	46.427.975	0,0%	46.867.125	0,9%	47.332.614	1,0%	47.326.687	0,0%
Densidad (veh/1000 hab)	570	3,0%	585	2,7%	593	1,3%	592	-0,2%	598	1,0%
	2022		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)		2026 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Parque	28.628.525	1,2%	29.061.276	1,5%	29.460.570	1,4%	29.828.806	1,2%	30.181.348	1,2%
Población	47.432.893	0,2%	47.795.624	0,8%	48.186.420	0,8%	48.574.152	0,8%	48.954.761	0,8%
Densidad (veh/1000 hab)	604	1,0%	608	0,7%	611	0,6%	614	0,4%	617	0,4%

(TABLA II.2.) El parque de vehículos de empresa recuperó impulso y dejó atrás la desaceleración provocada por la pandemia, por lo que creció un 4,4% en 2022, mientras que el de alquiler avanzó un 2% y el de particulares sólo sumó un 1%. Las previsiones apuntan a que durante 2023 el segmento de alquiler apenas crecerá, mientras que el de empresa reducirá dos puntos porcentuales su subida y los particulares recuperarán algo de potencia. El canal del renting superó las 842.600 unidades tras anotarse un importante ascenso superior al 10% que se atemperará en la presente campaña, aunque retomará el crecimiento a lo largo del próximo bienio.

TABLA II.2. EVOLUCIÓN Y PREVISIÓN DEL PARQUE POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN.

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

TOTAL

	2022		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)		2026 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Empresas	2.201.225	4,4%	2.251.005	2,3%	2.315.248	2,9%	2.415.891	4,3%	2.487.349	3,0%
Particulares	25.992.777	1,0%	26.375.459	1,5%	26.707.409	1,3%	26.961.831	1,0%	27.240.826	1,0%
Rent-a-car	434.523	2,0%	434.812	0,1%	437.913	0,7%	451.084	3,0%	453.173	0,5%
	28.628.525	1,2%	29.061.276	1,5%	29.460.570	1,4%	29.828.806	1,2%	30.181.348	1,2%

PARQUE DE EMPRESA

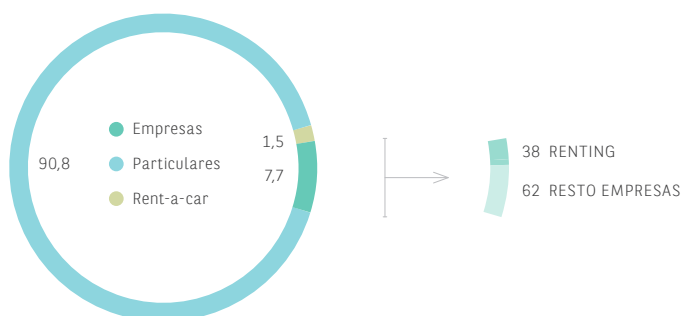
	2022		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)		2026 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Renting	842.634	10,2%	844.100	0,2%	885.714	4,9%	922.274	4,1%	922.274	0,0%
Resto empresas	1.358.591	1,1%	1.318.113	-3,0%	1.328.065	0,8%	1.331.384	0,2%	1.331.384	0,0%
	2.201.225	4,4%	2.251.005	2,3%	2.315.248	2,9%	2.415.891	4,3%	2.487.349	3,0%

B. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN

(GRÁFICO II.1.) Los particulares acaparan el protagonismo del parque de vehículos español con una cuota que se mantiene próxima al 91%, frente al 1,5% del rent-a-car y el 7,7% de las empresas. En lo referente al parque corporativo, el renting ya suma un 38% del total.

GRÁFICO II.1. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE EN 2022 POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN (TOTAL Y EMPRESA).

En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



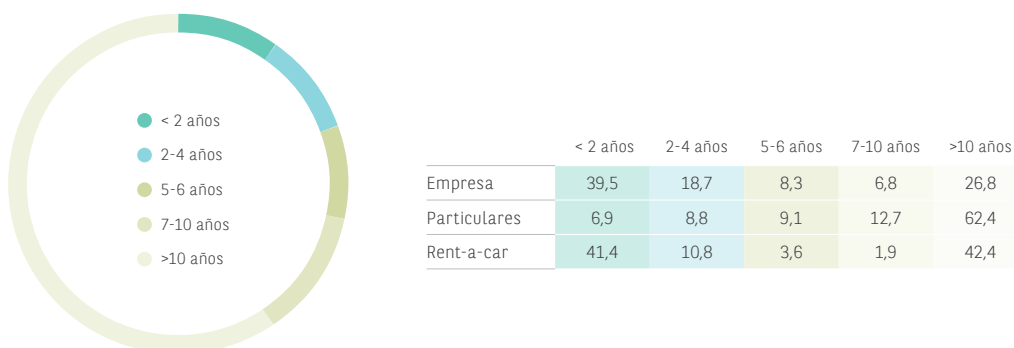
C. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE POR EDAD DE LOS VEHÍCULOS

(GRÁFICO II.2.) El parque automovilístico español se sitúa entre los más avejentados de Europa con una edad media de 13,5 años. Los constantes cambios en materia de movilidad y conciencia medioambiental, la crisis de suministros y la subida en los precios de los combustibles provocaron en 2022 un desplome en las matriculaciones de vehículos nuevos. De este modo, el 59,4% de las unidades que circularon en 2022 por las carreteras españolas contaba con más de diez años de vida y algo más de otro 12% superaba los siete. Por otro lado, los coches con menos de cuatro años de uso sólo sumaban el 19,5% del total.

Las nuevas unidades se concentraron en el segmento de alquiler, que agrupó el 41,4% del total, seguido muy de cerca por los vehículos de empresa (39,5%). Los particulares son los que más exprimen el tiempo de vida de sus utilitarios, al contar un 62,4% con más de una década de uso, mientras que 42,4% de los de empresa y el 26,8% de los de alquiler se enmarcan en el rango de mayor edad.

GRÁFICO II.2. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE POR EDAD DE LOS VEHÍCULOS - EMPRESAS, PARTICULARES Y RENT-A-CAR.

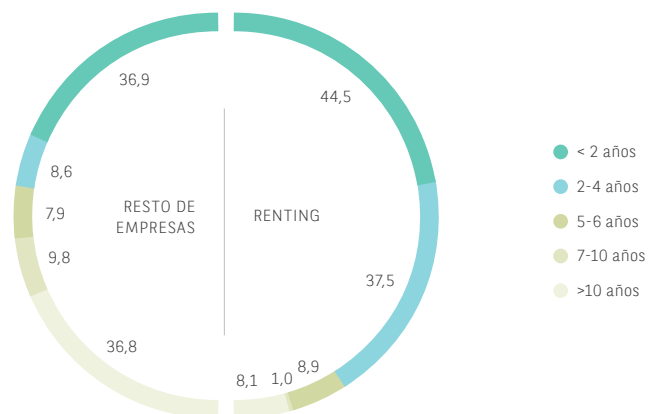
En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



(GRÁFICO II.3.) El renting vuelve a destacar en el canal de empresas por la juventud de sus unidades, ya que el 44,5% de su parque tiene menos de dos años y el 82% no supera los cuatro de uso. El 36,8% de los vehículos corporativos suma más de diez campañas.

GRÁFICO II.3. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE POR EDAD DE LOS VEHÍCULOS - CANAL EMPRESAS.

En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



D. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE SEGÚN POTENCIAL CONTAMINANTE

La clasificación de los vehículos a través del distintivo ambiental tiene como objetivo discriminar positivamente a los vehículos más respetuosos con el medio ambiente y ser un instrumento eficaz al servicio de las políticas municipales, tanto restrictivas de tráfico en episodios de alta contaminación, como de promoción de nuevas tecnologías a través de beneficios fiscales o relativos a la movilidad y el medio ambiente. En algunas ciudades ya se utiliza este distintivo ambiental a la hora de restringir el tráfico en los días de alta contaminación o en determinadas zonas, al prohibirse la circulación a los vehículos que carecen de él.



ETIQUETA O EMISIONES. Identifica a los vehículos más eficientes. Tendrán derecho a esta etiqueta eléctricos de batería (BEV), eléctricos de autonomía extendida (REEV), eléctricos híbridos enchufables (PHEV) con una autonomía de 40 km o vehículos de pila de combustible.



ETIQUETA C. Vehículos de combustión interna que cumplen con las últimas emisiones EURO. Tendrán derecho a esta etiqueta turismos y furgonetas ligeras de gasolina matriculadas a partir de enero de 2006 y diésel a partir de septiembre de 2015. Vehículos de más de 8 plazas y pesados tanto de gasolina como diésel, matriculados desde 2014.



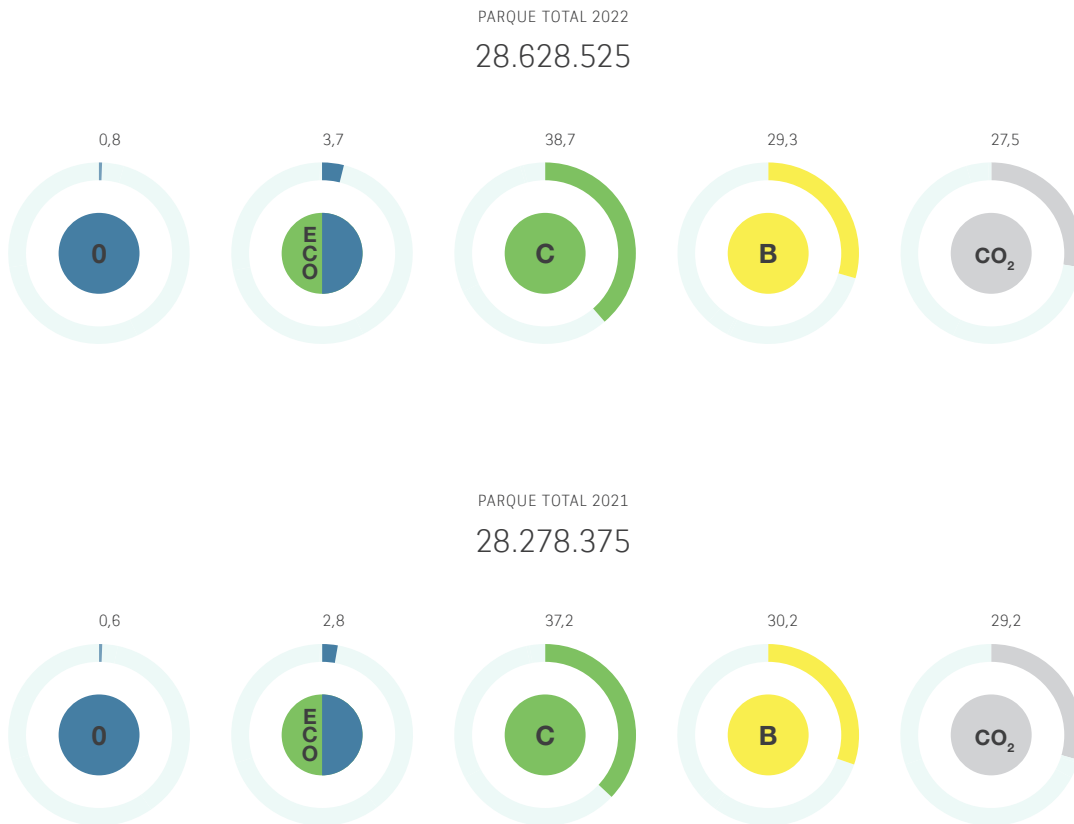
ETIQUETA ECO. Los siguientes en el escalón de eficiencia, se trata en su mayoría de vehículos híbridos, gas o ambos. Tendrán derecho a esta etiqueta eléctricos enchufables con autonomía inferior a 40 km, híbridos no enchufables (HEV), vehículos propulsados por gas natural y gas (GNC y GNL) o gas licuado del petróleo (GLP). Deben cumplir los criterios de la etiqueta C.



ETIQUETA B. Vehículos de combustión interna que si bien no cumplen con las últimas especificaciones de las emisiones EURO, sí que lo hacen con anteriores. Tendrán derecho a esta etiqueta turismos y furgonetas ligeras de gasolina matriculadas desde el 1 de enero de 2001 y diésel a partir de 2006. Vehículos de más de 8 plazas y pesados tanto de gasolina como diésel, matriculados desde 2006.

(GRÁFICO II.4.) Las restricciones para circular por el núcleo de varias de las principales ciudades españolas, el aumento del precio de los combustibles fósiles y la mayor concienciación medioambiental de la población han permitido la reducción de emisiones de dióxido de carbono (CO₂) a la atmósfera, aunque la antigüedad del parque impide que progrese con mayor rapidez. No obstante, en 2022 creció el porcentaje de vehículos de todas las categorías menos contaminantes en comparación con el año anterior, a la vez que se redujo el porcentaje de los que más CO₂ emiten.

GRÁFICO II.4. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE TOTAL POR POTENCIAL CONTAMINANTE.
En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



(GRÁFICO II.5.) El renting, al agrupar en sus filas las unidades más modernas, coloca sus turismos al frente en todos los rangos menos contaminante de la clasificación, con una importante distancia en cada categoría en relación con el resto de unidades del canal de empresa. Sólo el 0,2% de los coches con la modalidad de renting se incluyen entre los más contaminantes.

(GRÁFICO II.6.) En lo referente al parque de comerciales, los vehículos con mayor número de emisiones superan el 59% del total. En este segmento, el canal de renting también agrupa el mayor porcentaje de unidades menos contaminantes.

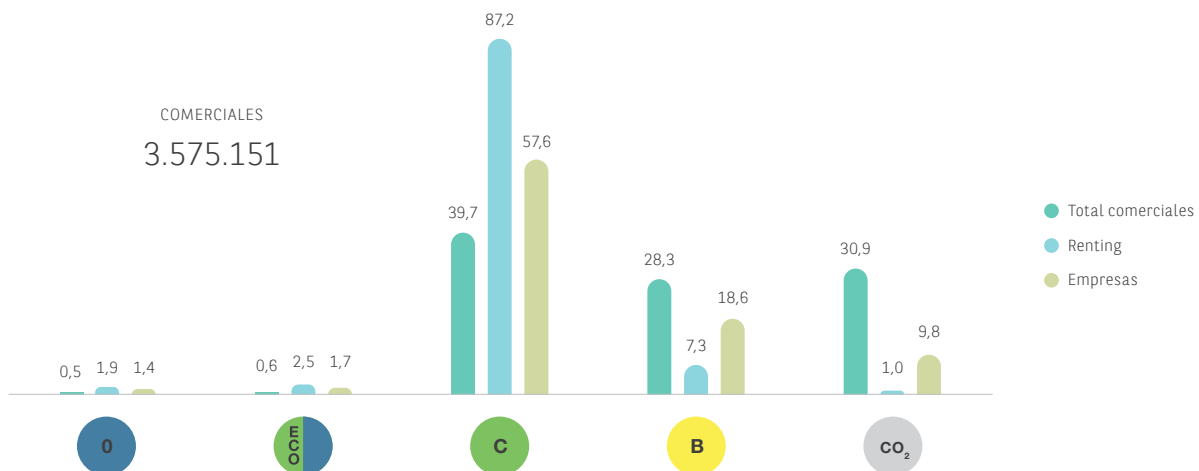
GRÁFICO II.5. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE DE TURISMOS POR POTENCIAL CONTAMINANTE.

En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



GRÁFICO II.6. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE DE COMERCIALES POR POTENCIAL CONTAMINANTE.

En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



E. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE POR EMISIONES DE CO₂

(GRÁFICO II.7.) La incorporación de vehículos menos contaminantes al parque, las restricciones para circular por el centro de las principales ciudades españolas, el avance del teletrabajo y otras medidas de concienciación medioambiental han permitido una ligera reducción de las emisiones medias de dióxido de carbono a la atmósfera. En 2022 alcanzaron los niveles más bajos de la serie histórica, para situarse en 126 gramos por kilómetro, un descenso del 0,7% en términos interanuales. La débil renovación de los parques de empresa y de renting impidió que el descenso fuera mayor.

(GRÁFICO II.8.) La flota comercial redujo sus emisiones un 0,7% interanual, para situarse en los 136 gramos por kilómetro. La media del canal de empresa sólo recortó las emisiones un 0,1% en 2022, mientras que en el de renting avanzaron un 1,2%.

GRÁFICO II.7. EMISIÓN MEDIA DE CO₂ Y EVOLUCIÓN INTERANUAL (DATOS EN GRAMOS POR KM) DEL PARQUE DE TURISMOS.
Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

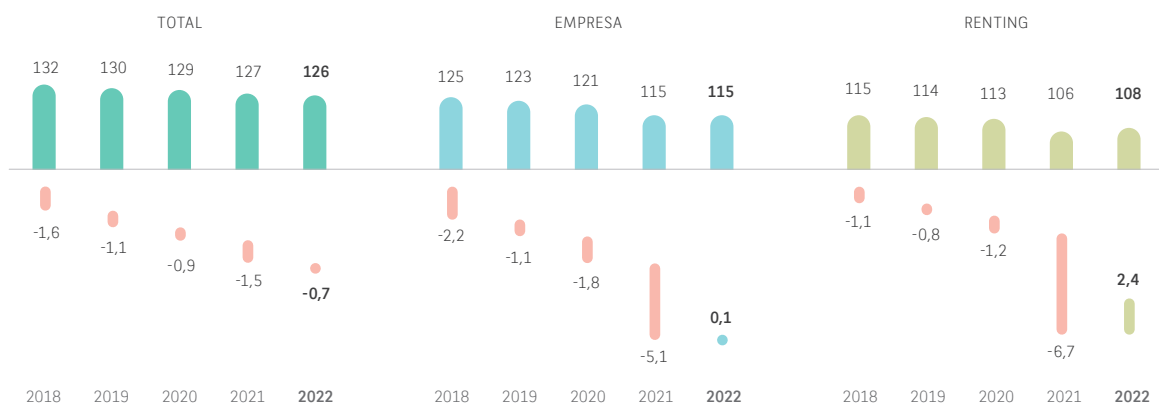
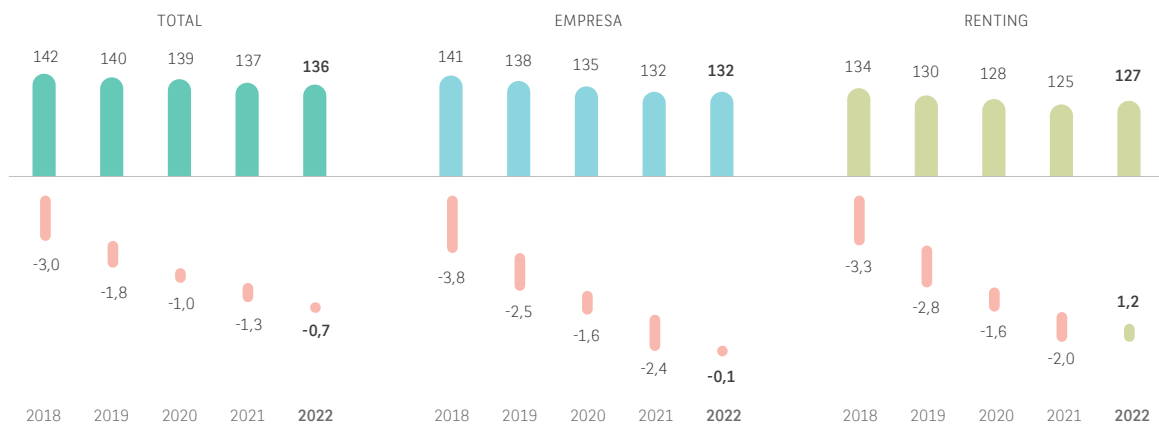


GRÁFICO II.8. EMISIÓN MEDIA DE CO₂ Y EVOLUCIÓN INTERANUAL (DATOS EN GRAMOS POR KM) DEL PARQUE DE COMERCIALES.
Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



F. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE POR PRECIO MEDIO DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO II.9.) El precio medio de los turismos que circulan por las carreteras españolas se incrementó un ejercicio más en casi 1.700 euros por unidad, para situarse en 32.850 euros. Este coste fue más elevado en las unidades destinadas al renting, que en 2022 ya alcanzaron los 36.056 euros de media, mientras que en los dedicados al canal de empresa registraron la mayor subida de precio porcentual, del 2,5%, hasta los 36.019 euros.

(GRÁFICO II.10.) En el segmento de los comerciales, el precio medio sufrió un importante incremento el pasado ejercicio y se situó en 33.349 euros, un 13% más que en 2021. Esta subida afectó tanto a las unidades dedicadas al canal de empresa, que superaron los 32.000 euros de media, como a las de renting, cuyo coste avanzó un 11,8%, para alcanzar un coste de 28.738 euros.

GRÁFICO II.9. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE POR PRECIO MEDIO DEL VEHÍCULO EN € - TURISMOS.

Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

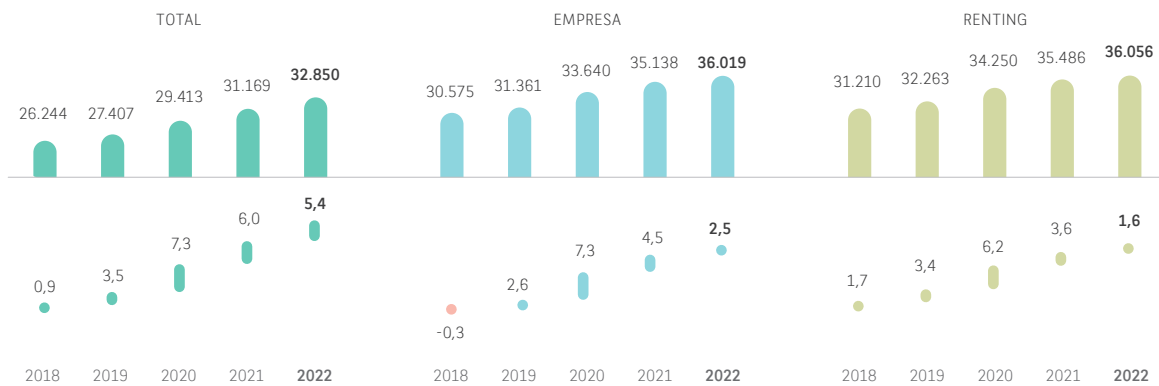
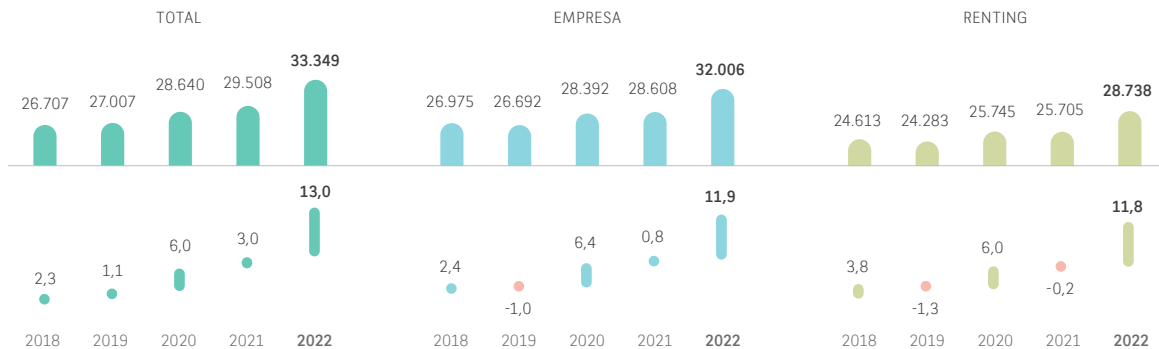


GRÁFICO II.10. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE POR PRECIO MEDIO DEL VEHÍCULO EN € - COMERCIALES.

Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



G. TIEMPO MEDIO DE POSESIÓN DEL VEHÍCULO POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN

(GRÁFICO II.11.) La incertidumbre económica provocada por la invasión en Ucrania y los problemas logísticos añadidos volvieron a retrasar la modernización de las flotas empresariales, por lo que el tiempo medio de cambio volvió a crecer en 2022. De este modo, las empresas aumentaron hasta los 4,2 años la media de renovación de sus turismos, mientras que los particulares la elevaron hasta los 10,9 años, el nivel más alto del último lustro. Las unidades de alquiler también incrementaron el ritmo de renovaciones para situarlo en el nivel más alto de la serie histórica.

(GRÁFICO II.12.) El tiempo medio de posesión de los vehículos comerciales también creció el pasado año en todos los segmentos. De este modo, la media de renovación para los comerciales de empresa avanzó hasta los 4,4 años, mientras en el caso de los particulares queda fijada en 11 años. Los de alquiler, por su parte, aumentaron la posesión hasta los 2,4 años.

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 auto matrículas y Kms 0

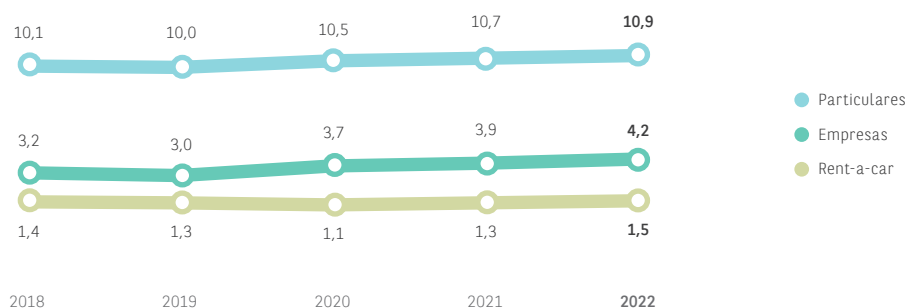
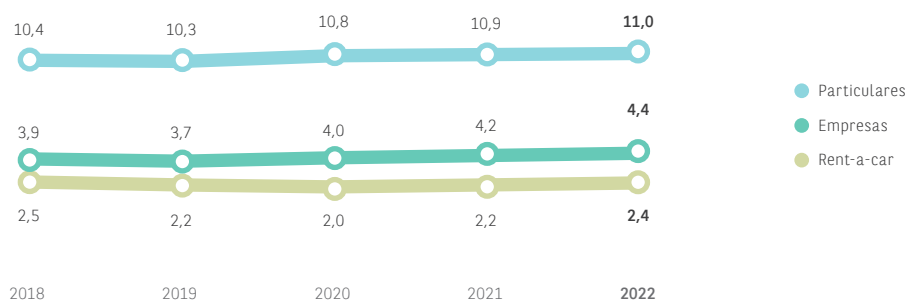


GRÁFICO II.12. TIEMPO MEDIO DE POSESIÓN DEL VEHÍCULO POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN - COMERCIALES.

Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI. En empresas se han filtrados las auto matrículas y Kms 0



H. DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE COMBUSTIBLE

(GRÁFICO II.13.) Los vehículos de gasolina mantuvieron la lenta progresión que les ha caracterizado durante los últimos ejercicios y recortaron un nuevo punto porcentual de terreno al diésel en 2022, aunque esta última motorización aún se mantiene por encima del 61% del parque total de vehículos, por lo que su hegemonía aún se mantendrá en los ejercicios venideros. Los vehículos de gasolina ganaron cuatro décimas porcentuales de cuota, hasta alcanzar el 35,6% del total, mientras que el resto de las motorizaciones suma el 3,3% restante.

(GRÁFICO II.14.) En lo referente al parque de turismos, los vehículos de gasolina arañaron cinco décimas porcentuales al diésel para superar por poco el 40% de cuota de mercado, con lo que dejaron al combustible predominante en el 56,2%.

(GRÁFICO II.15.) En el parque comercial el cambio de tipo de combustible se resiste y la pérdida de cuota del diésel apenas es significativa. Esta opción se situó en 2022 en el 95,1% del mercado, mientras que las mecánicas de gasolina apenas sumaron una décima porcentual, para alcanzar el 3,9% de cuota en este segmento.

GRÁFICO II.13. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE TOTAL POR TIPO DE COMBUSTIBLE - TOTAL MERCADO.

En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

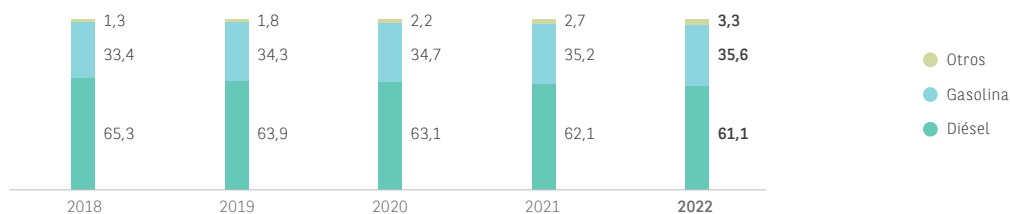


GRÁFICO II.14. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE DE TURISMOS POR TIPO DE COMBUSTIBLE.

En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

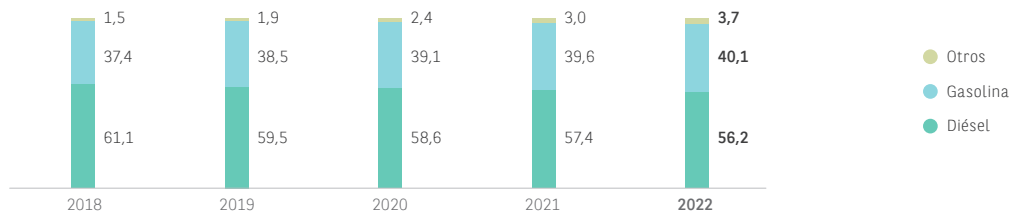
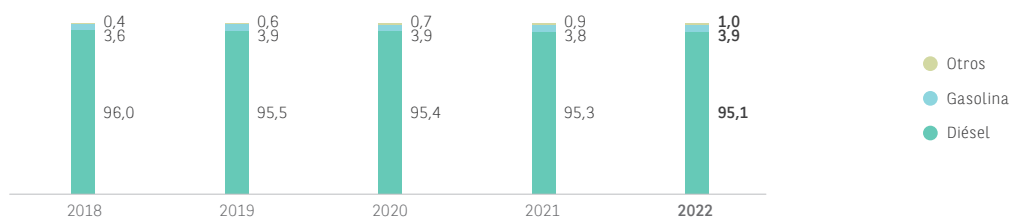


GRÁFICO II.15. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE DE COMERCIALES POR TIPO DE COMBUSTIBLE.

En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



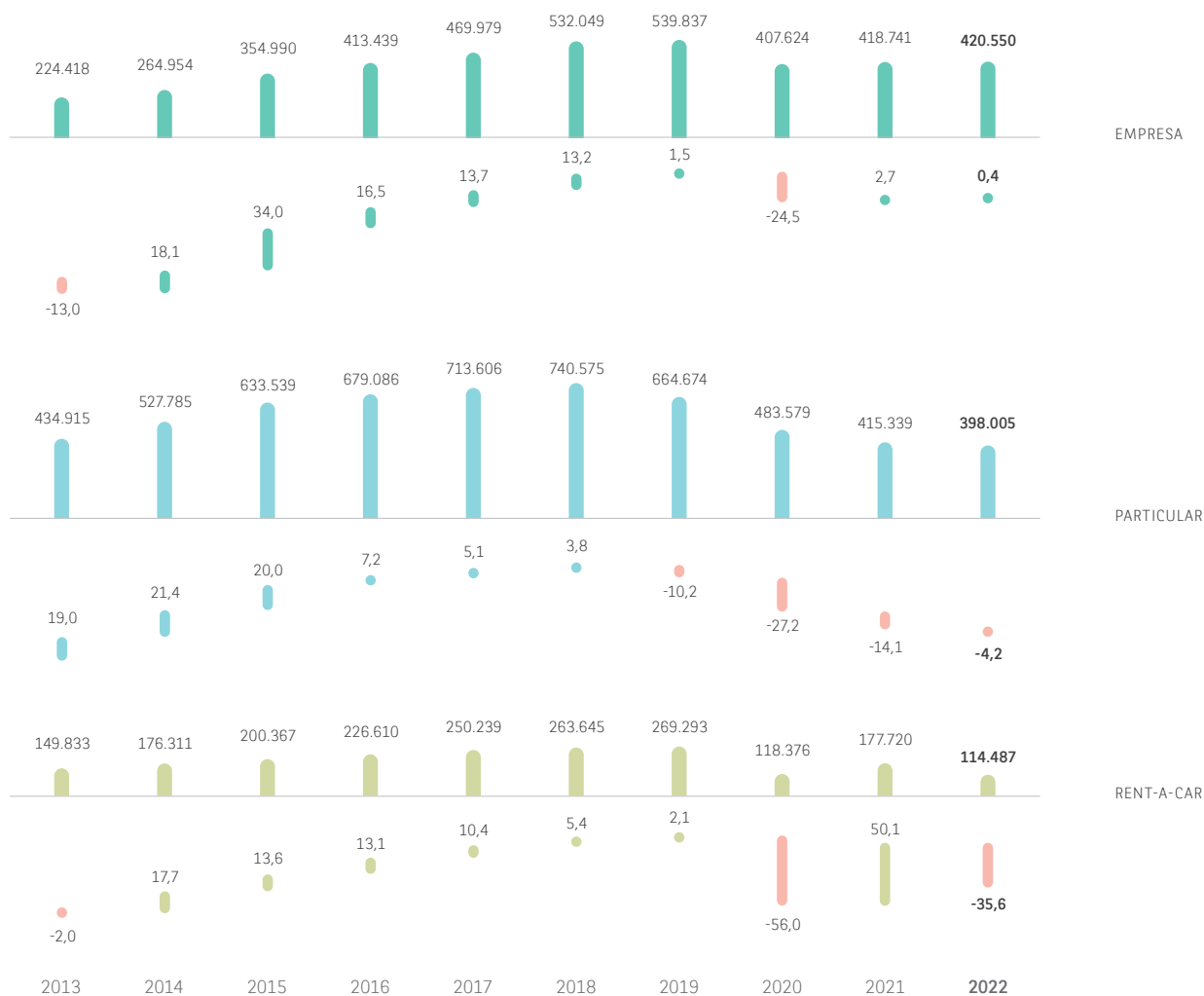
II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO

A. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES TOTALES, POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y TIPO DE VEHÍCULO

(GRÁFICO II.16.) Las ventas de vehículos en España no logran escapar de la depresión en que incurrieron a causa de la pandemia. La crisis por la falta de semiconductores, que lastró la producción de las fábricas de toda Europa, la incertidumbre por la invasión rusa de Ucrania y la falta de camiones para trasladar sus vehículos a los concesionarios propiciaron otro mal año. El descenso de matriculaciones más importante se lo anotó el canal de alquiler, que cedió un 35,6% ante la inestabilidad vigente, mientras que el de particulares cedió otro 4,2%. En contraposición, las placas de las empresas apenas crecieron un 0,4%.

GRÁFICO II.16. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN - TOTAL MERCADO.

Cifras en miles. Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



(GRÁFICO II.17.) El principal descenso en el número de placas se lo anotó en 2022 el segmento de las automatrículas y el kilómetro cero, que cedió un 9,3% en comparación con el año anterior, en el que ya había acusado un importante descenso. Idéntico porcentaje se dejó el canal de exportación, mientras que leasing y compra directa retrocedieron casi un 5%. Las firmas de renting, un año más, recuperaron terreno y se anotaron avances del 8,7% en comparación con 2021.

GRÁFICO II.17. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN - CANAL EMPRESA.

Cifras en miles. Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



(GRÁFICO II.18.) El segmento de turismos inscribió 46.000 placas menos en 2022 en comparación con el ejercicio previo y quedó muy lejos de las cifras marcadas antes de la pandemia. Por su parte, el de comerciales volvió a reeditar la fuerte caída en las matriculaciones experimentada en 2020 y cedió el 21,4%.

GRÁFICO II.18. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES POR SEGMENTOS DE VEHÍCULOS - TOTAL MERCADO .

Cifras en miles. Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

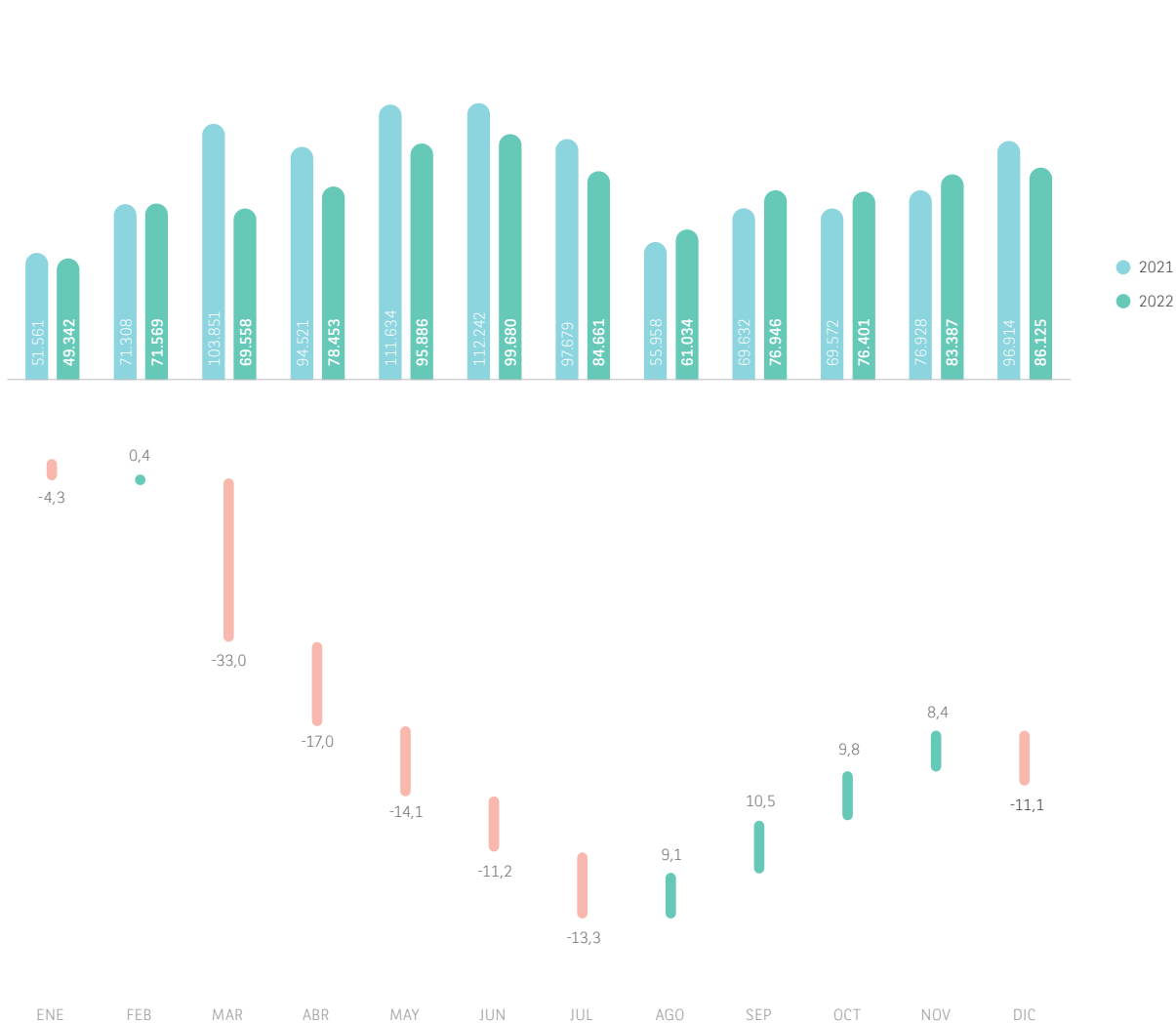


B. MATRICULACIONES MENSUALES

(GRÁFICO II.19.) La primera mitad del pasado ejercicio, lejos de fomentar la recuperación del mercado del automóvil al quedar atrás la crisis sanitaria, se encontró con la inestabilidad provocada por el conflicto bélico en el este de Europa y los bloqueos experimentados por la cadena de producción ante la falta de semiconductores. El fuerte incremento de la inflación tampoco ayudó a las ventas estivales, que ganaron tracción en la segunda parte del año, para volver a caer en un diciembre negro, que ni el propio sector esperaba, acuciado por las dificultades de transporte que dejaron varados miles de vehículos en puertos y aparcamientos.

GRÁFICO II.19. MATRICULACIONES MENSUALES 2022 Y 2021 - TOTAL MERCADO.

Cifras en miles. Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

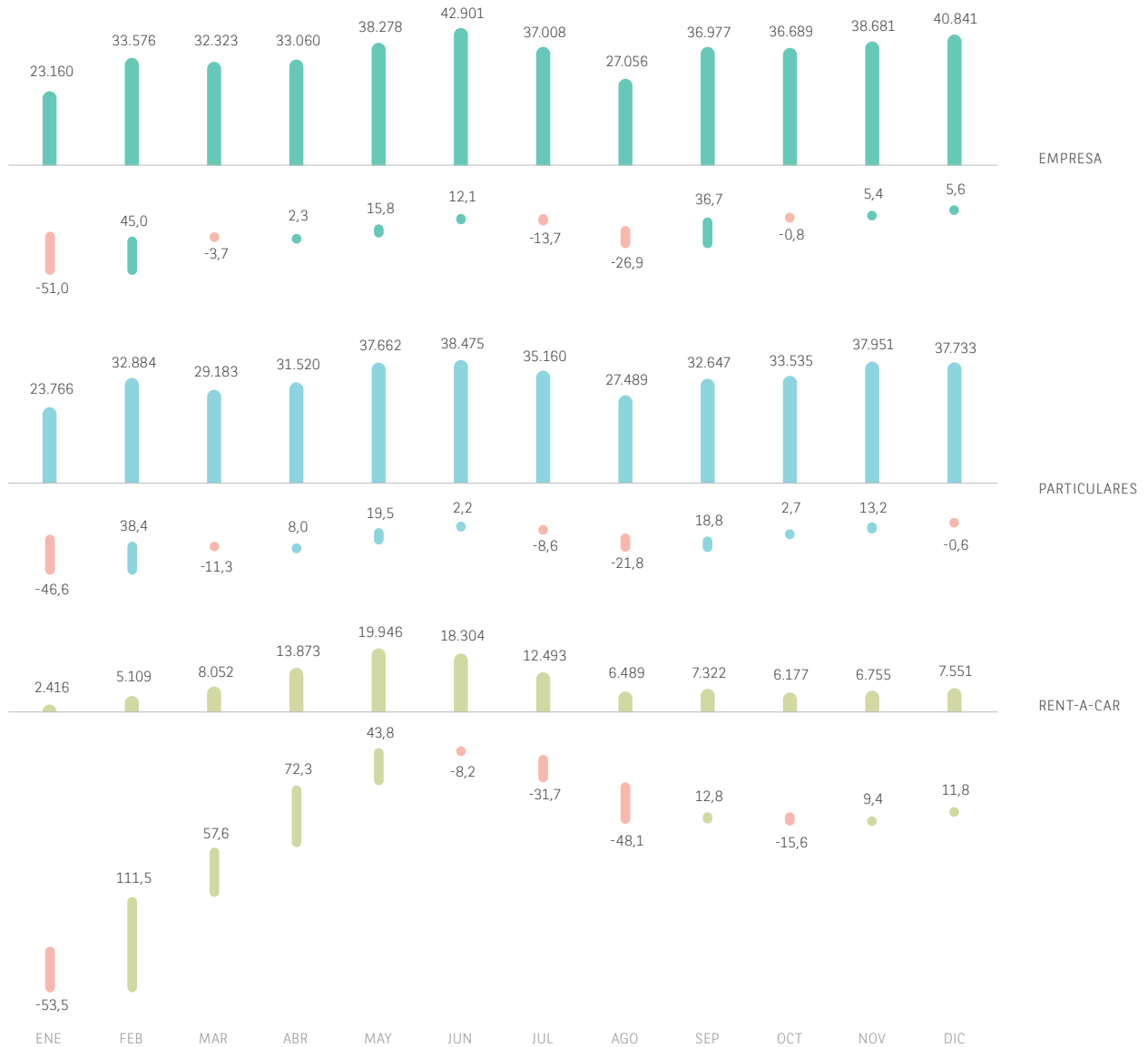


C. MATRICULACIONES MENSUALES POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN

(GRÁFICO II.20.) Después de un mal inicio de año el mercado ganó algo de tracción en todos los canales en la primera mitad del ejercicio, con especial incidencia en el del alquiler, impulsado por la recuperación del turismo. Los problemas de abastecimiento de materiales se sufrieron con mayor virulencia en agosto, para finalizar el año en cifras positivas, en especial en el segmento de alquiler y empresas.

GRÁFICO II.20. MATRICULACIONES MENSUALES POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN 2022 - TOTAL MERCADO.

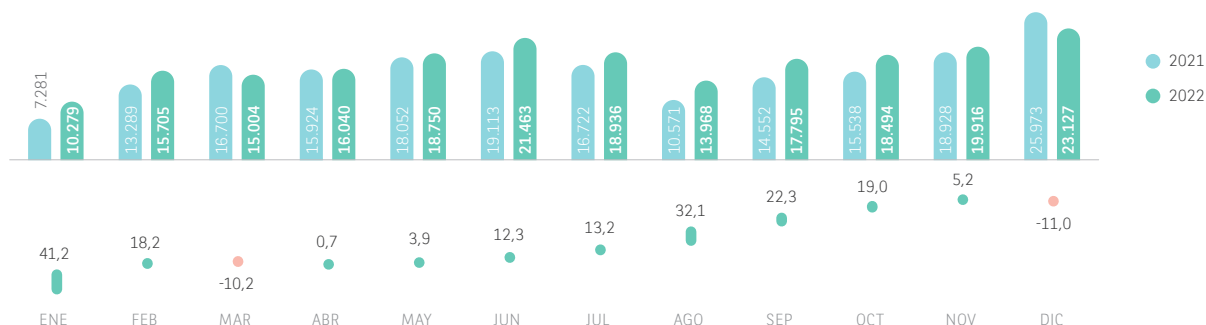
Cifras en miles. Absolutos en barras y evolución mensual en cascada en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



(GRÁFICO II.21.) La flota de renting, con las excepciones del mes de marzo, condicionada por el estallido bélico europeo, y diciembre, en el que los problemas logísticos y de transporte se recrudecieron, cerró el resto de meses en positivo.

GRÁFICO II.21. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES MENSUALES 2022 Y 2021 - RENTING.

Cifras en miles. Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



D. MATRICULACIONES POR SEGMENTO DE VEHÍCULOS

(TABLA II.3.) Los todoterrenos de menor tamaño volvieron a liderar las preferencias de los consumidores al sumar más de 310.417 nuevas placas y crecer un 6,7% en comparación con las cifras obtenidas en 2021. Las unidades pequeñas se colocaron en segundo lugar pese a ceder nueve puntos porcentuales, por delante de la gama media, que con algo más de 113.500 vehículos matriculados perdieron casi un 20% de cuota. Destaca el crecimiento experimentado por los turismos de gran tamaño, que avanzaron más de un 9%. También es reseñable el retroceso en porcentaje que protagonizaron los monovolúmenes compactos, que cayeron un 17%.

Los vehículos comerciales aumentaron un 21,4% sus matriculaciones, con el segmento de derivados de turismo de nuevo al frente de las preferencias, con 52.261 unidades nuevas, pese a ceder más de un 21%. Los microvan no sólo elevaron un 41% sus matriculaciones, sino que fueron la única opción que no registró retrocesos.

