

# ARVAL MOBILITY OBSERVATORY

14/2022



# ARVAL MOBILITY OBSERVATORY

14/2022

ESTUDIOS, ANÁLISIS, PREVISIONES Y TENDENCIAS DE LA MOVILIDAD

INTRODUCCIÓN. ARTÍCULO DE MANUEL OREJAS, Director Arval Mobility Observatory	9
--	---

## CAPÍTULO I LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: INDICADORES MACROECONÓMICOS 10

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

## CAPÍTULO II MERCADO DEL VEHÍCULO NUEVO 20

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

## CAPÍTULO III MERCADO DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN ..... 66

I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS .....	68
A. Evolución y previsión de las Ventas de VO .....	68
B. Evolución y previsión de las ventas de VO por edad de los vehículos vendidos .....	69
C. Ratio Vehículo de Ocasión vs. Vehículo Nuevo .....	70
D. Ventas de VO por tipo de combustible .....	71
E. Evolución de las ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo .....	72
F. Evolución de las ventas de VO por segmento .....	73
G. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante .....	74

## CAPÍTULO IV EQUIPAMIENTOS ..... 76

I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO .....	78
A. Implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas .....	78
B. Vehículo Conectado .....	79
II. EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN .....	81
A. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de ayuda a la conducción .....	81
B. Cuota de integración de los equipamientos de ayuda a la conducción por tipología de vehículo .....	82
C. Cuota de integración en el vehículo de los equipamientos de ayuda a la conducción en función del método de financiación .....	83

## CAPÍTULO V MANTENIMIENTO ..... 84

I. INTRODUCCIÓN .....	86
A. Uso del vehículo .....	86
B. Vías de circulación .....	87
C. Kilometraje anual .....	89
D. Kilometraje anual por método de financiación y tipo de uso del vehículo .....	90
E. Tipo de motor .....	93
F. Contrato de mantenimiento .....	94
II. NEUMÁTICOS .....	95
A. Necesidad de cambiar neumáticos en 2021 .....	95
B. Necesidad de cambio de neumáticos por tipología de vehículo .....	95
C. Necesidad de cambio de neumáticos por edad del vehículo .....	96
D. Necesidad de cambio de neumáticos según el método de financiación .....	96
E. Lugar de reparación .....	97
F. Antigüedad del vehículo según el canal de cambio del neumático .....	97
G. Decisión de la elección del taller .....	98
H. Decisión de la elección del taller según el tipo de vehículo .....	98
I. Decisión de la elección del taller según el método de financiación .....	99

III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO	100
A. Revisión o cambio de aceite del vehículo en 2021	100
B. Por tipología de vehículo	100
C. Según método de financiación	101
D. Lugar de reparación	101
E. Antigüedad del vehículo según el canal de realización del mantenimiento	102
F. Decisión del lugar de realización del mantenimiento	102

## CAPÍTULO VI DAÑOS Y REPARACIONES EN EL VEHÍCULO DE EMPRESA 104

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

<b>CAPÍTULO VII BARÓMETRO</b> .....	118
<b>I. ASPECTOS DE LA FLOTA</b> .....	120
A. Tamaño de la flota .....	120
B. Expectativa de crecimiento de flotas hasta 2025 .....	122
C. ¿Cuánto tiempo mantienen las empresas los vehículos en sus flotas? .....	123
<b>II. ELECTRIFICACIÓN Y MIX ENERGÉTICO</b> .....	124
A. Desarrollo potencial de la electrificación en la flota .....	124
B. Proporción de empresas tomando medidas para reducir las emisiones de sus flotas .....	129
<b>III. EL RENTING COMO MÉTODO DE FINANCIACIÓN</b> .....	130
A. Evolución del renting .....	130
B. Foco en las empresas de menos de 100 empleados .....	131
<b>IV. POLÍTICAS DE FLOTA Y GESTIÓN DE MOVILIDAD</b> .....	134
A. Servicios suscritos .....	134
B. Soluciones de movilidad alternativas .....	135
C. Estrategia específica sobre la huella de carbono .....	136
<b>V. VEHÍCULO CONECTADO</b> .....	137
A. Equipamiento telemático .....	137
<b>FUENTES Y METODOLOGÍA</b> .....	140
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y MAPAS</b> .....	145



# ¡BIENVENIDOS A LA DÉCIMOCUARTA EDICIÓN DE NUESTRO OBSERVATORIO!



**Y** si la decimotercera edición del Arval Mobility Observatory en España nos pareció excepcional por las circunstancias que todos conocemos, prepárense que ya está aquí la decimocuarta.

Cuando cerrábamos las previsiones de mercado y tendencias de movilidad a finales de 2019, y temíamos cierto ralentizamiento de las economías europea y españolas, poco imaginábamos lo que estábamos a punto de vivir.

Una pandemia global de consecuencias imprevisibles, una nevada de dimensiones apocalípticas en media España, el encallamiento del buque Ever Given en el canal de Suez que desestabilizó el comercio mundial, la crisis de abastecimiento sobre todo de chips semiconductores, y ahora una guerra en el corazón de Europa, que además del drama humanitario, dispara los costes de los combustibles, los transportes, y la inflación a niveles nunca vistos.