TABLA II.3. MATRICULACIONES POR SEGMENTO - TOTAL MERCADO. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

TURISMOS	2022		COMERCIALES	2022	
	Volumen	Evol. 22-21		Volumen	Evol. 22-21
Micro	30.983	- 13,1%	Comerciales	617	-7,6%
Pequeño	142.332	- 9,0%	Derivados Turismos	52.261	-21,2%
Medio	113.544	- 18,8%	Microvan	952	40,8%
Medio Alto	25.512	- 7,4%	(< 2 Tn.)	2.096	-12,9%
Alto	4.211	9,2%	(2 a < 2,7 Tn)	4.253	-40,1%
Lujo	4.026	- 6,4%	(2,7 a < 3,5 Tn)	26.167	-22,7%
Monovolumen Compacto	85.117	- 17,0%	(3,5 Tn.)	23.642	-14,9%
Monovolumen Estándar	8.609	0,4%	Pick-up	6.183	-32,1%
Deportivos	1.692	- 1,2%	Otros Comerciales	3.217	-20,5%
Todo Terreno Bajo	310.417	6,7%	Total	119.388	- 21,4%
Todo Terreno Medio	62.890	- 3,1%			
Todo Terreno Alto	24.173	2,6%			
Otros	148	- 6,9%			
Total	813.654	- 5,4%			

(TABLA II.4.) El canal de empresa replicó los pasos del conjunto del mercado, por lo que el todoterreno bajo se situó como la opción preferida de las firmas con casi 110.000 unidades y un aumento del 35% en relación con el ejercicio precedente. La gama pequeña también se situó como la segunda opción más demandada, con 52.854 adquisiciones en 2022. Los deportivos registraron la mayor caída interanual (-13%).

Por su parte, los vehículos comerciales volvieron a situar los derivados de turismos al frente de las preferencias al añadir más de 36.000 matriculaciones al parque pese a registrar un descenso del 11,6% en comparación con el año anterior. Las pick-ups se anotaron los mayores descensos porcentuales (36%).

TABLA II.4. MATRICULACIONES POR SEGMENTO - CANAL EMPRESA. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

TURISMOS	2022		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 22-21
Micro	15.310	49,4%	76,3%
Pequeño	52.854	37,1%	7,8%
Medio	50.306	44,3%	-12,5%
Medio Alto	16.228	63,6%	-4,6%
Alto	2.937	69,7%	21,6%
Lujo	1.594	39,6%	-4,0%
Monovolumen Compacto	35.483	41,7%	-6,0%
Monovolumen Estándar	2.906	33,8%	28,0%
Deportivos	690	40,8%	-13,0%
Todo Terreno Bajo	109.090	35,1%	6,2%
Todo Terreno Medio	38.920	61,9%	8,6%
Todo Terreno Alto	16.762	69,3%	7,5%
Otros	120	81,1%	5,3%
Total	343.200	42,2%	3,8%

COMERCIALES	2022		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 22-21
Comerciales	397	64,3%	-5,3%
Derivados Turismos	36.251	69,4%	-11,6%
Microvan	873	91,7%	46,5%
(< 2 Tn.)	1.896	90,5%	-4,8%
(2 a < 2,7 Tn)	2.690	63,2%	-30,0%
(2,7 a < 3,5 Tn)	16.405	62,7%	-6,6%
(3,5 Tn.)	13.336	56,4%	-9,6%
Pick-up	4.421	71,5%	-36,1%
Otros Comerciales	1.081	33,6%	4,0%
Total	77.350	64,8%	-12,2%

(TABLA II.5.) La flota de vehículos destinados al renting mantuvo el crecimiento y avanzó un 9,5% en comparación con 2021. Aquí también los todoterrenos bajos lideraron las preferencias, tras aumentar su demanda un 15,5% y añadir 56.138 placas. Los turismos de gama media fueron la segunda opción más requerida, con escasa ventaja sobre las unidades más pequeñas. Los primeros, con 26.256 unidades, apenas aumentaron sus matriculaciones en el cotejo el año anterior, mientras que los segundos, con 26.202 ejemplares, avanzaron un 18,5%.

Entre los comerciales, los derivados de turismos mantuvieron el puesto de privilegio y alcanzaron las 20.545 matrículas al crecer un 11,2%. Las pick-ups también se anotaron las mayores caídas porcentuales, al retroceder más de un 49% interanual y superar por poco las 900 unidades nuevas.

TABLA II.5. MATRICULACIONES POR SEGMENTO - CANAL RENTING. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

TURISMOS	2022		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 22-21
Micro	4.531	29,6%	55,9%
Pequeño	26.202	49,6%	18,5%
Medio	26.256	52,2%	0,5%
Medio Alto	9.871	60,8%	1,5%
Alto	1.324	45,1%	4,9%
Lujo	558	35,0%	28,0%
Monovolumen Compacto	19.986	56,3%	- 4,2%
Monovolumen Estándar	571	19,6%	2,3%
Deportivos	138	20,0%	1,5%
Todo Terreno Bajo	56.138	51,5%	15,5%
Todo Terreno Medio	22.462	57,7%	15,1%
Todo Terreno Alto	8.970	53,5%	- 4,1%
Otros	0	0,0%	--
Total	177.007	51,6%	9,5%

COMERCIALES	2022		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 22-21
Comerciales	157	39,5%	- 11,3%
Derivados Turismos	20.545	56,7%	11,2%
Microvan	19	2,2%	- 5,0%
(< 2 Tn.)	816	43,0%	- 6,5%
(2 a < 2,7 Tn)	1.295	48,1%	- 10,6%
(2,7 a < 3,5 Tn)	5.784	35,3%	8,0%
(3,5 Tn.)	2.662	20,0%	3,7%
Pick-up	918	20,8%	- 49,3%
Otros Comerciales	274	25,3%	- 11,6%
Total	32.470	42,0%	4,6%

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

E. MATRICULACIONES POR TIPO DE COMBUSTIBLE

(GRÁFICO II.22.) Las motorizaciones de gasolina mantienen el ritmo de ascenso de las últimas campañas y permanecen al frente de las preferencias tras alcanzar el 53,6% de la cuota y sumar 789.632 nuevas unidades. Los modelos diésel agrandaron el retroceso de los ejercicios precedentes y se quedaron en el 37,4%, al matricular más de 116.000 unidades menos que en 2021, mientras que el resto de las opciones solo suman el 9%.

(GRÁFICO II.23.) La gama de vehículos eficientes mantuvo la combinación de la gasolina con el motor eléctrico como la opción más aceptada por el mercado y sumó casi 108.000 matriculaciones, mientras que los vehículos híbridos, en sus diversas combinaciones, se sitúan en los siguientes escalones y sumaron entre todas 130.000 placas en 2022. Los modelos eléctricos mantienen su escalada tras añadir 34.671 unidades por delante de las motorizaciones que utilizan el gas licuado del petróleo (GLP), que mantienen la cuarta posición, con 14.772 nuevas incorporaciones.

GRÁFICO II.22. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES POR TIPO DE COMBUSTIBLE - TOTAL MERCADO.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

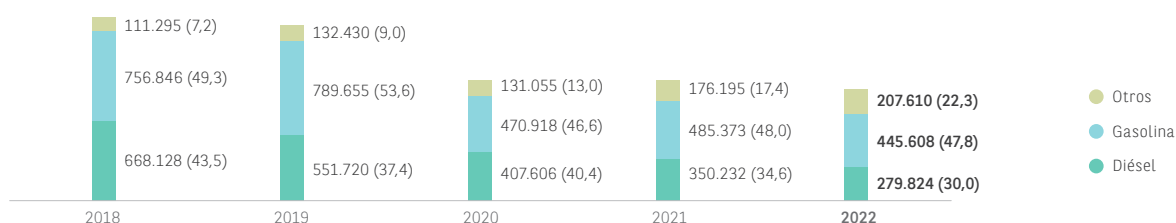
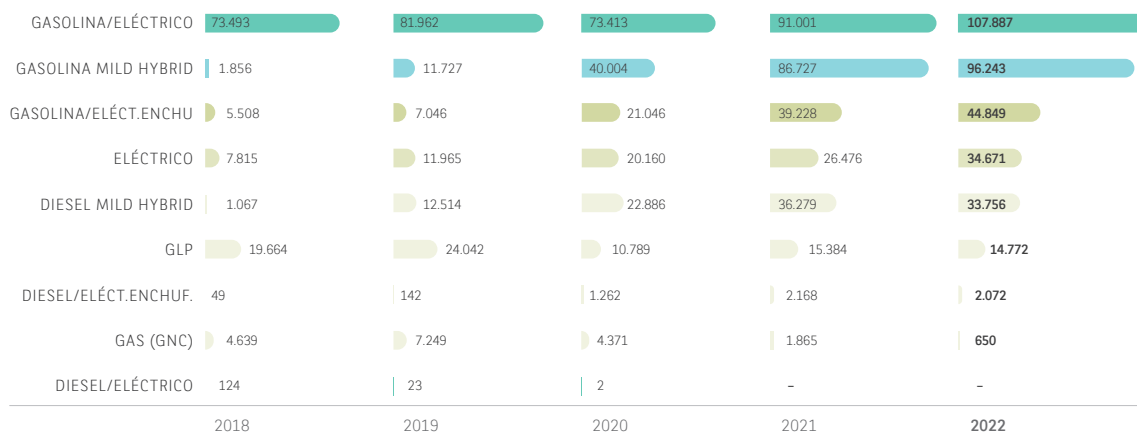


GRÁFICO II.23. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES OTROS COMBUSTIBLES - TOTAL MERCADO.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



(GRÁFICO II.24.) El diésel sigue como la opción más utilizada en el canal de empresa aunque acentúa su caída y supera por poco la mitad (52%) de las matriculaciones, para sumar 180.120 vehículos. Los modelos de gasolina recuperaron casi diez puntos porcentuales de cuota en el canal de empresa en 2022 y se sitúan con el 37,4% de cuota, tras añadir 157.641 vehículos. El resto de combustibles sumaron el 10,5% de las nuevas placas.

(GRÁFICO II.25.) Las empresas aumentan su confianza en los vehículos eficientes, con la combinación de gasolina y motor eléctrico al frente de las preferencias con 36.127 matriculaciones. Las de los híbridos que incorporan gasolina se situaron en el segundo orden de peticiones y añadieron 35.165 vehículos a la flota, por encima de los de gasolina y eléctrico enchufable.

GRÁFICO II.24. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES POR TIPO DE COMBUSTIBLE - CANAL EMPRESA.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

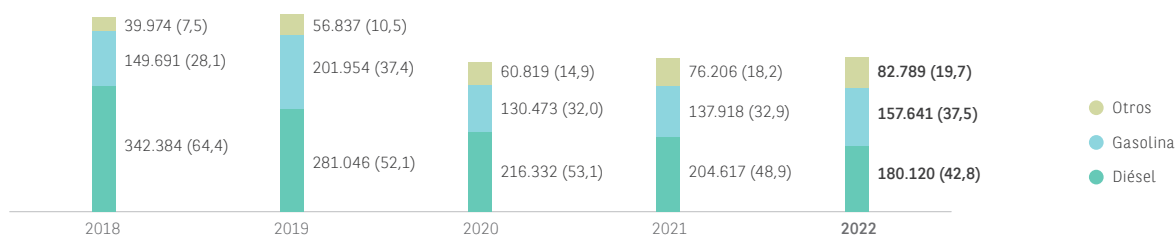
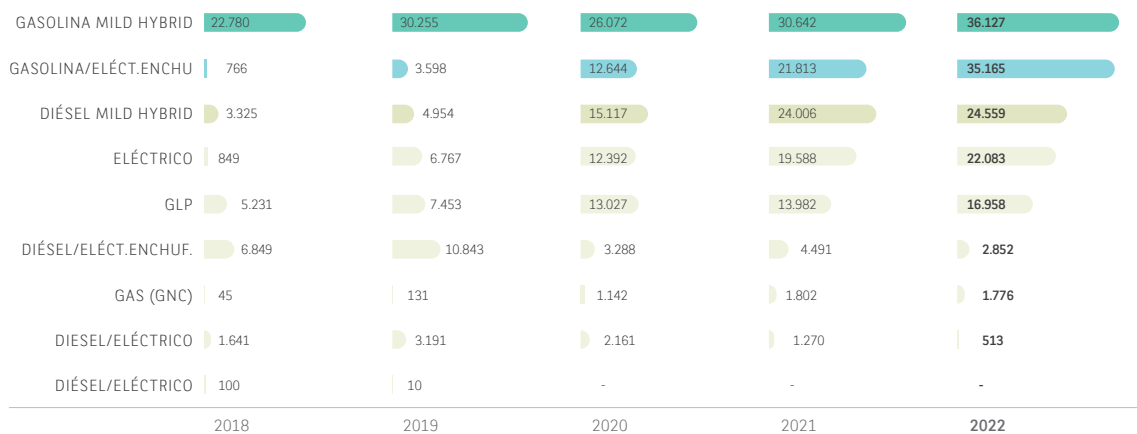


GRÁFICO II.25. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES OTROS COMBUSTIBLES - CANAL EMPRESA.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



(GRÁFICO II.26.) El diésel mantiene el liderazgo en el canal de renting, pero acentúa el declive iniciado en los últimos ejercicios, en los que ha pasado de representar el 72,3% del total de vehículos adquiridos en 2018 a sumar poco menos del 46% en 2021. En este último ejercicio perdió 4,5 puntos porcentuales en relación con el año anterior. Por su parte, la gasolina mantiene la senda alcista de los años precedentes y su porcentaje alcanza ya el 34,5% del total de este segmento, mientras que el resto de modalidades agrupó más de 41.000 unidades. El número de matriculaciones diésel fue el único segmento que decreció en comparación con la campaña precedente.

(GRÁFICO II.27.) Al igual que en el canal de empresa, el renting aumentó la adquisición de vehículos que se mueven por medio de combustibles alternativos en 2022. La combinación de electricidad y gasolina vuelve a ser la más demandada y rozó las 20.000 matriculaciones. Las combinaciones de gasolina y electricidad se sitúan por delante los modelos híbridos que utilizan diésel y gasolina, que se mantienen en las preferencias por delante de los eléctricos puros.

GRÁFICO II.26. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES POR TIPO DE COMBUSTIBLE – RENTING.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

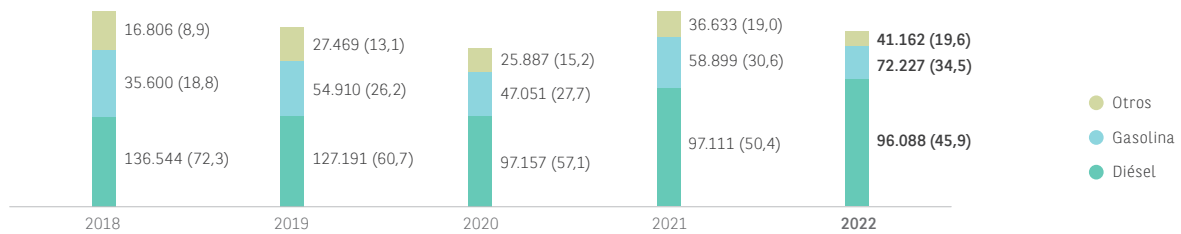
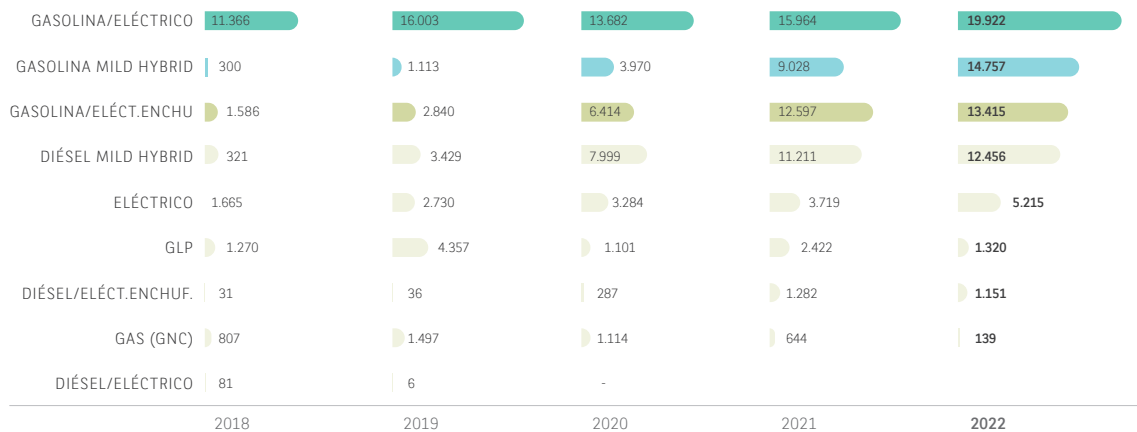


GRÁFICO II.27. EVOLUCIÓN MATRICULACIONES OTROS COMBUSTIBLES – RENTING.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



F. MATRICULACIONES POR EMISIONES DE CO₂

(GRÁFICO II.28.) La vuelta a la actividad total tras la crisis sanitaria provocó que las emisiones medias de dióxido de carbono a la atmósfera crecieran en 2022, año en el que se situaron en 120 gramos por kilómetro. Esta cifra supuso un aumento del 22,6% en términos interanuales y supuso la cota más alta de los últimos ejercicios. Un incremento transversal a todos los canales, con los de empresa y renting muy cercanos a la media.

(GRÁFICO II.29.) La flota comercial vio frenada su progresión y aumentó sus emisiones un 0,8% interanual, para situarse en los 136 gramos por kilómetro, mientras que las unidades de renting, se situaron en 140 gramos por kilómetro.

GRÁFICO II.28. EMISIÓN MEDIA DE CO₂ Y EVOLUCIÓN INTERANUAL (DATOS EN GRAMOS POR KM) -TURISMOS.

Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

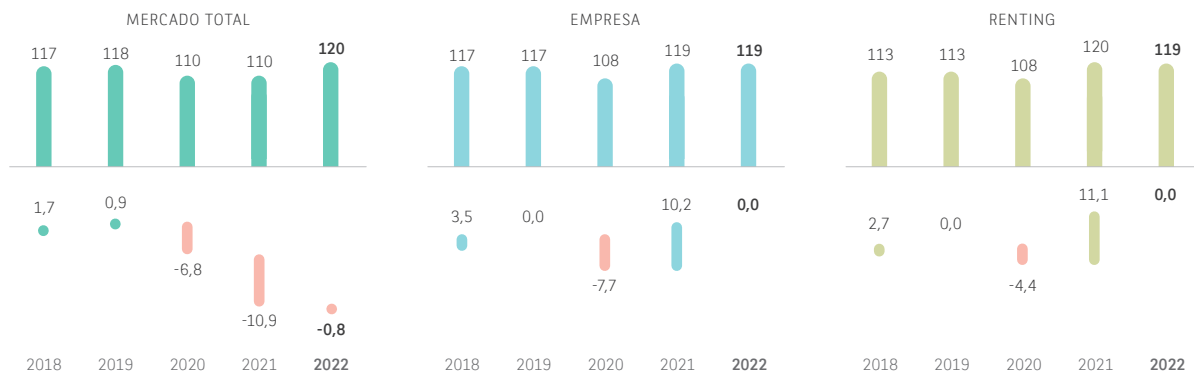
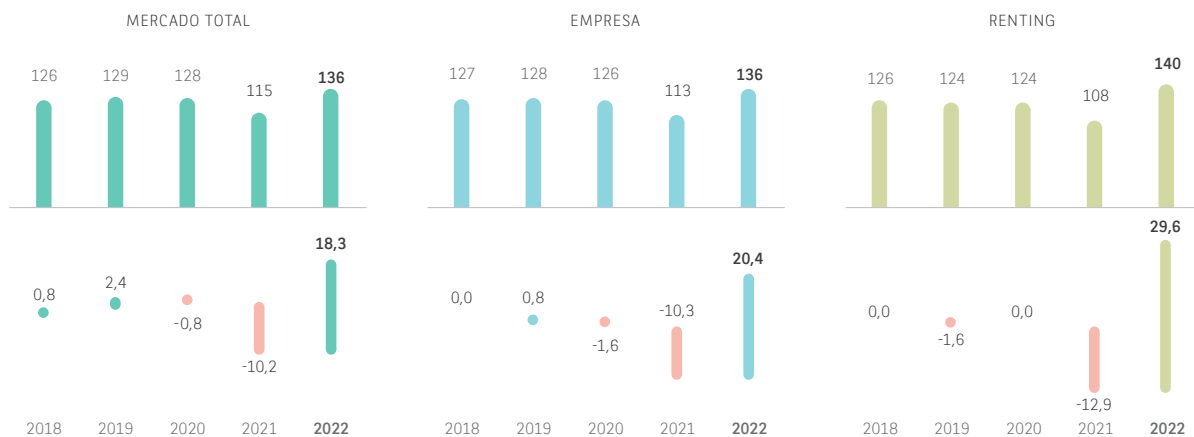


GRÁFICO II.29. EMISIÓN MEDIA DE CO₂ Y EVOLUCIÓN INTERANUAL (DATOS EN GRAMOS POR KM) - COMERCIALES.

Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



(GRÁFICO II.30.) Las matriculaciones de vehículos que reducen las emisiones de dióxido de carbono se incrementaron y ganaron algo más de cuatro puntos porcentuales de cuota en relación con el ejercicio precedente. Más de la mitad de las nuevas placas de turismos pertenece a vehículos con emisiones entre 121 y 159 gr/km a la atmósfera, mientras que las unidades más contaminantes redujeron su cuota por debajo del 5%.

(GRÁFICO II.31.) El peso de los vehículos menos contaminantes, al igual que en el total del mercado, volvió a crecer y se situó en el 40,5%, a la vez que también descendió el porcentaje (52,6%) de los que emiten entre 121 y 159 gr/km de dióxido de carbono. La incorporación de unidades de los tramos más contaminantes se sitúa levemente por debajo del 7% del total.

(GRÁFICO II.32.) El sector del renting supera en porcentaje de vehículos con menores emisiones al resto de canales (42,1%), y las que emiten entre 121 y 159 gramos por kilómetro redujeron la incorporación de nuevas placas y suponen el 52,6% del total. La adición de unidades en los tramos más contaminantes disminuyó por encima del 2% en comparación con 2021.

GRÁFICO II.30. CUOTA DE MATRICULACIONES TURISMOS POR TRAMOS DE EMISIONES DE CO₂ - TOTAL MERCADO.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

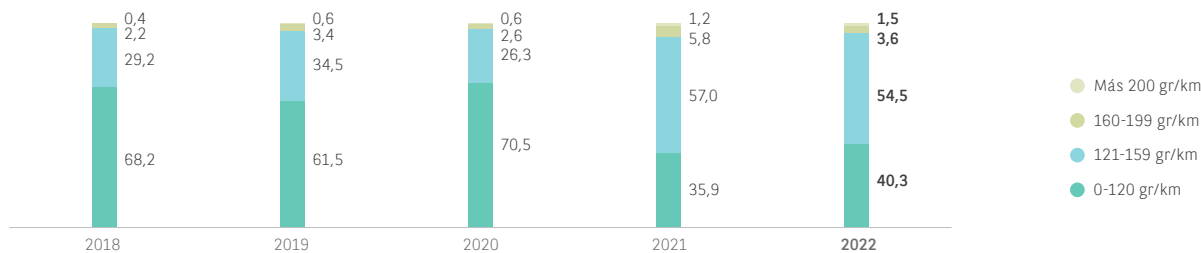


GRÁFICO II.31. CUOTA DE MATRICULACIONES TURISMOS POR TRAMOS DE EMISIONES DE CO₂ - CANAL EMPRESA.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

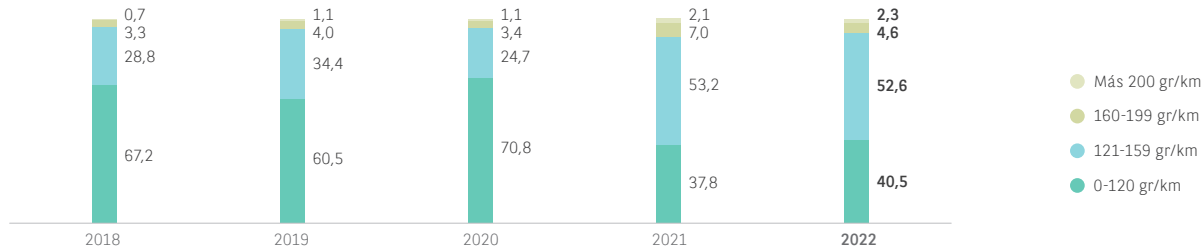
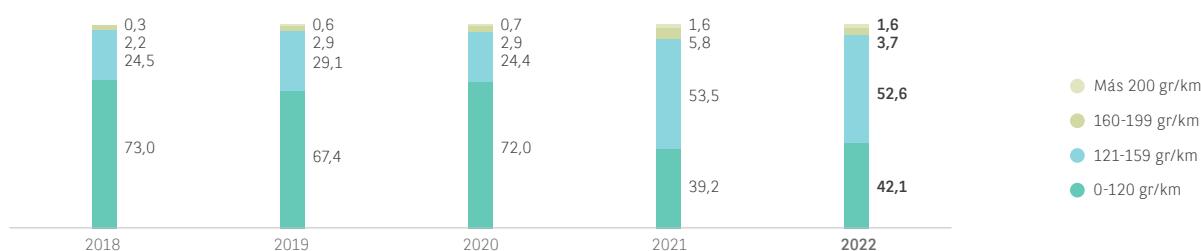


GRÁFICO II.32. CUOTA DE MATRICULACIONES TURISMOS POR TRAMOS DE EMISIONES DE CO₂ - RENTING.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



(GRÁFICO II.33.) En el caso de los comerciales, el grueso de la renovación de la flota, cercano al 40%, se produjo en 2022 mediante unidades que emiten entre 121 y 159 gr/km, mientras que los modelos menos contaminantes sumaron el 23,2% de las adquisiciones, menos de la mitad que en el ejercicio precedente. La compra de vehículos menos respetuosos con el medio ambiente, también avanzó de forma significativa.

(GRÁFICO II.34.) En el canal empresa, las matriculaciones de comerciales del rango más ecológico también descendieron de forma abrupta y apenas supusieron la quinta parte de la nueva flota (20,7%), mientras que las adquisiciones de vehículos con emisiones entre 121 y 159 gr/km incrementaron sus cifras significativamente, hasta el 44,4% del total. Los modelos más contaminantes acapararon el tercio restante.

(GRÁFICO II.35.) El canal del renting se mantiene como el más respetuoso con el medio ambiente, aunque las adquisiciones en el rango menos contaminante descendieron casi 43 puntos porcentuales en relación con el año anterior, para dar protagonismo al siguiente tramo de los que menos emisiones producen, que ascendió al 60,8%. El porcentaje de modelos más contaminantes volvió a crecer en 2022.

GRÁFICO II.33. CUOTA DE MATRICULACIONES COMERCIALES POR TRAMOS DE EMISIONES DE CO₂ – TOTAL MERCADO.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

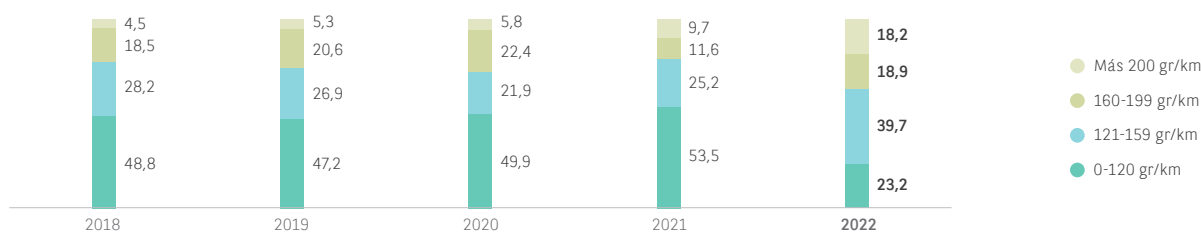


GRÁFICO II.34. CUOTA DE MATRICULACIONES COMERCIALES POR TRAMOS DE EMISIONES DE CO₂ – CANAL EMPRESA.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

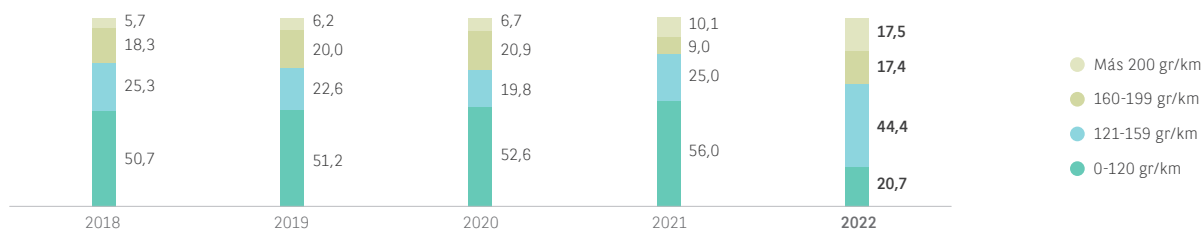
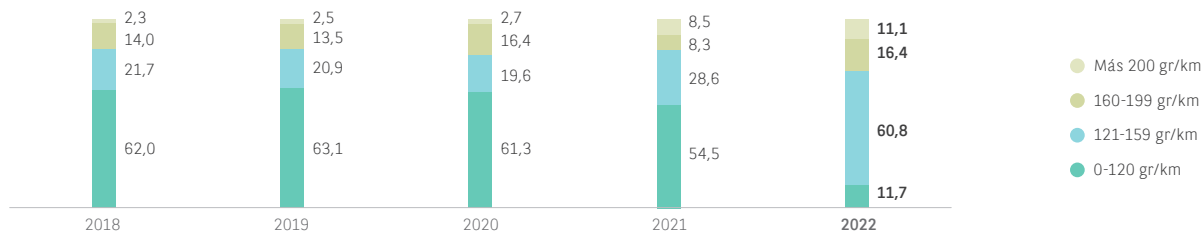


GRÁFICO II.35. CUOTA DE MATRICULACIONES COMERCIALES POR TRAMOS DE EMISIONES DE CO₂ – RENTING.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT





G. COMPARATIVA SOBRE EMISIONES MEDIAS DE CO₂

(GRÁFICO II.36.) Las emisiones a la atmósfera mantuvieron la tendencia descendente de los últimos años en el segmento de los turismos, aunque la incorporación de unidades menos respetuosas con el medio ambiente apenas redujo el problema. Los nuevos vehículos emitieron una media de 120 gr/km en comparación con el total del parque, que expulsó 126 gr/km, por lo que superaron los parámetros de los años precedentes. Las emisiones de las recientes adquisiciones, tanto de vehículos empresariales como de las unidades financiadas mediante renting, se situaron por encima de la media del mercado.

(GRÁFICO II.37.) Las nuevas incorporaciones en el segmento de comerciales ampliaron su impacto ambiental en 2022. Las provenientes del parque de empresa se alinearon con el mercado, al expulsar 136 gr/km, aunque el total de este segmento rebajó en cuatro gr/km la media, mientras que el renting elevó de forma notable las emisiones con las adquisiciones.

GRÁFICO II.36. COMPARATIVA DE EMISIONES MEDIAS DE CO₂ – TURISMOS.

Datos en gramos por km. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

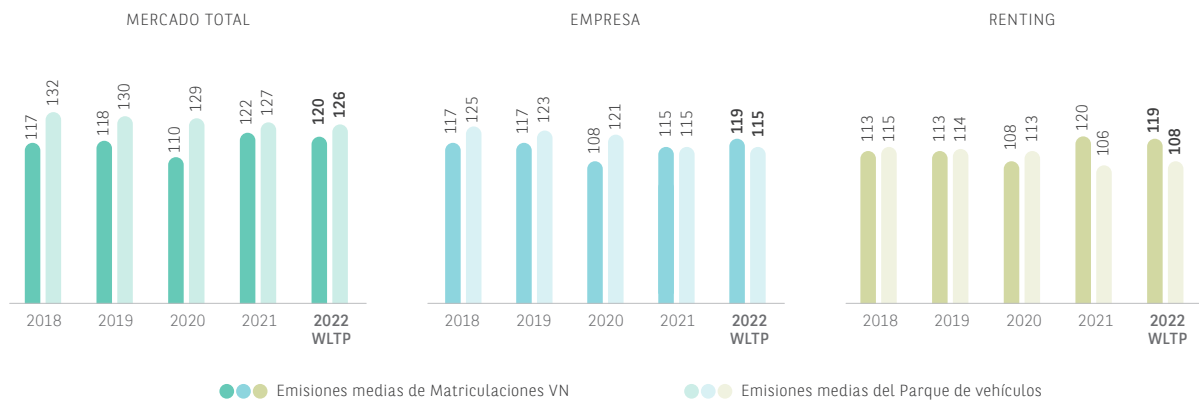
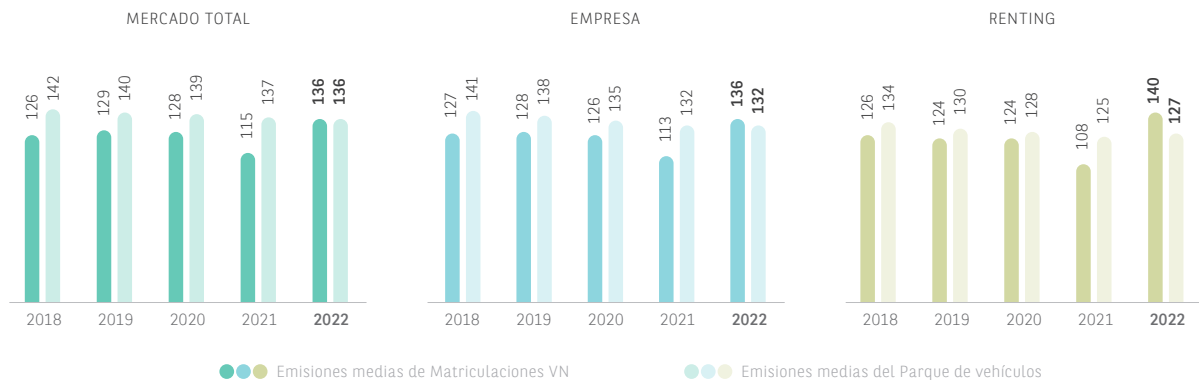


GRÁFICO II.37. COMPARATIVA DE EMISIONES MEDIAS DE CO₂ – COMERCIALES.

Datos en gramos por km. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



H. MATRICULACIONES POR MARCA DEL FABRICANTE

(GRÁFICO II.38.) Toyota lideró las ventas de turismos en España en 2022 con una cuota de mercado del 9%, por delante de Kia (7,8%) e Hyundai (7,3%), por lo que las marcas asiáticas relevaron a las europeas en el podio de matriculaciones. Volkswagen, pese a mantener un 7,2% del mercado fue relegada a la cuarta posición por delante de Peugeot (6,7%), que cedió casi un punto porcentual. Seat (6%), Renault (5,6%) y Citroën (5,3%) perdieron terreno, mientras que Dacia (4,7%) y Mercedes (4,4%) lo recuperaron.

(GRÁFICO II.39.) El mercado de matriculaciones de comerciales asistió al relevo en la primera posición, a la que se encaramó Renault (15,9%) en detrimento de Citroën (14,1%), a la vez que Ford (13,2%) hacía lo propio con Peugeot (12,4%) para completar el podio. Volkswagen (7,4%) y Fiat (7,2%) mantuvieron sus puestos, mientras que Toyota (6,7%) y Mercedes (6,4%) ganaron cuota de mercado.

GRÁFICO II.38. EVOLUCIONES MATRICULACIONES TOP 10 FABRICANTES - TURISMOS - TOTAL MERCADO.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

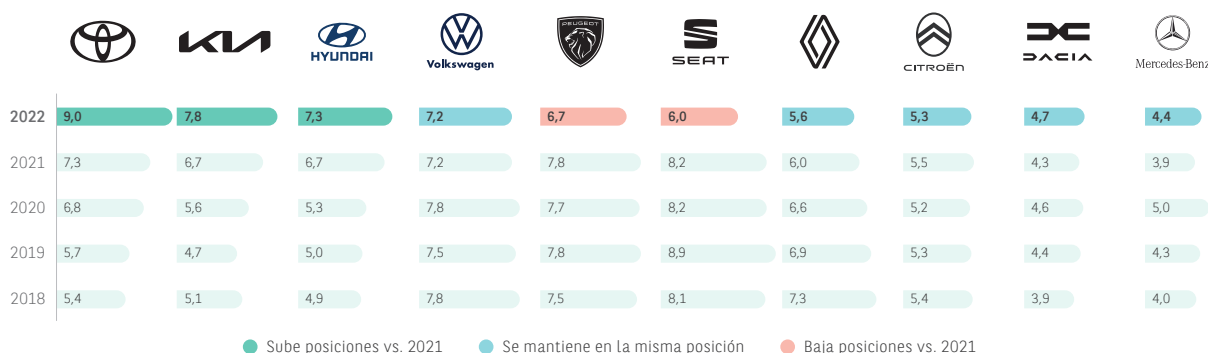
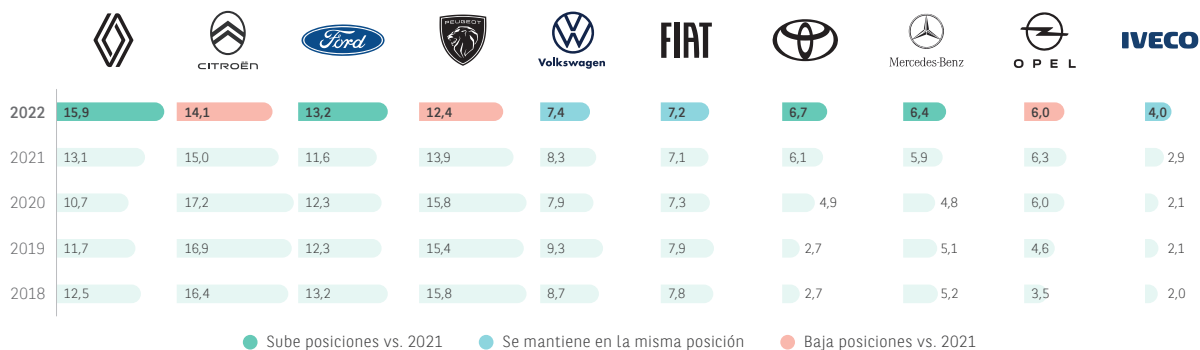


GRÁFICO II.39. EVOLUCIONES MATRICULACIONES TOP 10 FABRICANTES - COMERCIALES - TOTAL MERCADO.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



(GRÁFICO II.40.) En lo que respecta a los turismos del canal empresa, Volkswagen alcanzó la primera posición con el 8,2% de cuota de mercado por delante de Peugeot (7,8%), que cedió más de dos puntos porcentuales. Toyota (7,1%) y Citroën (6,4%) elevaron sus ventas mientras que BMW (6,3%), Seat (6,1%) y Mercedes (6,1%) las redujeron. Audi (5,5%) también supero a Renault (4,6%), que perdió terreno y comparte espacio con Fiat.

(GRÁFICO II.41.) El escalafón por nuevas matriculaciones en comerciales corporativos no registró cambios en los dos primeros puestos en 2022 en relación con el año anterior. Renault se mantuvo al frente tras ampliar cuota por segundo año consecutivo (20,1%) seguido a bastante distancia por Citroën (13,8%), mientras que Ford (12,8%) escaló hasta la tercera plaza. Peugeot, líder en 2020, ya queda fuera del podio (11,5%). Toyota, que repite cuota (6,6%) y Opel (6,5%), mantienen sus posiciones, esta última igualada con Volkswagen.

GRÁFICO II.40. EVOLUCIONES MATRICULACIONES TOP 10 FABRICANTES - TURISMOS - CANAL EMPRESA.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

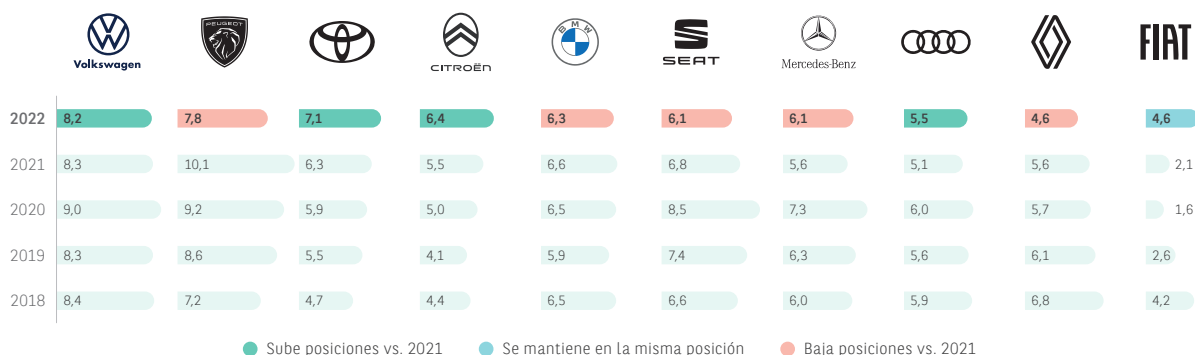
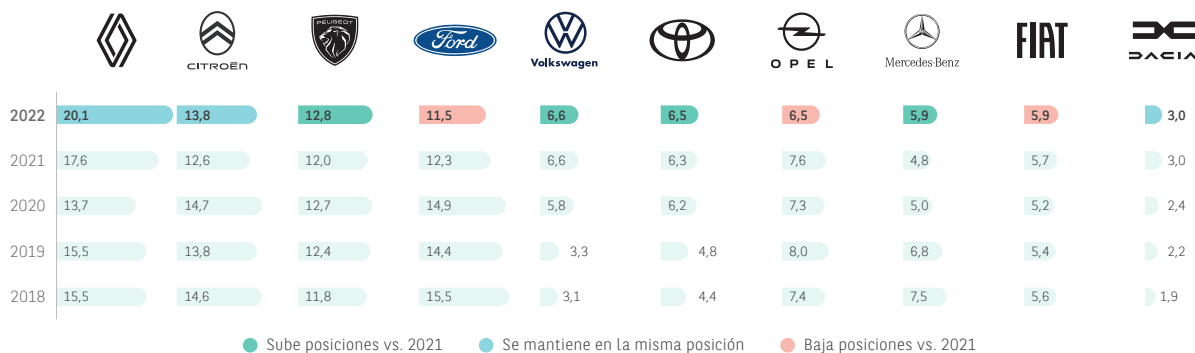


GRÁFICO II.41. EVOLUCIONES MATRICULACIONES TOP 10 FABRICANTES - COMERCIALES - CANAL EMPRESA

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



(GRÁFICO II.42.) En el sector del renting, Volkswagen mantuvo la fortaleza de anteriores campañas y sigue un ejercicio más al frente de las preferencias de las compañías con un 11,4% de cuota. Toyota (8,1%) recuperó el terreno perdido en los ejercicios previos y BMW (7,5%) cedió cuatro décimas porcentuales. Peugeot (7,2%) salió del podio secundado por Mercedes (6,4%) y Audi (6,3%), mientras que el resto de enseñas quedó por debajo del 6% de cuota de mercado.

(GRÁFICO II.43.) Respecto a los comerciales, el sector del renting dejó a Renault (25,1%) de nuevo al frente seguido por Citroën (18,4%), que recuperó posiciones a costa de Peugeot (13,9%). Ford (10,4%) mantuvo su lugar secundado por Opel (8,6% y Fiat (7,3%), que superaron a Volkswagen (6,8%) y Toyota (4,4%). Mercedes (2,6%) y Nissan (1,5%) completaron la decena de marcas más vendidas.

GRÁFICO II.42. EVOLUCIONES MATRICULACIONES TOP 10 FABRICANTES - TURISMOS - RENTING.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

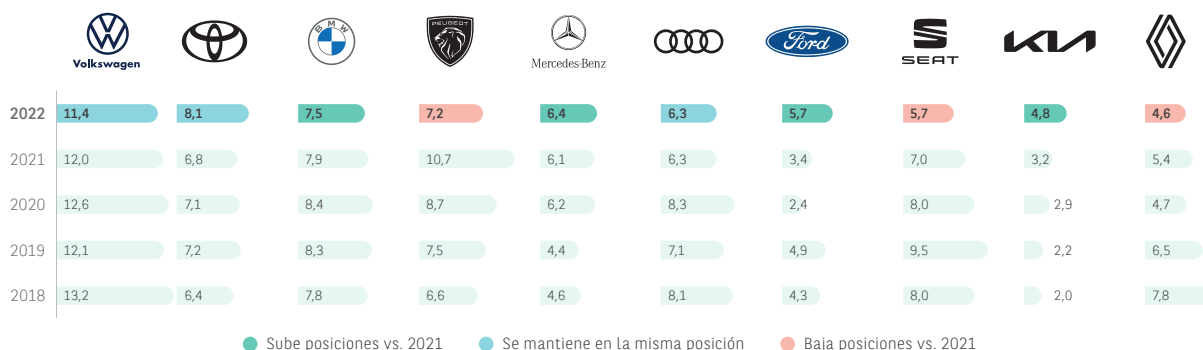
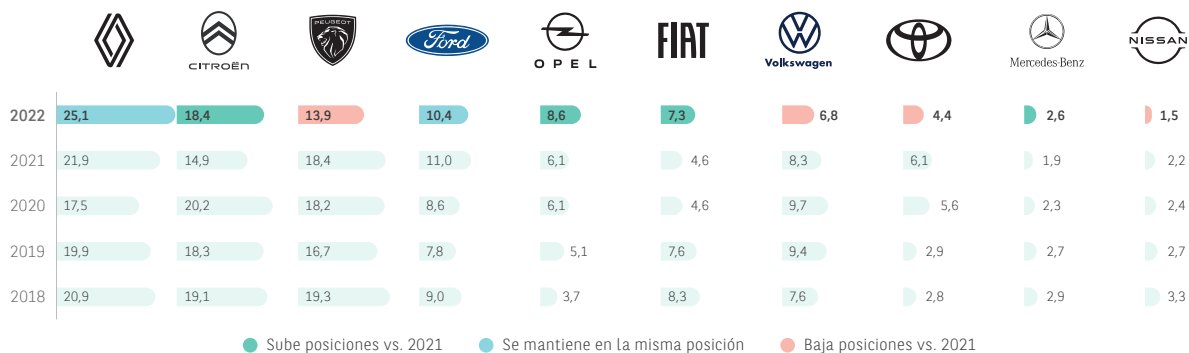


GRÁFICO II.43. EVOLUCIONES MATRICULACIONES TOP 10 FABRICANTES - COMERCIALES - RENTING.

En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



(TABLA II.6.) El Hyundai Tucson certificó la progresión apuntada en las últimas campañas y con casi 22.000 unidades vendidas se impuso en 2022 al Dacia Sendero, que rozó las 21.000 nuevas placas, como el turismo más solicitado. Por su parte, el preferido del año anterior, el Seat Arona, quedó relegado al tercer puesto. El Volkswagen T-Roc se intercaló entre dos modelos de Toyota, el Corolla y el C-HR, mientras que el Peugeot 2008 compartió cuota de mercado con el Fiat 500 y el Kia Sportage.

En el canal de empresa, la primera opción fue el Fiat 500, seguido por el Cupra Formentor y el Citroën C3. En el caso del segmento de renting se impuso el Volkswagen T-Roc, por delante del Cupra Formentor y del Peugeot 3008.