En aquel momento posiblemente hubiéramos pensado, que además de ciencia ficción, no era posible dar con un escenario que nos permitiese tener una visión clara de adonde íbamos.

Pero es precisamente en estos momentos de incertidumbre, donde creemos que nuestro querido Observatorio, analizando meticulosamente el mercado y las aportaciones que nos prestan nuestros clientes en cuanto a sus propias experiencias e inquietudes, nos sirve de faro para dar luz a un panorama, en el que constatamos que, a pesar de todo, las empresas españolas no pierden el optimismo y el compromiso con el cuidado del medio ambiente.

Para nosotros, otro año más, es una responsabilidad y un privilegio dar voz y a la vez ser el ancla donde se cimienten las decisiones de una movilidad cada vez más sostenible, diversa, inteligente y conectada, donde el Renting como solución se posiciona como protagonista indiscutible.

En estos momentos excepcionales, queremos agradeceros vuestro interés, y confiamos en que disfrutéis de la lectura de este libro, tanto como nosotros hemos disfrutado elaborándolo

Gracias

**MANUEL OREJAS**  
Director Arval Mobility Observatory



## CAPÍTULO I

# LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: INDICADORES MACROECONÓMICOS

La economía española creció por encima del 5% en 2021 después del fuerte descalabro sufrido por la producción en 2020 a causa de la pandemia y a pesar de las limitaciones que conllevó la permanencia del coronavirus. Una tasa de crecimiento robusta, la mayor en 21 años, y muy positiva si se tienen en cuenta los lastres que el Covid-19 y sus sucesivas variantes impusieron a la economía. No obstante, también supuso una cifra inferior al 6,5% que anticipaba el Gobierno. La persistencia del virus está dificultando que se recobre de forma plena el producto interior bruto lastrado por los brotes que restringieron de nuevo los movimientos y que afectaron a la hostelería y el comercio, mientras que la falta de suministros perjudicó sobre todo a la venta de coches, que pesa mucho en el consumo, a la vez que la inflación empezó a hacer mella en la capacidad de compra.



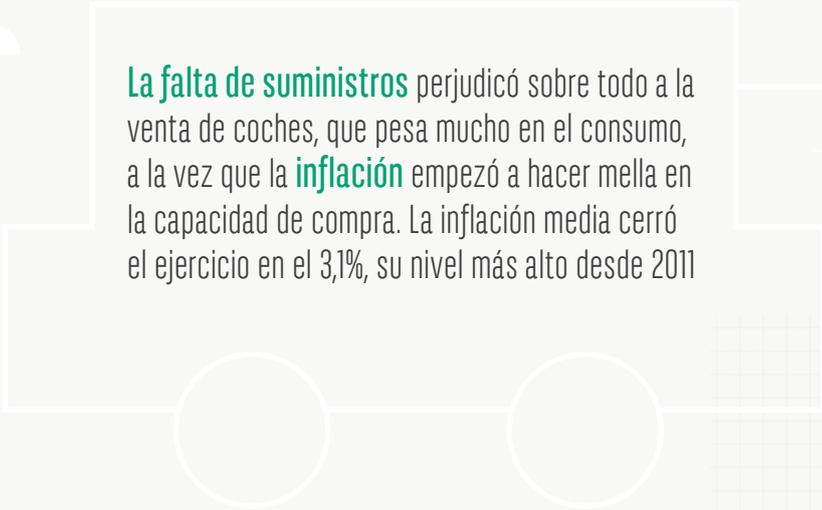
La economía española creció por encima del

**5%**

en 2021 después del fuerte descalabro sufrido por la producción en 2020 a causa de la pandemia



la mayor en 21 años, y muy positiva si se tienen en cuenta los lastres que el Covid-19 y sus sucesivas variantes impusieron a la economía



La **falta de suministros** perjudicó sobre todo a la venta de coches, que pesa mucho en el consumo, a la vez que la **inflación** empezó a hacer mella en la capacidad de compra. La inflación media cerró el ejercicio en el 3,1%, su nivel más alto desde 2011

---

**13,33%** El **mercado laboral** recuperó en 2021 los niveles previos a la irrupción de la pandemia y alcanzó cifras de empleo récord

---



## Las familias

españolas consiguieron ahorrar 41.822 millones de euros el pasado año, con lo que su volumen total de capital depositado en bancos se situó en 958.897 millones



El **déficit público** español retrocedió hasta el 6.9% del PIB el pasado año y devolvió a España a la senda de reducción de la deuda tras un fuerte aumento inducido por la pandemia en 2020