TABLA II.6. MATRICULACIONES POR MODELO DE VEHÍCULO - TURISMOS.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Top 10 Modelos Turismos
TOTAL MERCADO

	2022	
	Volumen	Cuota de mercado
Hyundai Tucson	21.988	2,7%
Dacia Sandero	20.910	2,6%
SEAT Arona	17.462	2,1%
Toyota Corolla	17.012	2,1%
Volkswagen T-Roc	16.027	2,0%
Toyota C-HR	15.991	2,0%
Peugeot 2008	15.616	1,9%
Fiat 500	15.440	1,9%
Kia Sportage	15.264	1,9%
Citroën C3	14.161	1,7%
Total	813.654	

Top 10 Modelos Turismos
CANAL EMPRESA

	2022	
	Volumen	Cuota de mercado
Fiat 500	8.983	3,3%
Cupra Formentor	7.947	2,9%
Citroën C3	7.724	2,8%
Volkswagen T-Roc	7.135	2,6%
Peugeot 3008	6.772	2,5%
Peugeot 208	6.729	2,5%
Peugeot 2008	6.631	2,4%
Opel Corsa	6.379	2,3%
Hyundai Tucson	6.071	2,2%
Toyota C-HR	5.839	2,1%
Total	272.990	

Top 10 Modelos Turismos
RENTING

	2022	
	Volumen	Cuota de mercado
Volkswagen T-Roc	4.910	3,5%
Cupra Formentor	4.230	3,0%
Peugeot 3008	3.843	2,8%
Toyota C-HR	3.838	2,7%
Ford Kuga	3.669	2,6%
Nissan Qashqai	3.552	2,5%
Toyota Corolla	3.438	2,5%
Peugeot 2008	3.347	2,4%
Opel Corsa	3.339	2,4%
Hyundai Tucson	3.195	2,3%
Total	139.646	

(TABLA II.7.) Respecto a los vehículos comerciales, el Berlingo volvió a liderar las preferencias en 2022. El modelo de Citroën repitió por sexto año consecutivo como el más solicitado del mercado al sumar 11.189 unidades, por delante del Renault Express, que con 7.579 placas superó en la segunda posición al Peugeot Rifter, que sumó 3.505 vehículos. La Renault Trafic (4.735), el Opel Combo (4.510) y el Ford Transit Custom (4.365) completan los seis modelos más demandados.

Las elecciones empresariales se alinearon con las del resto del mercado, por lo que Citroën Berlingo, Renault Express y Peugeot Rifter completaron el podio. Cerca de ellos se situaron el Opel Combo y dos modelos de Renault: Trafic y Kangoo.

En el caso de los comerciales del sector renting el Renault Express fue la primera solicitud, al añadir 4.850 unidades a su cuota, que rozó el 15%, por delante del Citroën Berlingo, con 4.490 nuevas adquisiciones y el Opel Combo, que sumó 2.046.

TABLA II.7. MATRICULACIONES POR MODELO DE VEHÍCULO – COMERCIALES.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Top 10 Modelos Vehículos Comerciales
TOTAL MERCADO

	2022	
	Volumen	Cuota de mercado
Citroën Berlingo	11.189	9,4%
Renault Express	7.579	6,3%
Peugeot Rifter	7.572	6,3%
Renault Trafic	4.735	4,0%
Opel Combo	4.510	3,8%
Ford Transit Custom	4.365	3,7%
Renault Kangoo	4.145	3,5%
Ford Transit	4.084	3,4%
Fiat Ducato	3.311	2,8%
Citroën Jumper	3.297	2,8%
Total	119.388	

Top 10 Modelos Vehículos Comerciales
CANAL EMPRESA

	2022	
	Volumen	Cuota de mercado
Citroën Berlingo	7.738	10,0%
Renault Express	7.137	9,2%
Peugeot Rifter	3.505	4,5%
Opel Combo	3.347	4,3%
Renault Trafic	3.285	4,2%
Renault Kangoo	3.200	4,1%
Peugeot Partner	2.807	3,6%
Ford Transit Custom	2.430	3,1%
Ford Transit	2.424	3,1%
Toyota Hi Lux	2.108	2,7%
Total	77.350	

Top 10 Modelos Vehículos Comerciales
RENTING

	2022	
	Volumen	Cuota de mercado
Renault Express	4.850	14,9%
Citroën Berlingo	4.490	13,8%
Opel Combo	2.046	6,3%
Peugeot Partner	1.816	5,6%
Renault Kangoo	1.807	5,6%
Peugeot Rifter	1.666	5,1%
Renault Trafic	1.083	3,3%
Volkswagen Caddy	1.034	3,2%
Ford Transit Custom	944	2,9%
Fiat Fiorino	909	2,8%
Total	32.470	

I. MAPA MUNDIAL DE MATRICULACIONES DE TURISMOS NUEVOS POR CADA 1.000 (1K) HABITANTES

ALEMANIA

Ratio MTN/1k hab.: 31,87
Población actual: 83.196 k
Total MTN: 2.651.357
Previsión 2023 MTN: 2.817.283

AUSTRIA

Ratio MTN/1k hab.: 24,01
Población actual: 8.956 K
Total MTN: 215.050
Previsión 2023 MTN: 250.836

BÉLGICA

Ratio MTN/1k hab.: 31,60
Población actual: 11.593 K
Total MTN: 366.303
Previsión 2023 MTN: 396.036

DINAMARCA

Ratio MTN/1k hab.: 26,04
Población actual: 5.857 K
Total MTN: 152.529
Previsión 2023 MTN: 167.169

FINLANDIA

Ratio MTN/1k hab.: 14,75
Población actual: 5.541 K
Total MTN: 81.721
Previsión 2023 MTN: 85.682

FRANCIA

Ratio MTN/1k hab.: 22,53
Población actual: 67.750 K
Total MTN: 1.526.563
Previsión 2023 MTN: 1.613.941

ITALIA

Ratio MTN/1k hab.: 22,41
Población actual: 59.110 K
Total MTN: 1.324.632
Previsión 2023 MTN: 1.407.090

PAISES BAJOS

Ratio MTN/1k hab.: 17,79
Población actual: 17.533 K
Total MTN: 311.998
Previsión 2023 MTN: 344.818

NORUEGA

Ratio MTN/1k hab.: 32,23
Población actual: 5.408 K
Total MTN: 174.329
Previsión 2023 MTN: 154.336

POLONIA

Ratio MTN/1k hab.: 11,16
Población actual: 37.747 K
Total MTN: 421.429
Previsión 2023 MTN: 421.889

PORTUGAL

Ratio MTN/1k hab.: 13,08
Población actual: 10.325 K
Total MTN: 135.040
Previsión 2023 MTN: 173.833

SUECIA

Ratio MTN/1k hab.: 27,66
Población actual: 10.416 K
Total MTN: 288.087
Previsión 2023 MTN: 281.129

SUIZA

Ratio MTN/1k hab.: 26,73
Población actual: 8.703 K
Total MTN: 232.661
Previsión 2023 MTN: 249.242

REINO UNIDO

Ratio MTN/1k hab.: 23,97
Población actual: 67.327 K
Total MTN: 1.614.063
Previsión 2023 MTN: 1.838.346

BRASIL

Ratio MTN/1k hab.: 7,34
Población actual: 214.326 K
Total MTN: 1.572.651
Previsión 2023 MTN: 2.087.899

CHINA

Ratio MTN/1k hab.: 15,13
Población actual: 1.412.360 K
Total MTN: 21.368.446
Previsión 2023 MTN: 22.507.493

COREA DEL SUR

Ratio MTN/1k hab.: 27,68
Población actual: 51.745 K
Total MTN: 1.432.304
Previsión 2023 MTN: 1.438.481

EE.UU.

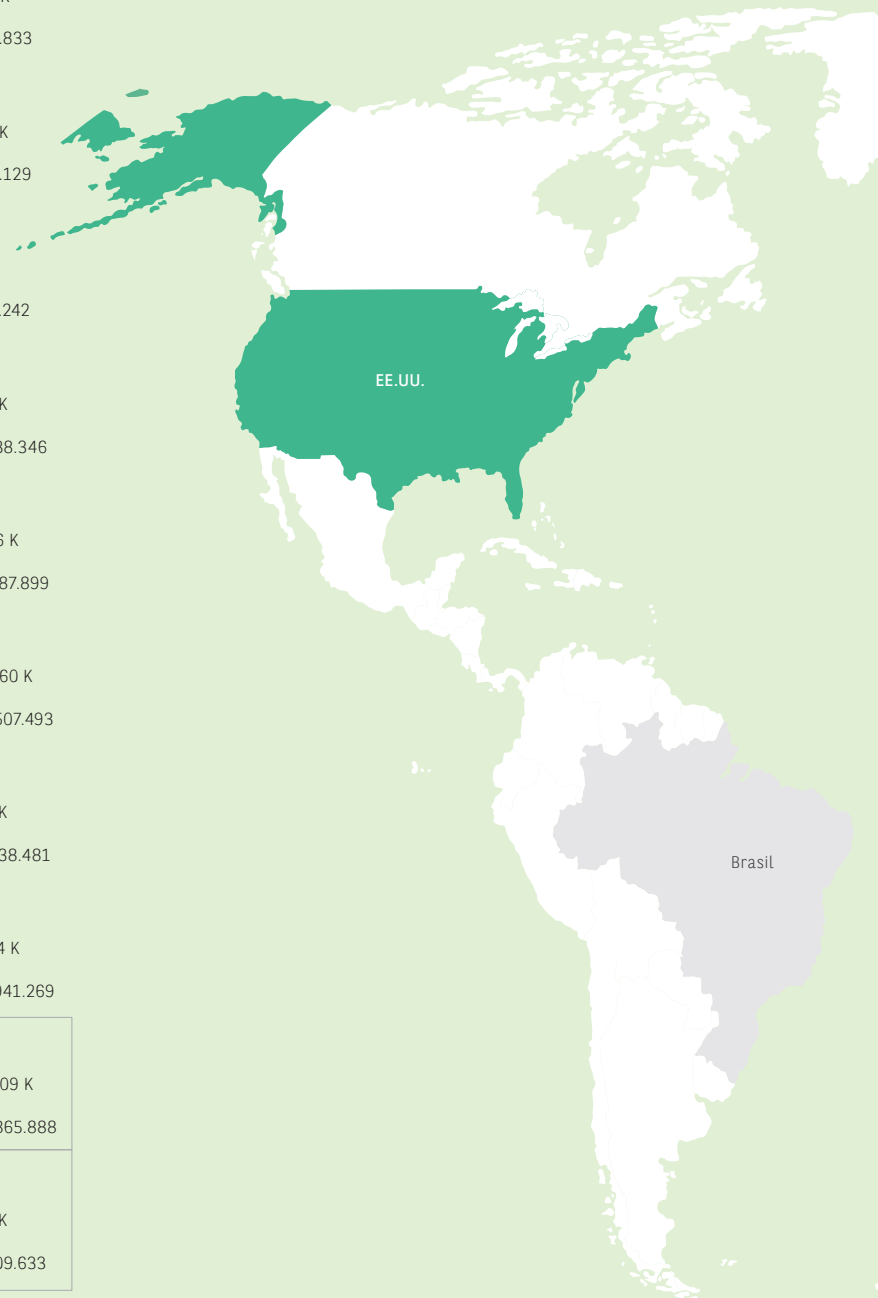
Ratio MTN/1k hab.: 41,83
Población actual: 331.894 K
Total MTN: 13.883.721
Previsión 2023 MTN: 14.941.269

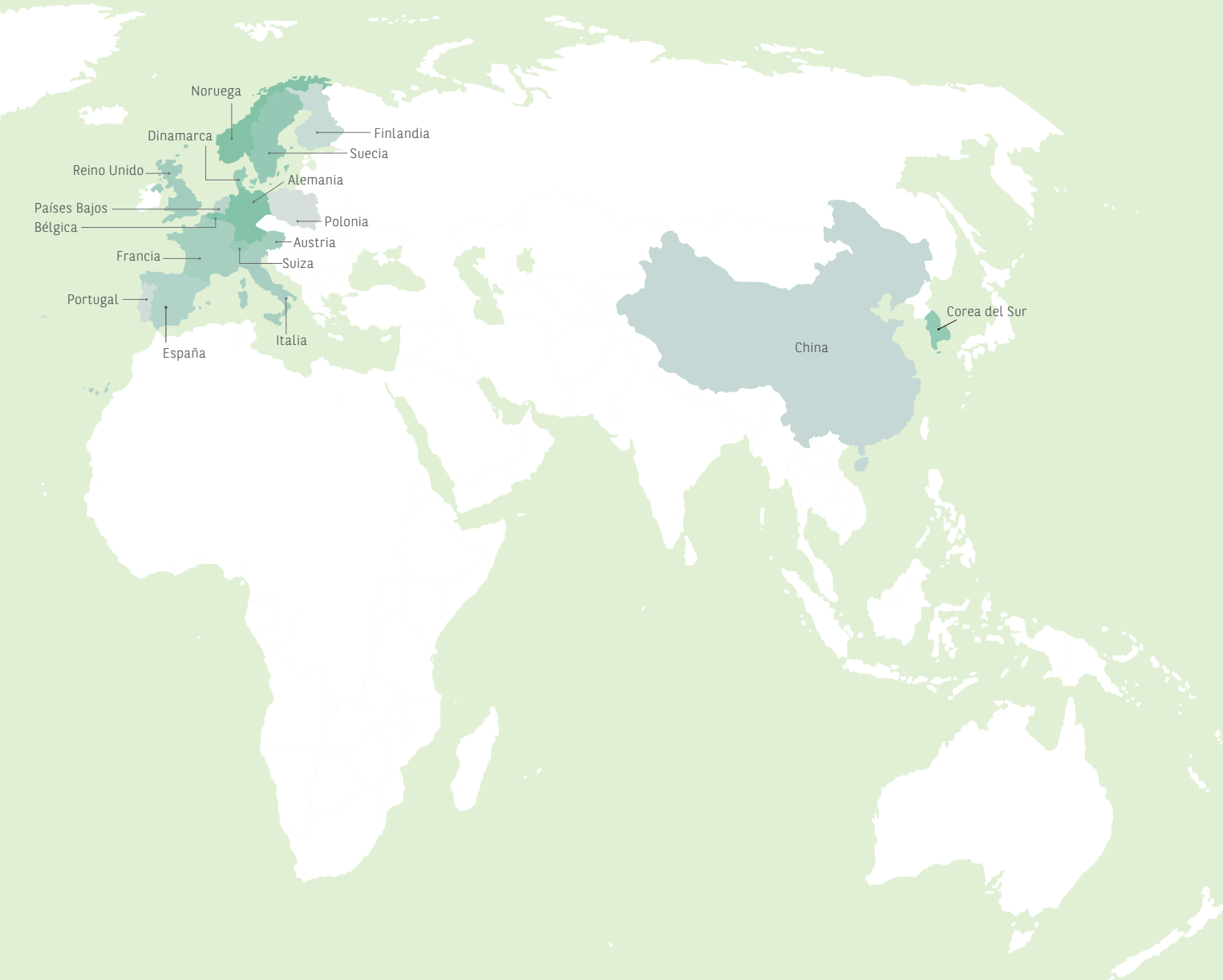
MUNDIAL

Ratio MTN/1k hab.: 8,79
Población actual: 7.888.409 K
Total MTN: 69.334.825
Previsión 2023 MTN: 73.865.888

ESPAÑA

Ratio MTN/1k hab.: 19,67
Población actual: 47.433 K
Total MTN: 933.042
Previsión 2023 MTN: 1.409.633





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

J. MAPA ESPAÑOL DE MATRICULACIONES TOTALES DE VN POR CADA 1.000 (1K) HABITANTES

Matriculaciones de VN Turismos cada 1k hab.

Provincia	Turismos	Comerciales	Total
A Coruña	9.833	1.311	11.144
Álava	3.963	863	4.826
Albacete	4.392	514	4.906
Alicante	31.874	2.891	34.765
Almería	6.978	1.189	8.167
Asturias	10.008	1.431	11.439
Ávila	1.299	184	1.483
Badajoz	4.901	735	5.636
Barcelona	74.442	9.051	83.493
Burgos	3.179	543	3.722
Cáceres	2.731	454	3.185
Cádiz	13.553	1.351	14.904
Cantabria	6.051	787	6.838
Castellón	8.182	2.124	10.306
Ceuta	897	75	972
Ciudad Real	3.605	549	4.154
Córdoba	6.012	891	6.903
Cuenca	1.514	272	1.786
Girona	10.467	1.897	12.364
Granada	7.665	992	8.657
Guadalajara	2.692	259	2.951
Gipuzkoa	6.609	1.383	7.992
Huelva	4.213	515	4.728
Huesca	2.540	524	3.064
Illes Balears	20.084	2.668	22.752
Jaén	4.040	614	4.654

Provincia	Turismos	Comerciales	Total
La Rioja	2.952	574	3.526
Las Palmas	28.892	3.659	32.551
León	3.838	545	4.383
Lleida	5.151	1.067	6.218
Lugo	2.900	742	3.642
Madrid	342.728	54.367	397.095
Málaga	21.897	2.886	24.783
Melilla	1.054	28	1.082
Murcia	14.567	2.240	16.807
Navarra	6.315	1.261	7.576
Ourense	2.530	305	2.835
Palencia	1.407	185	1.592
Pontevedra	7.340	1.000	8.340
Salamanca	2.687	326	3.013
Santa Cruz de Tenerife	15.819	2.513	18.332
Segovia	1.193	183	1.376
Sevilla	18.008	2.307	20.315
Soria	740	203	943
Tarragona	11.534	1.432	12.966
Teruel	1.200	310	1.510
Toledo	9.638	1.441	11.079
Valencia	30.941	3.763	34.704
Valladolid	4.718	577	5.295
Vizcaya	11.329	1.836	13.165
Zamora	1.289	156	1.445
Zaragoza	11.263	1.415	12.678
Total Matriculaciones	813.654	119.388	933.042

TOTAL ESPAÑA

Nº de habitantes 47.432.893

Matriculaciones de VN turismos 813.654

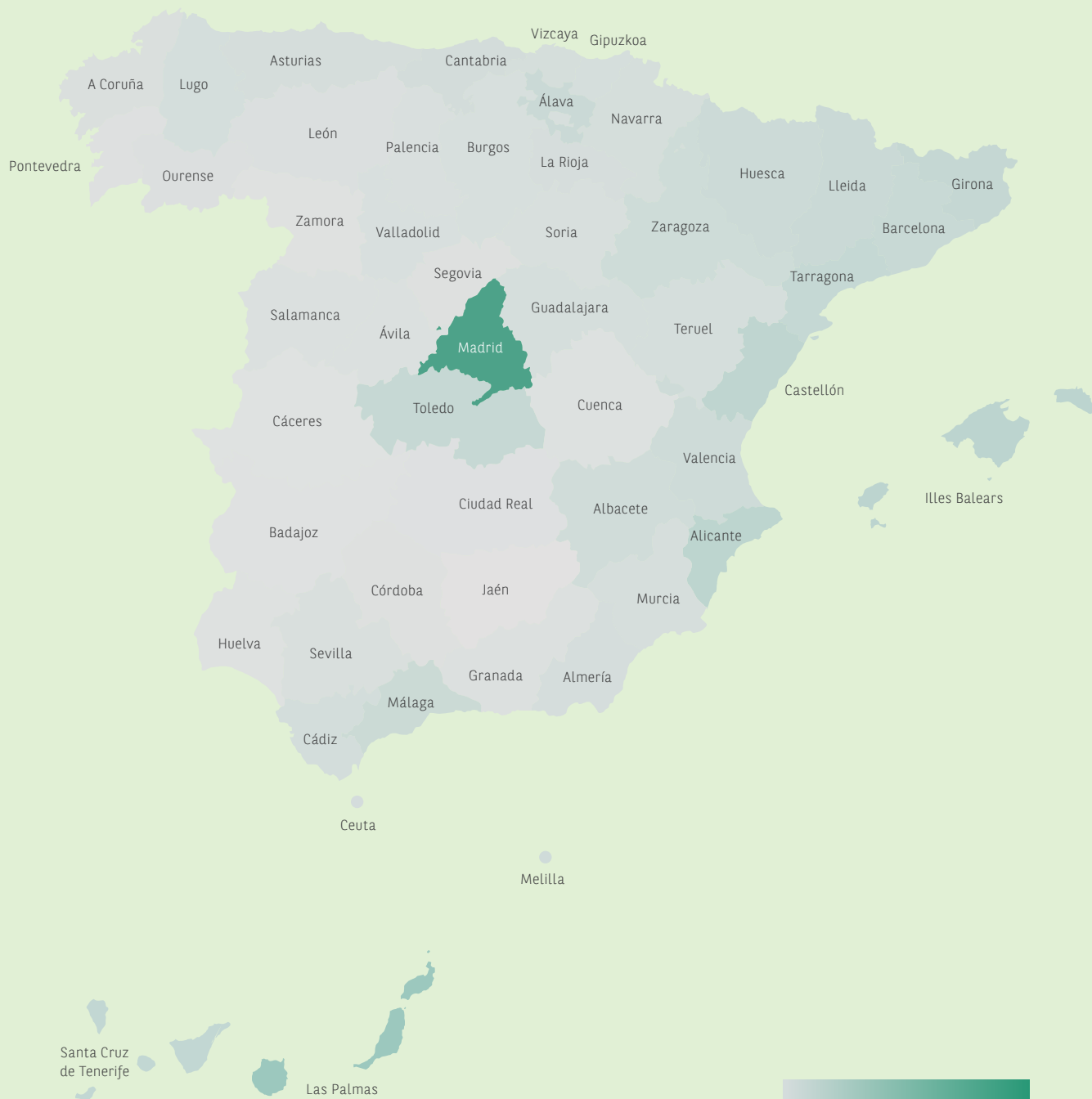
Matriculaciones de VN comerciales 119.388

Matriculaciones totales de VN 933.042

Ratio Matriculaciones VN turismos cada 1k hab. **17,15**

Ratio Matriculaciones VN comerciales cada 1k hab. **2,52**

Ratio Matriculaciones VN total cada 1k hab. **19,67**



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

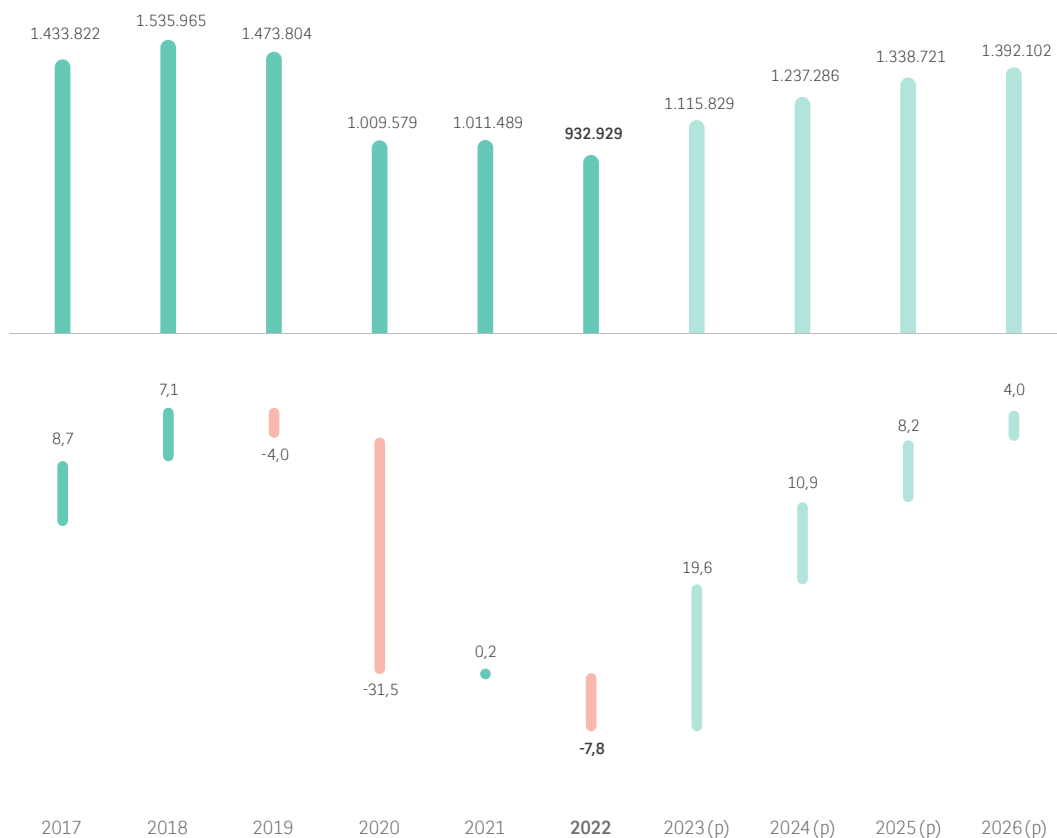
III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES

A. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES TOTALES, POR TIPO DE VEHÍCULO Y POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN

(GRÁFICO II.44.) La recuperación del mercado automovilístico español se iniciará este ejercicio y durante el próximo año y los siguientes consolidará su recuperación. La solución de la crisis de los microchips, el desenlace de la invasión de Rusia a Ucrania y las presiones inflacionistas serán los principales obstáculos con los que tendrá que lidiar el sector. Las estimaciones señalan que a lo largo del presente ejercicio se matricularán más de 1,1 millones de vehículos, un 19,6% más que en 2022, para rebasar con amplitud el 1,2 millones de placas en 2024, cifra todavía por debajo del objetivo marcado por el sector de automóvil. En 2026 el mercado se acercaría a las cifras previas a la pandemia.

GRÁFICO II.44. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES - TOTAL MERCADO (TURISMOS + COMERCIALES).

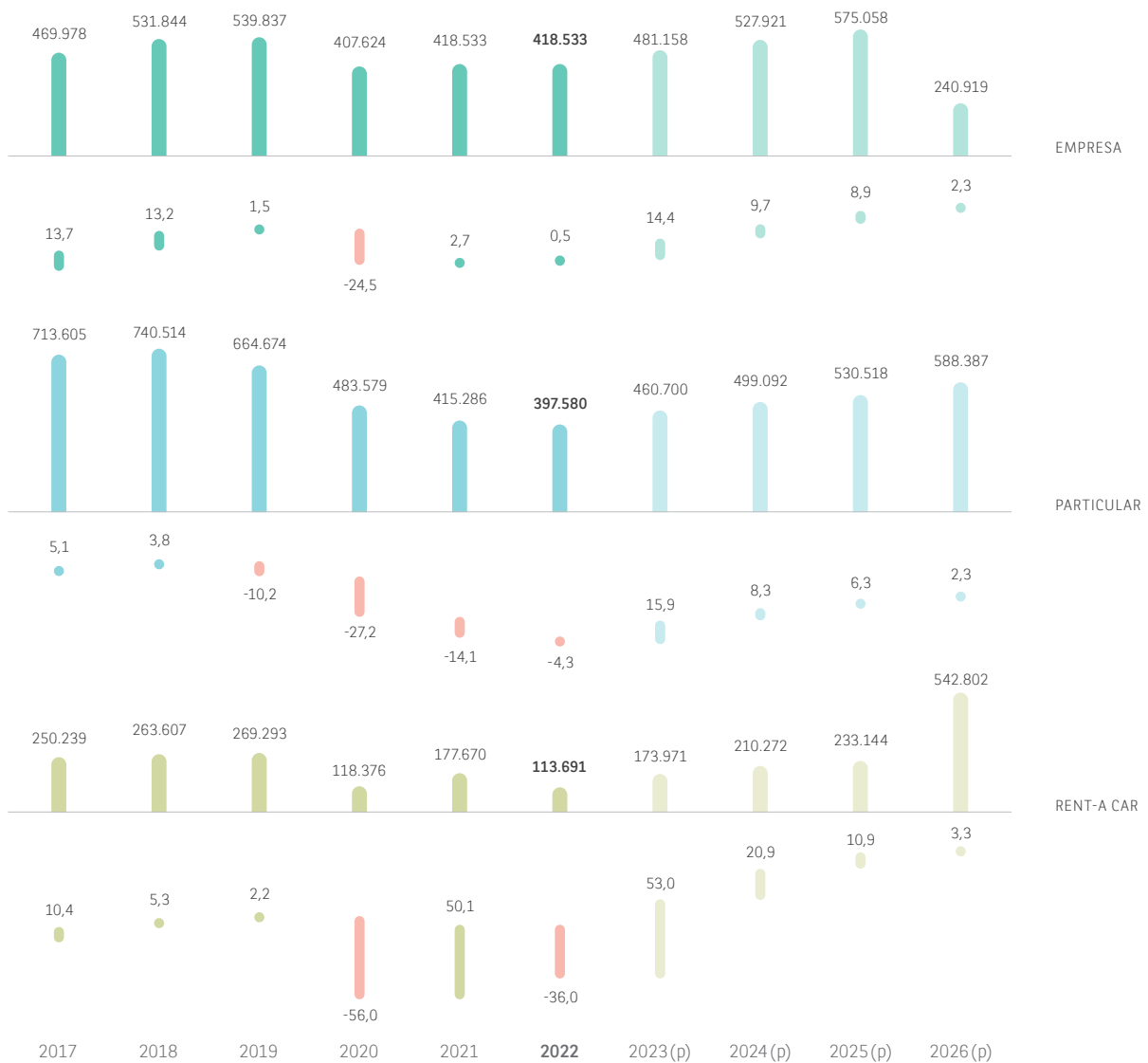
Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT y previsiones MSI



(GRÁFICO II.45.) Este ejercicio pondrá fin a la atonía de las matriculaciones en el canal de particulares registrada en los últimos años, en los que el aumento del precio de los combustibles, la falta de oferta motivada por la escasez de componentes y los cuellos de botella logísticos influyeron en una clientela reacia al desembolso de importantes cantidades en tiempos de incertidumbre. Las nuevas placas crecerán en 2023 cerca del 16% y se situarán por encima de las 460.000 unidades en este segmento, para superar el medio millón de unidades en las próximas campañas. El lado empresarial, por su parte, crecerá un 14,4%, mientras que el del alquiler será el segmento que más avance porcentualmente (53%).

GRÁFICO II.45. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN - TOTAL MERCADO.

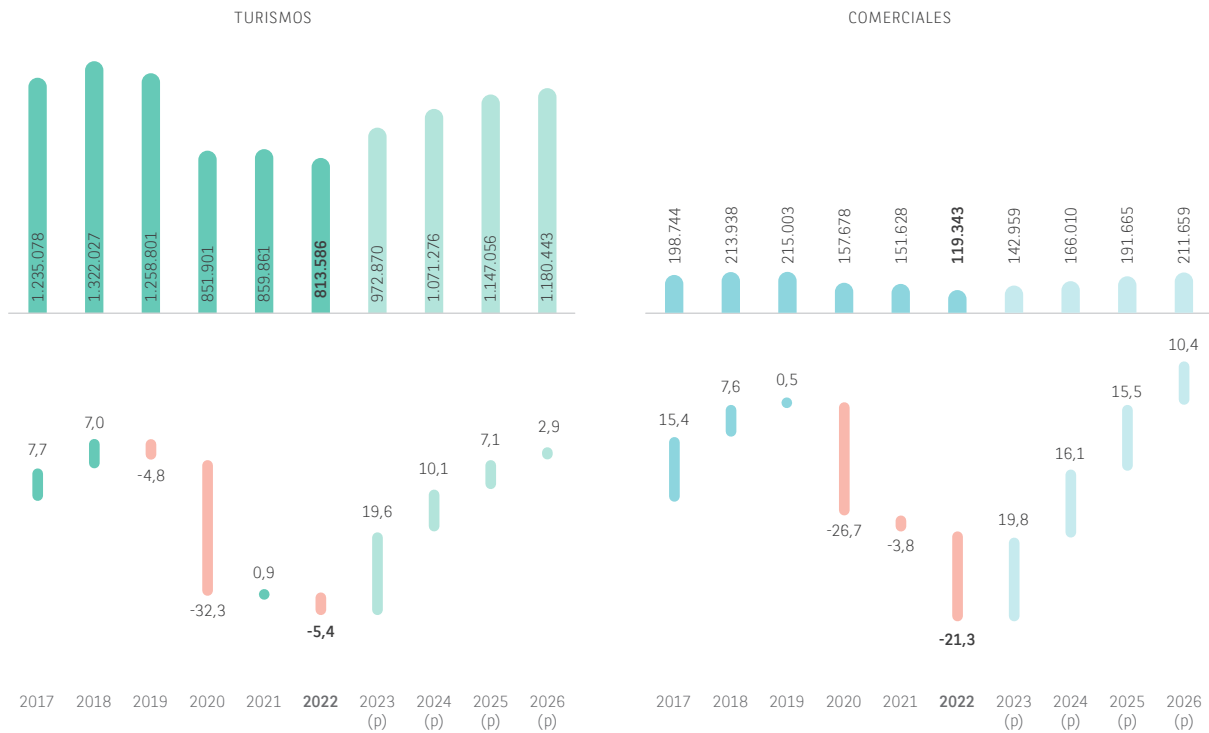
Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT y previsiones MSI



(GRÁFICO II.46.) Por tipo de vehículo, el ritmo de las matriculaciones crecerá en 2022 en similar porcentaje tanto en el caso de los turismos como en el de los comerciales, que avanzarán un 19,64% y un 19,8%, respectivamente. Se espera que la recuperación se acentúe en los años venideros, momento en el que los comerciales se anotarán un incremento más acusado, mientras que en los turismos el ritmo de subida será más contenido.

GRÁFICO II.46. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES POR TIPO DE VEHÍCULO - TOTAL MERCADO.

Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT y previsiones MSI



(GRÁFICO II.47.) En el canal de empresa las matriculaciones de turismos no superarán las cifras anteriores a la pandemia hasta 2025, mientras que, en el caso de los comerciales, la recuperación podría consolidarse el próximo año.

(GRÁFICO II.48.) En el caso del renting, las cifras prepandemia ya se superaron durante el pasado ejercicio en el caso de los turismos, que rozarían las 200.000 matriculaciones en el actual. El segmento de comerciales el repunte ya es un hecho, con previsión de mejora en las próximas campañas.

GRÁFICO II.47. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES POR TIPO DE VEHÍCULO - EMPRESA.

Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT y previsiones MSI

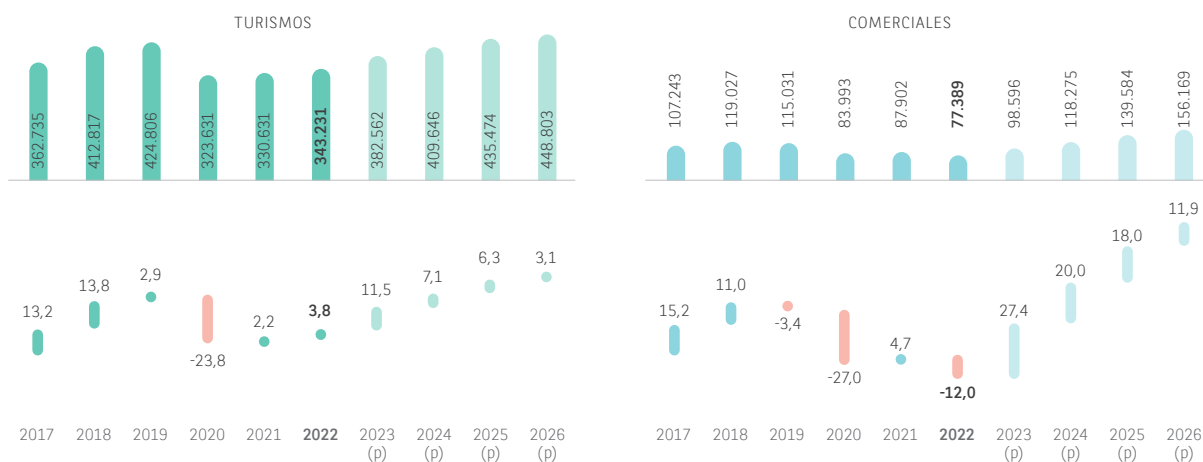
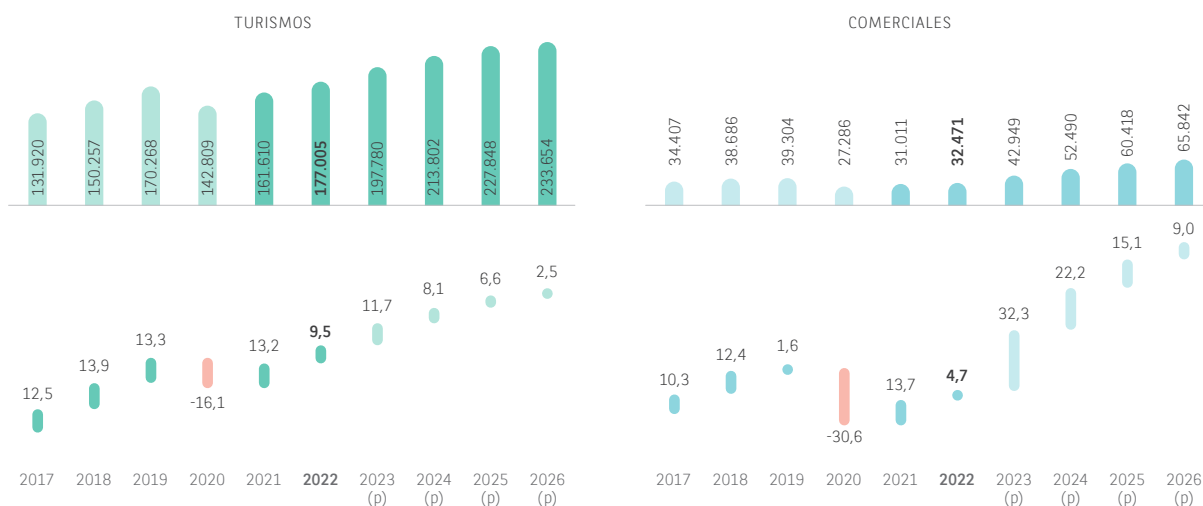


GRÁFICO II.48. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES POR TIPO DE VEHÍCULO - RENTING.

Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT y previsiones MSI





B. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES POR SEGMENTOS DE VEHÍCULOS

(TABLA II.8.) Los todoterrenos más económicos mantienen la tendencia de los pasados ejercicios y volverán a ser los modelos más demandados en 2023, de los que se espera que se matriculen casi 379.000 unidades, por delante de los modelos más pequeños o de mediano tamaño, más económicos y manejables en las grandes ciudades, que completarán el podio por orden de preferencia y sumarán 170.325 y 129.714 unidades, respectivamente. Destaca que todos los segmentos elevarán su cuota de ventas el próximo año con excepción de los microvehículos, que retrocederán un 3,2%. De este modo, las ventas globales avanzarán un 19,60% esta campaña y volverán a superar el millón de unidades vendidas, un crecimiento que se prolongará en los próximos ejercicios.

TABLA II.8. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES TURISMOS - TOTAL MERCADO.

Fuente: MSI

MERCADO TOTAL TURISMOS	2022		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)		2026 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	30.983	-13,1%	30.004	-3,2%	32.901	9,7%	35.306	7,3%	36.336	2,9%
Pequeño	142.329	-9,0%	170.325	19,7%	189.200	11,1%	202.452	7,0%	208.284	2,9%
Medio	113.545	-18,8%	129.714	14,2%	142.221	9,6%	152.169	7,0%	156.576	2,9%
Medio Alto	25.511	-7,4%	28.395	11,3%	31.446	10,7%	33.636	7,0%	34.615	2,9%
Alto	4.214	9,2%	5.702	35,3%	5.732	0,5%	6.118	6,7%	6.302	3,0%
Lujo	4.026	-6,4%	4.676	16,1%	5.482	17,2%	5.855	6,8%	6.024	2,9%
Monovolumen Compacto	85.117	-26,5%	114.087	34,0%	127.625	11,9%	137.141	7,5%	141.220	3,0%
Monovolumen Estándar	8.599	0,2%	9.942	15,6%	11.887	19,6%	12.710	6,9%	13.078	2,9%
Deportivos	1.692	-1,2%	2.155	27,4%	2.348	9,0%	2.510	6,9%	2.586	3,0%
Todo Terreno Bajo	310.416	11,8%	378.944	22,1%	415.095	9,5%	444.585	7,1%	457.527	2,9%
Todo Terreno Medio	62.891	-3,1%	67.936	8,0%	75.229	10,7%	80.354	6,8%	82.692	2,9%
Todo Terreno Alto	24.171	2,6%	30.844	27,6%	31.929	3,5%	34.028	6,6%	35.005	2,9%
Otros	92	-42,1%	146	58,2%	179	23,0%	191	6,5%	197	3,5%
Total	813.586	-5,4%	972.870	19,6%	1.071.276	10,1%	1.147.056	7,1%	1.180.443	2,9%

(TABLA II.9.) El canal empresa también optará por los todoterrenos bajos, que con casi 125.000 matriculaciones serán los más demandados. Los vehículos pequeños superarán las 58.000 unidades, aunque destaca el importante avance porcentual de las unidades de mayor tamaño, que crecerán por encima del 26% con 3.709 nuevas placas.

(TABLA II.10.) En el caso del renting, los todoterrenos más económicos también serán los más requeridos y sumarán casi 65.000 nuevas matrículas, un 15,6% más, por delante de los vehículos de tamaño medio, que superarán las 30.000 incorporaciones y crecerán un 14,7%. Mientras, las unidades pequeñas añadirán más de 28.000 placas al sector. Destaca el ascenso en porcentaje (18,3%) de los monovolúmenes compactos.

TABLA II.9. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES TURISMOS - CANAL EMPRESA.

Fuente: MSI

CANAL EMPRESA TURISMOS	2022		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)		2026 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	15.310	76,3%	13.457	- 12,1%	13.318	- 1,0%	14.094	5,8%	14.511	3,0%
Pequeño	52.851	7,8%	58.115	10,0%	62.774	8,0%	66.650	6,2%	68.680	3,0%
Medio	50.307	- 12,5%	55.823	11,0%	59.359	6,3%	63.111	6,3%	65.033	3,0%
Medio Alto	16.227	- 4,6%	17.652	8,8%	19.109	8,3%	20.326	6,4%	20.926	3,0%
Alto	2.938	21,6%	3.709	26,2%	3.723	0,4%	3.955	6,2%	4.079	3,1%
Lujo	1.594	- 4,0%	1.946	22,1%	2.171	11,5%	2.310	6,4%	2.385	3,3%
Monovolumen Compacto	35.483	- 15,2%	42.964	21,1%	45.911	6,9%	48.779	6,2%	50.250	3,0%
Monovolumen Estándar	2.899	27,7%	2.858	- 1,4%	3.459	21,0%	3.676	6,3%	3.802	3,4%
Deportivos	690	- 13,0%	906	31,3%	948	4,6%	1.009	6,5%	1.045	3,5%
Todo Terreno Bajo	109.090	13,2%	124.695	14,3%	133.387	7,0%	141.802	6,3%	146.196	3,1%
Todo Terreno Medio	38.921	7,5%	40.252	3,4%	44.386	10,3%	47.288	6,5%	48.736	3,1%
Todo Terreno Alto	16.761	0,1%	20.069	19,7%	20.960	4,4%	22.321	6,5%	23.001	3,0%
Otros	160	40,4%	115	- 28,3%	142	24,1%	152	6,5%	157	3,7%
Total	343.231	3,8%	382.562	11,5%	409.646	7,1%	435.474	6,3%	448.803	3,1%

TABLA II.10. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES TURISMOS - RENTING.

Fuente: MSI

RENTING TURISMOS	2022		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)		2026 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	4.531	55,9%	5.019	10,8%	4.567	-9,0%	4.857	6,3%	4.966	2,2%
Pequeño	26.201	18,5%	28.010	6,9%	31.188	11,3%	33.196	6,4%	34.027	2,5%
Medio	26.256	0,5%	30.112	14,7%	32.153	6,8%	34.276	6,6%	35.157	2,6%
Medio Alto	9.871	1,5%	10.774	9,1%	11.692	8,5%	12.457	6,5%	12.772	2,5%
Alto	1.325	5,0%	1.368	3,2%	1.496	9,4%	1.594	6,6%	1.635	2,5%
Lujo	558	28,0%	637	14,2%	746	17,2%	796	6,6%	816	2,6%
Monovolumen Compacto	19.986	-13,3%	23.635	18,3%	25.814	9,2%	27.496	6,5%	28.194	2,5%
Monovolumen Estándar	570	2,2%	587	3,1%	698	18,8%	745	6,7%	764	2,6%
Deportivos	138	1,5%	139	0,5%	160	15,0%	170	6,8%	175	2,6%
Todo Terreno Bajo	56.138	20,9%	64.904	15,6%	69.843	7,6%	74.432	6,6%	76.356	2,6%
Todo Terreno Medio	22.462	15,1%	22.409	-0,2%	24.811	10,7%	26.486	6,8%	27.166	2,6%
Todo Terreno Alto	8.969	-4,1%	10.187	13,6%	10.633	4,4%	11.343	6,7%	11.628	2,5%
Total	177.005	9,5%	197.780	11,7%	213.802	8,1%	227.848	6,6%	233.654	2,5%

(TABLA II.11.) Los derivados de turismos continúan sin oposición en el mercado de los comerciales y añadirán más de 63.000 unidades, tras crecer un 21,2% en comparación con 2022. Destaca el crecimiento en porcentaje de los comerciales (91,1%), mientras que los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas aumentarán el parque en 30.233 unidades y los que superan las 3,5 toneladas sumarán 27.889 vehículos.

(TABLA II.12.) El canal empresa registra un comportamiento similar al de los comerciales y optará también por los derivados de turismos como segmento más solicitado con 46.818 matriculaciones y un crecimiento superior al 29%. Los vehículos que tienen entre 2,7 y 3,5 toneladas se anotarán 19.780 nuevas incorporaciones. Los microvanes, un año más, registrarán la mayor subida porcentual (88,2%).

(TABLA II.13.) La tendencia en el canal de renting no se desmarca de la general y los derivados de turismos también se mantendrán un nuevo ejercicio como el segmento más demandado, con más de 27.000 unidades, seguidos a mucha distancia por los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas, que sumarán 7.242 altas. A su vez, los comerciales se anotarán la subida porcentual más acusada (121,4%).