# I. PIB

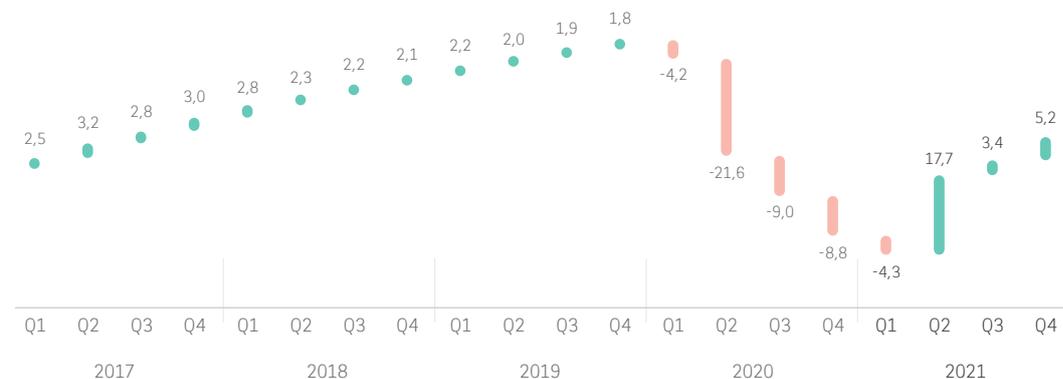
(GRÁFICO I.1.) La economía española cerró 2021 con un crecimiento del 5,1%, la mayor alza en dos décadas, después de que la pandemia provocada por el coronavirus generara la mayor contracción del PIB desde la Guerra Civil en el ejercicio precedente. El año estuvo marcado por la inestabilidad de las variables, que se movieron al son de la situación sanitaria y la aparición de las distintas variantes del Covid-19. Aunque la salida de la crisis se explicó en clave nacional, en el tramo final la demanda exterior impulsó la actividad. Las previsiones apuntan a que durante el presente ejercicio se recuperará todo lo perdido en la pandemia si las consecuencias de la guerra en Ucrania no lo impide, para continuar con crecimientos más atemperados a partir de 2023.

(GRÁFICO I.2.) La nueva ola de contagios surgida tras las fiestas navideñas y el final de 2020 propició que se prolongara la racha de caídas trimestrales del PIB, que sufrió una fuerte recuperación en el segundo cuarto del ejercicio apoyado en la demanda interna. En los dos últimos trimestres del año el frenazo del consumo interno se vio compensado por la inversión y, especialmente, por el mejor comportamiento del sector exterior y la llegada de nuevos visitantes extranjeros una vez dejado atrás lo peor de la pandemia. Pese a que España esquivó con crecimiento la nueva variante ómicron, los problemas mundiales en las cadenas de suministros y el alza de los precios energéticos, quedó rezagada frente al resto de socios comunitarios.

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

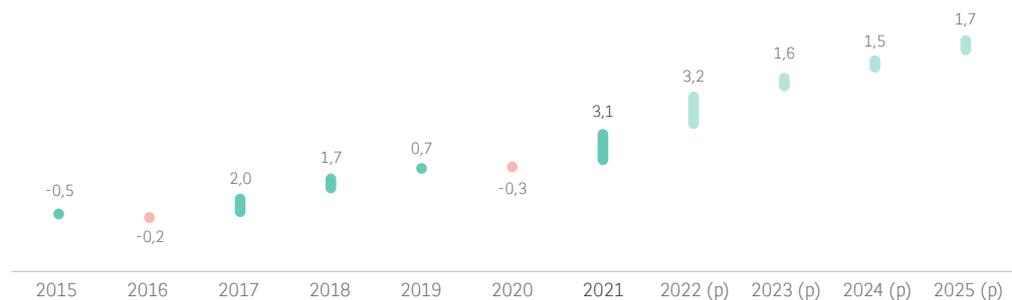


## II. INFLACIÓN

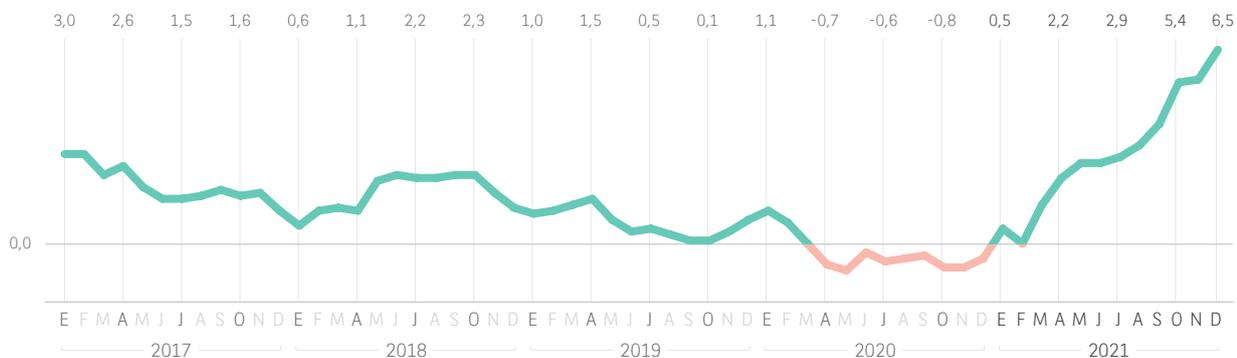
**(GRÁFICO I.3.)** Otro año más, el comportamiento de los precios a lo largo de 2021 estuvo muy condicionado por el impacto de la pandemia y la inflación media cerró el ejercicio en el 3,1%, su nivel más alto desde 2011. Esta elevada subida contribuyó, en su mayor parte, el encarecimiento de la electricidad y los alimentos, especialmente de legumbres, hortalizas, pan, cereales y carne. En concreto, la luz elevó su coste un 72% en el último año pese a las rebajas impositivas aplicadas a la factura de la electricidad (si se descuentan las rebajas fiscales, la subida interanual del precio de la luz hubiera sido del 96,8%). También los servicios de alojamiento y restauración aumentaron los precios por encima de lo que lo hicieron un año antes. Por el contrario, los precios de los carburantes y lubricantes para vehículos personales bajaron en diciembre de 2021, en contraste con la subida que experimentaron en 2020. Las previsiones para este año apuntan a que se mantendrá la cota alcanzada.