TABLA II.11. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES COMERCIALES - TOTAL MERCADO. Fuente: MSI

MERCADO TOTAL COMERCIALES	2022		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)		2026 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	617	- 7,6%	1.179	91,1%	1.296	9,9%	1.468	13,3%	2.436	65,9%
Derivados Turismos	52.261	- 21,2%	63.323	21,2%	72.301	14,2%	83.212	15,1%	89.752	7,9%
Microvan	952	40,8%	1.321	38,7%	1.647	24,7%	1.954	18,6%	2.277	16,5%
< 2 Tn	2.096	- 12,9%	3.559	69,8%	4.002	12,4%	4.694	17,3%	5.187	10,5%
2 a < 2,7 Tn	4.256	- 40,0%	4.978	17,0%	6.199	24,5%	7.208	16,3%	8.018	11,2%
2,7 a < 3,5 Tn	26.175	- 22,7%	30.233	15,5%	35.610	17,8%	41.143	15,5%	45.878	11,5%
3,5 Tn	23.694	- 14,3%	27.889	17,7%	32.746	17,4%	37.892	15,7%	41.861	10,5%
Otros Comerciales	9.292	- 28,4%	10.477	12,8%	12.209	16,5%	14.093	15,4%	16.250	15,3%
Total	119.343	++ 21,3%	142.959	+ 19,8%	166.010	+ 16,1%	191.665	+ 15,5%	211.659	+ 10,4%

TABLA II.12. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES COMERCIALES - CANAL EMPRESA. Fuente: MSI

CANAL EMPRESA COMERCIALES	2022		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)		2026 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	397	- 5,3%	747	88,2%	870	16,5%	1.023	17,6%	1.140	11,4%
Derivados Turismos	36.251	- 11,6%	46.818	29,1%	54.899	17,3%	64.316	17,2%	71.494	11,2%
Microvan	873	46,5%	1.209	38,5%	1.530	26,6%	1.829	19,5%	2.067	13,0%
< 2 Tn	1.896	- 4,8%	3.269	72,4%	3.738	14,3%	4.410	18,0%	4.924	11,7%
2 a < 2,7 Tn	2.692	- 29,9%	3.627	34,7%	4.460	23,0%	5.267	18,1%	5.894	11,9%
2,7 a < 3,5 Tn	16.406	- 6,6%	19.780	20,6%	24.309	22,9%	28.806	18,5%	32.342	12,3%
3,5 Tn	13.360	- 8,6%	16.708	25,1%	20.613	23,4%	24.590	19,3%	27.782	13,0%
Otros Comerciales	5.514	- 30,1%	6.438	16,8%	7.856	22,0%	9.343	18,9%	10.526	12,7%
Total	77.389	- 12,0%	98.596	27,4%	118.275	20,0%	139.584	18,0%	156.169	11,9%

TABLA II.13. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES COMERCIALES - RENTING. Fuente: MSI

RENTING COMERCIALES	2022		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)		2026 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	157	- 11,3%	348	121,4%	370	6,5%	425	14,8%	462	8,7%
Derivados Turismos	20.545	11,2%	27.021	31,5%	32.689	21,0%	37.646	15,2%	41.062	9,1%
Microvan	19	- 5,0%	28	48,2%	36	27,1%	40	12,3%	43	6,7%
< 2 Tn	816	- 6,5%	1.722	111,1%	1.899	10,3%	2.178	14,7%	2.363	8,5%
2 a < 2,7 Tn	1.296	- 10,6%	1.555	20,0%	2.082	33,9%	2.414	15,9%	2.644	9,5%
2,7 a < 3,5 Tn	5.782	8,0%	7.242	25,2%	9.120	25,9%	10.486	15,0%	11.411	8,8%
3,5 Tn	2.666	4,4%	3.284	23,2%	4.261	29,8%	4.901	15,0%	5.334	8,8%
Otros Comerciales	1.190	- 43,7%	1.750	47,0%	2.032	16,2%	2.328	14,5%	2.524	8,4%
Total	32.471	4,7%	42.949	32,3%	52.490	22,2%	60.418	15,1%	65.842	9,0%

C. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES POR MARCA DEL FABRICANTE

(GRÁFICO II.49.) Toyota se situará por encima del 8% de cuota de ventas en los próximos ejercicios, en los que se mantendrá por delante de Kia, cuyos porcentajes sufrirán altibajos. Hyundai será el tercero en discordia, seguido por Peugeot y Seat.

(GRÁFICO II.50.) En el caso de los comerciales, Renault mantendrá el liderazgo y será la marca más vendida en el próximo cuatrienio al mantenerse cercana al 15% de cuota, seguida por Citroën, que rondará el 12%. Ford, Peugeot y Volkswagen completarán el quinteto de los más demandados.

GRÁFICO II.49. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES TURISMO TOP 10 MARCAS - TOTAL MERCADO.

En porcentaje. Fuente: MSI

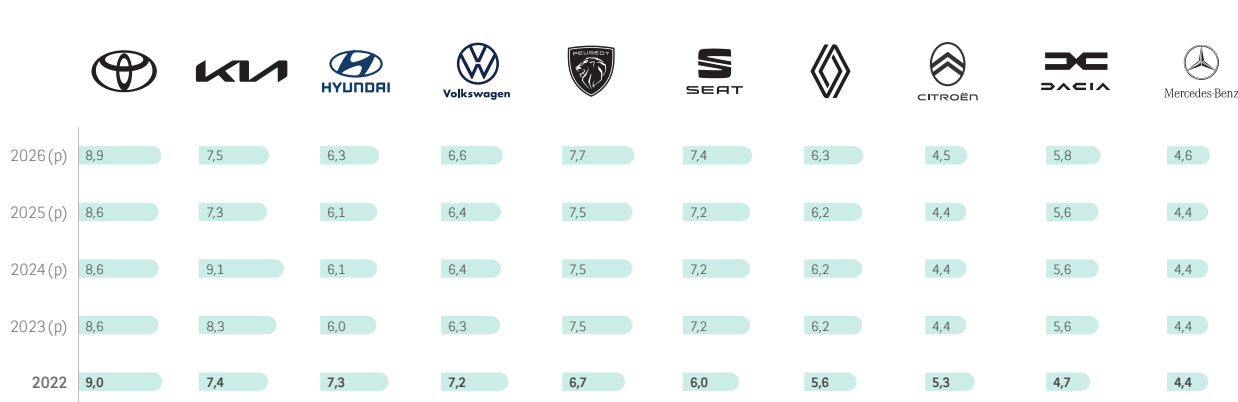
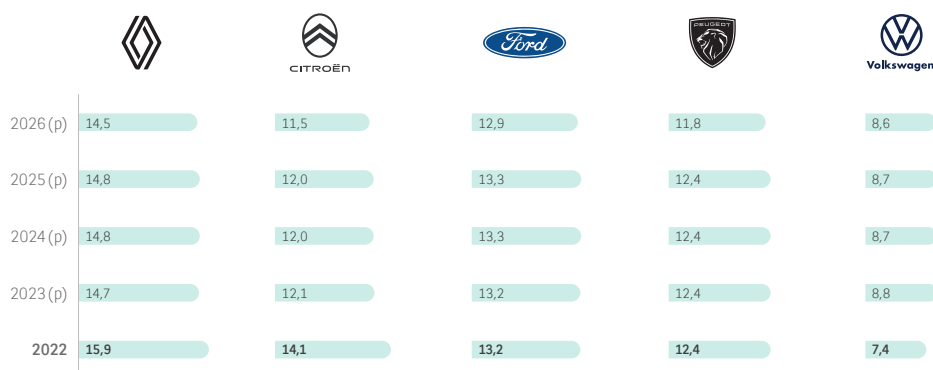


GRÁFICO II.50. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES COMERCIALES TOP 5 MARCAS - TOTAL MERCADO.

En porcentaje. Fuente: MSI



(GRÁFICO II.51.) Volkswagen sumó el mayor número de matriculaciones el pasado año aunque cederá cuota en los ejercicios sucesivos, en favor de Peugeot y Toyota, todas por encima del 7%. Citroën superará el 5% y precederá a BMW, mientras que Seat progresará, al igual que Mercedes.

(GRÁFICO II.52.) En el canal de renting, Volkswagen mantendrá el primer puesto y será la única marca que sume dos dígitos de cuota. Toyota seguirá estable en el segundo lugar, mientras que BMW cederá a Peugeot el tercer escalón en los próximos años. Mercedes, Audi, Ford, Seat, Kia y Renault completarán la decena de marcas más demandadas.

GRÁFICO II.51. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES TURISMO TOP 10 MARCAS - CANAL EMPRESA.

En porcentaje. Fuente: MSI

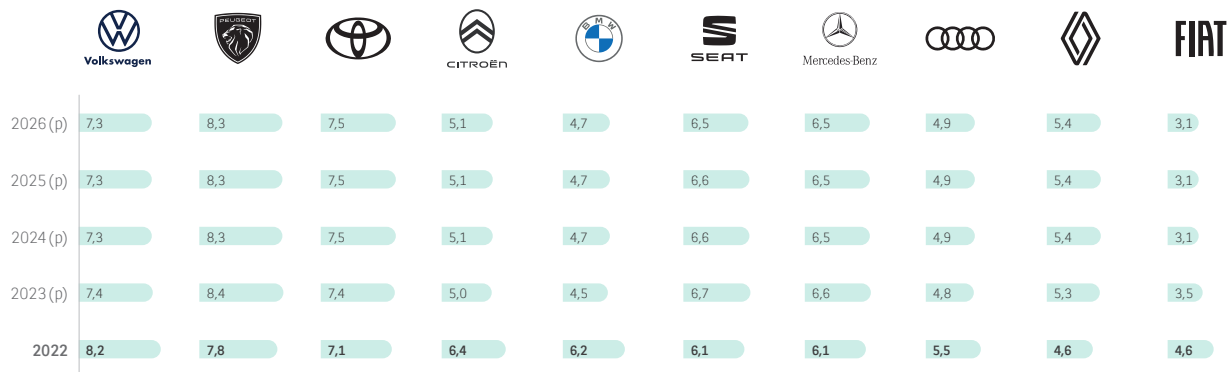
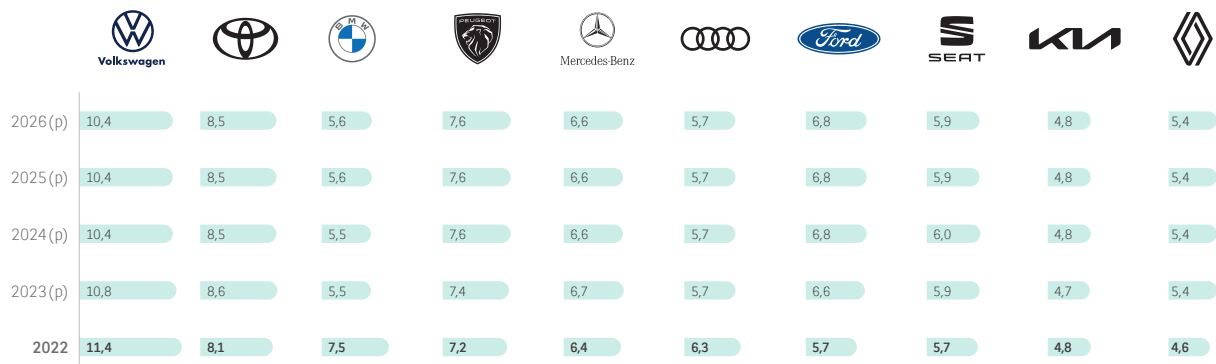


GRÁFICO II.52. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES TURISMO TOP 10 MARCAS - RENTING.

En porcentaje. Fuente: MSI



(GRÁFICO II.53.) Renault se mantendrá en el primer puesto en el canal de empresa al consolidar una cuota cercana al 18% en los próximos ejercicios, por delante de Citroën, que cerró 2022 cerca del 14%. Ford completará el podio y crecerá por encima del 13% en las sucesivas campañas, seguido por Peugeot, que superará el 12% y Toyota, con una previsión superior al 6%.

(GRÁFICO II.54.) El mercado de comerciales de renting mantendrá en los próximos ejercicios la confianza en Renault, que se mantendrá cercana al 23% de cuota. Citroën se encaramará a la segunda posición seguido por Peugeot, mientras que Ford y Opel completan el plantel de preferencias.

GRÁFICO II.53. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES COMERCIALES TOP 5 MARCAS - CANAL EMPRESA.
En porcentaje. Fuente: MSI

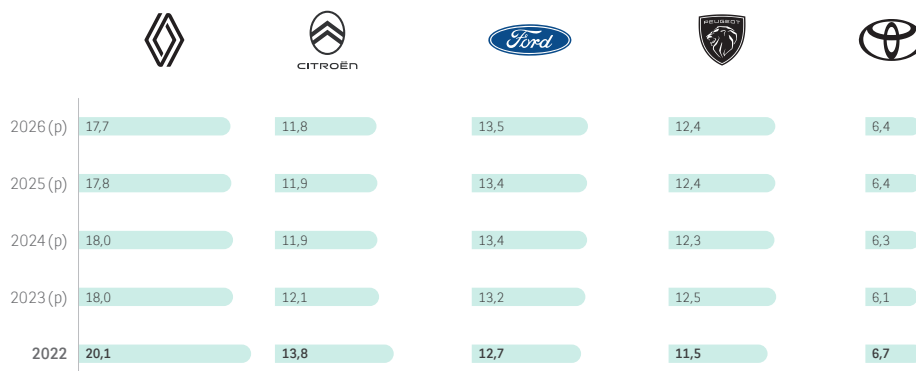
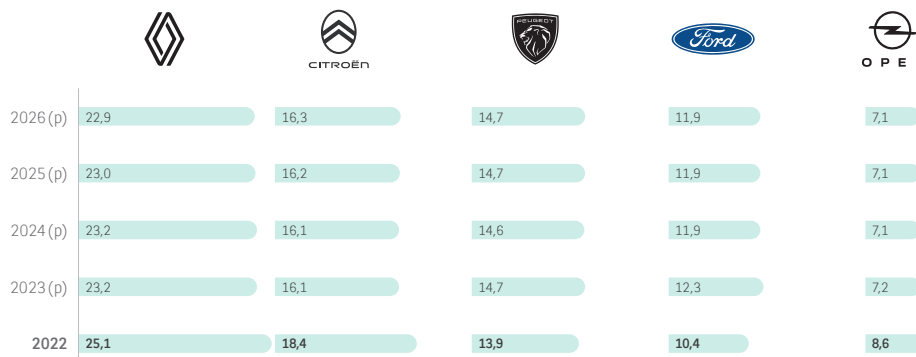


GRÁFICO II.54. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES COMERCIALES TOP 5 MARCAS - RENTING.
En porcentaje. Fuente: MSI



MERCADO DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN

El mercado de vehículos de ocasión encadenó 11 meses de caídas durante el pasado ejercicio, una pesada losa que provocó que las ventas de turismos contabilizaran un total de 1.891.237 unidades, un 5,3% menos que en el ejercicio precedente, mientras que los comerciales rozaron los seis puntos porcentuales de caída al situarse en 303.268 vehículos. Pese a ello, el automóvil de ocasión se mantiene como la primera opción de compra para los españoles.

11 meses seguidos de caída en 2022 hacen que el mercado de vehículos de ocasión cierre el ejercicio con un

descenso del
5,3%
respecto al año anterior

1.891.237

Turismos vendidos de Vehículo de Ocasión en 2022

La ratio anual

de los VEHÍCULOS DE OCASIÓN vs VEHÍCULOS NUEVOS experimentó un descenso en 2022

- por cada Turismo nuevo matriculado harán lo propio 1,94 de ocasión
- por cada Comercial nuevo matriculado harán lo mismo 2,12 de ocasión



Los turismos diésel se sitúan con una importante ventaja en las preferencias frente a los de gasolina, pese a los cambios regulatorios que penalizan estas motorizaciones y a la pujanza de nuevas opciones



El mercado de particulares se caracteriza por retener la venta de su VO lo máximo posible: más de $\frac{3}{4}$ de las ventas son de turismos con una

edad superior a 10 años

Justo lo contrario de lo que ocurre en el segmento de los VO provenientes del Rent a car que dispone tres cuartas partes de sus ventas en el primer bienio de vida

I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS

A. EVOLUCIÓN Y PREVISIÓN DE LAS VENTAS DE VO

(GRÁFICO III.1.) La falta de 'stock' de coches seminuevos ha supuesto un pesado lastre para el mercado de vehículos de ocasión, en el que las ventas de turismos contabilizaron un total de 1.891.237 unidades, un 5,3% menos que en el ejercicio precedente, mientras que los comerciales rozaron los seis puntos porcentuales de caída al situarse en 303.268 vehículos. Las tensiones en la cadena de suministro obligaron a los operadores de renting, empresas y firmas de alquiler a conservar su flota de vehículos más tiempo del habitual, lo que ralentizó el mercado.

Las previsiones apuntan hacia un importante incremento de las ventas de turismos de segunda mano en 2023 que se mantendrá en los ejercicios venideros, en los que de nuevo se superarían los dos millones de transacciones. Por su parte, las de los vehículos comerciales experimentarán esta campaña un impulso más acusado, para recuperar las cifras precovid en 2025, tras una leve caída en próximo año.

GRÁFICO III.1. EVOLUCIÓN TRANSFERENCIAS DE VO - TOTAL MERCADO.

Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



B. EVOLUCIÓN Y PREVISIÓN DE LAS VENTAS DE VO POR EDAD DE LOS VEHÍCULOS VENDIDOS

(GRÁFICO III.2.) El mercado de VO mantuvo la tendencia de los ejercicios anteriores y los modelos más antiguos se situaron como los más demandados por los consumidores en 2022, mientras que las unidades más modernas perdieron cuota de mercado. Los vehículos que superan la década de antigüedad sumaron el 62% de las transacciones, mientras que la banda intermedia, que agrupa a los que suman entre 6 y 10 años, avanzó un punto y medio porcentual y se situó en el 17,7%, su mejor resultado desde 2016. El segmento de menos de cinco años de vida, por su parte, volvió a ceder espacio y se situó en el 20,4%. En los próximos años se espera que tanto las unidades más longevas como las más modernas pierdan terreno en favor de la fracción intermedia.

(GRÁFICO III.3.) Las ventas del segmento del VO comercial mantienen unos parámetros similares a las de los turismos. Las transacciones de vehículos con más de 10 años de vida también cedieron algo de terreno para sumar el 62% del total, por lo que han perdido un punto porcentual de cuota desde 2020. Del mismo modo, los traspasos de unidades con menos de cinco años de vida retrocedieron y se sitúan en parámetros más bajos incluso que los registrados en 2017, mientras que la banda intermedia gana terreno y se acerca al 18%. La previsión para el presente ejercicio refuerza esta tendencia, con las unidades del segmento intermedio al alza en detrimento del resto de opciones.

GRÁFICO III.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS POR EDAD DEL VO – TURISMOS. En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

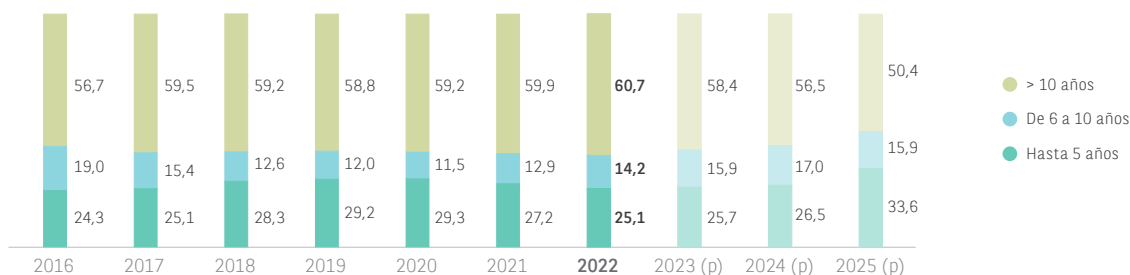
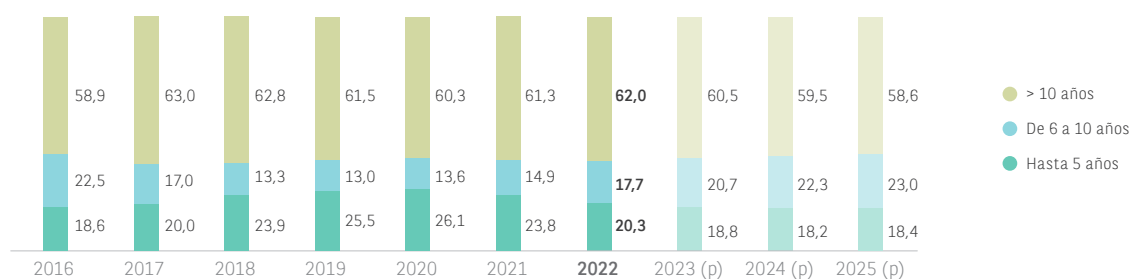


GRÁFICO III.3. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS POR EDAD DEL VO – COMERCIALES. En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



C. RATIO VEHÍCULO DE OCASIÓN VS. VEHÍCULO NUEVO

(GRÁFICO III.4.) La ralentización en las ventas provocó que la ratio anual del VO vs VN (vehículo nuevo) en el segmento de turismos retrocediera en 2022 y se situara en un valor de 1,94, esto es, que por cada vehículo nuevo matriculado harán lo propio 1,94 de ocasión. Las previsiones apuntan a que la evaluación interanual negativa en esta ratio se mantenga en el presente ejercicio y el próximo, para remontar en 2025.

La evolución de la ratio VO vs VN en el caso del vehículo comercial también experimentó un destacado retroceso. Las previsiones apuntan a que esta situación persistirá en los dos próximos ejercicios para volver a crecer en 2025, campaña en la que por cada vehículo comercial matriculado harán lo propio 1,73 vehículos de ocasión.

GRÁFICO III.4. RATIO VEHÍCULO DE OCASIÓN VS. VEHÍCULO NUEVO - TOTAL MERCADO.

Ratio en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



D. VENTAS DE VO POR TIPO DE COMBUSTIBLE

(TABLA III.1.) El análisis de ventas del turismo de ocasión en función del tipo de combustible utilizado vuelve a situar al diésel al frente de las preferencias de los usuarios, aunque mantiene la lenta pérdida de cuota registrada en años anteriores. Esta opción sumó casi el 58% de las ventas en 2022, mientras que las de gasolina crecieron hasta situarse por encima del 38%. Las previsiones para 2023 señalan un leve ascenso del diésel y de otras opciones de combustión, mientras que los modelos de gasolina apenas cederán unas décimas porcentuales. Las ventas globales aumentarán algo más de 73.000 unidades.

(TABLA III.2.) En los VO comerciales, las motorizaciones diésel se mantienen como la opción indiscutible para una amplia mayoría del mercado y acaparan más del 96,5% de la cuota, una situación que se prevé que se mantendrá este ejercicio, donde volverán a incrementar su distancia con respecto al resto de opciones. En 2022 se vendieron 303.268 vehículos diésel y se espera un aumento del 7% para el presente año.

TABLA III.1. VENTAS DE VO POR TIPO DE COMBUSTIBLE – TURISMOS.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

	2022		2023 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Gasolina	724.347	38,30%	746.651	38,02%	3,1%
Diésel	1.095.327	57,92%	1.142.479	58,17%	4,3%
Otros	71.563	3,78%	74.924	3,81%	4,7%
Totales	1.891.237		1.964.054		

TABLA III.2. VENTAS DE VO POR TIPO DE COMBUSTIBLE – COMERCIALES.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

	2022		2023 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Gasolina	8.263	2,72%	8.761	2,70%	6,0%
Diésel	292.870	96,57%	313.294	96,61%	7,0%
Otros	2.135	0,70%	2.225	0,69%	4,2%
Totales	303.268		324.279		

E. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE VO POR CANAL DE PROCEDENCIA Y EDAD DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO III.5.) La comparación de las ventas según el canal de procedencia del turismo y la edad del mismo muestra la estabilidad del mercado, que no registra variaciones pese al paso de los años. Los particulares se resisten a cambiar de vehículo y mantienen la posesión el mayor tiempo posible, ya que el 75,4% de los VO transferidos en 2022 se situaron por encima de los diez años de antigüedad. La otra cara de la moneda la representa la modalidad de rent a car, que mantiene el 75,7% de las unidades en el primer bienio de vida. Algo más del 32% de los vehículos procedentes del parque de empresa eran seminuevos, mientras que el grueso de las importaciones sumaba más de cinco años de vida.

(GRÁFICO III.6.) En el caso de los vehículos comerciales, la longevidad del parque se mantiene como rasgo más destacado, aunque se observa un leve rejuvenecimiento. Más del 77% de VO vendidos que proceden de particulares tiene más de 10 años, mientras que los de ofrecidos en el mercado por las empresas que superan esta antigüedad crecen por encima del 43%, porcentaje que asciende hasta el 48,4% en el caso de los importados. Por su parte, el 60% de los coches provenientes del alquiler suma menos de cuatro años de vida.

GRÁFICO III.5. VENTAS DE VO POR CANAL DE PROCEDENCIA Y EDAD DEL VEHÍCULO – TURISMOS.

Datos en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

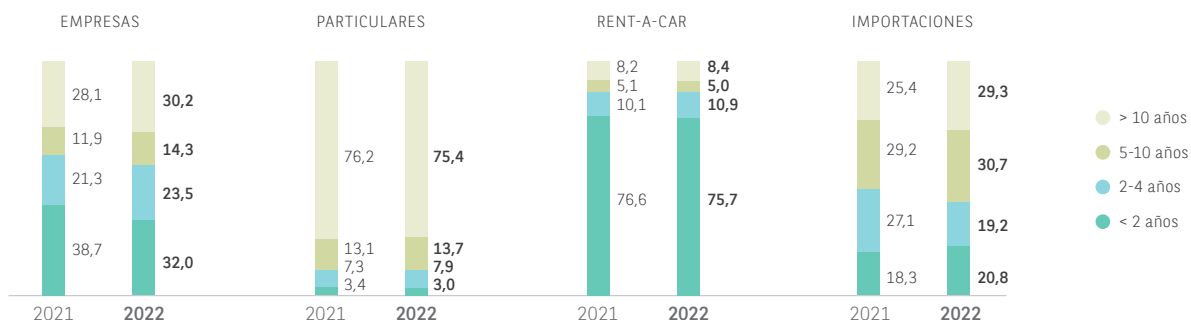
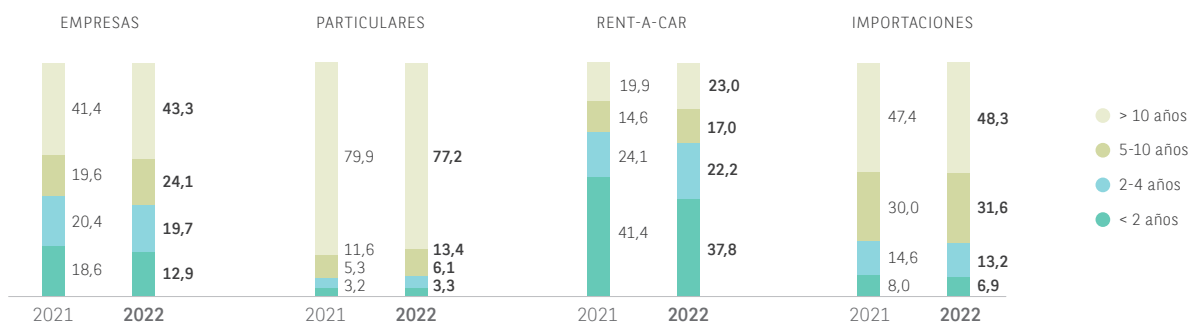


GRÁFICO III.6. Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo – Comerciales.

Datos en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



F. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE VO POR SEGMENTO

(TABLA III.3.) Las unidades de tamaño medio lideraron el pasado año de nuevo las preferencias de las ventas de los VO según el segmento, con algo más de 522.600 unidades y una cuota de mercado del 27,6%, números similares a los del ejercicio precedente. Los modelos más pequeños registraron una cuota superior al 21% y mantuvieron el segundo puesto en el orden de preferencias, al rozar las 400.000 unidades, mientras que los de medio alto, con el 15,6% del mercado, sumaron 295.662 vehículos.

Las previsiones para 2023 auguran caídas de cuota en los segmentos más demandados motivadas por la desconfianza de los consumidores ante el clima económico y la falta de 'stock', lo que impedirá la renovación. Las ventas de todoterrenos, de gama alta y baja, serán de los pocos segmentos que no retrocederán, al igual que los modelos deportivos y los de lujo. La versión más económica de los vehículos todoterreno rozará las 210.000 unidades vendidas y crecerá un 4,3%, mientras que la mejor evolución corresponderá a las versiones de tamaño alto, que crecerán casi un 10%. Los deportivos rozarán las 26.000 unidades vendidas.

(TABLA III.4.) Derivados de turismo se consolida en la primera plaza en número de ventas en 2022 con 132.445 unidades y una cuota del 43,7% del mercado del VO en la flota de comerciales. A distancia le siguen los de 2,7 a 3,5 toneladas, que aumentaron su cuota por encima del 21%, y los de 3,5 toneladas (16,5%). Para 2023 se espera un incremento de las ventas totales, que sumarán 324.279 vehículos.

TABLA III.3. VENTAS DE VO POR SEGMENTO DEL VEHÍCULO – TURISMOS. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

	2022		2023 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Micro	80.798	4,3%	76.402	3,9%	-5,4%
Pequeño	399.155	21,1%	388.097	19,8%	-2,8%
Medio	522.681	27,6%	507.511	25,8%	-2,9%
Medio Alto	295.662	15,6%	284.199	14,5%	-3,9%
Alto	61.869	3,3%	59.511	3,0%	-3,8%
Lujo	8.181	0,4%	8.642	0,4%	5,6%
Monovolumen Compacto	216.067	11,4%	214.671	10,9%	-0,6%
Monovolumen Estándar	42.263	2,2%	39.674	2,0%	-6,1%
Deportivos	25.548	1,4%	25.926	1,3%	1,5%
Todo Terreno Bajo	200.561	10,6%	209.172	10,7%	4,3%
Todo Terreno Medio	87.326	4,6%	86.811	4,4%	-0,6%
Todo Terreno Alto	55.436	2,9%	60.886	3,1%	9,8%
Otros	-104.310	-5,5%	2.553	0,1%	-102,4%
Totales	1.891.237	-5,5%	1.964.054		

TABLA III.4. VENTAS DE VO POR SEGMENTO DEL VEHÍCULO – COMERCIALES. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

	2022		2023 (p)		
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Evolución
Comerciales	3.680	1,2%	4.086	1,3%	11,0%
Derivados	132.445	43,7%	143.396	44,2%	8,3%
Microvan	437	0,1%	422	0,1%	-3,5%
< 2 TN	4.520	1,5%	4.540	1,4%	0,4%
2 a < 2,7 TN	28.237	9,3%	28.699	8,9%	1,6%
2,7 Tn a < 3,5Tn	64.410	21,2%	67.645	20,9%	5,0%
3,5 Tn	49.981	16,5%	55.484	17,1%	11,0%
Otros	19.558	6,4%	20.008	6,2%	2,3%
Totales	303.268		324.279		

G. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE VO POR MARCAS DE FABRICANTE

(GRÁFICO III.7.) Volkswagen, con un 9% de cuota de mercado, se situó al frente de las ventas de vehículos de ocasión en 2022 por delante de Seat (8,5%) y Peugeot (7,8%), que sobrepasó a Renault (7,6%), enseña que había completado el podio en los ejercicios precedentes y que vio igualada su posición por Citroën. El resto de marcas sumó porcentajes cercanos al 6%. Las previsiones para el presente ejercicio no anticipan cambios en los primeros puestos del ránking.

(GRÁFICO III.8.) Citroën (16,9%), aunque cedió varias décimas porcentuales de cuota en relación al año anterior se mantuvo a la cabeza de las ventas de vehículos de ocasión comerciales en 2022 secundado por Renault (13,6%), que apenas perdió terreno. Peugeot mantuvo su espacio (11,9%) y ocupó el tercer puesto por delante de Ford (11,7%), que casi no experimentó variación. Fiat completó el quinteto de las marcas más solicitadas al acaparar un 8,7% del mercado.

GRÁFICO III.7. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE VO POR MARCAS DE FABRICANTE - TURISMOS.

Datos en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

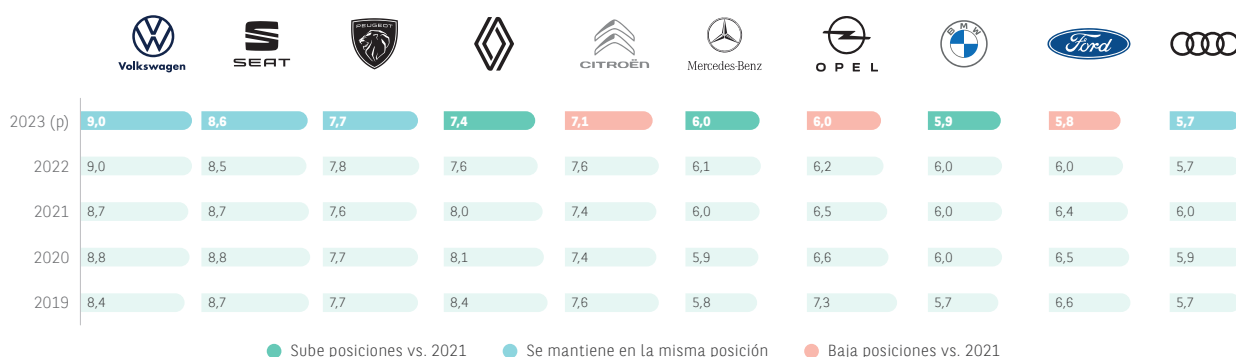
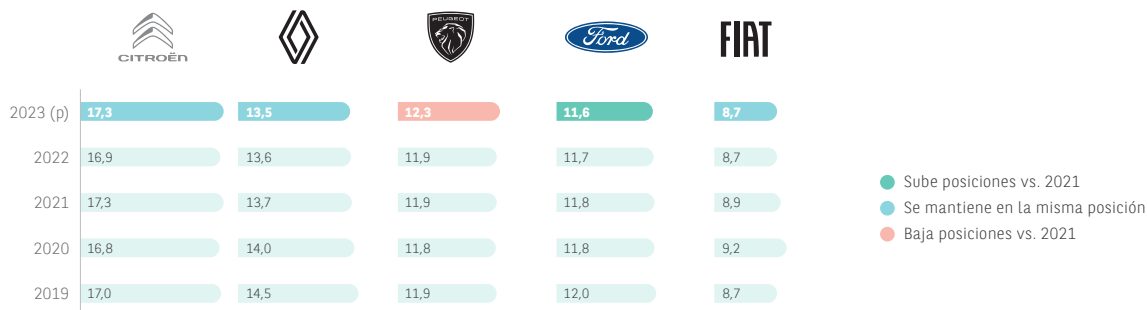


GRÁFICO III.8. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE VO POR MARCAS DE FABRICANTE - COMERCIALES.

Datos en porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT





EQUIPAMIENTOS

La tecnología es un aliado imprescindible para incrementar la seguridad vial. Las herramientas y funcionalidades digitales disponibles para evitar accidentes y facilitar aspectos concretos de la conducción son habituales entre los conductores españoles. En este sentido, los teléfonos inteligentes son un elemento indispensable en la planificación de las rutas, por delante de los navegadores integrados y otros sistemas basados en localización GPS, mientras que ayudas a la conducción, como las que facilitan el estacionamiento del vehículo, previenen el cambio involuntario de carril o evitan el peligro que suponen los ángulos muertos en los retrovisores lideran las preferencias.

El uso de la tecnología se intensifica para aumentar la seguridad vial



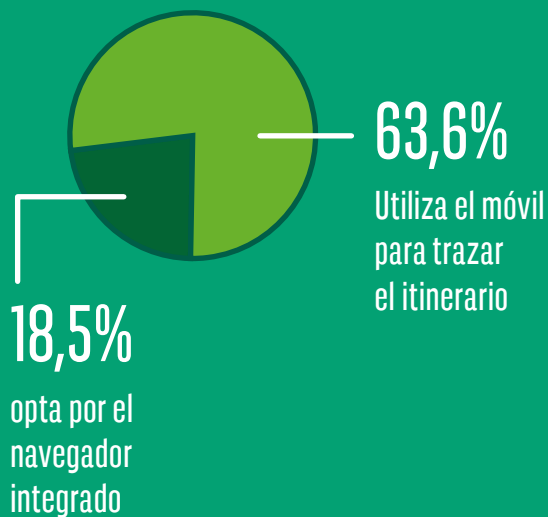
Los teléfonos inteligentes

son la herramienta por excelencia en la planificación de las rutas

Las nuevas herramientas y funcionalidades disponibles para evitar accidentes y facilitar aspectos concretos de la conducción se han convertido en un aliado habitual entre los conductores españoles

→ Destacando la ayuda en el aparcamiento

28,3%



Estos equipamientos de ayuda a la conducción están **integrados especialmente en los turismos**, con bastante diferencia frente a los vehículos comerciales



I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO

A. IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE NAVEGACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE RUTAS

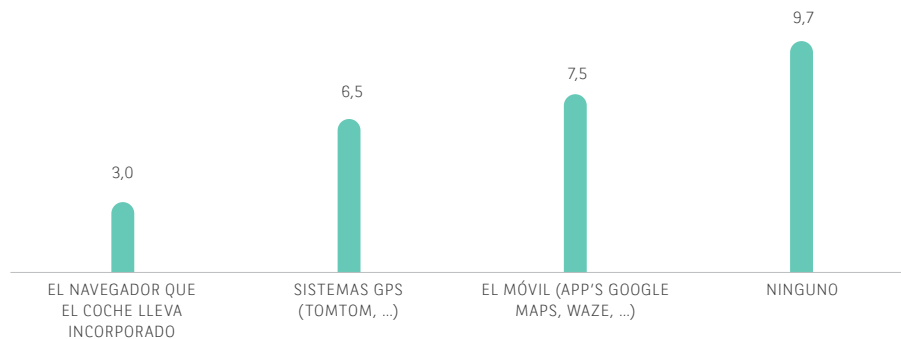
(GRÁFICO IV.1.) El teléfono móvil es el principal gestor de rutas de los conductores españoles con independencia del método utilizado para financiar la compra del vehículo o su tipología. El 63,6% utiliza el 'smartphone' para trazar el camino óptimo a su destino, mientras que el 18,5% opta por el navegador integrado en el coche, con mayor incidencia en las unidades adquiridas mediante renting y leasing. Los sistemas GPS convencen a menos del 4,5% de los viajeros, mientras que más del 13% descarta ayudas electrónicas, sobre todo en el rango de los comerciales.

GRÁFICO IV.1. IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE NAVEGACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE RUTAS (MÉTODO DE FINANCIACIÓN Y TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO). En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO IV.2.) La antigüedad del vehículo marca el sistema de orientación elegido. El navegador de serie es la principal opción para planificar la ruta en los vehículos que no alcanzan los tres años de vida, mientras que los usuarios de coches con poco más de seis años optan por los sistemas de navegación a través del GPS, a la vez que los que prefieren orientarse a través del teléfono móvil conducen unidades que superan los siete años de uso. Los modelos más envejecidos desestiman cualquier tipo de dispositivo.

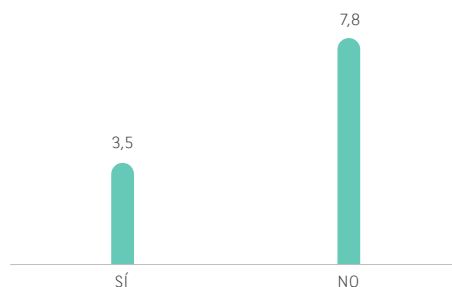
GRÁFICO IV.2. EDAD MEDIA (AÑOS) DEL VEHÍCULO SEGÚN IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE NAVEGACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE RUTAS. Fuente: Arval Mobility Observatory



B. VEHÍCULO CONECTADO

(GRÁFICO IV.3.) La conexión de vehículos mediante dispositivos telemáticos, que permiten, por ejemplo, optimizar la conducción o señalar la ubicación del automóvil en caso de incidencia, depende en gran medida de la antigüedad del modelo. Los que los integran se mantienen en un rango algo superior a los 3,5 años de vida, mientras que los coches con propietarios que rechazan este sistema o no los valoran rozan los ocho años de media.

GRÁFICO IV.3. EDAD MEDIA DEL VEHÍCULO SEGÚN IMPLANTACIÓN DE CONEXIÓN MEDIANTE SISTEMA TELEMÁTICO. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO IV.4.) La implantación de dispositivos telemáticos, que permiten optimizar la conducción y ofrecer servicios de valor añadido, como la gestión y ubicación del automóvil en caso de incidencia, no logran arraigar entre los usuarios españoles. Poco más del 18% de los coches de empresa cuentan con esta opción, con los turismos financiados mediante renting como sus principales valedores.

GRÁFICO IV.4. IMPLANTACIÓN DE DISPOSITIVO TELEMÁTICO EN EL VEHÍCULO DE EMPRESA (MÉTODO DE FINANCIACIÓN Y TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO). En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



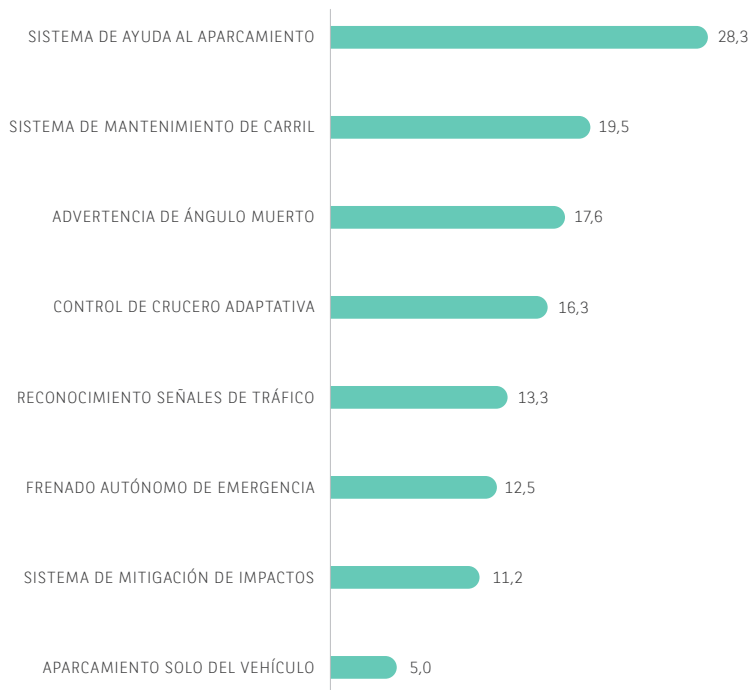
II. EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN

A. CUOTA DE INTEGRACIÓN EN EL VEHÍCULO DE LOS EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN

(GRÁFICO IV.5.) Los sistemas que advierten al conductor de cualquier situación peligrosa o inhabitual y que mejoran la experiencia al volante ganan presencia en los vehículos españoles. Entre estos equipamientos se mantiene como el más utilizado el sistema de ayuda al aparcamiento, integrado en más del 28% de los coches, a la vez que el 5% ya permite que el usuario no maniobre para estacionar. El resto de las funcionalidades están relacionadas con el manejo del vehículo en ruta, en la que destaca el aumento de más de tres puntos porcentuales en la elección de las que impiden el cambio involuntario de carril (19,5%), así como las que evitan el ángulo muerto del retrovisor (17,6%). El resto de opciones más demandadas son, las que permiten mantener una velocidad constante (16,3%), las que reconocen las señales de tráfico (13,3%), los sistemas de frenado de emergencia (12,5%), y los que permiten mitigar golpes (11,2%).

GRÁFICO IV.5. INTEGRACIÓN DE SISTEMAS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN EN EL VEHÍCULO..

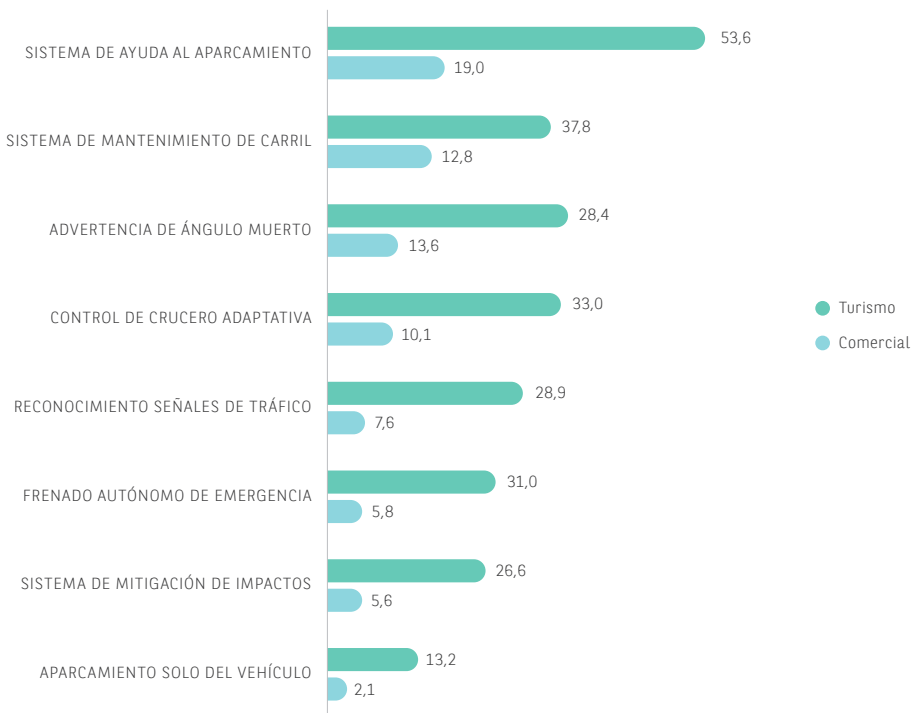
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



B. CUOTA DE INTEGRACIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO

(GRÁFICO IV.6.) Los turismos son los vehículos que en mayor medida integran los principales elementos que potencian la seguridad. Los sistemas de ayuda al aparcamiento se sitúan como los dispositivos más demandados, al estar presentes en más de la mitad, en comparación con el 19% de los comerciales. El sistema de mantenimiento de carril es la siguiente opción más solicitada, al integrarlo la mitad de los vehículos, seguida por la advertencia de ángulos muertos en el retrovisor y el control de la velocidad de crucero. El reconocimiento de las señales de tráfico, el frenado autónomo de emergencia, la mitigación de impactos y el aparcamiento autónomo son las siguientes funcionalidades más requeridas por los turismos, mientras que los comerciales las incorporan en menor medida.

GRÁFICO IV.6. INTEGRACIÓN DE EQUIPOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO.
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

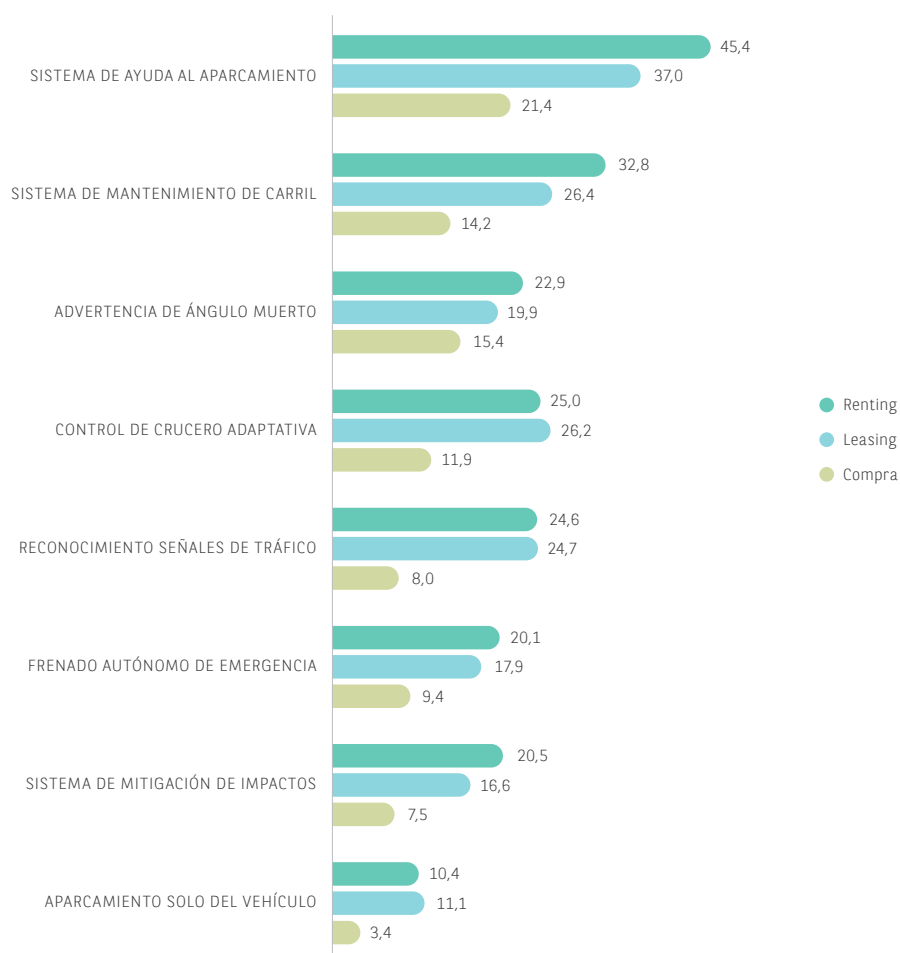


C. CUOTA DE INTEGRACIÓN EN EL VEHÍCULO DE LOS EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN EN FUNCIÓN DEL MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(GRÁFICO IV.7.) Los vehículos financiados vía renting superan al resto de modalidades en la adopción de las diferentes opciones de ayuda a la conducción, con la excepción de la velocidad de cruceo adaptativa y el aparcamiento autónomo, más implantadas en las unidades de leasing. 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 mantenimiento de carril y para controlar los ángulos muertos en el espejo son las opciones más solicitadas.