**(GRÁFICO I.4.)** La electricidad fue la principal causante de que la inflación cerrara el último mes del año en el 6,5%, el dato más alto desde mayo de 1992. El IPC general reflejó una escalada constante desde febrero, momento en el que la tasa se situó en el 0%, para desde ese momento verse impulsada por el componente energético, así como por la alimentación y el segmento de hoteles, bares y restaurantes.

**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.) Después de un 2020 para olvidar en términos de ocupación, el mercado laboral recuperó en 2021 los niveles previos a la irrupción de la pandemia y alcanzó cifras de empleo récord, no vistas desde hace más de una década, antes de la Gran Recesión. El pasado año se crearon 840.600 puestos de trabajo, la cifra más alta desde 2005, y el desempleo cayó en 616.000 personas, dejando la tasa de paro en el 13,33 %, la más baja desde el inicio de la crisis financiera.

GRÁFICO I.5. Encuesta de población activa (EPA) - Tasa de paro. En porcentaje. Fuente: INE



### IV. AHORRO DE LOS HOGARES

(GRÁFICO I.6.) Después del descenso experimentado durante la primera mitad de 2021, la incertidumbre y la pérdida de confianza en la situación económica volvieron a situar la tasa de ahorro de los hogares españoles por encima de lo niveles precrisis al cierre del ejercicio. Las familias españolas consiguieron ahorrar 41.822 millones de euros el pasado año, con lo que su volumen total de capital depositado en bancos se situó en 958.897 millones.

GRÁFICO I.6. Evolución de la tasa de ahorro anual de los hogares. En porcentaje. Fuente: INE

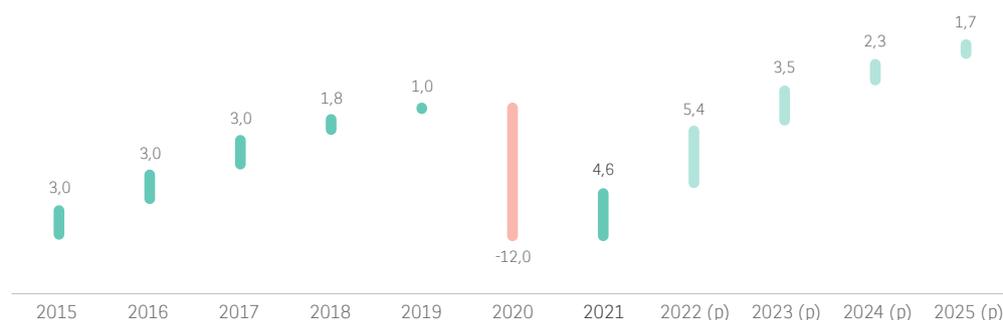


## V. CONSUMO PRIVADO

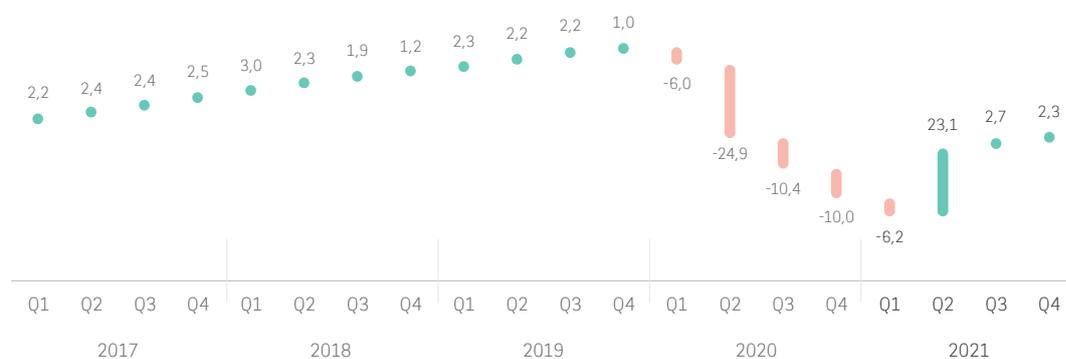
(GRÁFICO I.7.) Después de que la demanda doméstica sufriera en España una caída del 12% en 2020 a causa de la pandemia, su cifra más baja desde 1970, el exceso de ahorro familiar comenzó a ser reabsorbido por la economía y se produjo un incremento del consumo privado del 4,6% durante el pasado año. No obstante, las sucesivas olas provocadas por las nuevas variantes del Covid-19 impidieron un mayor incremento de esta variable, que se espera aumente a lo largo del presente ejercicio y del siguiente impulsada, en gran parte, por la inversión inmobiliaria, aunque tardará en alcanzar los niveles prepandemia.

(GRÁFICO I.8.) El aumento de los contagios después del periodo navideño y el retorno de las medidas para restringir la movilidad volvieron a contraer el consumo en el primer trimestre del pasado ejercicio. Sin embargo, la mejora de la situación sanitaria llevó a las familias a materializar decisiones de gasto que habían pospuesto a causa de la pandemia y supuso un fuerte incremento de la demanda interna en el segundo cuarto del año. La llegada de ómicron y el aumento de los precios, en especial de las partidas relacionadas con la energía, ralentizó el gasto en la segunda mitad de 2021.