GRÁFICO IV.7. INTEGRACIÓN DE EQUIPOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN POR MÉTODO DE FINANCIACIÓN.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



MANTENIMIENTO

Los vehículos pertenecientes al parque empresarial español realizan la mayor parte de su kilometraje para labores exclusivamente laborales y la utilización para aspectos personales está cada vez más restringida. El uso del vehículo privado en España se recuperó en comparación los ejercicios precedentes, que estuvieron condicionados por las restricciones provocadas por la pandemia. La media anual superó los 24.000 kilómetros, más de la mitad realizados en vías urbanas. Lo que no varía es el aumento de la edad media del vehículo español, que supera los 13,5 años. Por el lado del mantenimiento, los talleres independientes se mantienen como la opción principal de los conductores para realizar las revisiones de seguridad, pero el mecánico oficial recupera protagonismo.

El uso del vehículo privado en España se recuperó en comparación los ejercicios precedentes, que estuvieron condicionados por las restricciones provocadas por la pandemia.

La media anual superó los

24.000
kilómetros,

más de la mitad realizados en vías urbanas





Los vehículos pertenecientes al parque empresarial

español realizan la mayor parte de su kilometraje para labores exclusivamente laborales y la utilización para aspectos personales está cada vez más restringida

Los vehículos de empresa se anotaron en 2022 un

0,98% más de recorrido

en sus contadores en comparación con el año anterior y sumaron una media de 135.900 kilómetros. Casi el 50% del parque total acumula más de 150.000 kilómetros anuales

El tramo medio de kilometraje más habitual en las compañías españolas que más aumentó porcentualmente

4,6%

en 2022 en comparación con el ejercicio anterior se situó entre los 30.000 y los 49.999 kilómetros, completado por el 26,1% de los vehículos



La renovación del parque automovilístico español se mantiene como una de las asignaturas pendientes sector



94,4%

de los coches que superan la década de vida registra más de 100.000 kilómetros

Taller multimarca

→ 65,4% prefirió esta tipología para revisiones o cambios de aceite en 2022



→ 51% Realizó una revisión completa en 2022

La red oficial más que duplicó sus porcentajes del ejercicio precedente y en 2022 atrajo al 31,6% de los cambios de neumáticos en España, aunque todavía es claro el predominio de los talleres multimarca como centro de referencia para estas actuaciones, al sumar el 65,4% de las operaciones

I. INTRODUCCIÓN

A. USO DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO V.1.) El uso del automóvil en el parque empresarial corresponde en su mayor parte a labores profesionales, ya que el 75% de los recorridos se realizan para cometidos relacionados con la actividad de las compañías. El otro 25% restante combina viajes de las firmas con requerimientos particulares.

(GRÁFICO V.2.) El uso del vehículo para viajes personales cada vez es más testimonial, ya que estas actuaciones se han reducido progresivamente en la última década, cuando algo menos de la mitad de los recorridos excedía el ámbito profesional. Las previsiones para este año es que se mantengan en los niveles inferiores a los del ejercicio anterior, los más bajos de la serie histórica.

GRÁFICO V.1. USO QUE HACE DEL VEHÍCULO. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

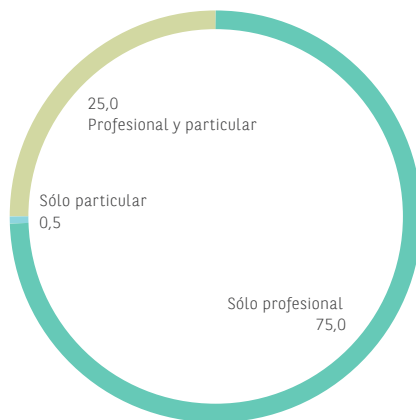
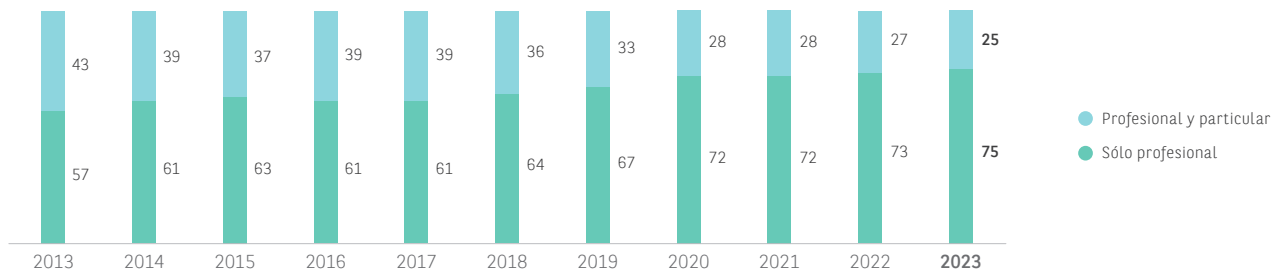


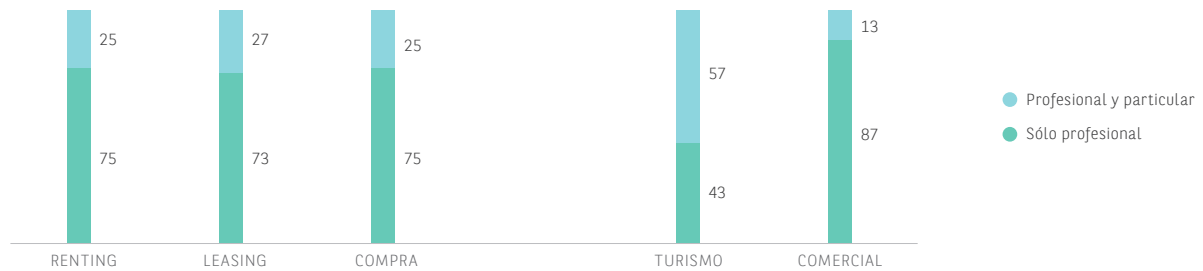
GRÁFICO V.2. EVOLUCIÓN SOBRE EL USO QUE HACE DEL VEHÍCULO. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO V.3.) El uso al que se destinan las unidades del parque empresarial español es muy similar, sin distinción del método de financiación adoptado para su adquisición. No ocurre así si se analiza la tipología del vehículo, ya que los turismos combinan en mayor medida (57%) las labores personales y profesionales, mientras que el 87% de los recorridos de los comerciales corresponden a motivos profesionales.

GRÁFICO V.3. USO QUE HACE DEL VEHÍCULO POR MÉTODO DE FINANCIACIÓN Y TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO.

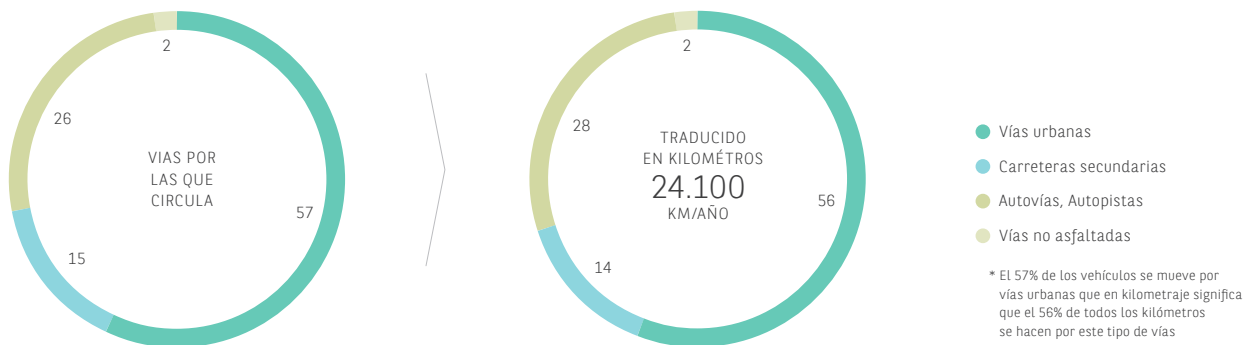
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



B. VÍAS DE CIRCULACIÓN

(GRÁFICO V.4.) La media de kilómetros anuales que recorren los vehículos de empresa españoles creció en 2022 hasta los 24.100, más de la mitad de ellos (56%) transitados en vías urbanas. El 28% de los viajes se realiza por autopistas y autovías, mientras que las carreteras secundarias registran el 14% del total. Apenas se efectúan trayectos por vías no asfaltadas.

GRÁFICO V.4. TIPO DE VÍAS DE CIRCULACIÓN. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO V.5.) Las vías urbanas son las más transitadas por los vehículos del parque empresarial español, sin importar su vía de financiación, con una ligera ventaja para los adquiridos mediante compra directa, que suman aquí el 58% de su kilometraje. Los financiados a través de leasing y renting apenas se diferencian en este aspecto en tres puntos porcentuales y son las que utilizan en mayor medida las autovías y autopistas.

GRÁFICO V.5. TIPO DE VÍAS DE CIRCULACIÓN POR MÉTODO DE FINANCIACIÓN.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



C. KILOMETRAJE ANUAL

(GRÁFICO V.6.) El tramo de kilometraje que más aumentó porcentualmente (4,6%) en 2022 en comparación con el ejercicio anterior se situó entre los 30.000 y los 49.999 kilómetros, completado por el 26,1% de los vehículos. También se convirtió en el recorrido más habitual, con escasa ventaja sobre el comprendido entre los 9.000 y los 19.999 kilómetros, realizado por el 26% de los coches, seguido con las unidades que recorrieron entre 20.000 y 29.999 kilómetros. Estos dos últimos intervalos redujeron sus porcentajes en comparación con el ejercicio previo.

Por su parte, tanto los tramos inferiores a 9.000 kilómetros, como los que superaron los 50.000, aumentaron en relación con el año anterior.

(GRÁFICO V.7.) El descenso del uso del vehículo privado en España volvió a situarse por quinto año consecutivo por debajo de los 15.000 kilómetros anuales, comportamiento en gran parte motivado por las limitaciones adoptadas por las grandes ciudades y al aumento del precio de los combustibles. A partir de ese volumen de utilización se impone el vehículo de empresa y la diferencia aumenta proporcionalmente cuanto mayor es el kilometraje anual. El tramo entre 5.000 y 10.000 kilómetros volvió a ser el más común para los particulares, con un porcentaje del 26,3%, mientras que el 34,5% de los corporativos superó los 30.000 kilómetros anuales.

GRÁFICO V.6. KILOMETRAJE ANUAL PARQUE EMPRESA 2022 VS. 2021. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

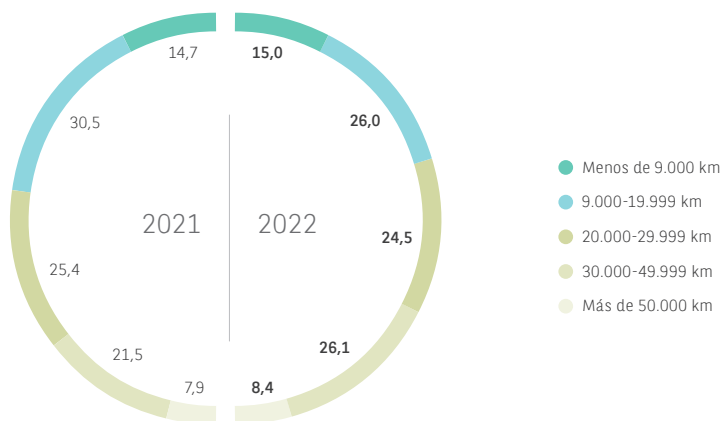
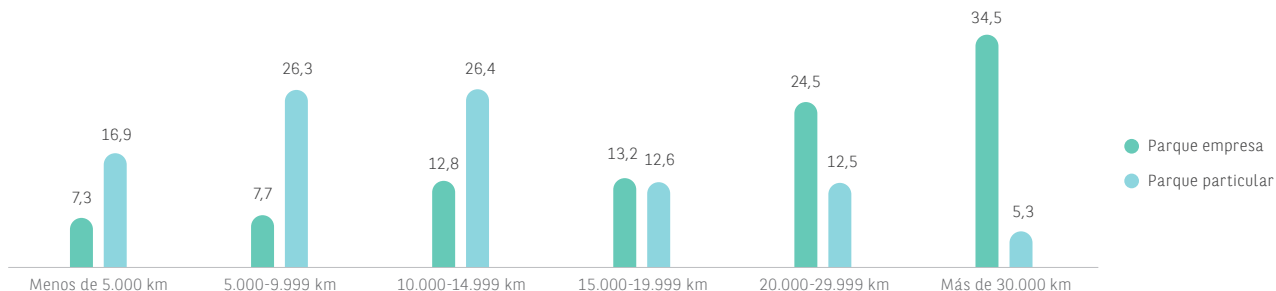


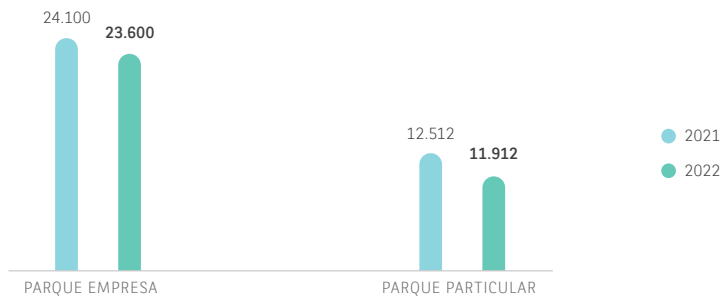
GRÁFICO V.7. KILOMETRAJE ANUAL PARQUE EMPRESA VS. PARQUE PARTICULAR. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO V.8.) Los nuevos usos sociales motivaron que el aprovechamiento del automóvil por parte de los particulares continúe su descenso. La utilización media anual de los vehículos conducidos por particulares se redujo en 600 kilómetros y se situó por debajo de los 12.000, mientras que los de empresa restaron 500 kilómetros en comparación con 2021, para situarse en 23.600 kilómetros.

GRÁFICO V.8. KILOMETRAJE MEDIO ANUAL PARQUE EMPRESA VS. PARQUE PARTICULAR 2022 Y 2021.

Fuente: Arval Mobility Observatory

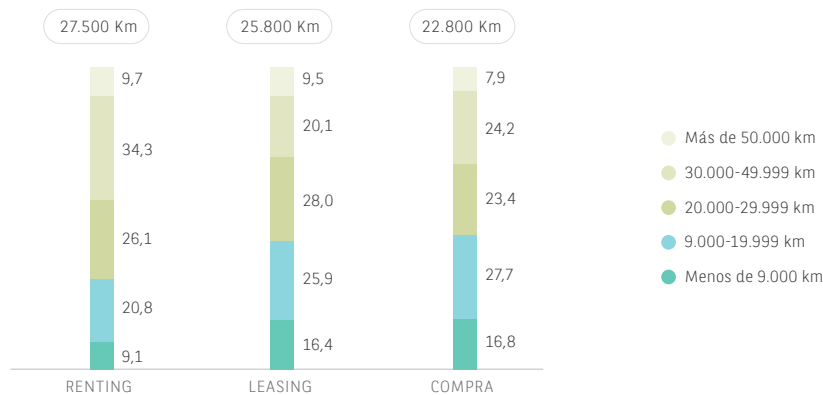


D. KILOMETRAJE ANUAL POR MÉTODO DE FINANCIACIÓN Y TIPO DE USO DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO V.9.) La franja comprendida entre 30.000 y 49.999 kilómetros anuales fue la más habitual entre los vehículos españoles financiados mediante renting (34,3%), mientras que las unidades de leasing se situaron en mayor medida en la que suma entre 20.000 y 29.999, ya que el 28% de las mismas completó esta distancia, mientras que los de compra directa se desarrollaron en mayor proporción (27,7%) en el tramo entre 9.000 y 19.999 kilómetros.

Los vehículos financiados mediante renting recorrieron una media de 27.500 kilómetros el año pasado, por delante de los de leasing, que anotaron 25.800, mientras que los de compra directa no alcanzaron los 23.000.

GRÁFICO V.9. KILOMETRAJE ANUAL POR MÉTODO DE FINANCIACIÓN. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO V.I0.) Los vehículos utilizados en exclusiva para el uso profesional recorrieron una media de 25.200 kilómetros en 2022 y coparon las franjas más amplias del recorrido, mientras que los que combinan el trabajo con trayectos particulares sumaron 20.300 kilómetros y fueron más asiduos en los tramos de menor kilometraje.

(GRÁFICO V.I1.) Un año más, los comerciales fueron los que más distancia recorrieron, con 25.200 kilómetros de media, frente a los turismos, que rodaron 4.000 kilómetros menos. Pero mientras que en los primeros el tramo más común fue el comprendido entre 30.000 y 49.999 kilómetros, en los segundos se situó en el que abarca entre 9.000 y 19.999 km.

GRÁFICO V.I0. KILOMETRAJE ANUAL POR TIPO DE USO DEL VEHÍCULO.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

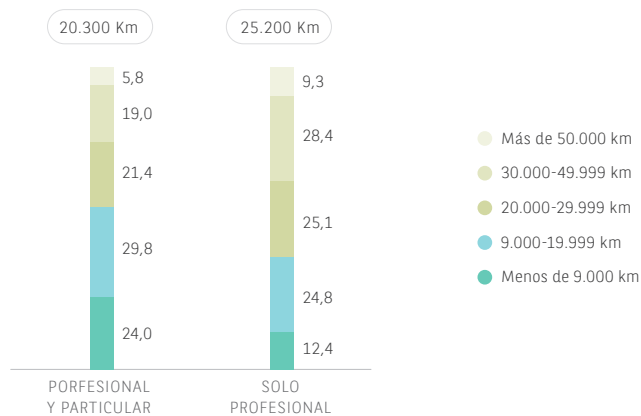
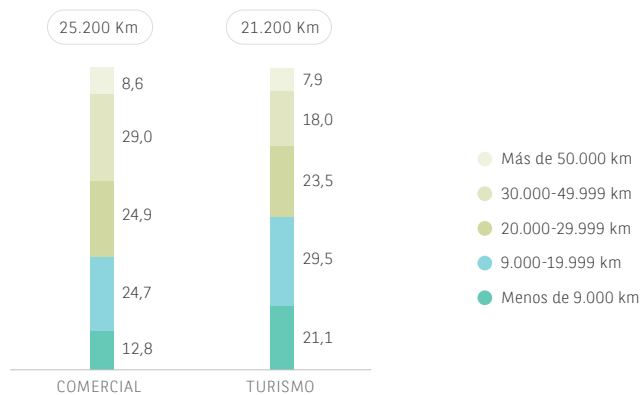


GRÁFICO V.I1. KILOMETRAJE ANUAL POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO V.12.) Los vehículos de empresa se anotaron en 2022 un 0,98% más de recorrido en sus contadores en comparación con el año anterior y sumaron una media de 135.900 kilómetros. Casi el 50% del parque total acumula más de 150.000 kilómetros anuales.

(GRÁFICO V.13.) El uso medio de los vehículos particulares y de empresa se ha igualado en los últimos años y no existen diferencias destacables en ninguno de los tramos de kilometraje. El 48,3% de las unidades del parque corporativo supera los 150.000 kilómetros anuales, por el 48,1% de los particulares. El vehículo de empresa se impone en las franjas con recorridos acumulados comprendidos entre 25.000 y 74.000 kilómetros.

GRÁFICO V.12. KILOMETRAJE ACUMULADO DE LOS VEHÍCULOS DE EMPRESA.
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

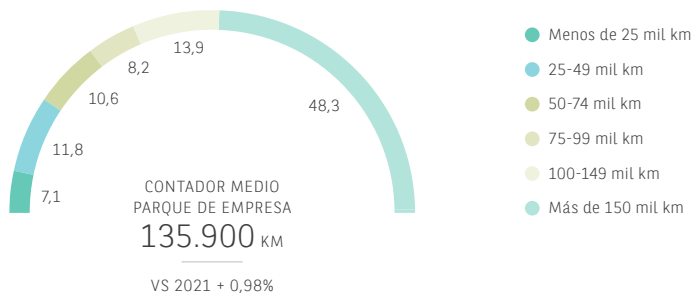
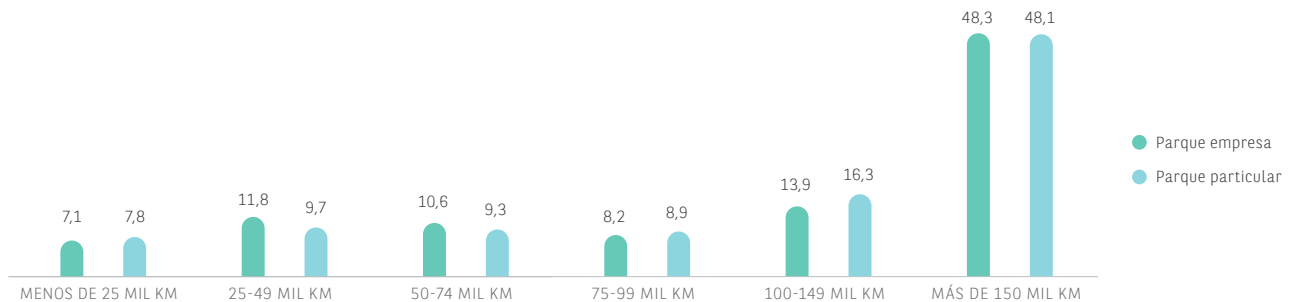
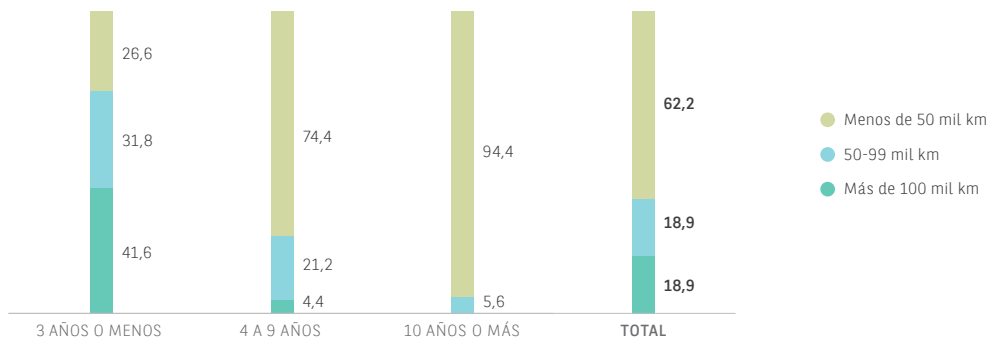


GRÁFICO V.13. KILOMETRAJE ACUMULADO PARQUE EMPRESA VS. PARQUE PARTICULAR.
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO V.14.) La escasa renovación del parque automovilístico español se mantiene como una de las asignaturas pendientes del sector. Según los últimos datos disponibles, la edad media de las unidades que circulan por las carreteras españolas supera los 13,5 años, por lo que más del 62% del total ha recorrido más de 100.000 kilómetros. El 94,4% de los coches que superan la década de vida ha superado esta cifra en sus contadores, por un 74,5% que la completa antes de alcanzar esta antigüedad. Solo un 19% de las unidades suma menos de 50.000 kilómetros.

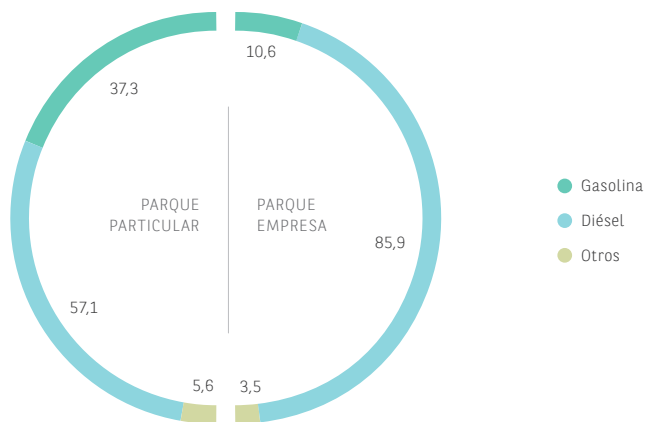
GRÁFICO V.14. KILOMETRAJE ACUMULADO POR ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



E. TIPO DE MOTOR

(GRÁFICO V.15.) El vehículo con motorización diésel mantiene su hegemonía tanto en el parque de empresas como en el particular. Casi el 86% de las compañías eligió vehículos impulsados por este este combustible, que también fue la opción preferente para algo más del 57% de los usuarios privados. La gasolina apenas fue utilizada por el 10,6% de los coches corporativos.

GRÁFICO V.15. TIPO DE MOTOR PARQUE EMPRESA VS. PARQUE PARTICULAR. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



F. CONTRATO DE MANTENIMIENTO

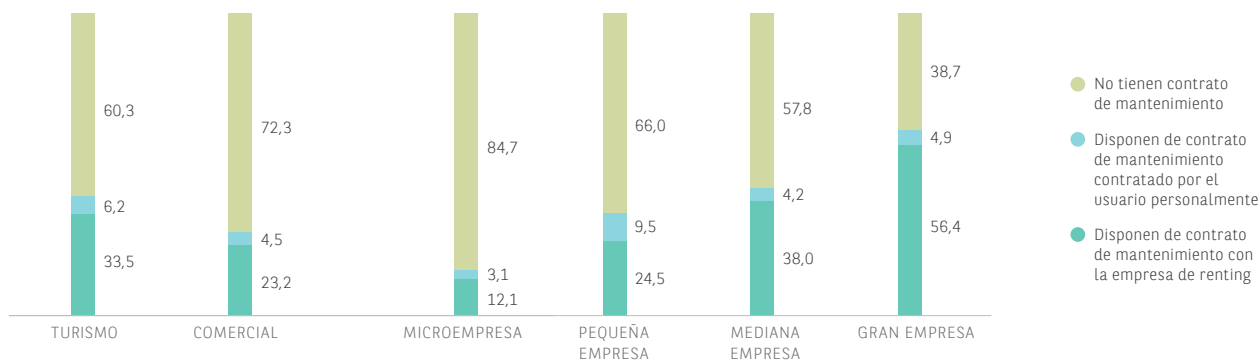
(GRÁFICO V.16.) El contrato de mantenimiento del vehículo es una opción descartada por la mayoría de los usuarios (69,2%). De los que se deciden por su utilización, el 25,9% lo hace a través de su empresa de renting y solo un 5% lo negocia de manera personal.

(GRÁFICO V.17.) La contratación de servicios de mantenimiento es una práctica vinculada en mayor medida a las grandes corporaciones que utilizan el renting como método de financiación. El 56,4% optó por suscribirlo, frente al 38% de las empresas medianas, el 24,5% de las pequeñas y el 12,1% de las microempresas. Por modalidad de vehículo, el 33,5% de los turismos lo negoció con su firma de renting, por un 23,2% de los comerciales.

GRÁFICO V.16. POSESIÓN DE CONTRATO DE MANTENIMIENTO. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



GRÁFICO V.17. POSESIÓN DE CONTRATO DE MANTENIMIENTO POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO Y MAGNITUD DE LA EMPRESA. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



II. NEUMÁTICOS

A. NECESIDAD DE CAMBIAR NEUMÁTICOS EN 2022

(GRÁFICO V.18.) El porcentaje de coches que acometió el pasado año un cambio de neumáticos creció levemente en 2022 en comparación con el ejercicio precedente, al aumentar el uso y la antigüedad de las gomas. Aun así, el 51,7% de los propietarios de vehículos eludió la sustitución de este componente.

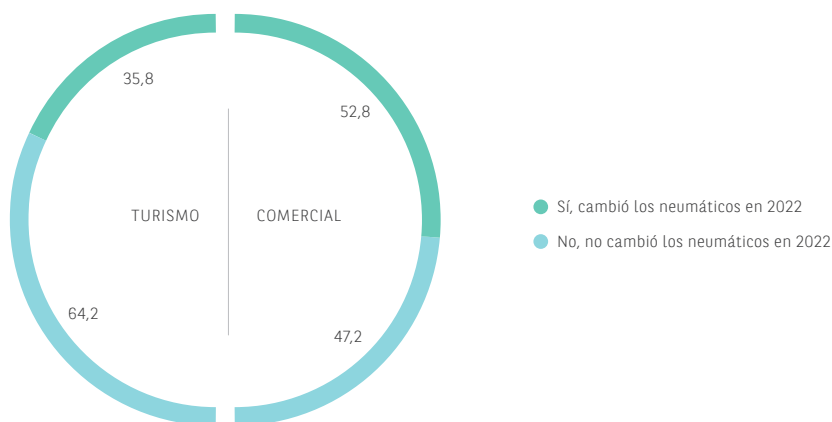
GRÁFICO V.18. CAMBIO DE NEUMÁTICOS EN 2022. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



B. NECESIDAD DE CAMBIO DE NEUMÁTICOS POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO

(GRÁFICO V.19.) En función de la clase de vehículo, más de la mitad de los comerciales (52,8%) decidió realizar un cambio de neumáticos, frente al 35,8% de los turismos.

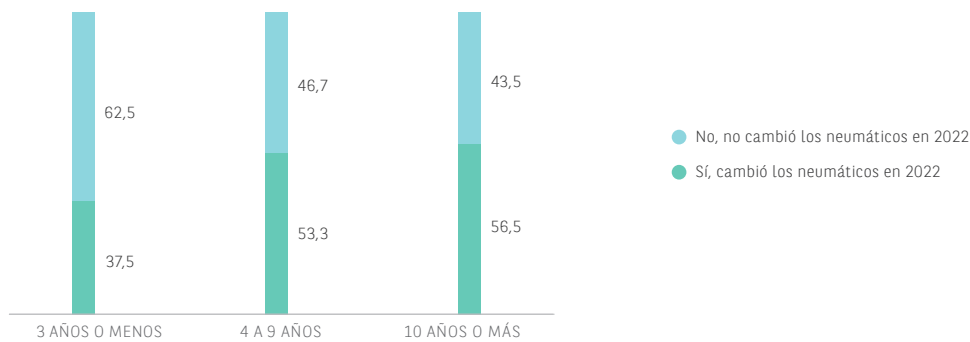
GRÁFICO V.19. CAMBIO DE NEUMÁTICOS POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



C. NECESIDAD DE CAMBIO DE NEUMÁTICOS SEGÚN EDAD DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO V.20.) Los vehículos más modernos fueron los que en menor medida necesitaron un cambio de neumáticos, al contar con un desgaste inferior. De este modo, apenas el 37,5% de las unidades con menos de tres años de antigüedad tuvo que renovar las gomas en 2022, porcentaje que ascendió hasta el 53,9% en las que contaban entre cuatro y nueve años de edad y hasta el 56,5% en las que superaron la década de vida.

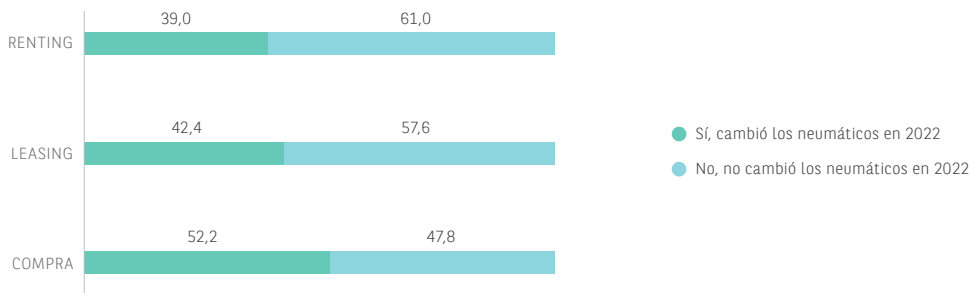
GRÁFICO V.20. CAMBIO DE NEUMÁTICOS POR EDAD DEL VEHÍCULO. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



D. NECESIDAD DE CAMBIO DE NEUMÁTICOS SEGÚN EL MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(GRÁFICO V.21.) En relación con el método de financiación, poco menos de la mitad de los vehículos adquiridos a través de compra directa pasaron por el taller para cambiar los neumáticos, al igual que el 42,4% de los que se financiaron a través de leasing y el 39% de los de renting.

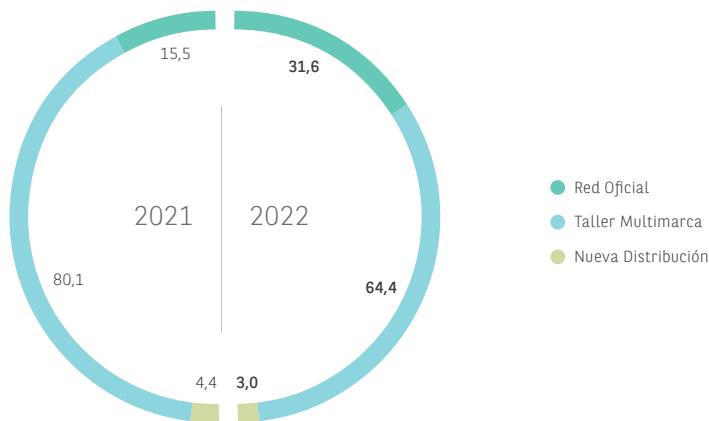
GRÁFICO V.21. CAMBIO DE NEUMÁTICOS POR MÉTODO DE FINANCIACIÓN. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



E. LUGAR DE REPARACIÓN

(GRÁFICO V.22.) La red oficial más que duplicó sus porcentajes del ejercicio precedente y en 2022 atrajo al 31,6% de los cambios de neumáticos en España, aunque todavía es claro el predominio de los talleres multimarca como centro de referencia para estas actuaciones, al sumar el 65,4% de las operaciones. Los centros de nueva distribución también cedieron cuota, al atender sólo al 3% restante.

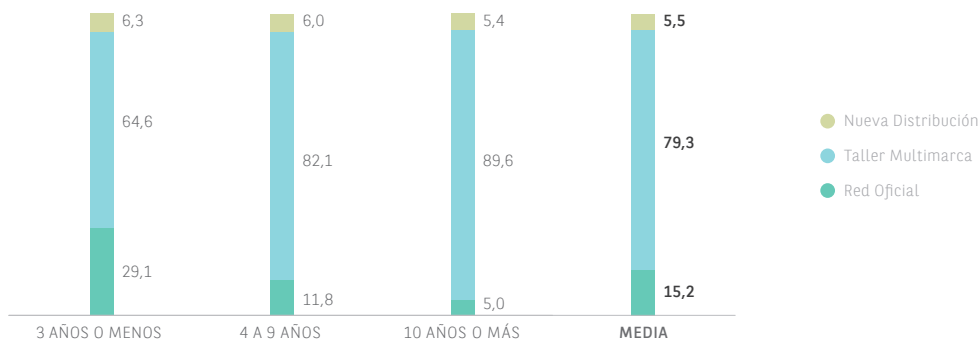
GRÁFICO V.22. CENTRO DE REPARACIÓN ELEGIDO PARA EL CAMBIO DE NEUMÁTICOS - COMPARATIVA 2022 VS. 2021.
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



F. ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO SEGÚN EL CANAL DE CAMBIO DEL NEUMÁTICO

(GRÁFICO V.23.) La antigüedad del vehículo no es determinante a la hora de elegir el taller en el que realizar un cambio de gomas, ya que la opción de los talleres multimarca se impone sin importar los años de rodaje, si bien es cierto que el 29% de las unidades con menos de tres años de vida optó por la red oficial. En todos los tramos de edad la opción del taller multimarca se impone con claridad.

GRÁFICO V.23. ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO QUE ACUDE AL CENTRO DE MANTENIMIENTO PARA CAMBIO DE NEUMÁTICO.
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

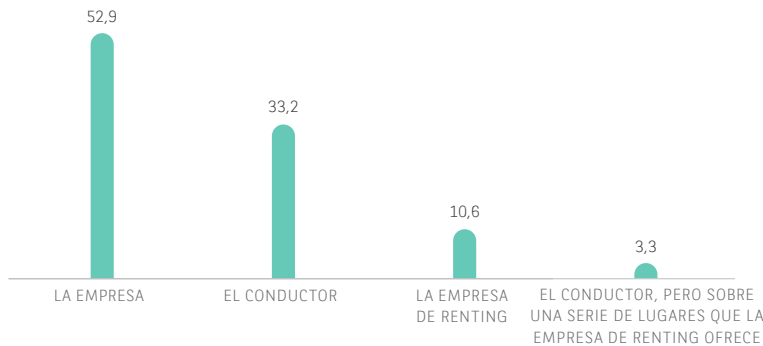


G. DECISIÓN DE LA ELECCIÓN DEL TALLER

(GRÁFICO V.24.) 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 (52,9%), mientras que la capacidad de elección del conductor prevalece en el 33,2% de los casos. Las firmas de renting eligieron centro un 10,6% de las oportunidades, mientras que sugirieron opciones al usuario en otro 3,3%.

GRÁFICO V.24. QUIÉN DECIDE LA ELECCIÓN DEL CENTRO DE REPARACIÓN PARA EL CAMBIO DE NEUMÁTICOS.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

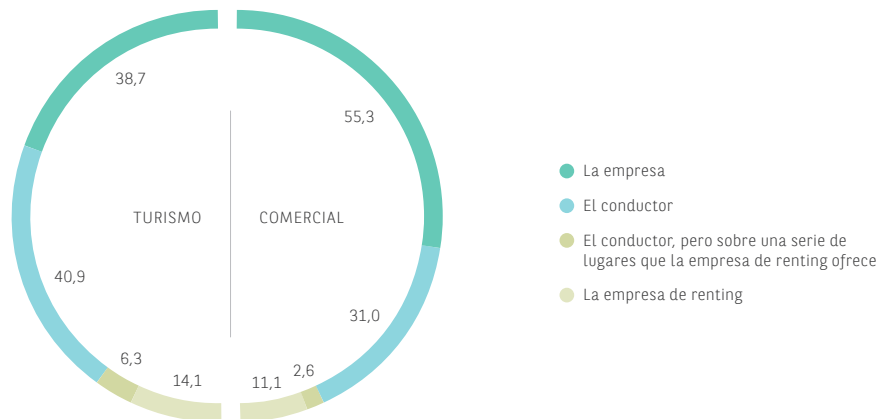


H. DECISIÓN DE LA ELECCIÓN DEL TALLER SEGÚN EL TIPO DE VEHÍCULO

(GRÁFICO V.25.) En función del tipo de vehículo, las empresas propietarias de comerciales fueron las que en mayor medida (55,3%) adoptaron la decisión de elegir el centro de reparación, por delante del criterio del conductor (31%). En el caso de los turismos fue el chófer el que eligió taller en el 41% de las ocasiones, mientras que la compañía lo hizo en el 39% de los casos.

GRÁFICO V.25. DECISIÓN DEL CENTRO DE REPARACIÓN SEGÚN EL TIPO DE VEHÍCULO.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

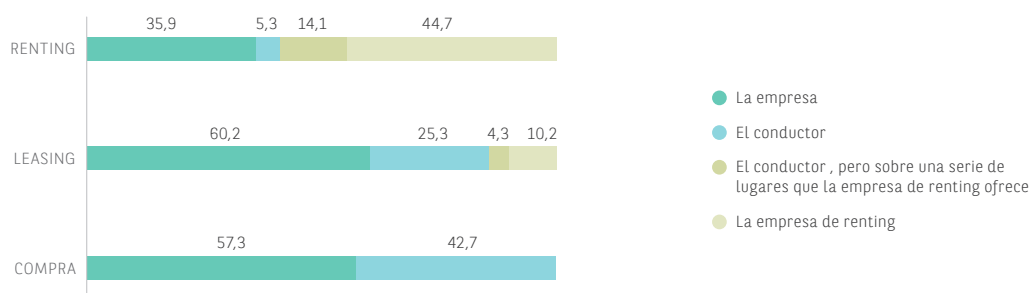


I. DECISIÓN DE LA ELECCIÓN DEL TALLER SEGÚN EL MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(GRÁFICO V.26.) Las empresas son las encargadas de elegir 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 superó el 60%, por el 57% de los de compra directa y el 36% de los de renting. En esta última modalidad, las firmas hicieron valer su opinión casi el 45% de las oportunidades.

GRÁFICO V.26. DECISIÓN DEL CENTRO DE REPARACIÓN SEGÚN EL MÉTODO DE FINANCIACIÓN.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



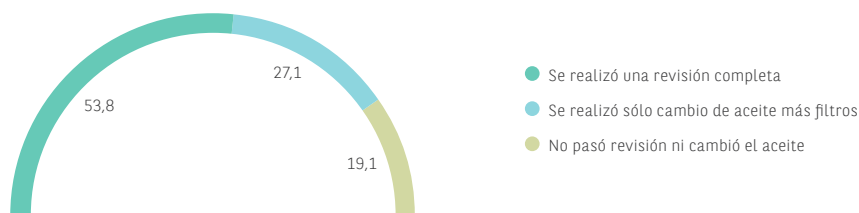
III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO

A. REVISIÓN O CAMBIO DE ACEITE DEL VEHÍCULO EN 2022

(GRÁFICO V.27.) Realizar una revisión completa para evitar complicaciones futuras es una elección que convenció a más de la mitad de los vehículos de empresa en 2022, mientras que un 27% optó por el cambio de aceite y los filtros. El 19% de las unidades no acudieron al servicio técnico en todo el ejercicio.

GRÁFICO V.27. PASÓ EL VEHÍCULO ALGUNA REVISIÓN O HIZO ALGÚN CAMBIO DE ACEITE EN 2022.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

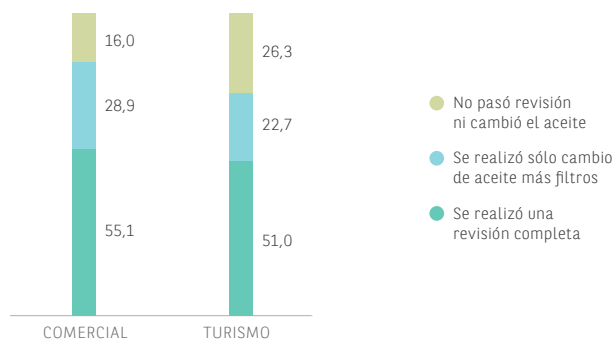


B. POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO

(GRÁFICO V.28.) Por tipo de vehículo, los comerciales acudieron en mayor medida al taller que los turismos durante el pasado año. El 55% de los primeros realizaron revisiones más exhaustivas en comparación con el 51% de los segundos. Solo el 22,7% de los turismos restantes realizó un servicio básico como el cambio de aceite, frente al 29,9% de los comerciales. Destaca que el 26,4% de los turismos no realizó ningún tipo de actuación en el taller.

GRÁFICO V.28. REVISIÓN O CAMBIO DE ACEITE POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

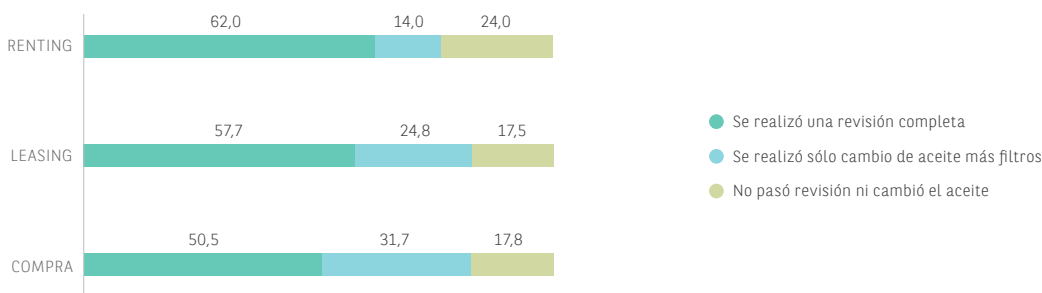


C. SEGÚN MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(GRÁFICO V.29.) Con respecto al método de financiación, los vehículos de renting fueron los más propensos a contratar revisiones completas (62%), aunque también sumaron la mayor proporción de coches que no acudió al taller (24%) debido al intervalo mayor de los mantenimientos en los nuevos, más numerosos en el parque de renting. El 57,7% de las unidades de leasing y el 50,5% de las de compra también optaron por actuaciones preventivas. El porcentaje de vehículos comprados de forma directa que optó por servicios básicos, como el cambio de aceite, como medida de mantenimiento sumó el 31,7%, por el 24,8% del leasing y el 14% del renting.

GRÁFICO V.29. REVISIÓN O CAMBIO DE ACEITE POR MÉTODO DE FINANCIACIÓN.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

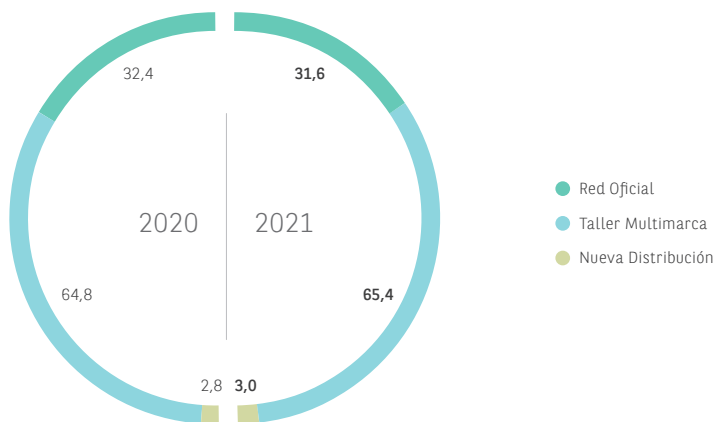


D. LUGAR DE REPARACIÓN

(GRÁFICO V.30.) El taller multimarca mantuvo intacta la cuota en las preferencias para la revisión o cambio de aceite del vehículo de empresa y se consolidó como la principal opción, ya que esta modalidad es la elegida por el 65,4% de los vehículos. Poco menos de un tercio de las unidades optó por la red oficial, que cedió algo menos de un punto porcentual de cuota.

GRÁFICO V.30. REVISIÓN O CAMBIO DE ACEITE POR LUGAR DE REALIZACIÓN - COMPARATIVA 2022 VS. 2021.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

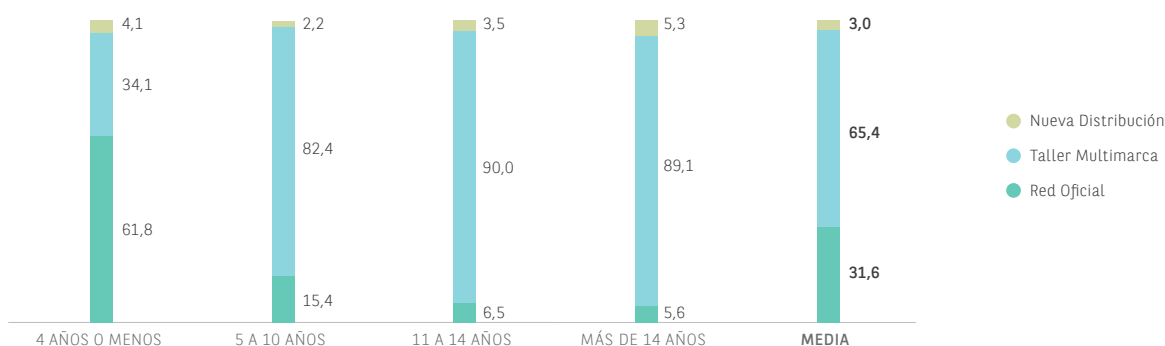


E. ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO SEGÚN EL CANAL DE REALIZACIÓN DEL MANTENIMIENTO

(GRÁFICO V.31.) Los vehículos con menos de cuatro años de vida son los que en mayor medida acuden a la red oficial para realizar las labores de mantenimiento, al sumar casi el 62% de las ocasiones, ya sea para conservar la garantía del fabricante o por aceptar las ofertas de la casa matriz. Una vez cumplido este primer lapso, el 82,4% ya opta por acudir al taller independiente. En el cómputo general de la vida del vehículo, menos de un tercio de las unidades se mantiene fiel a la casa fabricante, mientras que el 65,4% acude a un espacio multimarca y solo el 3% opta por la nueva distribución.