**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 se mantuvo en niveles similares a los del ejercicio precedente durante 2021. Los gastos extraordinarios motivados por la pandemia se extendieron a lo largo del año para intentar minimizar los daños de la crisis y reducir las consecuencias del frenazo productivo.

(GRÁFICO I.10.) El desembolso de fondos para combatir la pandemia fue más reducido en la segunda mitad del año. El recorte del gasto fue el reflejo de la mejora esperada en la situación sanitaria, que conllevó a su vez la paulatina retirada del escudo social que el Estado tenía desplegado desde marzo de 2020, así como la paulatina incorporación de gran parte de los trabajadores que se encontraban en situación de ERTE a sus puestos de trabajo.

GRÁFICO I.9. Consumo público - Evolución anual. En porcentaje. Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)

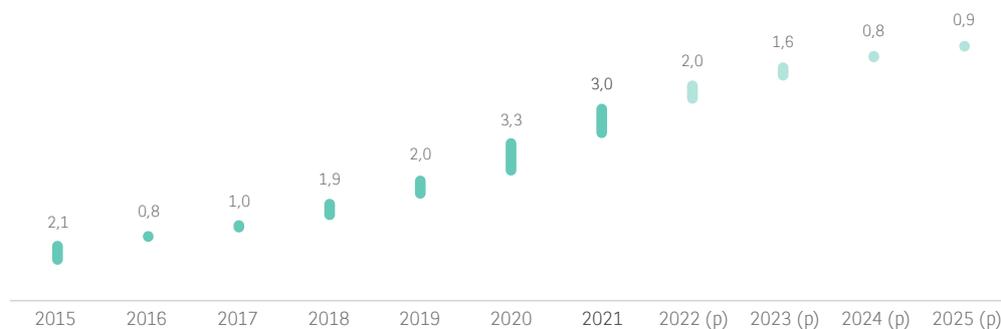
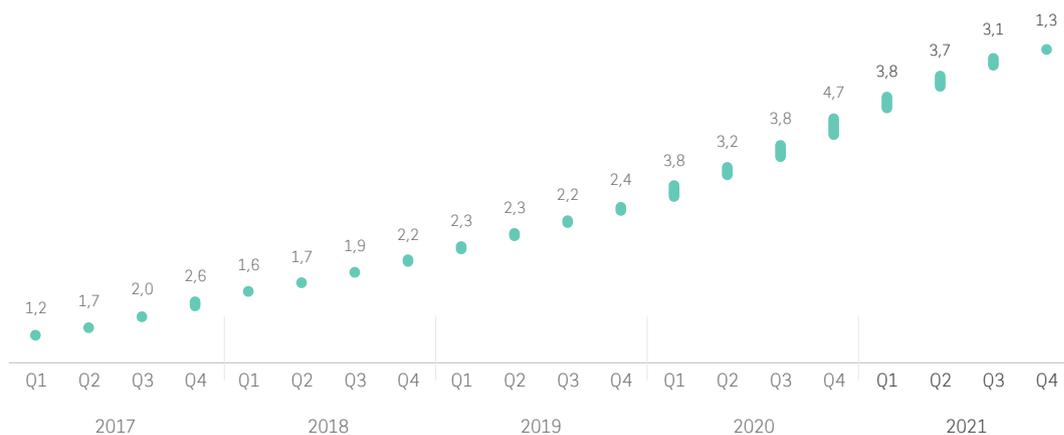


GRÁFICO I.10. Consumo público - Evolución trimestral (tasas interanuales). En porcentaje. Fuente: INE

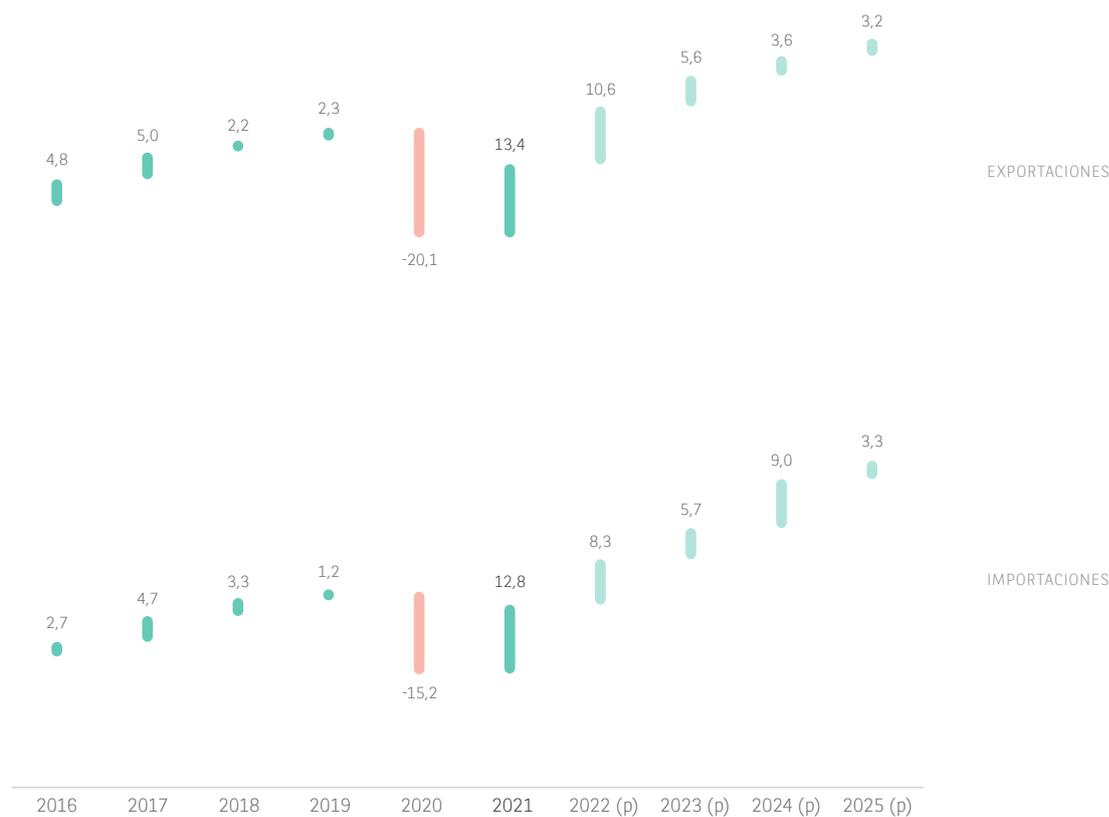


## VII. EXPORTACIONES / IMPORTACIONES

(GRÁFICO I.11.) Las exportaciones españolas batieron un nuevo récord en 2021 al superar por primera vez la barrera de los 300.000 millones de euros, un hito que no evitó que el déficit comercial se duplicara el pasado año debido a que el coste de comprar energía a otros países se disparó, sobre todo en la parte final del ejercicio.

Las exportaciones españolas aumentaron un 13,4% y se situaron por encima del dato de 2019, justo antes de la pandemia, momento en el que habían marcado un máximo histórico. Las importaciones crecieron un 12,8% respecto a 2020. Esta subida en ambos casos contrasta con las caídas del ejercicio anterior, cuando las ventas a otros países retrocedieron más del 20% y las compras al extranjero cedieron un 15,2%.

GRÁFICO I.11. Exportaciones e importaciones - Evolución anual. En porcentaje. Fuente: INE y Previsiones BNP Paribas (p)



(GRÁFICO I.12.) La caída de las exportaciones registrada en 2020 se mantuvo durante el primer trimestre de 2021 debido a la nueva ola de coronavirus provocada por la relajación de las restricciones en el periodo navideño. La progresiva apertura de los mercados internacionales, y en especial de los comunitarios, volvió a disparar tanto las ventas como las compras al exterior a partir del segundo cuarto del año, con especial incidencia en el turismo. Por su parte, las importaciones se vieron impulsadas, especialmente en diciembre, por el notable incremento de los precios de la energía.

GRÁFICO I.12. Exportaciones e importaciones – Evolución trimestral. En porcentaje. Fuente: INE



# VIII. DÉFICIT PÚBLICO

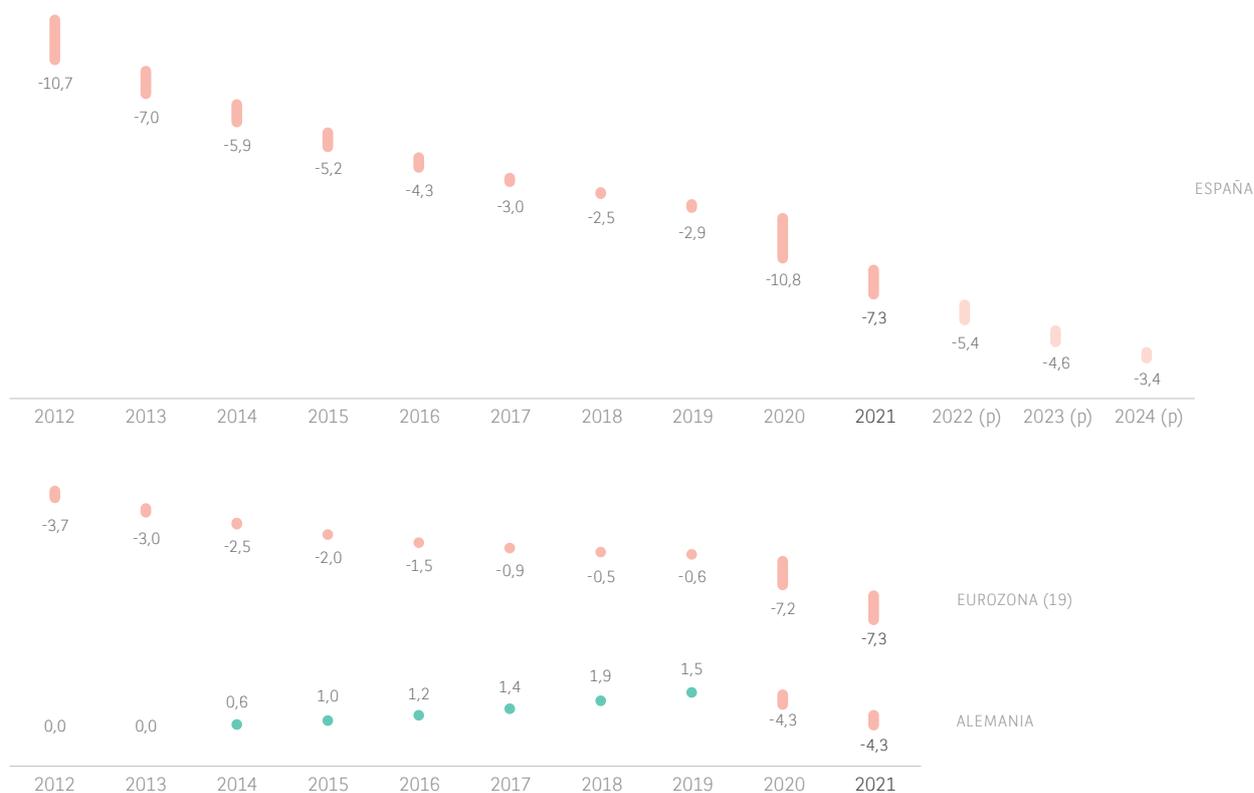
(GRÁFICO I.13.) El déficit público español retrocedió hasta el 7,3% del PIB el pasado año y devolvió a España a la senda de reducción de la deuda tras un fuerte aumento inducido por la pandemia en 2020. El volumen de deuda en términos totales se incrementó en 81.979 millones de euros durante el último ejercicio, aunque su peso en comparación con el PIB es inferior respecto a la cifra de cierre de 2020 debido al crecimiento económico del país, especialmente en la segunda mitad del año.