GRÁFICO V.31. ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO QUE ACUDE AL CENTRO DE MANTENIMIENTO PARA REALIZACIÓN DE MANTENIMIENTO.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

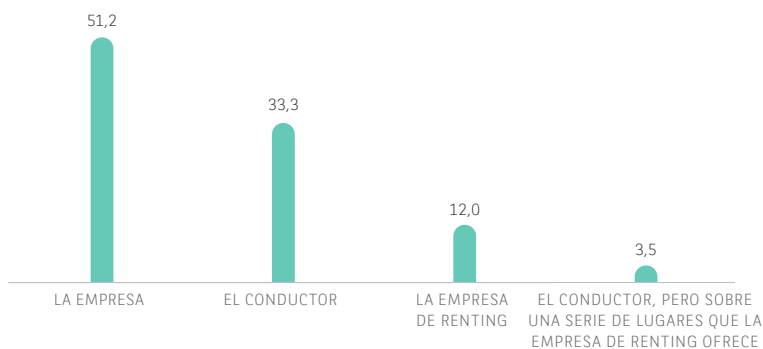


F. DECISIÓN DEL LUGAR DE REALIZACIÓN DEL MANTENIMIENTO

(GRÁFICO V.32.) La elección del lugar para efectuar las reparaciones corresponde a la empresa en más de la mitad de las ocasiones, mientras que el conductor impone su criterio en el 33%. Las firmas de renting deciden un 12% de las visitas e influyen en otro 3,5%.

GRÁFICO V.32. QUIÉN DECIDE LA ELECCIÓN DEL CENTRO DE REPARACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL MANTENIMIENTO.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory





DAÑOS Y REPARACIONES EN EL VEHÍCULO DE EMPRESA

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



Los vehículos que circulan por las carreteras españolas apenas acuden al taller de media dos veces al año

Los talleres independientes se mantienen como la opción preferida para reparar las unidades más longevas

→ Los vehículos entre 6 y 9 años son los que acuden con mayor asiduidad al mecánico, con una media de

2,06 visitas al año



La mayor utilización de los vehículos comerciales les aboca a realizar **un número superior de reparaciones**

(1,9) que los turismos (1,7), al sufrir un desgaste más pronunciado

Los turismos con menor rodaje **son los que más acuden al taller**



(43,1%), en gran parte para cumplir con las revisiones y poder mantener la garantía del fabricante

→ Siendo la casa oficial el lugar elegido para ello. (58,1%)

→ La modalidad de terceros ← un año más se configura como el tipo de cobertura de seguro elegida de forma mayoritaria

El todo riesgo con franquicia se mantiene en el mismo dato que el año pasado: el 24% del parque particular cuenta con esta modalidad de seguro



Vehículos particulares

64,3%

VS.

Vehículos corporativos

48,2%

I. REPARACIONES

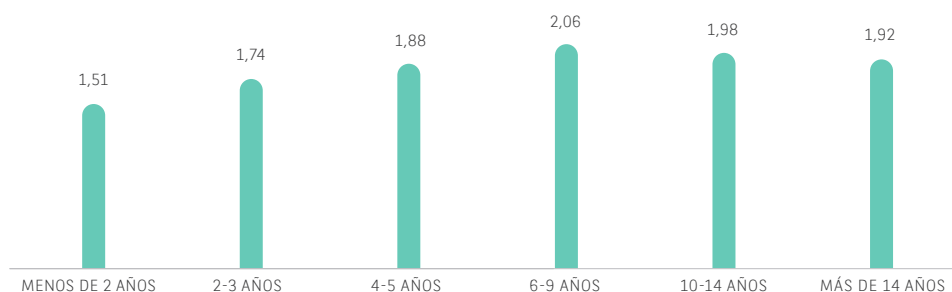
A. ENTRADAS AL TALLER SEGÚN EDAD DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO VI.1.) Los vehículos que suman más de seis años de edad son los que más entradas contabilizan en el taller, en especial en el tramo que alcanza hasta los nueve años de vida, con una media de 2,06 entradas anuales.

Esta media desciende (1,98) entre los que superan la década de antigüedad, para bajar de nuevo cuando alcanzan los 14 años (1,92), algo por encima de los que cuentan con un lustro de vida (1,88). Los modelos de reciente adquisición apenas acuden para acciones de mantenimiento, mientras que los que cuentan entre dos y tres años acuden en 1,74 ocasiones.

GRÁFICO VI.1. NÚMERO MEDIO DE VISITAS ANUALES EN BASE A LA ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO.

Fuente: Arval Mobility Observatory

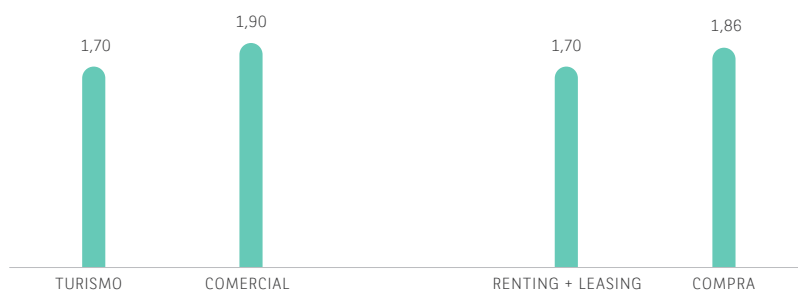


B. ENTRADAS AL TALLER SEGÚN TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO Y MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(GRÁFICO VI.2.) La mayor utilización de los vehículos comerciales les aboca a realizar un número superior de reparaciones (1,9) que los turismos (1,7), 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 (1,86) que los financiados mediante leasing y renting, que suman 1,7 entradas.

GRÁFICO VI.2. NÚMERO MEDIO DE VISITAS POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO Y MÉTODO DE FINANCIACIÓN.

Fuente: Arval Mobility Observatory



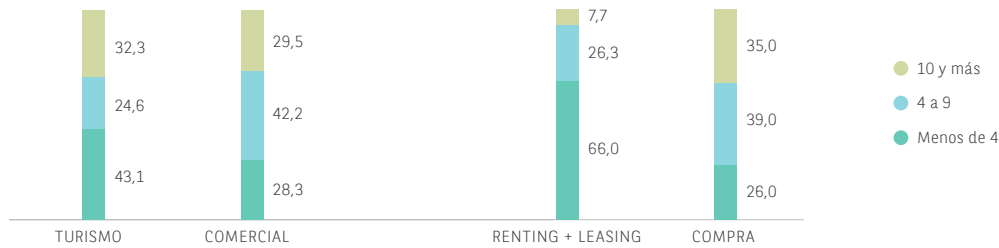
C. ENTRADAS AL TALLER SEGÚN EDAD POR TIPOLOGÍA DEL VEHÍCULO Y MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(GRÁFICO VI.3.) Por tipología, los turismos de menor edad son los que más acuden al taller (43,1%), en gran parte para cumplir con las revisiones y poder mantener la garantía del fabricante, mientras que en el caso de los comerciales el mayor número de visitas (42,2%) se produce una vez superada la barrera de los cuatro años de vida del vehículo.

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 antigüedad. A partir de ese momento, los automóviles en propiedad se ven obligados a acudir al taller con mayor asiduidad.

GRÁFICO VI.3. VISITAS AL TALLER SEGÚN EDAD VEHÍCULO POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO Y MÉTODO DE FINANCIACIÓN.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

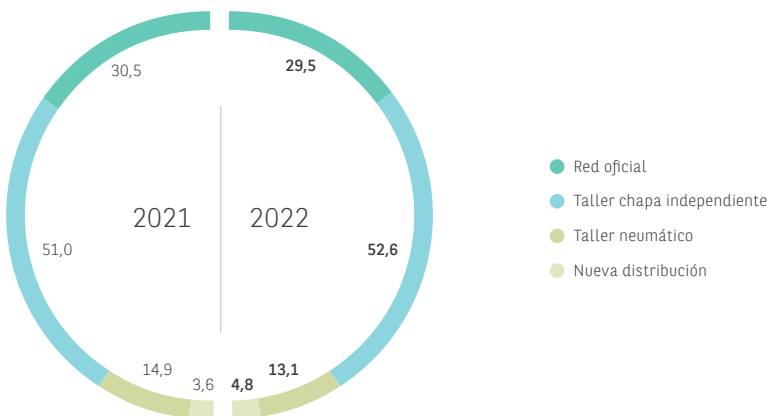


D. LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA REPARACIÓN

(GRÁFICO VI.4.) El taller de chapa independiente se mantuvo el pasado año como la opción preferida por más de la mitad las empresas para reparar sus vehículos y aumentó el porcentaje de los que la eligieron en comparación con 2021, hasta alcanzar el 52,6% de las visitas. La red oficial se resintió de esta tendencia y cedió hasta el 29,5%.

GRÁFICO VI.4. ELECCIÓN DEL LUGAR DONDE REALIZAR LA REPARACIÓN 2022 VS. 2021.

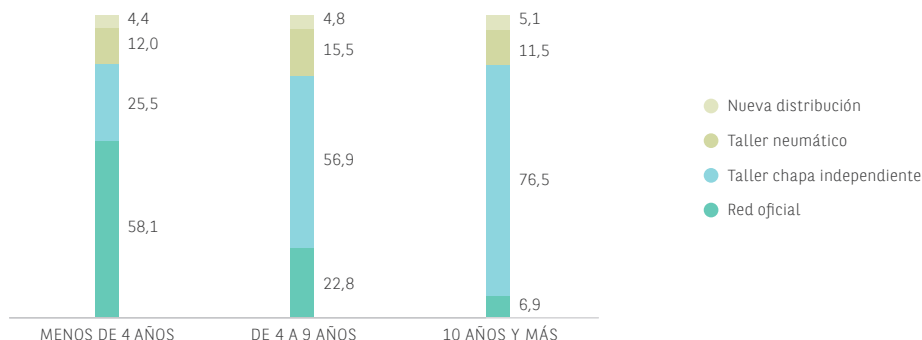
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VI.5.) La elección del lugar de reparación está directamente relacionada con antigüedad del vehículo. Los nuevos modelos acuden a la casa oficial (58,1%), mientras que casi el 57% de los que cuentan entre cuatro y nueve años optan por el taller independiente, porcentaje que crece hasta el 76,5% cuando se superan los diez años de uso, franja en la que la visita al taller oficial se sitúa en el 6,9%.

GRÁFICO VI.5. ELECCIÓN DEL LUGAR DE REPARACIÓN EN BASE A LA ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

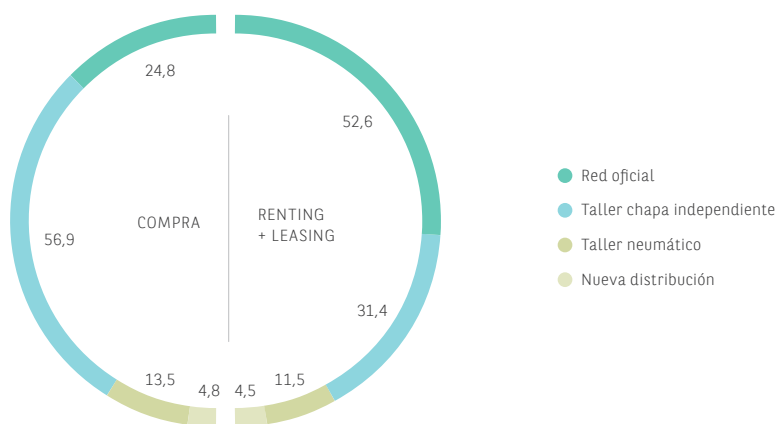


E. LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA REPARACIÓN EN FUNCIÓN DEL MÉTODO DE FINANCIACIÓN Y ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO VI.6.) Si se toma como referencia el método de financiación del vehículo, algo más de la mitad de los modelos adquiridos vía renting o leasing confían en el taller oficial, mientras que el 56,9% de los adquiridos de forma directa se decantan por mecánicos independientes para las reparaciones, modalidad también elegida por el 31,4% de los coches financiados por ambas modalidades. En el resto de las opciones apenas hay variaciones.

GRÁFICO VI.6. ELECCIÓN DEL LUGAR DE REPARACIÓN EN BASE AL MÉTODO DE FINANCIACIÓN DEL VEHÍCULO - LEASING + RENTING VS. COMPRA. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VI.7.) El resultado de cruzar la antigüedad de los vehículos con su método de financiación revela que la red oficial acapara el 65% de las visitas de los automóviles de reciente fabricación financiados vía renting o leasing, mientras que la mitad (49,1%) de los que ya suman entre cuatro y nueve años de edad se decanta por el taller autónomo, lo que deja la cuota de la casa matriz del vehículo por encima del 34,7% en este segmento. Superada la década de vida, los talleres independientes reciben casi el 79% de las unidades.

(GRÁFICO VI.8.) Algo más de la mitad de los vehículos en propiedad acude a la red oficial en sus primeros años de funcionamiento, para pasar el testigo a los talleres independientes a partir del cuarto ejercicio para las labores de mantenimiento y reparación. Las casas de reparación dedicadas al cambio de neumáticos acumulan el 16% de visitas al superar el cuatrienio de vida.

GRÁFICO VI.7. ELECCIÓN DEL LUGAR DE REPARACIÓN EN BASE A LA ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO - LEASING + RENTING.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

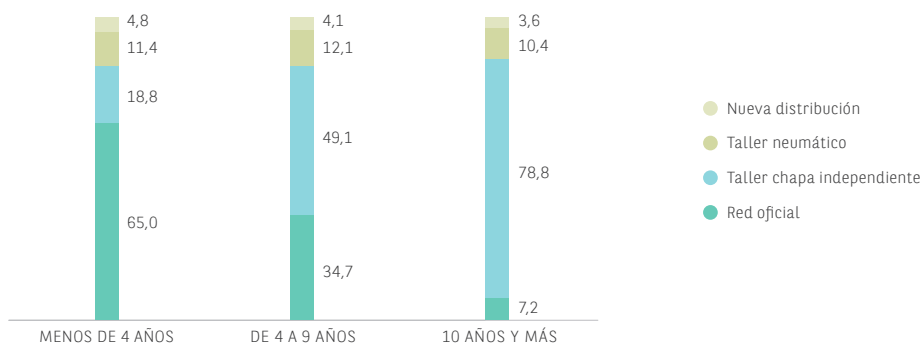
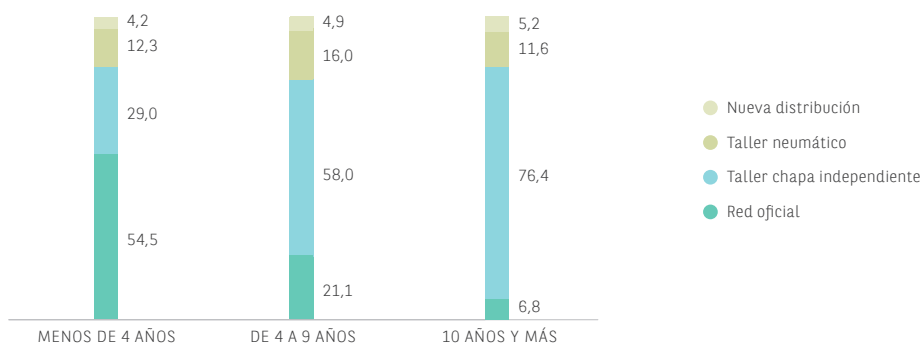


GRÁFICO VI.8. ELECCIÓN DEL LUGAR DE REPARACIÓN EN BASE A LA ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO - COMPRA.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

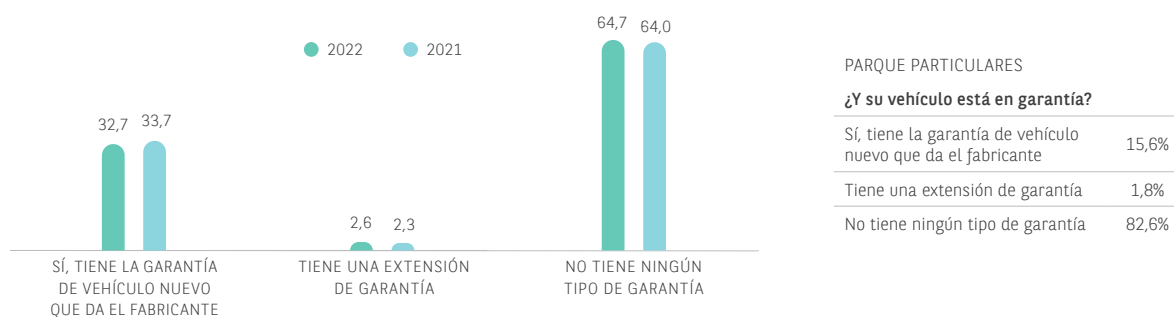


II. GARANTÍA

A. VEHÍCULO EN GARANTÍA

(GRÁFICO VI.9.) Disponer de algún tipo de garantía no es una norma habitual en la mayoría de los vehículos. En 2022 solo el 32,7% de las unidades del parque empresarial contaban con el respaldo oficial del fabricante, un punto porcentual menos que el año anterior, y apenas el 2,6% realizaron una extensión. En el caso de los particulares se acrecienta la reticencia a contratar este tipo de servicios, ya que el 82,6% no disponían de ningún tipo de garantía (en comparación con el 64,7% de los vehículos de empresa), sólo el 15,6% contaban con la que facilita el fabricante cuando el vehículo es nuevo y apenas el 2% optaron por ampliarla.

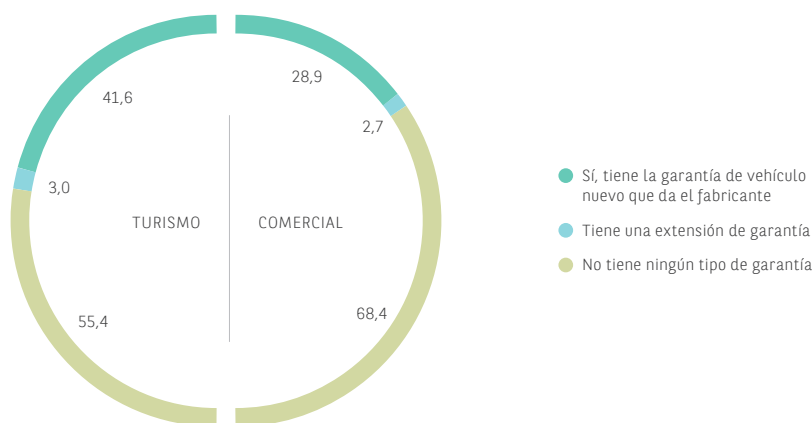
GRÁFICO VI.9. GARANTÍA DEL VEHÍCULO DE EMPRESAS - 2022 VS. 2021. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



B. GARANTÍA EN FUNCIÓN DEL TIPO DE VEHÍCULO

(GRÁFICO VI.10.) Por tipo de vehículo, el 41,6% de los turismos poseen la garantía que le ofrece el fabricante y apenas alcanzan el 3% los que optan por extenderla. En el caso de los comerciales, únicamente un 28,9% están cubiertos por la garantía de fábrica y el 2,7% la prolongan.

GRÁFICO VI.10. GARANTÍA SEGÚN EL TIPO DE VEHÍCULO. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



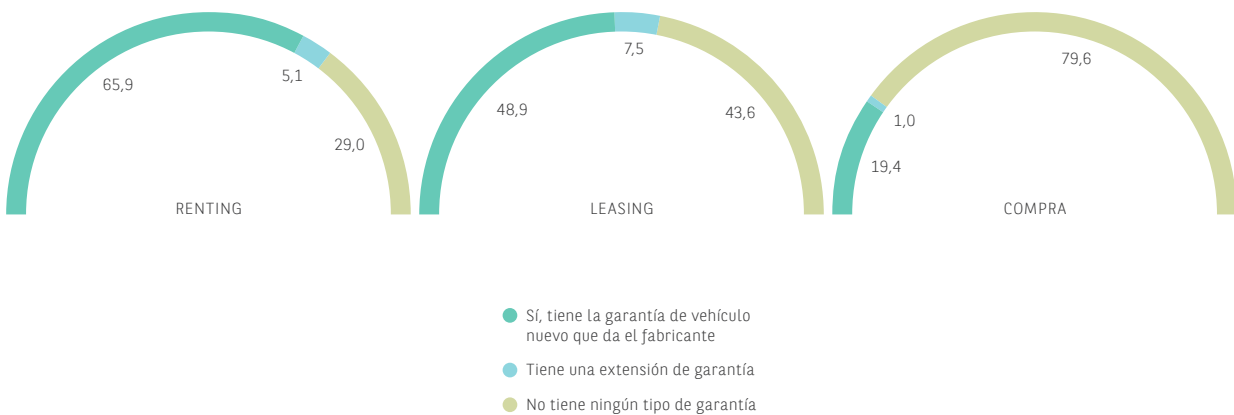


C. GARANTÍA EN FUNCIÓN DEL MÉTODO DE FINANCIACIÓN DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO VI.11.) Los vehículos que utilizan el renting como método de financiación son los que poseen la garantía que ofrece el fabricante en mayor medida, presente en casi el 66%. Por contraposición, el 79,6% de los de compra directa prescinden de esta opción de seguridad. Menos de la mitad de los coches que acudieron al leasing está cubierto por la casa matriz, aunque en este caso son los que suman el mayor porcentaje de los que contratan extensiones para posibles contingencias mecánicas (7,5%).

GRÁFICO VI.11. GARANTÍA SEGÚN MÉTODO DE FINANCIACIÓN DEL VEHÍCULO.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



III. SEGURO

A. TIPO DE SEGURO

(GRÁFICO VI.12.) La modalidad de terceros se mantiene como el tipo de cobertura de seguro preferida tanto para los vehículos particulares (64,3%) como por los corporativos (48,2%). La protección a todo riesgo con franquicia es solicitada por más del 27% del parque empresarial y del 24% de los particulares. El todo riesgo sin franquicia es más común entre la flota corporativa.

(GRÁFICO VI.13.) La contratación del seguro a terceros se mantuvo en 2022 como la opción dominante en el parque de vehículos corporativos, aunque cedió algo más de un punto porcentual en comparación con el año anterior. El todo riesgo con franquicia ganó adeptos para agrupar más del 27% del parque empresarial, mientras que la modalidad que carece de ella se situó en el 24,7%.

GRÁFICO VI.12. TIPO DE SEGURO PARQUE EMPRESA VS. PARQUE PARTICULAR.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

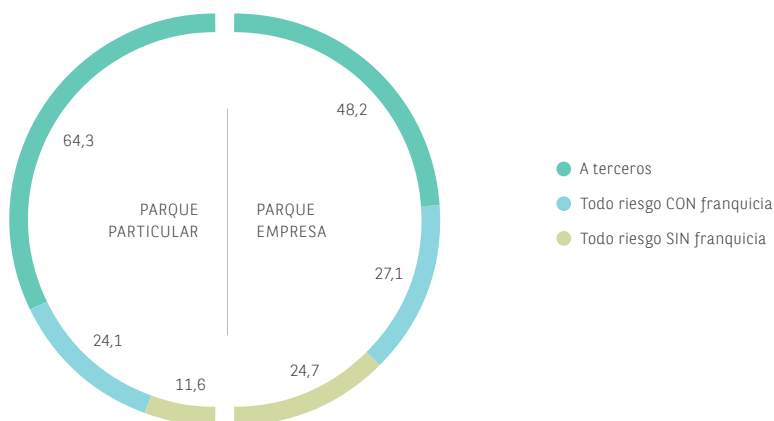
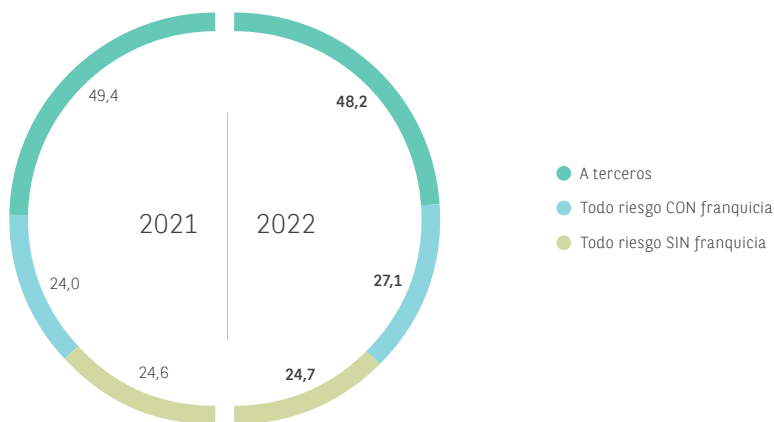


GRÁFICO VI.13. TIPO DE SEGURO EN PARQUE EMPRESA - COMPARATIVA 2022 VS. 2021.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

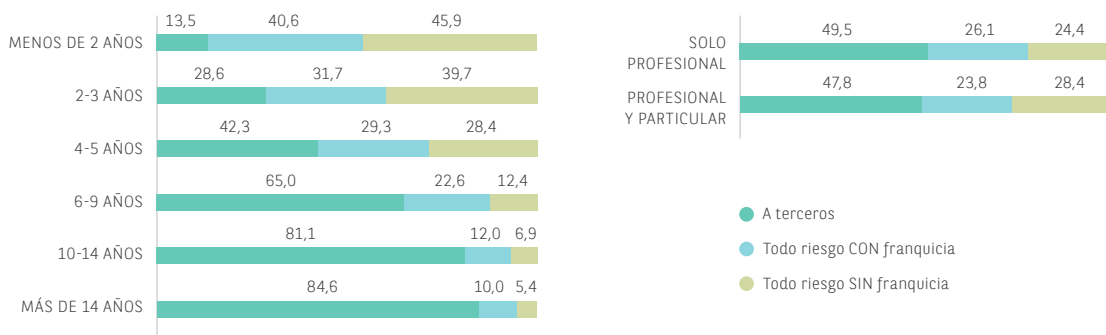


B. TIPO DE SEGURO EN FUNCIÓN DE LA EDAD Y USO DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO VI.14.) La modalidad de seguro con protección a terceros es la más utilizada para cubrir las contingencias del parque de vehículos español, tanto entre los destinados en exclusiva al uso profesional (49,5%) como por aquellos automóviles que además realizan trayectos particulares fuera del horario de trabajo (47,8%). En relación con la antigüedad del coche, a partir de los cuatro años es la más usual, mientras que las modalidades de todo riesgo se imponen en las unidades de fabricación más reciente, para perder peso de forma progresiva según avanza la edad del vehículo y disminuye su valor real.

GRÁFICO VI.14. TIPO DE SEGURO EN BASE A LA EDAD DEL VEHÍCULO Y UTILIZACIÓN DE ESTE.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



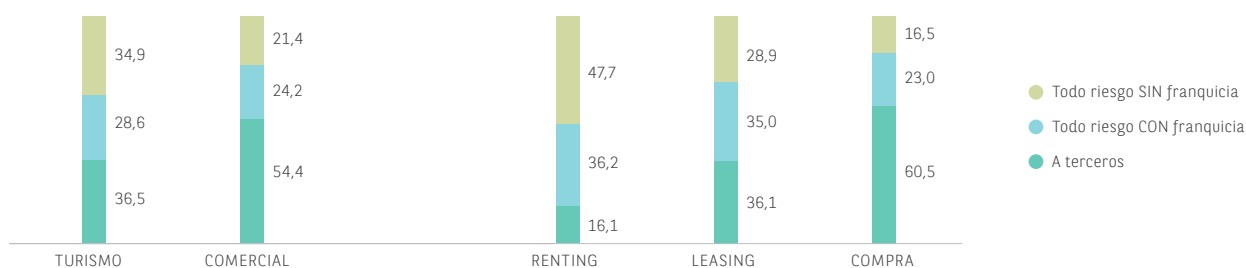
C. TIPO DE SEGURO EN FUNCIÓN DEL TIPO DE VEHÍCULO Y MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(GRÁFICO VI.15.) Por tipología de vehículo, los comerciales mantienen su preferencia por el seguro a terceros en el 54,4% de las ocasiones, opción que es también la más demandada en el caso de los turismos, con el 36,5% de los casos, mientras que el 28,6% opta por el todo riesgo con franquicia y casi el 35% por la modalidad que la descarta. Estas dos últimas alternativas están más parejas entre los comerciales, con una ligera ventaja para la que incluye franquicia.

Si se toma como referencia la modalidad de financiación, el 60,5% de los vehículos en propiedad cuenta con una póliza a terceros, opción que es también la preferida por los de leasing (36,1%) por escaso margen sobre el todo riesgo con franquicia (35%). La elección de riesgos cubiertos sin franquicia es la elección más común en los vehículos de renting y cubre el 47,7% de los casos.

GRÁFICO VI.15. TIPO DE SEGURO POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO Y MÉTODO DE FINANCIACIÓN.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



D. ACCIDENTES

(GRÁFICO VI.16.) La gran mayoría de conductores (82,9%) no se vieron implicados en accidente alguno en 2022. De los que no eludieron los percances, solo el 3,3% revistió gravedad, mientras que los siniestros restantes se saldaron con golpes leves.

(GRÁFICO VI.17.) La mayoría de los conductores que sufrieron un accidente en 2022 no volvieron a verse implicados en otro percance (78,4%), un ligero aumento en comparación con el ejercicio precedente después de que aumentara el uso del parque de vehículos. Los implicados en tres o más golpes apenas sumaron el 1,1% del total, con el 20,5% restante afectado por dos siniestros.

GRÁFICO VI.16. TUVO ACCIDENTE EN 2022 Y TIPO DE ACCIDENTE (CONDUCTORES QUE TUVIERON AL MENOS 1 ACCIDENTE / ROCE EN 2022). En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

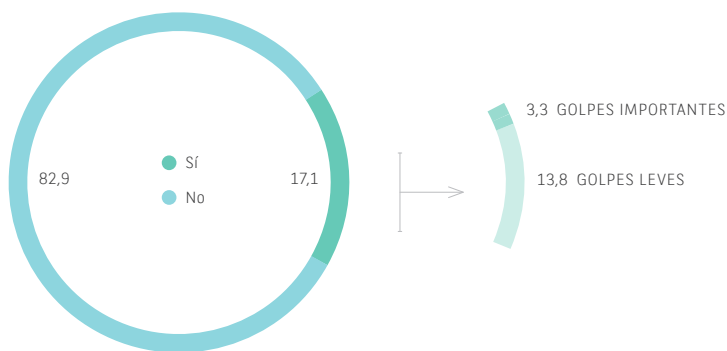
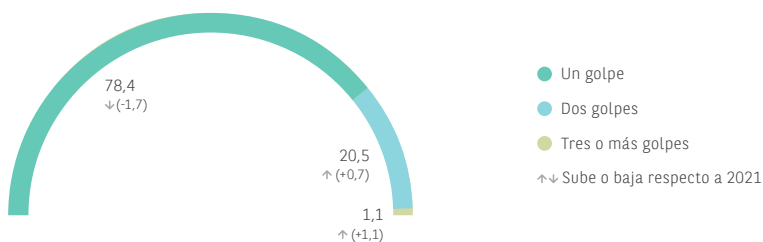


GRÁFICO VI.17. NÚMERO DE ACCIDENTES / ROCES. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



E. TASA DE ACCIDENTES

(GRÁFICO VI.18.) La tasa de accidentes fue superior entre los comerciales (19,6%) en comparación con los turismos (10,2%), debido a su mayor utilización. A mayor antigüedad del vehículo mayor índice de percances, con las unidades más longevas implicadas en el 27,2% de los percances. Los vehículos nuevos sumaron el 6,9% de los golpes.

GRÁFICO VI.18. TASA DE ACCIDENTES POR TIPO Y ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO.

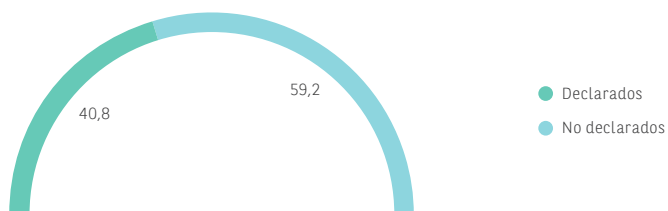
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



F. ACCIDENTES DECLARADOS AL SEGURO

(GRÁFICO VI.19.) En la pauta de los últimos ejercicios, un amplio porcentaje de los accidentes (59,2%) no fueron declarados a la compañía aseguradora, bien por la escasa importancia de los mismos o para evitar un aumento en el recibo.

GRÁFICO VI.19. SE DECLARÓ EL ACCIDENTE AL SEGURO. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

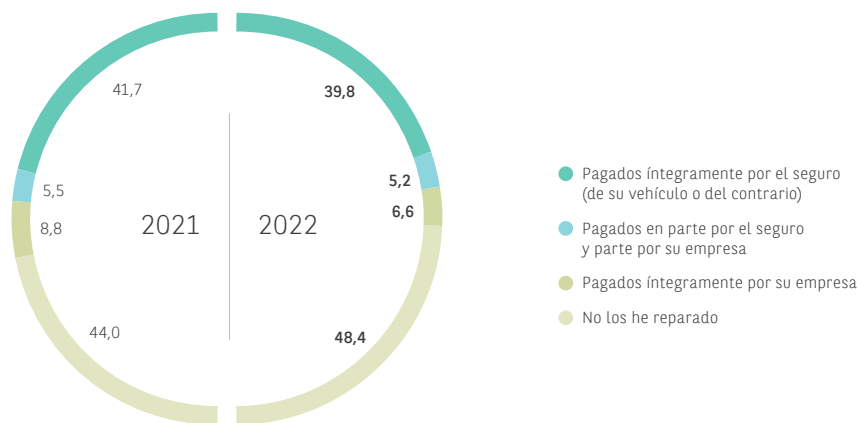


G. RESPONSABLE DEL COSTE DE REPARACIÓN

(GRÁFICO VI.20.) El 48,4% de los golpes no fueron reparados el pasado año, porcentaje superior al de los daños abonados íntegramente por las compañías de seguros, que supusieron el 39,8% del total y que descendieron ligeramente en comparación con 2021. El 6,6% de los siniestros fueron pagados por la firma propietaria del vehículo, mientras que los que son sufragados de forma conjunta por empresa y aseguradora alcanzaron el 5,2%.

GRÁFICO VI.20. QUIÉN PAGA LOS DAÑOS DEL VEHÍCULO - COMPARATIVA 2022 VS. 2021.

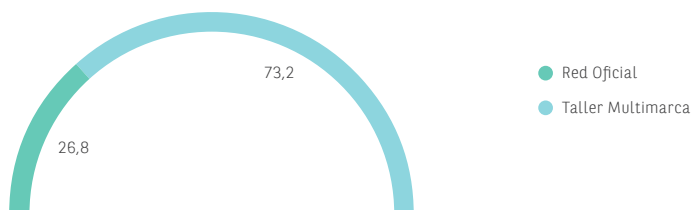
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



H. LUGAR DE REPARACIÓN DE LOS DAÑOS

(GRÁFICO VI.21.) Los talleres multimarca se mantienen como la opción preferida para realizar las reparaciones para el 73,2% de los propietarios, mientras que el 26,8% restante opta por la red oficial de la marca del vehículo.

GRÁFICO VI.21. LUGAR DE REPARACIÓN. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



I. RESPONSABLE DE LA ELECCIÓN DEL LUGAR DE REPARACIÓN

(GRÁFICO VI.22.) Las empresas son las que eligen en la mayoría de los percances el lugar de reparación del vehículo. En los vehículos financiados vía leasing las firmas imponen su criterio en el 60,4% de las ocasiones, por el 57% de los de compra directa y el 33,5% de los de renting. En esta última modalidad, la operadora hace valer su opinión en el 47% de los casos, mientras que en las de compra directa es el conductor el que se impone en el 42% de las actuaciones.

GRÁFICO VI.22. QUIÉN ELIGE EL LUGAR DE REPARACIÓN. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory





TECNOLOGÍA Y CONECTIVIDAD, ALIADOS IMPRESCINDIBLES PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LAS FLOTAS

Llegamos a nuestra 15 edición del Barómetro de flotas y movilidad del Arval Mobility Observatory. Como novedad, este año incorporamos la visión de cinco nuevos países al barómetro: Canadá, Estados Unidos, México, Australia y Nueva Zelanda. Por tanto, ya son treinta los países que aportan su visión sobre el futuro de la movilidad y, por primera vez, el barómetro se encuentra presente en los cinco continentes.

Aunque en menor medida que otros años, las empresas españolas continúan optimistas en su expectativa de crecimiento de sus flotas. De hecho, 9 de cada 10 empresas prevén que sus flotas de vehículos crezcan o al menos se mantengan estables durante los próximos tres años. Y esto es una buena noticia, a pesar de que el mayor reto al

que se enfrentan nuestras empresas es la transición hacia la electrificación.

La mayor barrera para la adopción de los vehículos eléctricos puros está clara:

La infraestructura de recarga tanto pública como privada. Aunque se aprecia una mejora, esta es la primera razón que encuentran nuestras empresas a la hora de decantarse por flotas 100% eléctricas, por delante incluso del coste de adquisición de los vehículos.

Las empresas que poseen flotas de vehículos industriales, son menos optimistas frente a la electrificación, ya que se estima que únicamente el 7% de las flotas será 100% eléctrica a 3 años vista y asumen que el diésel o la gasolina continuarán predominando en sus flotas.

En líneas generales, el mercado de flotas se enfrentó en 2022 a desafíos significativos debido a la espiral inflacionista que además se espera que continúe durante al menos el 2023.

El aumento de los precios de los combustibles, las materias primas y otros productos clave para la fabricación y mantenimiento de vehículos, afectará a los costes de operación de las flotas; pero todo esto puede traducirse en oportunidad para las empresas que quieran adaptar y transformar sus flotas a las necesidades reales de su actividad.

Las empresas españolas muestran un mayor interés por las tecnologías de vehículo conectado frente a la media de la Unión Europea. Esto indica una clara estrategia de innovación que resultará en flotas más

sostenibles, al ahorrar combustible y emitir menores gases de efecto invernadero.

Son estas empresas las que al invertir en sistemas de vehículo conectado podrán establecerse como líderes de un sector en constante evolución. Al mismo tiempo que las flotas ganan volumen y siguen creciendo, la tecnología se hará imprescindible para su gestión además de generar eficiencia tanto en coste como en emisiones.

Estos son solo algunos de los aspectos destacados del Barómetro 2023. Sin duda, quedan por delante unos años en los que no hablaremos únicamente de transición energética, si no de transformación de la movilidad. Las nuevas leyes y regulaciones impulsarán una movilidad más sostenible y conectada. Por ello, nuestro informe nos proporciona una visión más detallada y actualizada de las tendencias del mercado y cómo están evolucionando a lo largo del tiempo. En este caso, desde hace ya 15 años.

¡Feliz lectura!

< **Omar Sánchez**
Responsable
Arval Mobility
Observatory España



BARÓMETRO

La composición de la flota corporativa española de menos de 3,5 toneladas se mantiene en parámetros prácticamente idénticos a la del resto de la Unión Europea con la excepción de las compañías de mayor tamaño, donde el 80% de las firmas nacionales cuentan con más de medio millar de vehículos frente al 63% del resto de socios comunitarios.

La incorporación de nuevas tecnologías y la apuesta más decidida por la utilización de modalidades menos contaminantes son las tendencias más destacadas.

En términos de financiación, el renting vuelve a repetir como la opción preferida por las compañías españolas para la compra de vehículos corporativos, con los fabricantes y concesionarios como principales prescriptores.

Composición de la flota de <3,5t

20% 

de las grandes empresas españolas (>= 500 empleados) tiene una flota de más de 500 vehículos

32% 

de las grandes empresas europas (>= 500 empleados) tiene una flota de más de 500 vehículos



El tiempo medio de los vehículos

en las flotas es menor en España que en Europa, debido a las políticas de movilidad y eficiencia energética, que tienen como consecuencia una mayor inclinación por servicios de renting

- España 4,8 años de media
- Europa 5,6 años de media



Incluso siendo conscientes las empresas del precio superior de los vehículos eléctricos frente a los de combustión tradicionales, este aspecto queda relegado por la

escasez de infraestructura de recarga

(tanto pública como en las empresas) como principal limitación a la electrificación de las flotas

Aunque se mantienen las expectativas de crecimiento, lo hacen ligeramente en menor medida que años anteriores, debido a la situación de inestabilidad económica y política

Crecimiento

previsto en 2022 vs 2023

España

16% (2022)

14%

(2023)

Europa

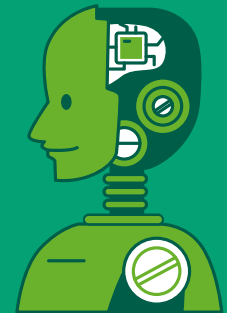
16% (2022)

16%

(2023)



El 88% de las empresas ya cuenta o prevé implementar al menos una nueva energía o tecnología de movilidad en su flota

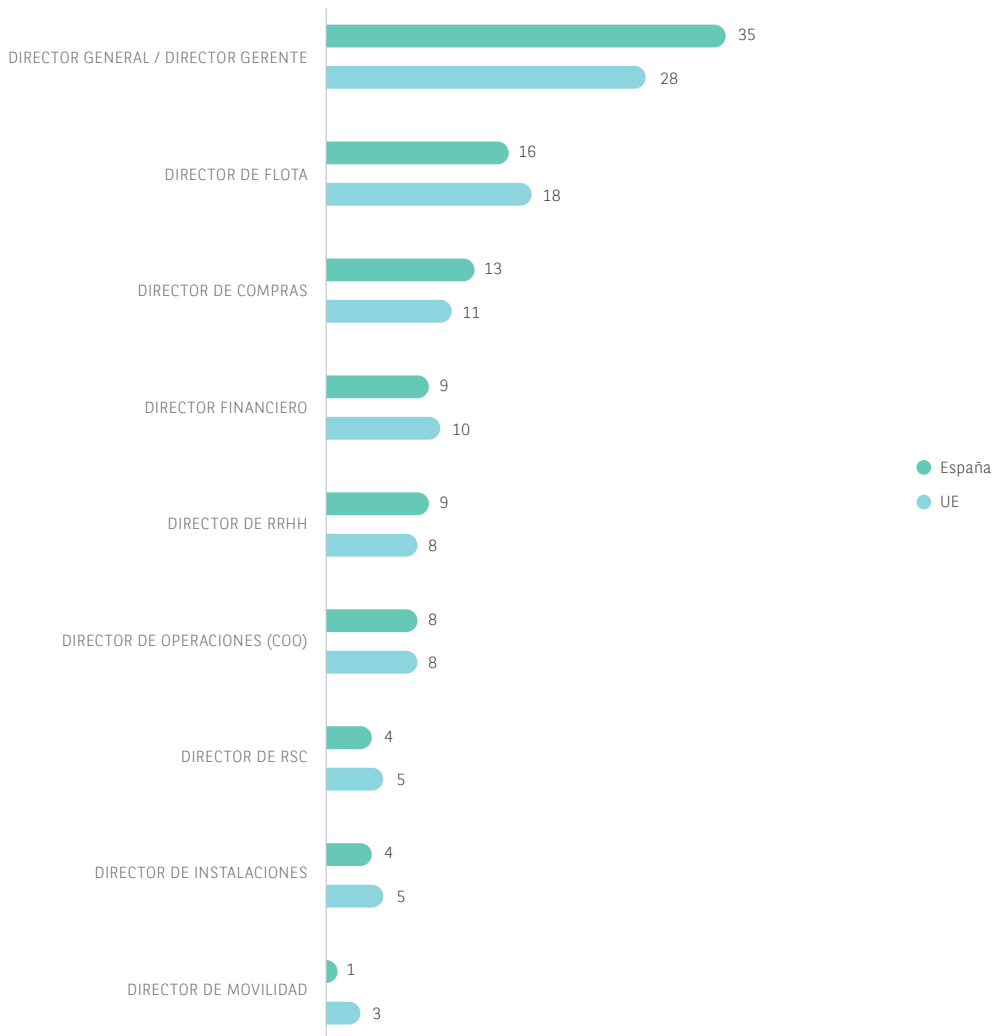


El 36% de las compañías ya ha desarrollado un plan de movilidad, una opción que se incrementa a medida que crece el número de empleados

Para analizar las actuales tendencias en movilidad y entender qué deparará el futuro para las flotas corporativas se ha contado con la opinión de sus principales responsables, tanto de los directores generales o de flota como también los de directivos de otras áreas básicas como son las de compras, contabilidad, recursos humanos, operaciones, responsabilidad social, instalaciones o movilidad. Además, por primer año, se añaden a los datos de España y de la Unión Europea los de países de otras zonas geográficas importantes para el sector como EEUU, Canadá, México, Australia y Nueva Zelanda.

GRÁFICO VII.1. PERFIL DEL ENCUESTADO

Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



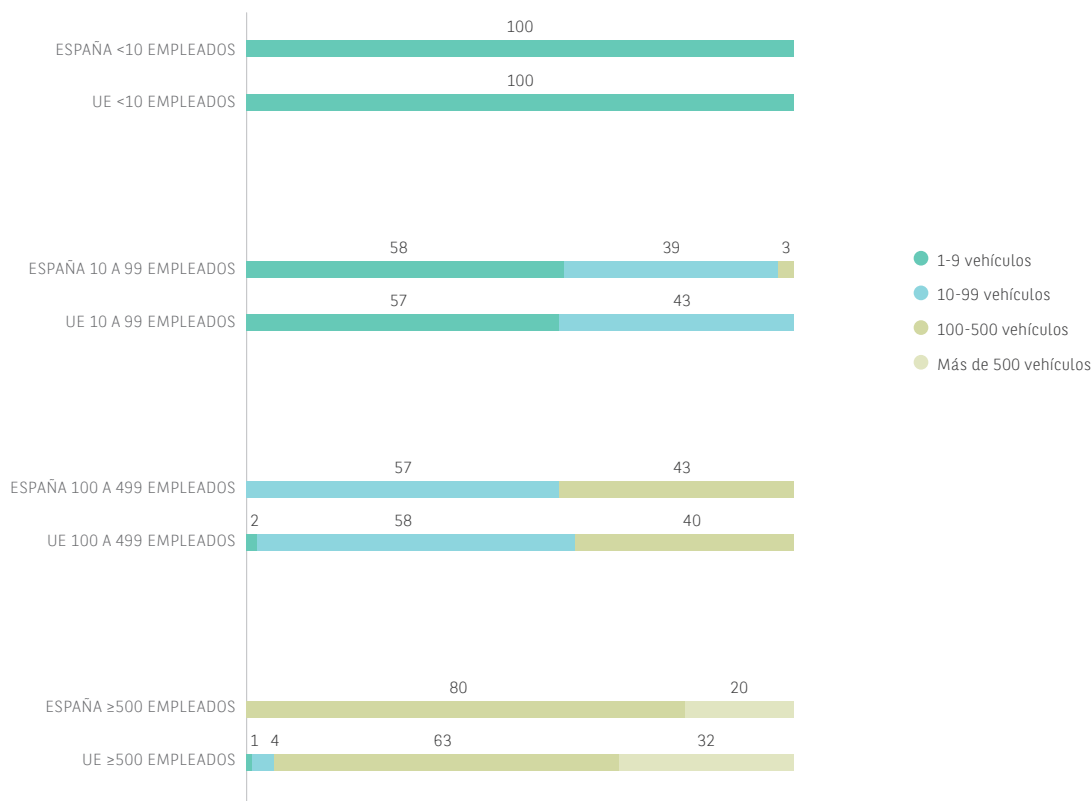
I. ASPECTOS DE LA FLOTA

A. TAMAÑO DE LA FLOTA

(GRÁFICO VII.2.) La composición de la flota corporativa española de menos de 3,5 toneladas se mantiene en parámetros prácticamente idénticos a la del resto de socios comunitarios con la excepción de las compañías que emplean más de 500 trabajadores. Todas las pymes nacionales que no superan la decena de contratados tienen menos de 10 vehículos, mientras que el 58% de las que cuentan con una plantilla de entre 10 y 99 personas mantiene entre una decena y un centenar de coches y el 57% de las que emplean entre 100 y 499 suma un parque que oscila entre el centenar y las 500 unidades motorizadas, cifras muy similares a la media europea. A partir de quinientos empleados, el 80% de las compañías españolas suma más de medio millar de vehículos, frente al 63% del resto de Europa.