La mayor parte de la deuda corresponde a la Administración Central: el Estado acabó el ejercicio con 1,245 billones de euros, lo que representa una subida del 6,8% respecto a 2020. La deuda en manos de las comunidades autónomas creció un 2,9%, hasta los 312.898 millones de euros, y la de las corporaciones locales repuntó un 0,8% hasta los 22.122 millones. A estas cifras se suma la correspondiente a la Seguridad Social, que ascendió a 99.185 millones, un 16,2% más que a diciembre de 2020.

Por su parte, el déficit de la eurozona también se contrajo en 2021 después de relajarse a partir del segundo trimestre del año. Una reducción que se produjo gracias a la moderación del gasto asociado a la crisis sanitaria, después de que los ingresos permanecieran estables.

Por su parte, Alemania registró el segundo mayor déficit público de su historia a causa de la pandemia, después de que la crisis sanitaria pusiera fin en 2020 a seis años de superávit ininterrumpidos.

GRÁFICO I.13. Déficit Público. Fuente: Eurostat y Previsiones BNP Paribas (p)





## CAPÍTULO II

# MERCADO DEL VEHÍCULO NUEVO

El mercado del automóvil aún sufrió en 2021 las secuelas de la pandemia provocada por el coronavirus y apenas pudo crecer un 1% en comparación con el año anterior. La densidad de vehículos por habitante creció en este mismo porcentaje y contabilizó 598 coches por cada 1.000 ciudadanos, seis más que en el ejercicio precedente, aunque las previsiones indican que a medida que se superen las sucesivas oleadas del Covid-19 y finalice la crisis de componentes se dinamizará el mercado. Otra de las consecuencias indeseadas del parón en la producción vivido en los últimos años es el aumento de antigüedad del parque automovilístico, que se sitúa en torno a los 13 años de media. Por otro lado, Seat se mantuvo en la primera posición por ventas de turismos en España con una cuota de mercado del 8,2%.

El mercado del automóvil  
**apenas pudo crecer**  
 un 1% en comparación con el año anterior

27.999.467 (2020) vs  
**28.278.292** (2021)

Se **contabilizan** 598  
 vehículos por cada  
 1.000 ciudadanos, seis  
 más que en 2021

El parque de vehículos  
 de **alquiler**

→ la mayor subida  
 en porcentaje  
 (10%) durante 2021.

El canal del **renting** rozó  
 las 765.000 unidades

→ impulso  
 cercano al 6%

La incertidumbre económica volvió a  
**retrasar la modernización de las flotas,**  
 el tiempo medio de cambio volvió a crecer en 2021

1,3

RENT-A-CAR

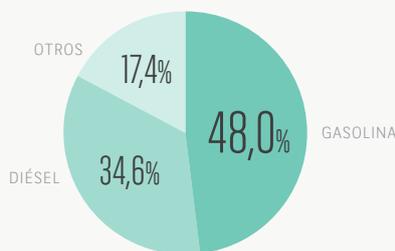
3,9

EMPRESAS

10,7

PARTICULARES

Los vehículos de **gasolina**  
 → lenta progresión →  
 caracterizado durante los últimos  
 ejercicios y ganaron terreno al diésel  
 en 2021 con más matriculaciones



## TURISMOS

Restricciones a la movilidad y  
 el aumento del precio de los  
 combustibles → redujeron  
 las emisiones medias de dióxido  
 de carbono a la atmósfera

	Parque	Matric. VN
Mercado total	127	122
Empresa	115	119
Renting	106	120

## COMERCIALES

Las nuevas  
 incorporaciones  
 redujeron de forma  
 leve su impacto  
 ambiental en 2021