GRÁFICO VII.2. COMPOSICIÓN DE LA FLOTA DE MENOS DE 3,5 TONELADAS.

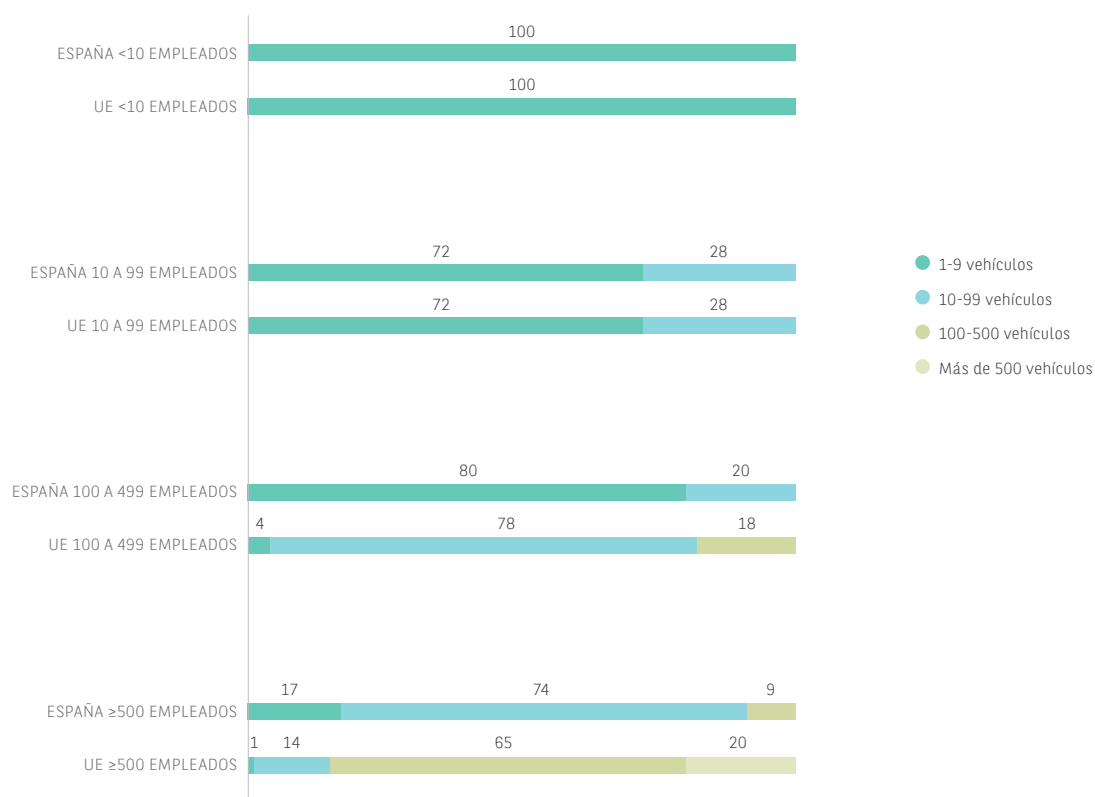
En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.3.) En lo que se refiere a la flota de turismos, todas las firmas con menos de 10 trabajadores, tanto españolas como comunitarias, cuentan con nueve o menos vehículos, al igual que el 72% de las que no superan el centenar de empleados. Las grandes compañías nacionales aumentan el número de unidades cuando crecen de tamaño en mayor proporción que en el resto de la UE.

GRÁFICO VII.3. TAMAÑO DE LA FLOTA DE TURISMOS.

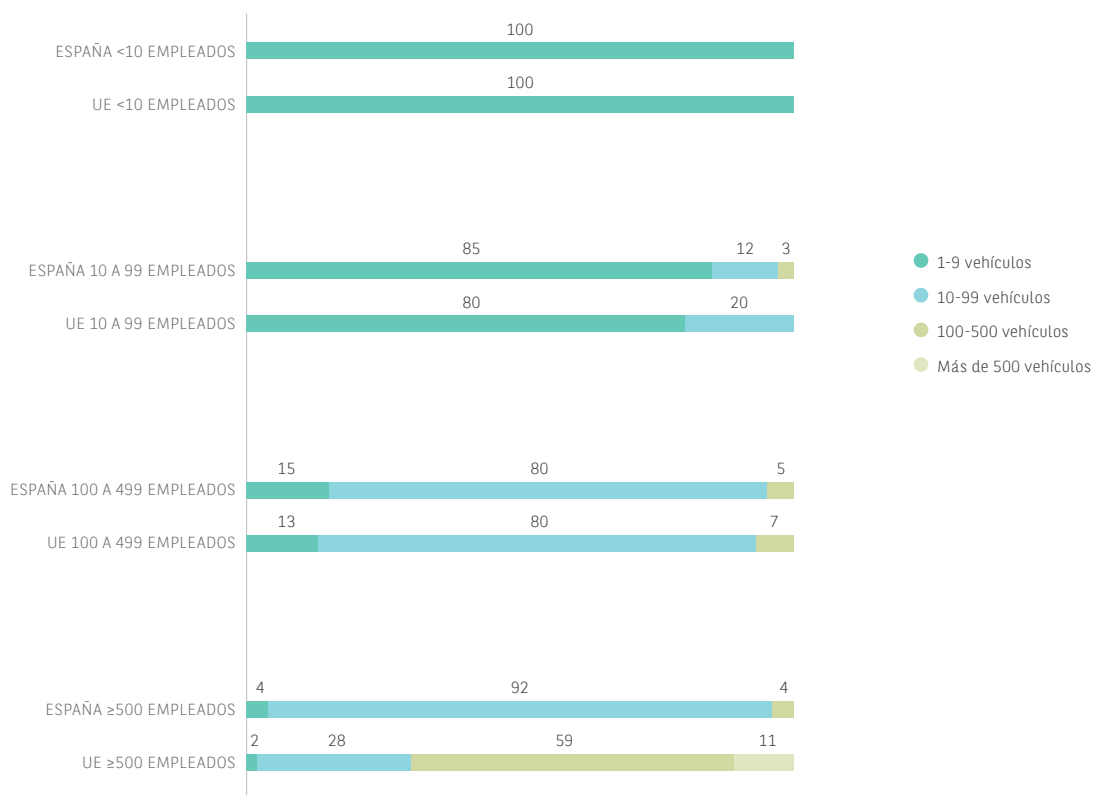
En porcentaje. Base: Empresas con turismos. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.4.) El parque empresarial de comerciales ligeros muestra parámetros similares al de turismos. Todas las compañías que no superan la decena de empleados no superan las nueve unidades, aunque las diferencias entre las firmas españolas y europeas se acrecientan en el siguiente tramo, pues las segundas cuentan con mayor porcentaje de automóviles. El segmento con mayor variación es el de las grandes empresas, en el que las firmas nacionales suman más vehículos.

GRÁFICO VII.4. TAMAÑO DE LA FLOTA DE LCV.

En porcentaje. Base: empresas con LCVs. Fuente: Arval Mobility Observatory



B. EXPECTATIVA DEL CRECIMIENTO DE LAS FLOTAS HASTA 2026

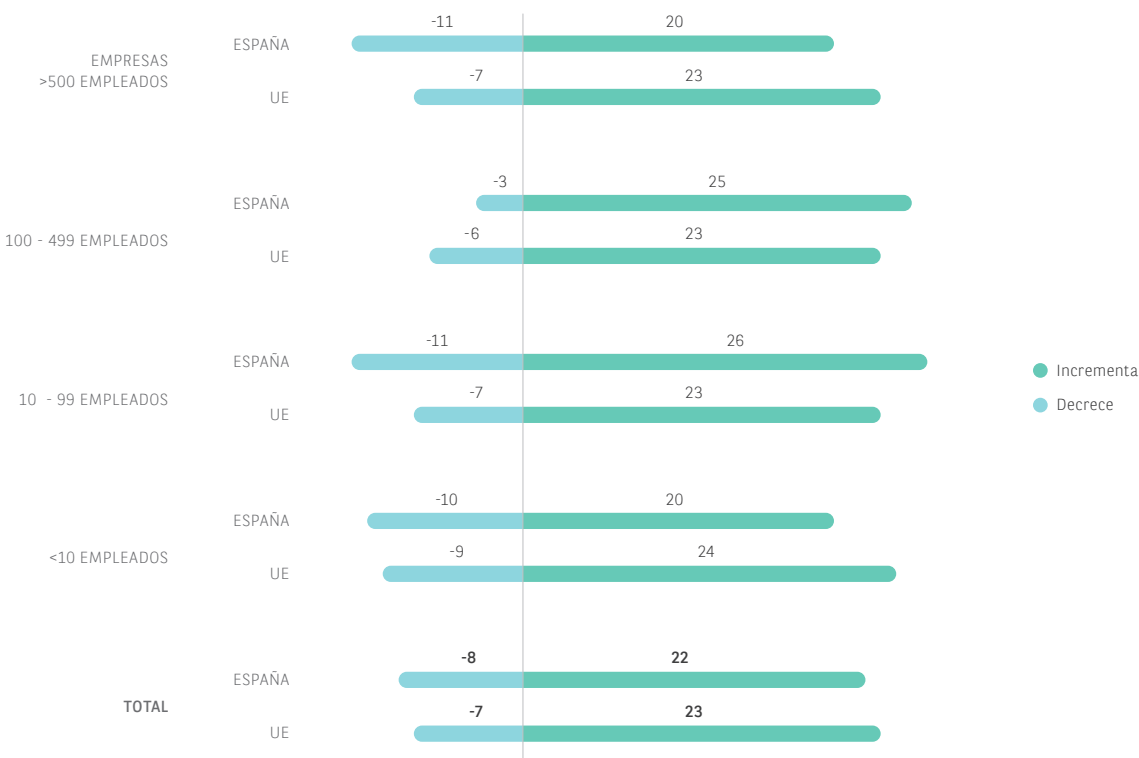
(GRÁFICO VII.5.) Las firmas españolas mantienen las expectativas de crecimiento para este ejercicio, aunque en menor medida que en 2022. El balance en España (el tanto por ciento de las que prevén crecer menos las que prevén decrecer) es positivo (14 puntos), aunque decrece respecto a 2022 (16) y es ligeramente inferior que la media tanto europea (16) como del resto del mundo (20).

En lo que se refiere al próximo trienio, el 22% de las compañías españolas espera incrementar su número de vehículos, un punto porcentual menos que en el resto de países europeos. Las empresas que cuentan entre 10 y 500 empleados son las más optimistas a la hora de prever un aumento de tamaño, mientras que las de mayor volumen consideran que tendrán que reducir unidades.

Los números de las empresas europeas sin importar su tamaño son más parejas, ya que el 23% refiere que está decidida a aumentar flota en contraste con el 7% que prevé reducirla.

Este año se han incorporado a la medición cinco nuevos países (US, CA, MX, AU, NZ).

GRÁFICO VII.5. EVOLUCIÓN DE LA FLOTA EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS. Balance = Flota aumenta - Flota decrece
En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory

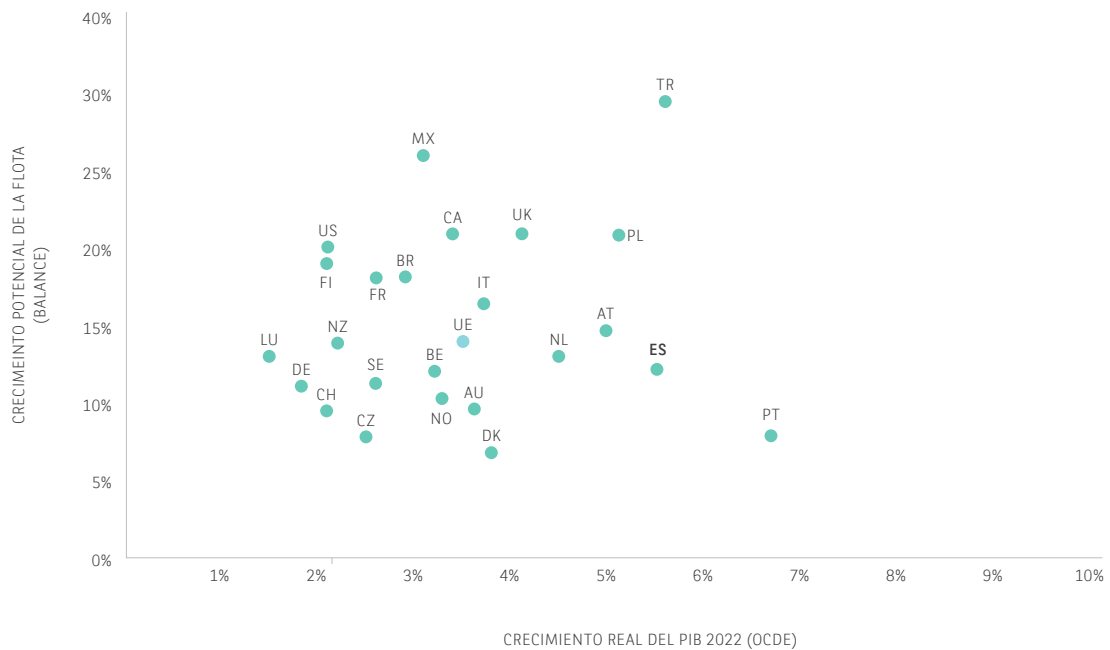


BALANCE	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
España	14	16	31	26	9	14	10	22	11
UE	16	18	35	20	11	13	11	21	5
Resto del mundo*	20	20	38	-	-	-	-	-	-

* Nuevos países incorporados en 2023 (US, CA, MX, AU, NZ).

(GRÁFICO VII.6.) El análisis combinado entre el crecimiento potencial de la flota y el incremento experimentado en el PIB (2022) de la OCDE sitúa a España por debajo de la media europea y de las principales potencias, tanto de Europa como de América y Oceanía. Turquía se sitúa como el país que más aumentará por delante de México, Canadá, Reino Unido o EEUU y en contraposición con Dinamarca, que superará por poco el 5% de avance.

GRÁFICO VII.6. MATRIZ CRECIMIENTO POTENCIAL (PRÓXIMOS TRES AÑOS) SEGÚN CRECIMIENTO DEL PIB EN 2022 - EMPRESAS DE 100 O MÁS EMPLEADOS. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory

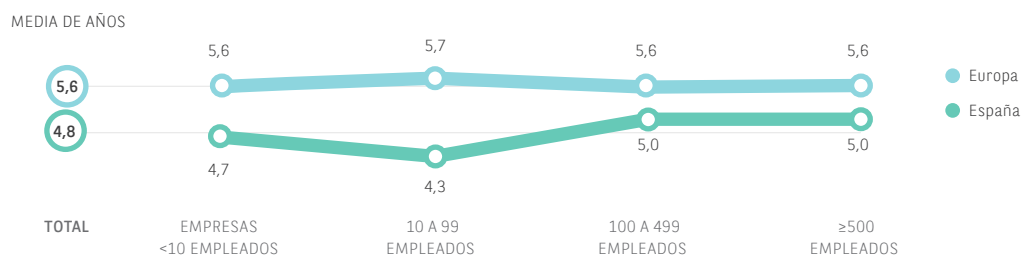




C. ¿CUÁNTO TIEMPO MANTIENEN LAS EMPRESAS LOS VEHÍCULOS EN SUS FLOTAS?

(GRÁFICO VII.7.) Las firmas españolas sitúan el tiempo medio en el que mantienen los vehículos en sus flotas en 4,8 años, una cifra por debajo de la media europea sin importar el tamaño de las compañías. La incertidumbre generada por los cambios en las leyes que regulan la movilidad y la eficiencia energética explican esta diferencia, ya que las empresas prefieren rubricar contratos de renting por tiempo limitado. Las pymes y las corporaciones con mayor número de empleados son las que expresan en mayor medida el uso de sus unidades: cada cinco años. Por su parte, las compañías que cuentan entre 10 y 99 trabajadores son las que antes renuevan su parque, cada 4,3 años, muy por debajo del resto de Europa.

GRÁFICO VII.7. 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



(GRÁFICO VII.8.) Los principales retos que tendrán que afrontar las flotas serán la implantación de combustibles alternativos y adaptarse a las restricciones legales para las motorizaciones gasolina o diésel. Gestionar el aumento en los plazos de entrega de los vehículos, así como el crecimiento de las zonas de bajas de emisiones en las principales ciudades y la subida del precio de los automóviles son otros de los desafíos a superar.

GRÁFICO VII.8. PRINCIPALES RETOS A LOS QUE SE ENFRENTAN LAS FLOTAS.

En porcentaje. Base: empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



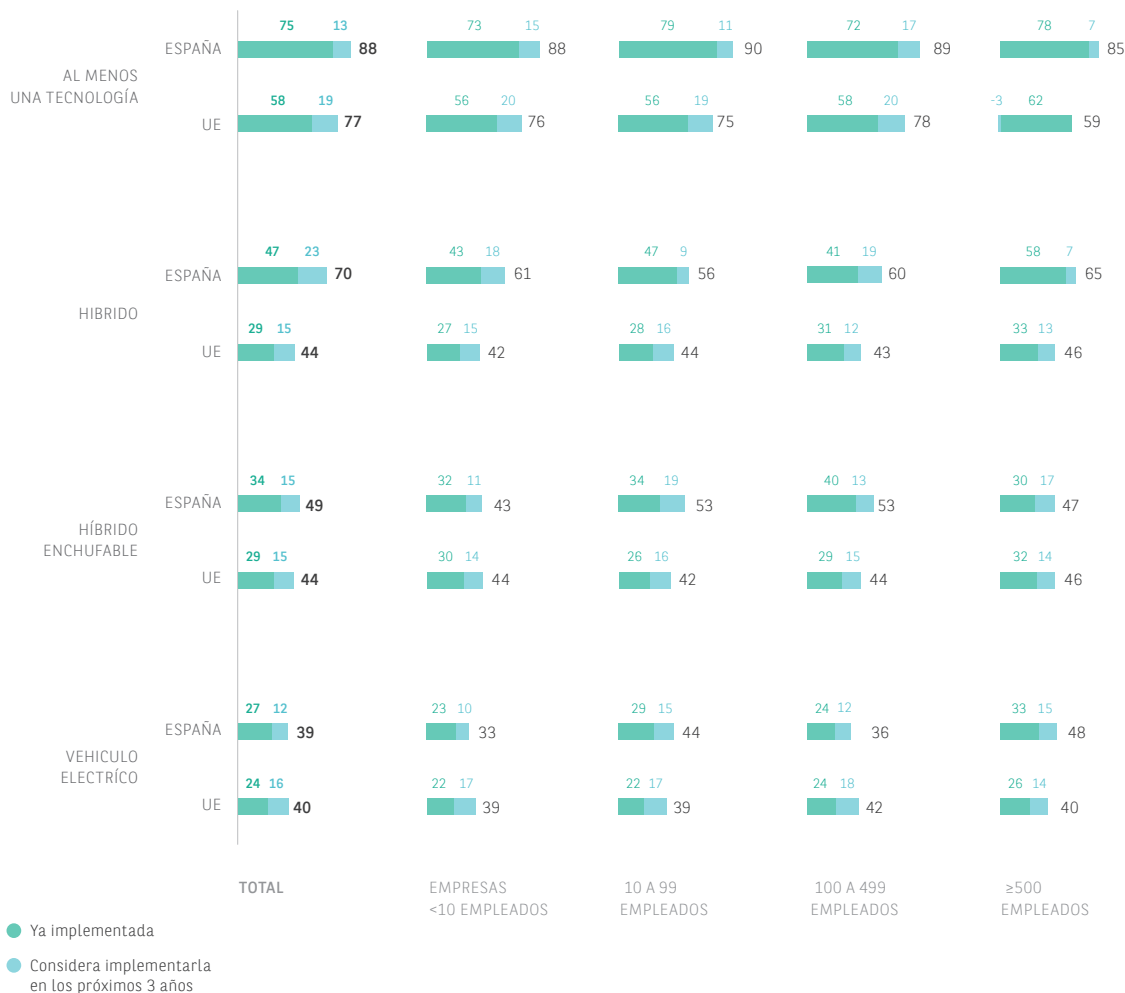
II. ELECTRIFICACIÓN Y MIX ENERGÉTICO

A. DESARROLLO POTENCIAL DE LA ELECTRIFICACIÓN EN LA FLOTA

(GRÁFICO VII.9.) La diversidad del mix energético y de las opciones electrificadas mantiene su crecimiento en las flotas corporativas de turismo sin importar su tamaño. El 88% de las empresas ya cuenta o prevé implementar al menos una tecnología de este tipo en los próximos tres años.

La opción que más convence a las firmas españolas es el vehículo híbrido. El 70% ya utiliza o introducirá este tipo de unidades en el próximo trienio, 26 puntos porcentuales más que la media de la UE, mientras que la elección de híbridos enchufables alcanzará el 49%. El 39% de las compañías prevé incorporar unidades eléctricas.

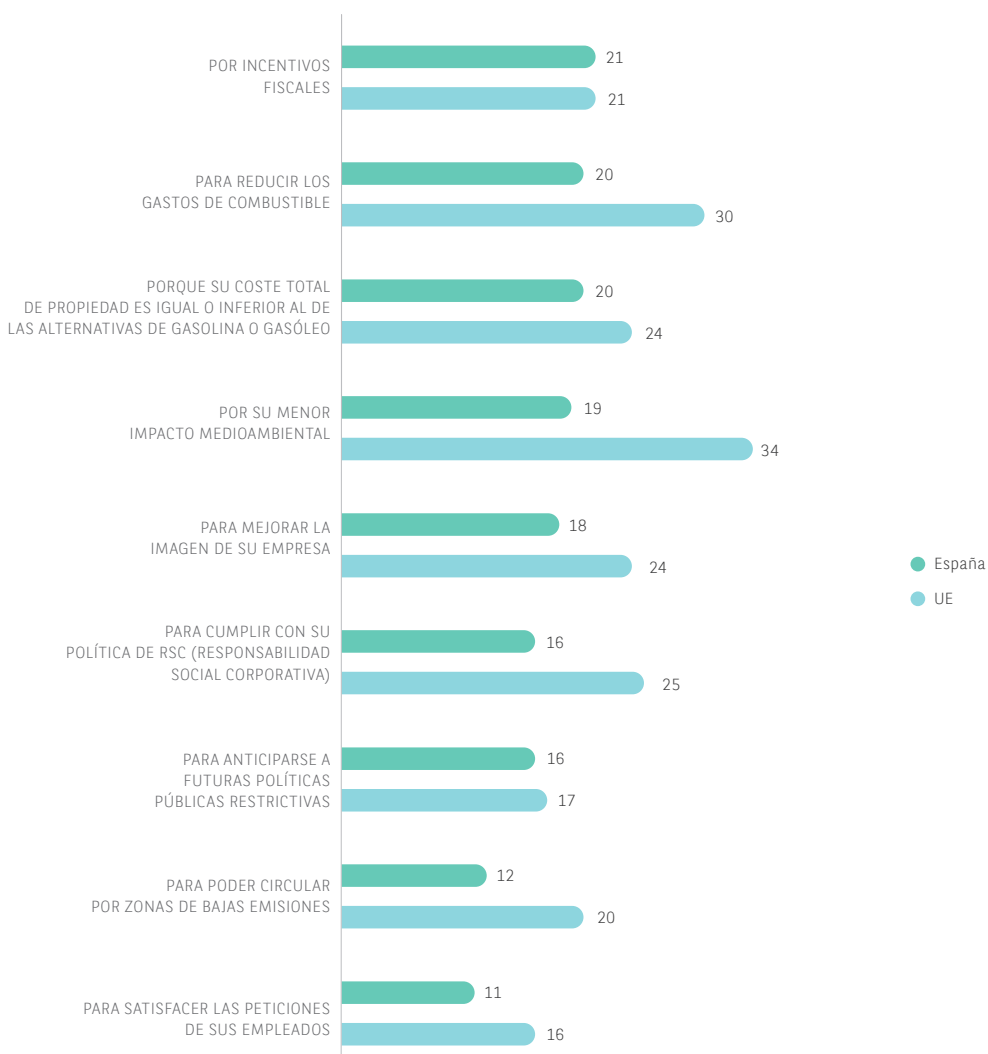
GRÁFICO VII.9. PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE YA TIENEN O ESTÁN CONSIDERANDO IMPLEMENTAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS NUEVAS ENERGÍAS O TECNOLOGÍAS EN SU FLOTA. En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Datos sólo de turismo. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.10.) En lo que respecta a España, los motivos para implementar combustibles alternativos en las flotas son bastante parejos, y están dominados por los incentivos fiscales y la reducción de costes, aunque también entran en juego el impacto medioambiental y la mejora de la imagen de la empresa. En Europa destacan el impacto medioambiental y la reducción de gastos en combustible como los principales motivos.

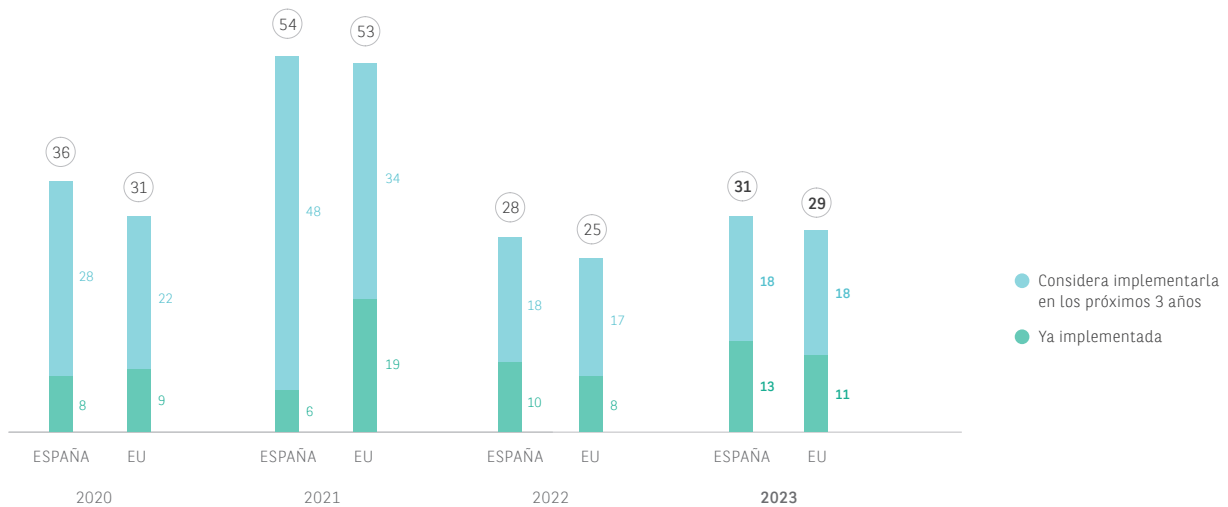
GRÁFICO VII.10. RAZONES PARA IMPLEMENTAR O CONSIDERAR TECNOLOGÍAS DE COMBUSTIBLE ALTERNATIVAS.

En porcentaje. Base: empresas que hayan implantado o estén considerando implantar vehículos híbridos, híbridos enchufables o eléctricos. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.11.) La incorporación de vehículos eléctricos en las flotas de comerciales ligeros vio reducidas sus expectativas el pasado año tanto en España como en el resto de la Unión Europea. De momento, el 10% de las compañías españolas lo implementó el pasado año y un 18% tenía previsto acometer el cambio en el próximo trienio, por lo que los porcentajes globales se mostraban en línea con los del resto del viejo continente. Estos modelos compondrán el 13% del total de la flotas en 2023 y podrían llegar al 18%, dos puntos porcentuales más que el resto del arco comunitario.

GRÁFICO VII.11. PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE YA TIENEN O ESTÁN CONSIDERANDO IMPLEMENTAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS O EN SU FLOTA DE LCV.
 En porcentaje. Base: Empresas con LCVs. Fuente: Arval Mobility Observatory

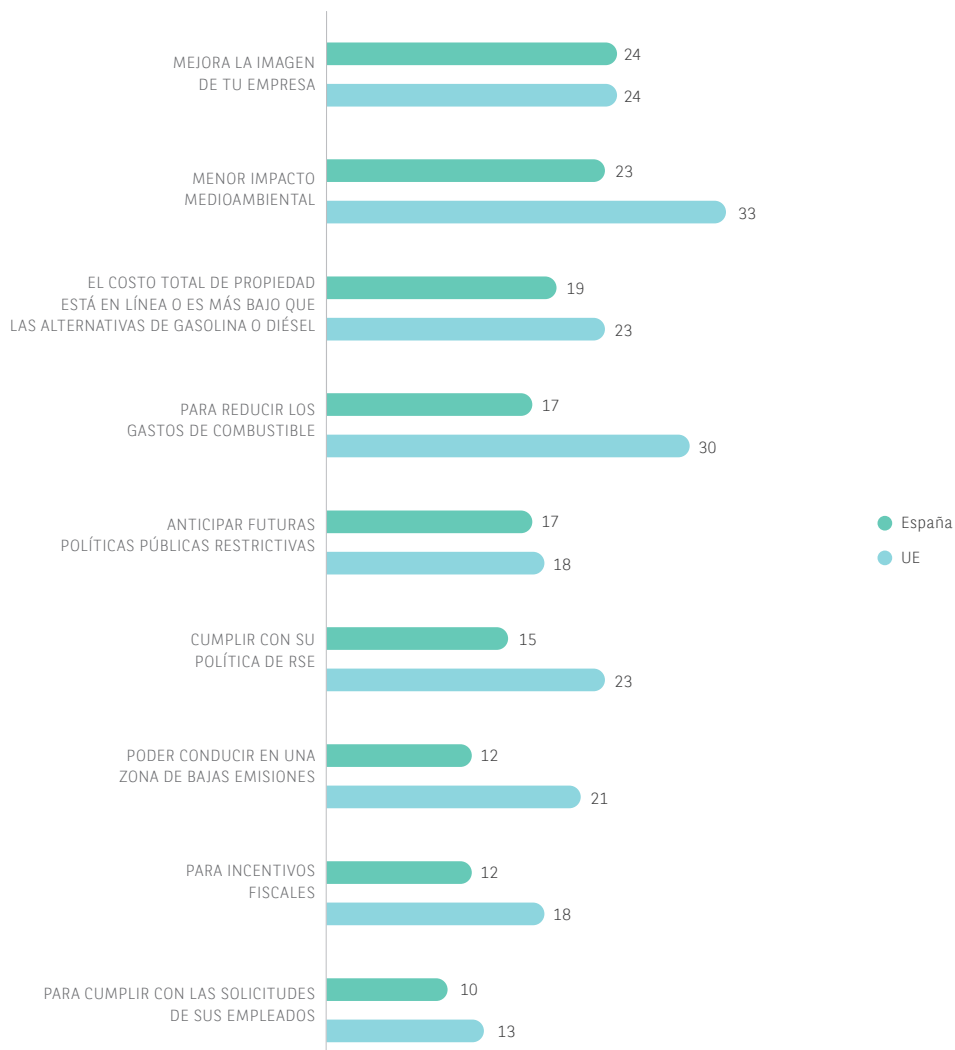


(GRÁFICO VII.12.) La preocupación por generar un menor impacto ambiental (23%), racionalizar el gasto de combustible (17%), cuidar la imagen pública de la empresa (24%) y cumplir con las políticas de responsabilidad social corporativa (15%) son las principales razones aducidas por las compañías españolas para incorporar nuevas energías o tecnologías a sus flotas. Aspectos comunes al resto de la UE, aunque en porcentajes inferiores en el ámbito nacional en comparación con los países vecinos. Otros aspectos destacados son su menor coste en relación con otras alternativas (19%), poder conducir en zonas restringidas al tráfico en las ciudades (12%) o lograr incentivos fiscales (12%).

GRÁFICO VII.12. MOTIVOS PARA IMPLEMENTAR O CONSIDERAR NUEVAS ENERGÍAS O TECNOLOGÍAS EN SU FLOTA.

En porcentaje. Base: Empresas con LCVs que han implantado o consideran implantar LCVs eléctricos.

Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.13.) La escasez de puntos de recarga públicos es el principal inconveniente señalado por las firmas españolas (22%) para elegir modelos eléctricos. Que esta escasez se extienda a las oficinas y que la amplitud de la gama de modelos sea limitada completan el top 3 de limitaciones a la electrificación. Estas limitaciones superan incluso el mayor desembolso que este tipo de vehículos supone frente a los de combustión.

GRÁFICO VII.13. LIMITACIONES A LA IMPLEMENTACIÓN DE VEHÍCULOS 100% ELÉCTRICOS.

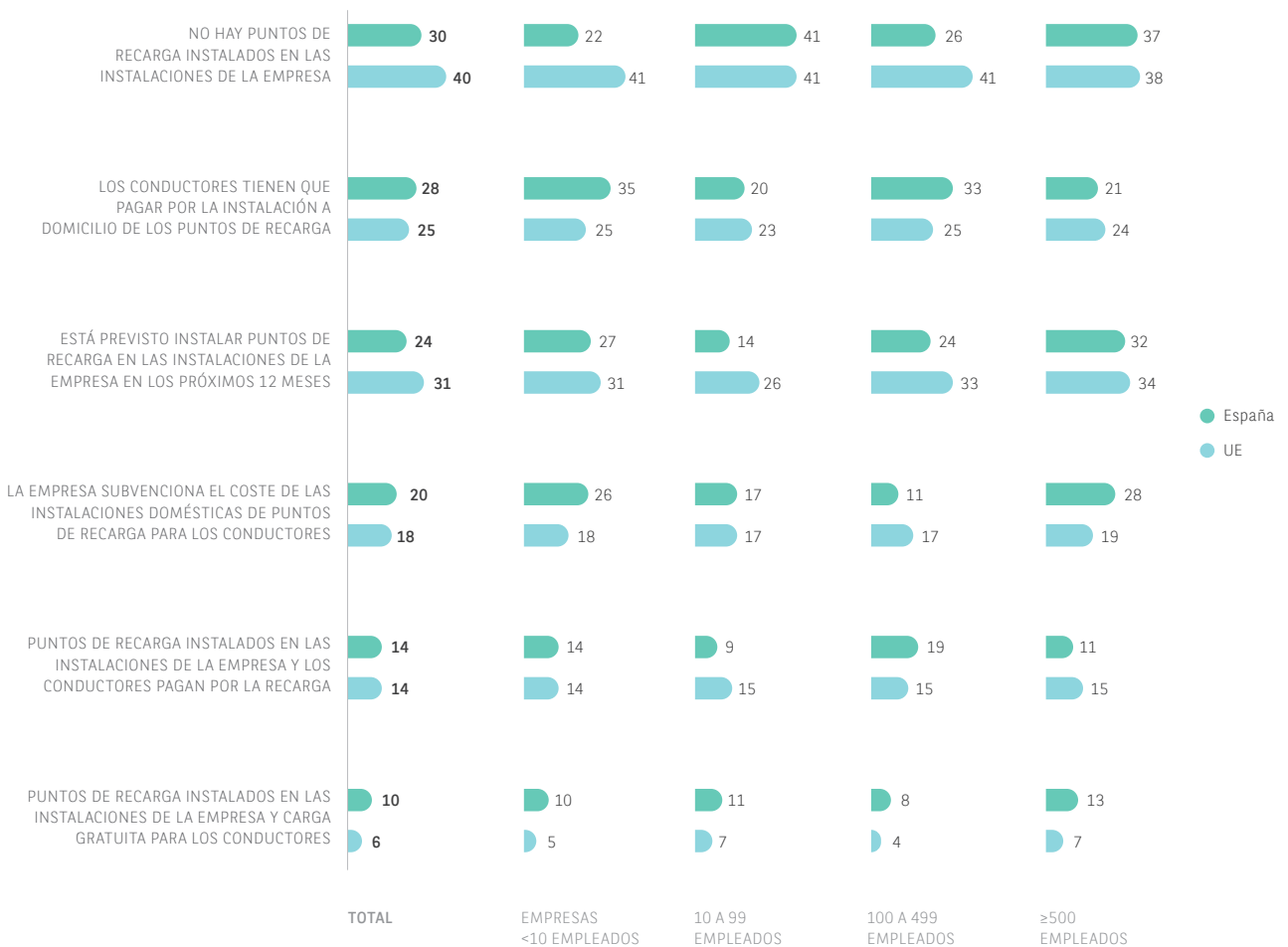
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.14.) Casi un tercio de las empresas carece de puntos de recarga en sus instalaciones, aunque el 24% tiene previsto instalarlos durante el próximo año. Por su parte, el 28% de los conductores tiene que afrontar el coste de habilitar uno en su domicilio, cuota que cubrirían el 20% de las firmas. El 14% de los empleados debe hacer frente al importe del repostaje en las instalaciones corporativas, mientras que al 10% se lo facilita la se lo facilita la compañía.

GRÁFICO VII.14. ACCESO A PUNTOS DE RECARGA.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



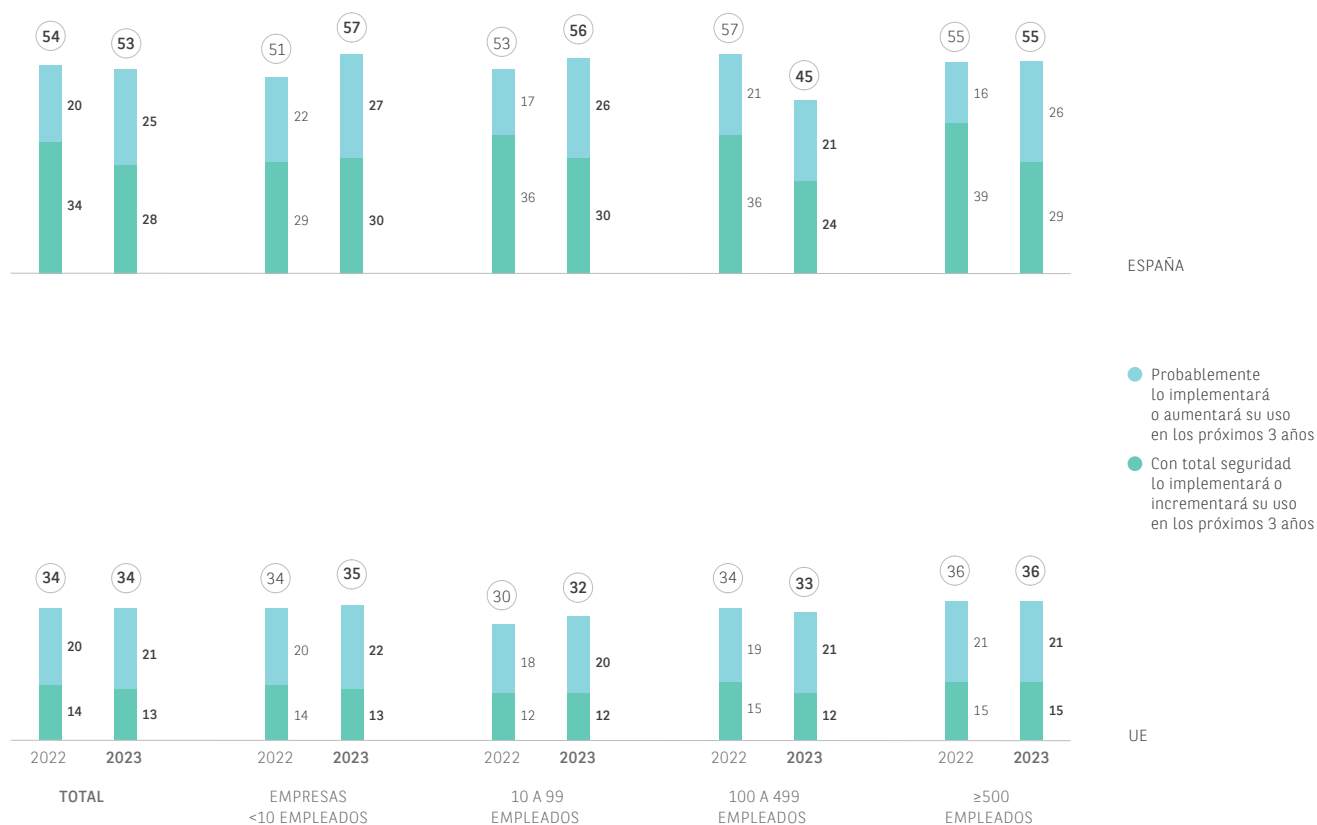
III. EL RENTING COMO MÉTODO DE FINANCIACIÓN

A. EVOLUCIÓN DEL RENTING

(GRÁFICO VII.15.) Algo más de la mitad de las empresas españolas prevén implementar la opción del renting como método de financiación de su flota corporativa. Esta previsión es algo menor en las empresas de 100 a 499 empleados, y bastante más extendida en España que en el conjunto de La Unión Europea*.

*Para el cálculo del dato europeo se excluye Alemania, donde no se realiza esta pregunta.

GRÁFICO VII.15. PROPORCIÓN DE EMPRESAS QUE TIENEN LA INTENCIÓN DE DESARROLLAR EL RENTING COMO MÉTODO DE FINANCIACIÓN. En porcentaje. Base: empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



IV. POLÍTICAS DE FLOTA Y GESTIÓN DE MOVILIDAD

A. SERVICIOS SUSCRITOS

(GRÁFICO VII.16.) El 77% de las compañías españolas cuenta con al menos un servicio adicional para gestionar su movilidad. Entre los más requeridos se sitúan las acciones formativas para mejorar la seguridad en la conducción (24%), la gestión del combustible (21%) o el reporte digital de las acciones al volante (18%). El número de medidas suplementarias adoptadas crece a la par que el tamaño de las empresas.

GRÁFICO VII.16. SERVICIOS ADICIONALES DE GESTIÓN DE FLOTAS CONSIDERADOS.

En porcentaje. Base: empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



B. SOLUCIONES DE MOVILIDAD

(GRÁFICO VII.17) El 70% de las firmas españolas utiliza al menos una solución de movilidad al coche de empresa, lo que las sitúa en el rango medio en comparación con los países de su entorno y ligeramente por debajo de la media de la UE (72%), así como de México (72%) y EEUU (71%), pero por delante de Canadá (69%). Una opción que cuenta con el mayor número de adeptos en zonas del norte europeo como Noruega (85%) y Países Bajos (82%), mientras que en naciones más cercanas geográficamente como Francia o Portugal es valorada por el 79% y el 69% de las compañías, respectivamente, mientras que Reino Unido se sitúa a la par que España. La implementación de estas tecnologías en la zona de Oceanía aún es incipiente en comparación con Europa.

(GRÁFICO VII.18.) El 88% de las corporaciones españolas introducirá en el próximo trienio alguna solución de movilidad. Las pequeñas compañías son las más propensas a esta posibilidad (96%), por encima de la media comunitaria (90%), aunque las empresas de mayor tamaño se sitúan por debajo de sus pares europeos.

GRÁFICO VII.17. AL MENOS UNA SOLUCIÓN IMPLEMENTADA DE MOVILIDAD.* En porcentaje. Base: empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory. *Listado de soluciones de Movilidad: Coche compartido en la empresa, Viajes compartidos, Bici share, Transporte público, Presupuesto para movilidad, Una App para reservar soluciones de movilidad proporcionadas por la empresa, Leasing privado o renuncia salarial, Vehículo de alquiler a corto o medio plazo

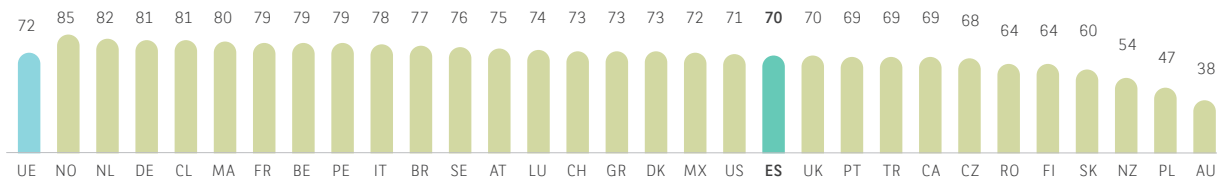
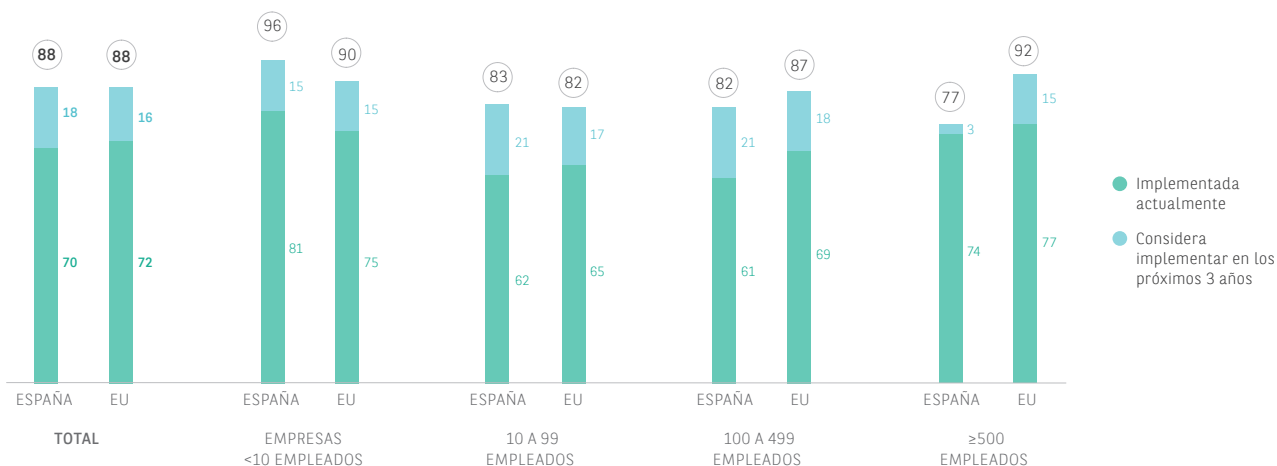


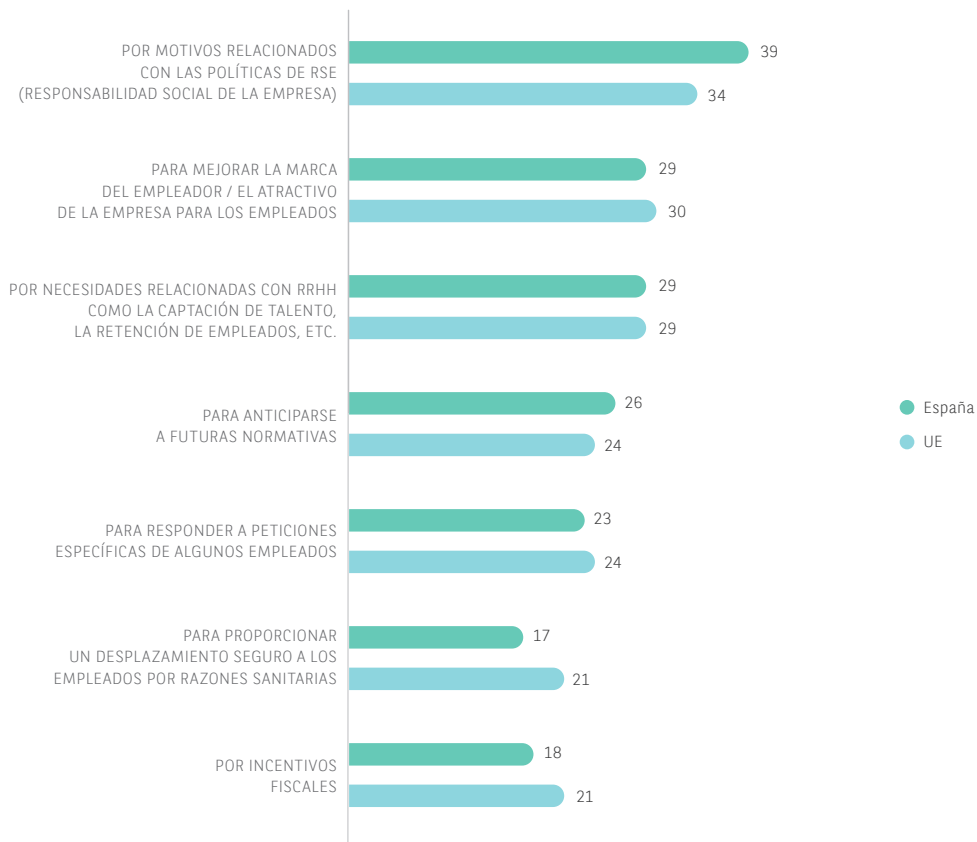
GRÁFICO VII.18. UTILIZA O CONSIDERARÁ EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS AL MENOS UNA DE LAS ALTERNATIVAS DE MOVILIDAD AL COCHE DE EMPRESA. En porcentaje. Base: empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.19.) La incorporación de soluciones de movilidad para que los empleados accedan al trabajo en España está relacionada en un 39% de las ocasiones con las políticas de responsabilidad social corporativa de las firmas, aunque también se utiliza como medio para mejorar la imagen de marca o como incentivo para atraer o retener talento. Otras razones aducidas son la adecuación a futuras normativas, responder a peticiones de la plantilla, cuidar de su seguridad o por incentivos fiscales.

GRÁFICO VII.19. MOTIVOS PARA IMPLEMENTAR O CONSIDERAR SOLUCIONES DE MOVILIDAD.

En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.20.) El vehículo propio es la opción más habitual para que los trabajadores españoles acudan al centro de trabajo, seguida del transporte público y de la posibilidad de compartir trayecto con otros viajeros. Muy lejos en porcentaje quedan otras alternativas, como la utilización de motocicletas, patinetes o bicicletas eléctricas.

(GRÁFICO VII.21.) La probabilidad de renunciar a la totalidad de la flota corporativa o parte de ella en favor de otras alternativas apenas cuenta con aceptación entre las firmas españolas. Las opciones más valoradas, aunque sólo obtienen el beneplácito del 12% de los consultados, serían las de ofrecer compensaciones en metálico o elaborar presupuestos de movilidad, seguidas de las de alquilar vehículos a corto o medio plazo para transportar empleados (9%), así como compartir coche (8%) o viajes (7%).

GRÁFICO VII.20. MEDIOS DE TRANSPORTE PARA LLEGAR AL TRABAJO.

En porcentaje. Base: empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory

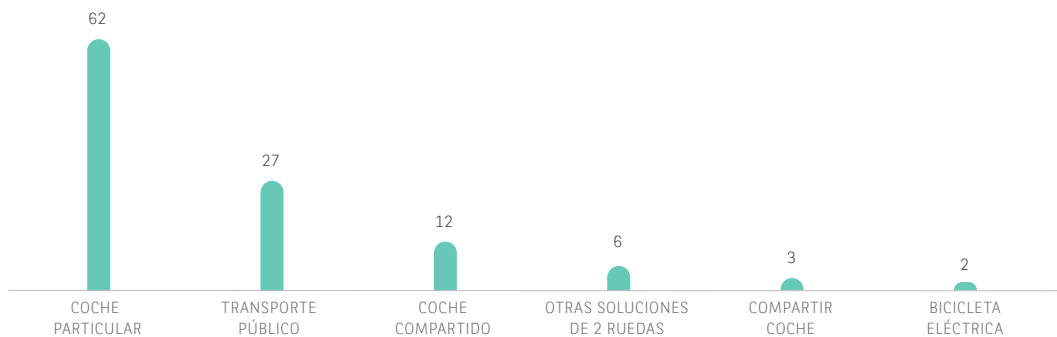
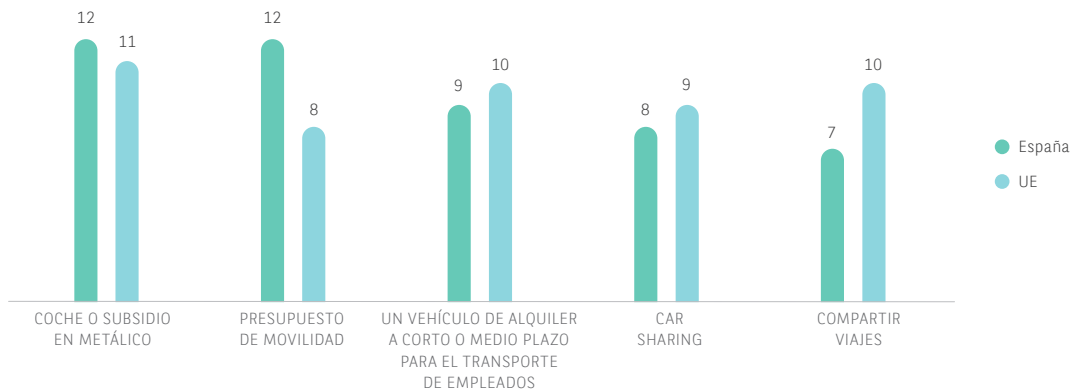


GRÁFICO VII.21. PROBABILIDAD DE RENUNCIAR A TODA/PARTE DE LA FLOTA POR SOLUCIONES ALTERNATIVAS DE MOVILIDAD.

En porcentaje. Base: empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory

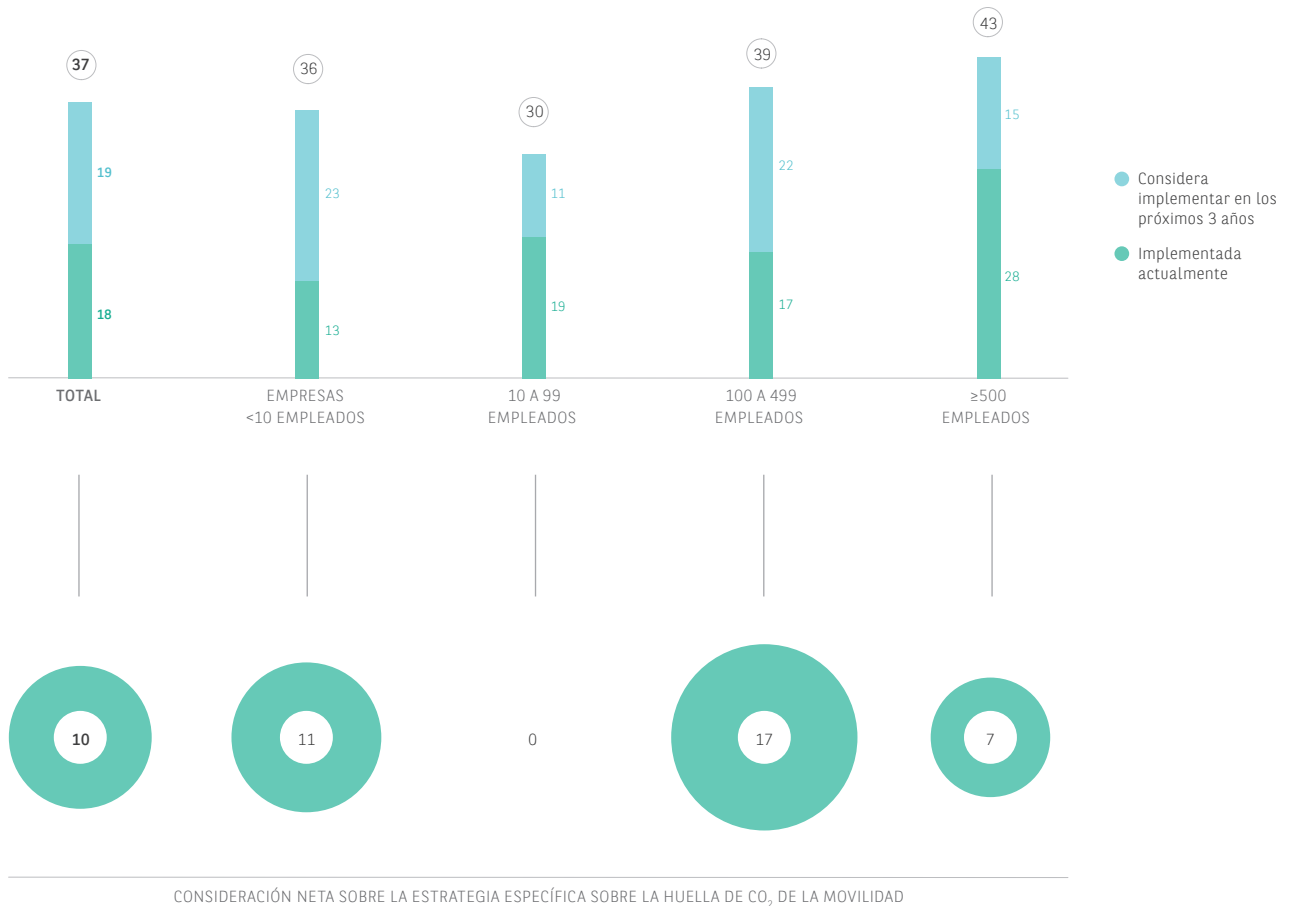


C. ESTRATEGIA ESPECÍFICA SOBRE LA HUELLA DE CARBONO

(GRÁFICO VII.22.) La implementación de una estrategia específica para controlar las emisiones de CO₂ ya está desarrollada en un 18% de las compañías españolas, mientras que otro 19% prevé adoptarla antes de la finalización de 2025. Los porcentajes de actuación crecen en función del mayor tamaño de las empresas, con mayor aceptación entre las que cuentan con más de 500 empleados.

GRÁFICO VII.22. ESTRATEGIA ESPECÍFICA SOBRE LA HUELLA DE CO₂ DE LA MOVILIDAD.

En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.23.) El 22% de las compañías considera la movilidad como un factor estratégico para su funcionamiento. Una tendencia que cuenta con mayor influencia en las firmas que emplean entre 10 y 499 trabajadores, mientras que las grandes corporaciones y las empresas más pequeñas se sitúan por debajo de la media.

(GRÁFICO VII.24.) El 36% de las compañías ya ha desarrollado un plan de movilidad, una opción que se incrementa a medida que crece el número de empleados.

GRÁFICO VII.23. LA MOVILIDAD COMO UN FACTOR ESTRATÉGICO EN LA EMPRESA.

En porcentaje. Base: empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory

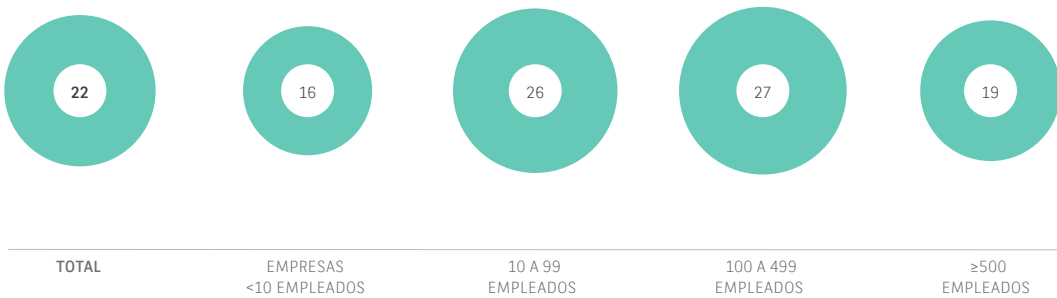
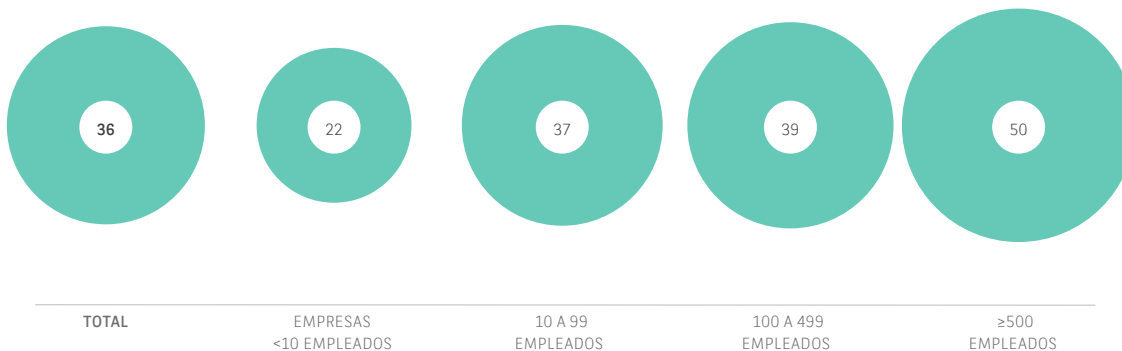


GRÁFICO VII.24. IMPLEMENTACIÓN DE PLAN DE MOVILIDAD.

En porcentaje. Base: empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.25.) El aumento del teletrabajo ha motivado que el 20% de las empresas españolas hayan realizado cambios en sus políticas de movilidad o se planteen implementarlos, cinco puntos porcentuales por encima de la media europea. Utilizar soluciones alternativas, fomentar el coche compartido entre empleados o variar la política de utilización de los vehículos corporativos son las opciones más valoradas.

GRÁFICO VII.25. CAMBIOS EN LA POLÍTICA DE MOVILIDAD DE LA EMPRESA PARA ADAPTARSE AL TELETRABAJO.

En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory

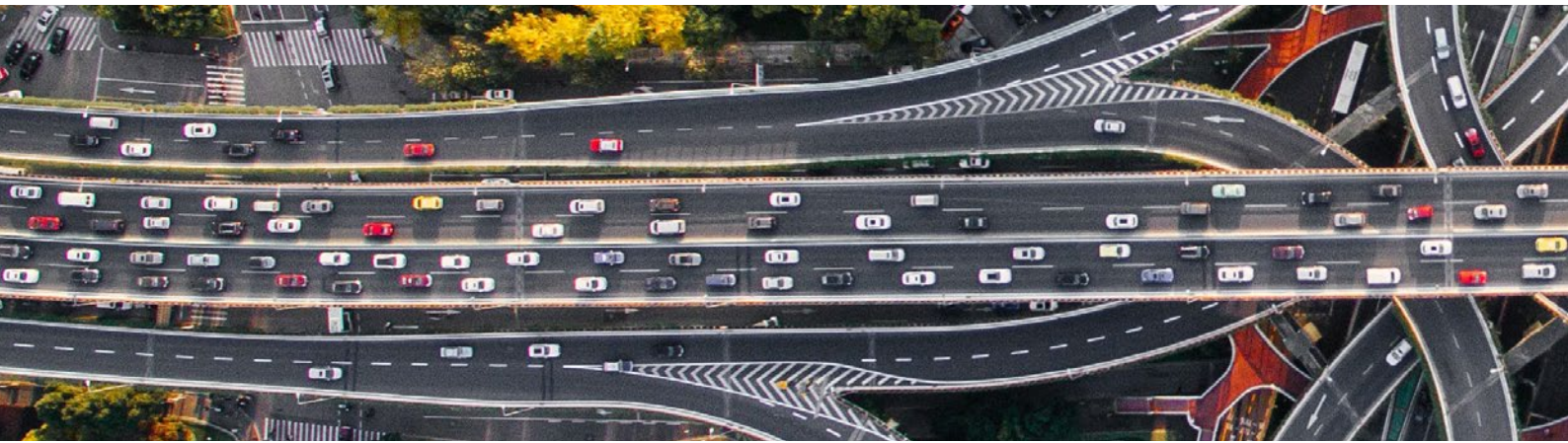
HAN CAMBIADO O CONSIDERAN CAMBIAR LA POLÍTICA DE MOVILIDAD PARA ADAPTARLA AL TELETRABAJO



CAMBIOS IMPLEMENTADOS O CONSIDERADOS

● España
● UE

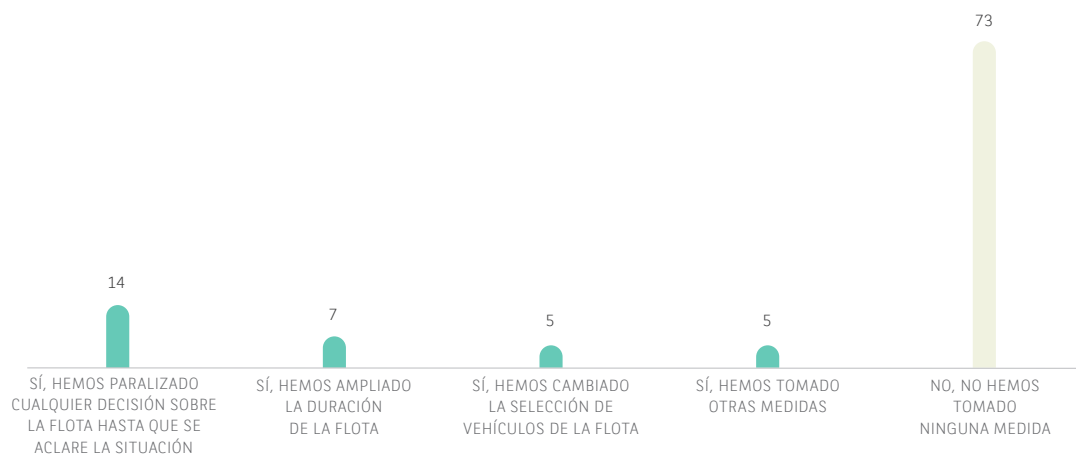




(GRÁFICO VII.26.) Las dificultades que encuentra el sector para renovar sus flotas, por la falta de componentes y la escasez de unidades, han motivado que el 73% de las compañías españolas no se planteen acometer actuación alguna. Por su parte, el 14% ha paralizado las decisiones que habían adoptado al respecto hasta que se clarifique la situación, mientras que un 7% ha decidido ampliar la vida útil de sus vehículos, frente a un 5% que ha cambiado los criterios de selección o ha tomado otro tipo de medidas.

GRÁFICO VII.26. ESTRATEGIAS EN RESPUESTA A LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR.

En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory





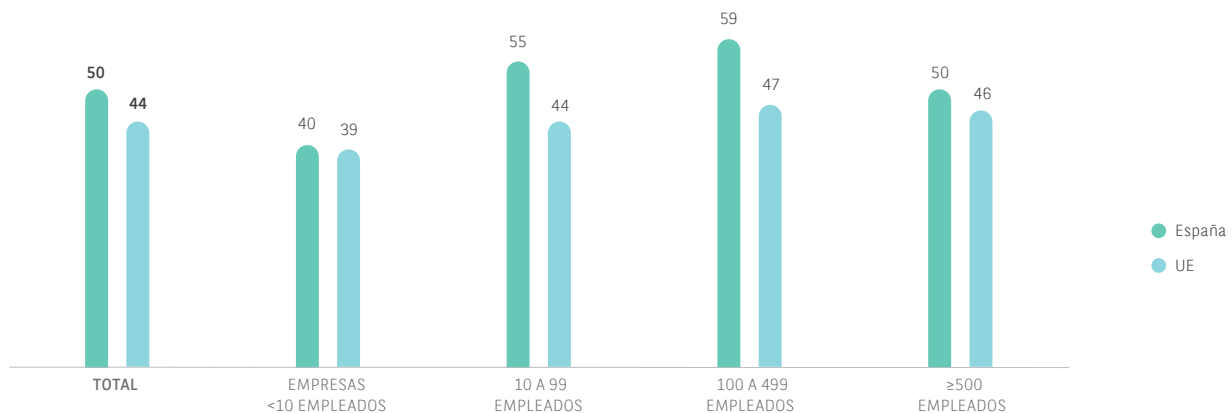
V. VEHÍCULO CONECTADO

A. EQUIPAMIENTO TELEMÁTICO

(GRÁFICO VII.27) 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, ya son incorporadas por la mitad de las flotas españolas, seis puntos porcentuales más que en el resto de la UE. En las pymes los porcentajes en comparación con el resto del continente son similares, aunque la brecha es más extensa entre las compañías que emplean entre 10 y 499 trabajadores.

GRÁFICO VII.27. USO DE VEHÍCULO CONECTADO.

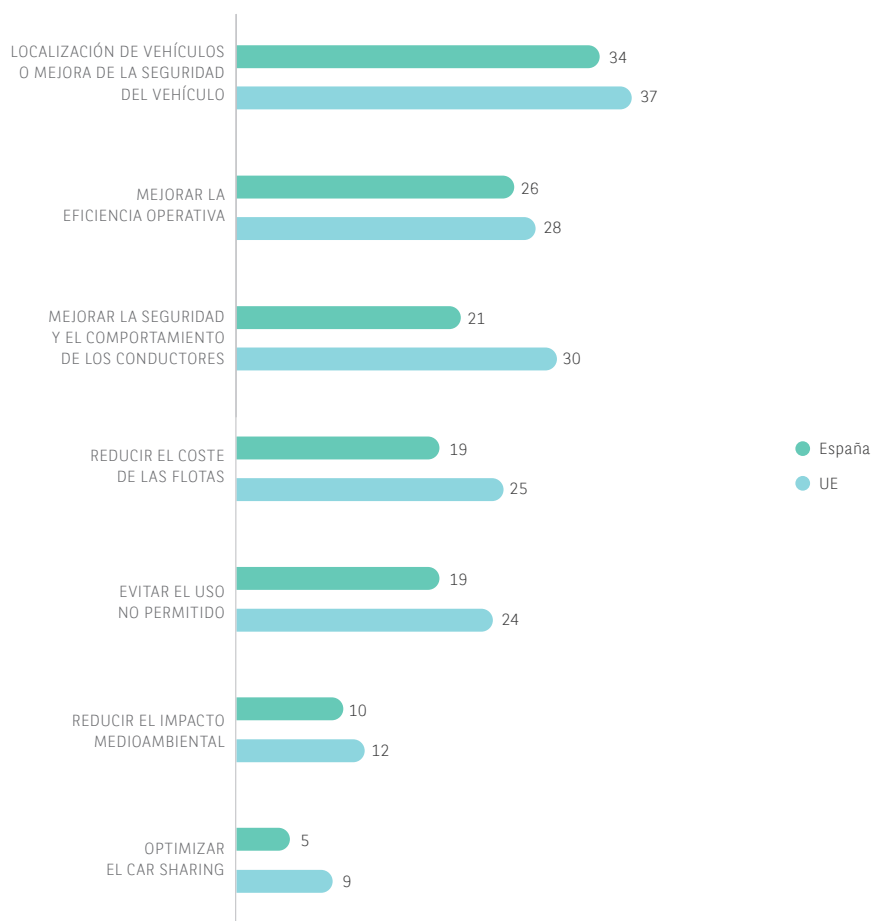
En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos (Turismos + LCVs). Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.28.) Conocer en todo momento la ubicación exacta de los vehículos y mejorar la seguridad es la principal razón por la que las flotas españolas utilizan las soluciones de coche conectado (34%), seguidas por la mejora de la eficiencia (26%) y de la seguridad de los conductores (21%). Otros argumentos son la reducción de costes (19%) y evitar su uso indebido (19%), así como reducir el impacto medioambiental (10%) y optimizar la utilización del coche compartido (5%). En todos los casos los porcentajes se encuentran por encima de la media del resto de países de la Unión Europea.

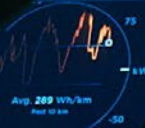
GRÁFICO VII.28. RAZONES POR LAS QUE UTILIZA VEHÍCULOS CONECTADOS EN LA COMPAÑÍA.

En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos (Turismos + LCVs). Fuente: Arval Mobility Observatory





Park Brake Fault



01:48

Куда
Выселился Лыбидовский, в Голубой
Милан

Длина 10,48 км

Навигация Звук Поиск Помощь

Leonid

Navigate

КАККАД
КАККАД
Ленина Цент

99.5

Recents

Favorites

98.9

105.7

103.7

Weekly
Countdown

Radio

Phone

Streaming

Spotify

21.5

MANUAL

FUENTES Y METODOLOGÍA

I. INDICADORES MACROECONÓMICOS

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

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

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

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

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

Todas las previsiones han sido revisadas en el mes de mayo 2023.

A) METODOLOGÍA DE CÁLCULO DE TRANSFERENCIAS DE VEHÍCULOS USADOS

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

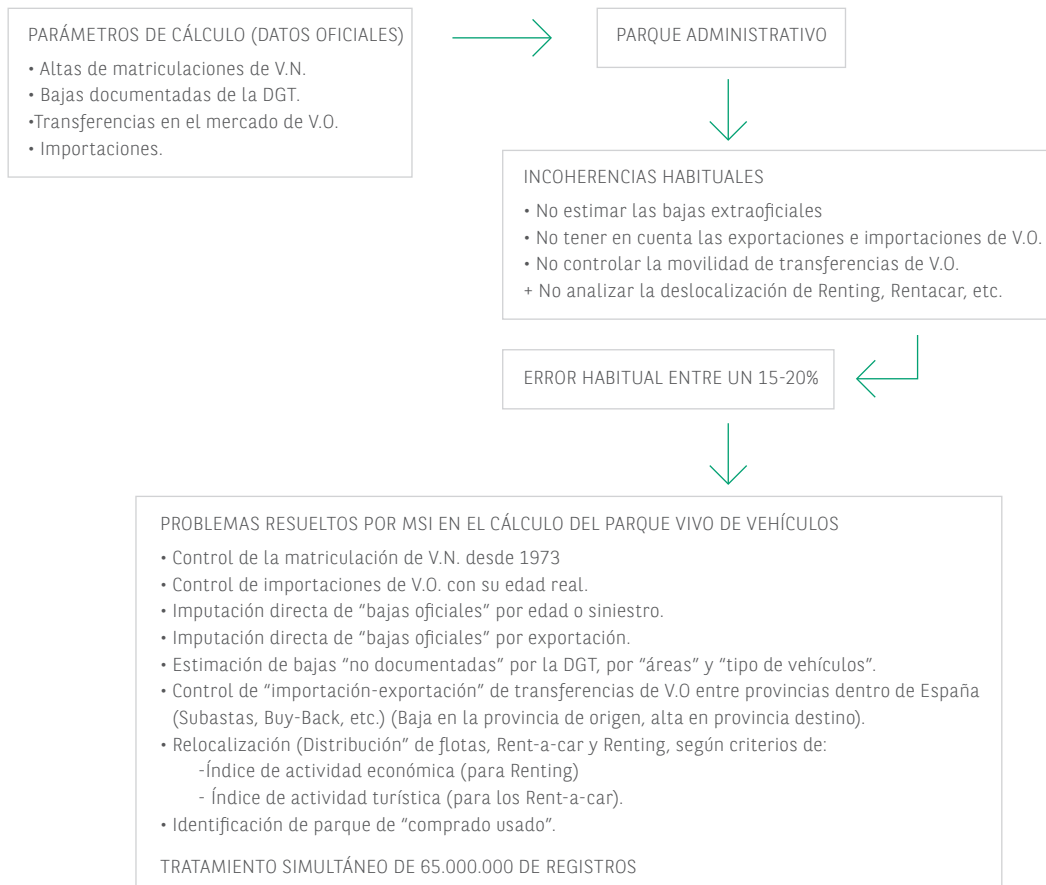
Recordemos que el problema de las estadísticas de VO en España es sumamente complejo como consecuencia de la propia complejidad del mercado y de algunas peculiaridades de la fuente española de datos (la DGT):

- 1) Cada ciclo de venta de un coche usado, es decir, la transmisión de un VO a un cliente final, puede estar compuesto de varias transferencias, lo que provoca posible duplicación de transferencias (ahora se evita esta duplicación cruzando los números de bastidor [VIN]).
- 2) Provoca también un posible desplazamiento en el tiempo de las operaciones de VO no cerradas, es decir, la llegada de nuevas transferencias de un vehículo obliga a recalcular la fecha de la última transferencia de su ciclo de venta.
- 3) La importación de vehículos usados es facilitada por la DGT como nueva matriculación normalmente, pero no siempre, con fecha anterior de primera matrícula.
- 4) La información procedente de la DGT llega cada vez más actualizada. Puede afirmarse que, salvo circunstancias excepcionales, las transferencias de un mes alcanzan un grado de completitud superior al 99% en los dos meses siguientes, lo que obliga, en todo caso, a mantener dos meses de datos abiertos.

- 5) La fecha de trámite de las transferencias no siempre se corresponde con la transmisión física y contractual del vehículo, pudiendo demorarse el trámite oficial, lo que provoca una acumulación de operaciones ficticias especialmente a final de año, que es cuando los grandes operadores regularizan sus balances.
- 6) Las exportaciones de coches usados viene reportadas por la DGT como BAJAS, por lo que es necesario tener en cuenta las bajas para depurar los Km.0 de exportación, los "buyback" y los "renting" que en realidad son transferencias salen del país.
- 7) En ciertos momentos, en especial cuando se implantan planes de incentivo al achatarramiento, se puede generar un mercado de chatarra que implica la transferencia de un vehículo para su posterior baja inmediata. La depuración de estas transferencias de chatarra es también necesaria y puede hacer disminuir las cifras ya aparentemente consolidadas.

B) METODOLOGÍA DE CÁLCULO DEL PARQUE AUTOMOVILÍSTICO VIVO LOCALIZADO

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



C) METODOLOGÍA DE CÁLCULO DEL PARQUE POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN

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

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

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

III. DATOS DE EQUIPAMIENTO Y SINIESTRALIDAD

A. ESTUDIO DE COCHES DE EMPRESA

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

La metodología aplicada en el estudio ha consistido en la entrevista personal de entre 30 y 40 minutos en el lugar de trabajo durante los meses de febrero y marzo de 2023.

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 enero y febrero de 2023 a una muestra representativa de 3.004 conductores.

La metodología aplicada en el estudio ha consistido en una entrevista personal de 30-45 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		15%
	Castellón	Alicante		
	Valencia			
Zona 3	Almería	Córdoba	Jaén	20%
	Badajoz	Granada	Málaga	
	Cádiz	Huelva	Sevilla	
Zona 4	Ávila	Guadalajara	Teruel	8%
	Cáceres	Salamanca	Toledo	
	Ciudad Real	Segovia	Valladolid	
Zona 5	Cuenca	Soria	Zamora	10%
	Asturias	Lugo		
	A Coruña	Ourense		
Zona 6	León	Pontevedra		10%
	Álava	Guipúzcoa	Palencia	
	Burgos	La Rioja	Vizcaya	
Zona 7	Cantabria	Navarra		16%
	Madrid			
Zona 8	Barcelona			11%

IV. BARÓMETRO ARVAL MOBILITY OBSERVATORY

Arval Mobility Observatory

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

- Muestra global: 8.622 entrevistas, 5.865 en Europa, 1.650 en América y 1.107 en el resto del mundo (TR, MA, AU, NZ)
- Target: responsables de flota en empresas de todas las industrias que utilizan al menos 1 vehículo corporativo
- Muestra local España: 300 entrevistas entre empresas de 2 segmentos
 - Empresas de menos de 100 empleados: 158
 - Empresas de 100 o más empleados: 142
- Cuotas: tamaño de compañía y sector
- Período de campo: 5 de septiembre al 28 de octubre de 2023
- Método de entrevista: Telefónico mediante sistema CATI (Computer-assisted telephone interviewing), con una duración aproximada de 20'.
- Interpretación Resultados:
 - Para que los resultados sean representativos de la población global, han sido ponderados de acuerdo con su estructura real en España por número de empleados y sector de actividad, según datos proporcionados por el INE.
 - Los porcentajes calculados corresponden a resultados ponderados.
 - No se incluye en las cifras los "No sabe / No contesta", por lo que los totales pueden diferir del 100%.

ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y MAPAS

GRÁFICOS

CAPÍTULO I

GRÁFICO I.1	Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución anual	14
GRÁFICO I.2	Producto Interior Bruto (PIB) - Evolución interanual por trimestres	14
GRÁFICO I.3	Inflación (IPC) - Evolución anual	15
GRÁFICO I.4	Inflación (IPC) - Evolución mensual	15
GRÁFICO I.5	Encuesta de población activa (EPA) - Tasa de paro	16
GRÁFICO I.6	Evolución de la tasa de ahorro anual de los hogares	16
GRÁFICO I.7	Consumo privado - Evolución anual	17
GRÁFICO I.8	Consumo privado - Evolución trimestral (tasas interanuales)	17
GRÁFICO I.9	Consumo público - Evolución anual	18
GRÁFICO I.10	Consumo público - Evolución trimestral (tasas interanuales)	18
GRÁFICO I.11	Exportaciones e importaciones - Evolución anual	19
GRÁFICO I.12	Exportaciones e importaciones - Evolución trimestral	20
GRÁFICO I.13	Déficit Público	21

CAPÍTULO II

GRÁFICO II.1	Distribución del parque en 2022 por canal de distribución (Total y Empresa)	28
GRÁFICO II.2	Distribución del parque por edad de los vehículos - Empresas, Particulares y Rent-a-car	28
GRÁFICO II.3	Distribución del parque por edad de los vehículos - canal empresas	29
GRÁFICO II.4	Distribución del parque total por potencial contaminante	30
GRÁFICO II.5	Distribución del parque de turismos por potencial contaminante	31
GRÁFICO II.6	Distribución del parque de comerciales por potencial contaminante	31
GRÁFICO II.7	Emisión media de CO ₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) del parque de turismos	32
GRÁFICO II.8	Emisión media de CO ₂ y evolución interanual (datos en gramos por km) del parque de comerciales	32
GRÁFICO II.9	Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos	33
GRÁFICO II.10	Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Comerciales	33
GRÁFICO II.11	Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos	34
GRÁFICO II.12	Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Comerciales	34
GRÁFICO II.13	Distribución del parque total por tipo de combustible - Total Mercado	35
GRÁFICO II.14	Distribución del parque de turismos por tipo de combustible	35
GRÁFICO II.15	Distribución del parque de comerciales por tipo de combustible	35
GRÁFICO II.16	Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado	36
GRÁFICO II.17	Evolución matriculaciones por canal de distribución - Canal Empresa	37
GRÁFICO II.18	Evolución matriculaciones por segmentos de vehículos - Total Mercado	38
GRÁFICO II.19	Matriculaciones mensuales 2022 y 2021 - Total Mercado	39
GRÁFICO II.20	Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2022 - Total Mercado	40

GRÁFICO II.21	Evolución matriculaciones mensuales 2022 y 2021- Renting	41
GRÁFICO II.22	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Total Mercado	43
GRÁFICO II.23	Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado	43
GRÁFICO II.24	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Canal Empresa	44
GRÁFICO II.25	Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa	44
GRÁFICO II.26	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Renting	45
GRÁFICO II.27	Evolución matriculaciones otros combustibles - Renting	45
GRÁFICO II.28	Emisión media de CO ₂ y evolución interanual - Turismos	46
GRÁFICO II.29	Emisión media de CO ₂ y evolución interanual - Comerciales	46
GRÁFICO II.30	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Total Mercado	47
GRÁFICO II.31	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Canal Empresa	47
GRÁFICO II.32	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO ₂ - Renting	47
GRÁFICO II.33	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Total Mercado	48
GRÁFICO II.34	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Canal Empresa	48
GRÁFICO II.35	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO ₂ - Renting	48
GRÁFICO II.36	Comparativa de emisiones medias de CO ₂ - Turismos	50
GRÁFICO II.37	Comparativa de emisiones medias de CO ₂ - Comerciales	50
GRÁFICO II.38	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado	51
GRÁFICO II.39	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado	51
GRÁFICO II.40	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa	52
GRÁFICO II.41	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa	52
GRÁFICO II.42	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Renting	53
GRÁFICO II.43	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Renting	53
GRÁFICO II.44	Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + Comerciales)	60
GRÁFICO II.45	Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado	61
GRÁFICO II.46	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Total Mercado	62
GRÁFICO II.47	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa	63
GRÁFICO II.48	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Renting	63
GRÁFICO II.49	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado	67
GRÁFICO II.50	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado	67
GRÁFICO II.51	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa	68
GRÁFICO II.52	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Renting	68
GRÁFICO II.53	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa	69
GRÁFICO II.54	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Renting	69

CAPÍTULO III

GRÁFICO III.1	Evolución transferencias de VO - Total Mercado	72
GRÁFICO III.2	Distribución de las ventas por edad del VO - Turismos	73
GRÁFICO III.3	Distribución de las ventas por edad del VO - Comerciales	73
GRÁFICO III.4	Ratio vehículo de ocasión vs. vehículo nuevo - Total Mercado	74
GRÁFICO III.5	Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Turismos	76
GRÁFICO III.6	Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Comerciales	76
GRÁFICO III.7	Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos	78
GRÁFICO III.8	Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Comerciales	78

CAPÍTULO IV

GRÁFICO IV.1	Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas (método de financiación y tipología de vehículo)	82
GRÁFICO IV.2	Edad media (años) del vehículo según implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas.	83
GRÁFICO IV.3	Edad media del vehículo según implantación de sistema telemático (método de financiación y tipología de vehículo)	83
GRÁFICO IV.4	Implantación de dispositivo telemático en el vehículo de empresa	84
GRÁFICO IV.5	Integración de sistemas de ayuda a la conducción en el vehículo	85
GRÁFICO IV.6	Integración de equipos de ayuda a la conducción por tipología de vehículo	86
GRÁFICO IV.7	Integración de equipos de ayuda a la conducción por método de financiación.	87

CAPÍTULO V

GRÁFICO V.1	Uso que hace del vehículo	90
GRÁFICO V.2	Evolución sobre el uso que hace del vehículo	90
GRÁFICO V.3	Uso que hace del vehículo por método de financiación y tipología de vehículo	91
GRÁFICO V.4	Tipo de vías de circulación	91
GRÁFICO V.5	Tipo de vías de circulación por método de financiación.	92
GRÁFICO V.6	Kilometraje anual parque empresa 2022 vs. 2021	93
GRÁFICO V.7	Kilometraje anual parque empresa vs. parque particular	93
GRÁFICO V.8	Kilometraje medio anual parque empresa vs. parque particular 2022 y 2021	94
GRÁFICO V.9	Kilometraje anual por método de financiación	94
GRÁFICO V.10	Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo	95
GRÁFICO V.11	Kilometraje anual por tipología de vehículo	95
GRÁFICO V.12	Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa	96
GRÁFICO V.13	Kilometraje acumulado parque empresa vs. parque particular	96
GRÁFICO V.14	Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo	97
GRÁFICO V.15	Tipo de motor parque empresa vs. parque particular	97
GRÁFICO V.16	Posesión de contrato de mantenimiento	98
GRÁFICO V.17	Posesión de contrato de mantenimiento por tipología de vehículo y magnitud de la empresa	98
GRÁFICO V.18	Cambio de neumáticos en 2022	99
GRÁFICO V.19	Cambio de neumáticos por tipología de vehículo	99
GRÁFICO V.20	Cambio de neumáticos por edad del vehículo	100
GRÁFICO V.21	Cambio de neumáticos por método de financiación	100
GRÁFICO V.22	Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2022 vs. 2021	101
GRÁFICO V.23	Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para cambio de neumático	101
GRÁFICO V.24	Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos	102
GRÁFICO V.25	Decisión del centro de reparación según el tipo de vehículo	102
GRÁFICO V.26	Decisión del centro de reparación según el método de financiación	103
GRÁFICO V.27	Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2022	104
GRÁFICO V.28	Revisión o cambio de aceite por tipología de vehículo	104
GRÁFICO V.29	Revisión o cambio de aceite por método de financiación	105
GRÁFICO V.30	Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2022 vs. 2021	105
GRÁFICO V.31	Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para realización de mantenimiento	106
GRÁFICO V.32	Quién decide la elección del centro de reparación para la realización del mantenimiento	106

CAPÍTULO VI

GRÁFICO VI.1	Número medio de visitas anuales en base a la antigüedad del vehículo	110
GRÁFICO VI.2	Número medio de visitas por tipología de vehículo y método de financiación	110
GRÁFICO VI.3	Visitas al taller según edad vehículo por tipología de vehículo y método de financiación	111
GRÁFICO VI.4	Elección del lugar donde realizar la reparación 2022 vs. 2021	111

GRÁFICO VI.5	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo	112
GRÁFICO VI.6	Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting vs. Compra	112
GRÁFICO VI.7	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting	113
GRÁFICO VI.8	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Compra	113
GRÁFICO VI.9	Garantía del vehículo de empresas - 2022 vs. 2021	114
GRÁFICO VI.10	Garantía según el tipo de vehículo	114
GRÁFICO VI.11	Garantía según método de financiación del vehículo	115
GRÁFICO VI.12	Tipo de seguro parque empresa vs. parque particular	116
GRÁFICO VI.13	Tipo de seguro en parque empresa - Comparativa 2022 vs. 2021	116
GRÁFICO VI.14	Tipo de seguro en base a la edad del vehículo y utilización de este	117
GRÁFICO VI.15	Tipo de seguro por tipología de vehículo y método de financiación	117
GRÁFICO VI.16	Tuvo accidente en 2022 y tipo de accidente (Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2022)	118
GRÁFICO VI.17	Número de accidentes / roces	118
GRÁFICO VI.18	Tasa de accidentes por tipo y antigüedad del vehículo	119
GRÁFICO VI.19	Se declaró el accidente al seguro	119
GRÁFICO VI.20	Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2022 vs. 2021	120
GRÁFICO VI.21	Lugar de reparación	120
GRÁFICO VI.22	Quién elige el lugar de reparación	121

CAPÍTULO VII

GRÁFICO VII.1	Perfil del encuestado	126
GRÁFICO VII.2	Composición de la flota de menos de 3,5 toneladas	127
GRÁFICO VII.3	Tamaño de la flota de turismos	128
GRÁFICO VII.4	Tamaño de la flota de LCV	129
GRÁFICO VII.5	Evolución de la flota en los próximos tres años	130
GRÁFICO VII.6	Matriz crecimiento potencial (próximos tres años) según crecimiento del PIB en 2022 - empresas de 100 o más empleados	131
GRÁFICO VII.7	Tiempo medio de los vehículos en las flotas de las empresas, según su tamaño - mostrado en años	132
GRÁFICO VII.8	Principales retos a los que se enfrentan las flotas	133
GRÁFICO VII.9	Proporción de empresas que ya tienen o están considerando implementar en los próximos 3 años nuevas energías o tecnologías en su flota	134
GRÁFICO VII.10	Razones para implementar o considerar tecnologías de combustible alternativas	135
GRÁFICO VII.11	Proporción de empresas que ya tienen o están considerando implementar en los próximos 3 años vehículos eléctricos o en su flota de LCV	136
GRÁFICO VII.12	Motivos para implementar o considerar nuevas energías o tecnologías en su flota	137
GRÁFICO VII.13	Limitaciones a la implementación de vehículos 100% eléctricos	138
GRÁFICO VII.14	Acceso a puntos de recarga	139
GRÁFICO VII.15	Proporción de empresas que tienen la intención de desarrollar el Renting como método de financiación	140
GRÁFICO VII.16	Servicios adicionales de gestión de flotas considerados	141
GRÁFICO VII.17	Al menos una solución implementada de movilidad alternativa	142
GRÁFICO VII.18	Utiliza o considerará en los próximos 3 años al menos una de las alternativas de movilidad al coche de empresa	142
GRÁFICO VII.19	Motivos para implementar o considerar soluciones de movilidad	143
GRÁFICO VII.20	Medios de transporte para llegar al trabajo	144
GRÁFICO VII.21	Probabilidad de renunciar a toda/parte de la flota por soluciones alternativas de movilidad	144
GRÁFICO VII.22	Estrategia específica sobre la huella de CO ₂ de la movilidad	145
GRÁFICO VII.23	La movilidad como un factor estratégico en la empresa	146
GRÁFICO VII.24	Implementación de plan de movilidad	146
GRÁFICO VII.25	Cambios en la política de movilidad de la empresa para adaptarse al teletrabajo	147
GRÁFICO VII.26	Estrategias en respuesta a la situación actual del sector	148
GRÁFICO VII.27	Uso de vehículo conectado	149
GRÁFICO VII.28	Razones por las que utiliza vehículos conectados en la compañía	150

TABLAS

CAPÍTULO II

TABLA II.1	Evolución y prevision del parque total	26
TABLA II.2	Evolución y prevision del parque por canal de distribución	27
TABLA II.3	Matriculaciones por segmento - Total Mercado	41
TABLA II.4	Matriculaciones por segmento - Canal Empresa	42
TABLA II.5	MAtriculaciones por segmento - Canal Renting	42
TABLA II.6	Matriculaciones por modelo de vehículo - Turismos	54
TABLA II.7	Matriculaciones por modelo de vehículo - Comerciales	55
TABLA II.8	Previsión de matriculaciones turismos - Total Mercado	64
TABLA II.9	Previsión de mariculaciones turismos - Canal Empresa	65
TABLA II.10	Previsión de matriculaciones turismos - Renting	65
TABLA II.11	Previsión de matriculaciones comerciales - Total Mercado	67
TABLA II.12	Previsión de mariculaciones comerciales - Canal Empresa	67
TABLA II.13	Previsión de matriculaciones comerciales - Renting	67

CAPÍTULO III

TABLA III.1	Ventas de VO por tipo de combustible - Turismos	75
TABLA III.2	Ventas de VO por tipo de combustile - Comerciales	75
TABLA III.3	Ventas de VO por segmento del vehículo - Turismos	77
TABLA III.4	Ventas de VO por segmento del vehículo - Comerciales	77

MAPAS

CAPÍTULO II

MAPA II.1	Mapa mundial de Matriculaciones de Turismos Nuevos por cada 1.000 (1k) habitantes	56
MAPA II.2	Mapa español de Matriculaciones Totales de VN por cada 1.000 (1k) habitantes	58

DEPÓSITO LEGAL M-18145-2013

CRÉDITOS FOTOS

Portada: P.4: Arval / P.10: Arval / P.22: Arval / P.49: Ryan Searle / P.64: Sarmad Mughal / P.79: Taichi Nakamura / P.103: Maxim Hopman / P.107: ThisisEngineering
RAEng / P.115: Tekton / P.121: Christopher Burns / P.122: Arval / P.132: Zach Vessels / P.148-149: Denys Nevozhai / P.151: Alaksiej Carankievic





ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

ARVAL.ES
MOBILITY-OBSERVATORY.ARVAL.COM