	Parque	Matric. VN
	137	115
	132	113
	125	108

# I. PARQUE DE VEHÍCULOS

## A. EVOLUCIÓN Y PREVISIÓN DEL PARQUE TOTAL

(TABLA II.1.) El parque automovilístico español alcanzó un volumen de 28,3 millones de unidades en el ejercicio 2021 tras crecer un 1% en relación con el ejercicio anterior, aunque aún sufrió las secuelas del frenazo en las compras inducido por la pandemia causada por el coronavirus. La densidad de vehículos por habitante avanzó también un 1%, con lo que se contabilizan 598 vehículos por cada 1.000 ciudadanos, seis más que en 2021. Las previsiones de crecimiento se mantienen a la baja para este año, para avanzar con mayor fortaleza a partir de 2023.

**TABLA II.1.** Evolución y previsión del parque total.

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

	2016		2017		2018		2019		2020	
	Tamaño	Evol.								
Parque	25.709.428	2,6%	26.471.814	3,0%	27.175.574	2,7%	27.778.871	2,2%	27.999.467	0,8%
Población	46.440.099	-0,1%	46.439.791	0,0%	46.427.975	0,0%	46.867.125	0,9%	47.332.614	1,0%
<b>Densidad (veh/1000 hab)</b>	<b>554</b>	<b>2,6%</b>	<b>570</b>	<b>3,0%</b>	<b>585</b>	<b>2,7%</b>	<b>593</b>	<b>1,3%</b>	<b>592</b>	<b>-0,2%</b>
	2021		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)	
	Tamaño	Evol.								
Parque	28.278.292	1,0%	28.391.438	0,4%	28.817.966	1,5%	29.205.395	1,3%	29.564.847	1,2%
Población	47.326.687	0,0%	47.353.590	0,1%	47.381.955	0,1%	47.413.275	0,1%	47.449.884	0,1%
<b>Densidad (veh/1000 hab)</b>	<b>598</b>	<b>1,0%</b>	<b>600</b>	<b>0,3%</b>	<b>608</b>	<b>1,4%</b>	<b>616</b>	<b>1,3%</b>	<b>623</b>	<b>1,2%</b>

(TABLA II.2.) El parque de vehículos de alquiler volvió a anotarse la mayor subida en porcentaje (10%) durante 2021, mientras que el de empresa volvió a acusar la desaceleración causada por el Covid-19 y apenas registró movimiento (0,1%) y el de particulares no completó el punto porcentual de subida. Las previsiones apuntan a que durante 2022 los segmentos de alquiler y particulares experimentarán ligeros crecimientos cercanos al medio punto porcentual, mientras que seguirá la atonía entre las empresas, que retomarán el crecimiento en 2023.

El canal del renting rozó las 765.000 unidades tras un importante impulso cercano al 6% que se atemperará en la presente campaña, aunque retomará el impulso el ejercicio venidero.

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

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

TOTAL

	2021		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)	
	Tamaño	Evol.								
Empresas	2.108.529	0,1%	2.111.421	0,1%	2.162.212	2,4%	2.213.778	2,4%	2.253.659	1,8%
Particulares	25.743.789	0,9%	25.851.913	0,4%	26.220.458	1,4%	26.550.836	1,3%	26.864.135	1,2%
Rent-a-car	425.974	10,0%	428.104	0,5%	435.296	1,7%	440.781	1,3%	447.053	1,4%
	28.278.292	1,0%	28.391.438	0,4%	28.817.966	1,5%	29.205.395	1,3%	29.564.847	1,2%

PARQUE DE EMPRESA

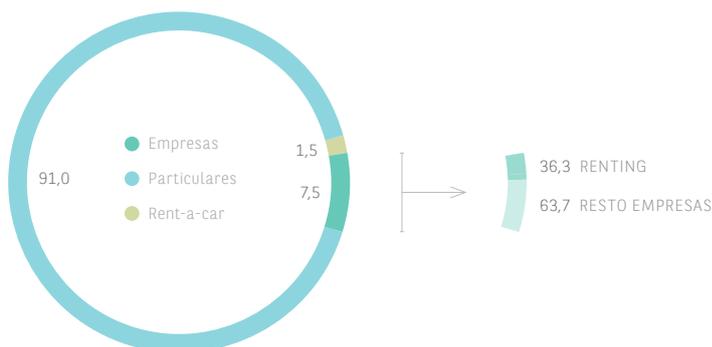
	2021		2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)	
	Tamaño	Evol.								
Renting	764.755	5,8%	796.546	4,2%	844.100	6,0%	885.714	4,9%	922.274	4,1%
Resto empresas	1.343.774	-2,9%	1.314.875	-2,2%	1.318.113	0,2%	1.328.065	0,8%	1.331.384	0,2%
	2.108.529	0,1%	2.111.421	0,1%	2.162.212	2,4%	2.213.778	2,4%	2.253.659	1,8%

## 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 en el 91%, frente al 1,5% del Rent-a-car y el 7,5% de las empresas. En lo referente al parque corporativo, el renting ya suma un 36% del total.

### GRÁFICO II.1. Distribución del parque en 2021 por canal de distribución (Total y Empresa).

En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



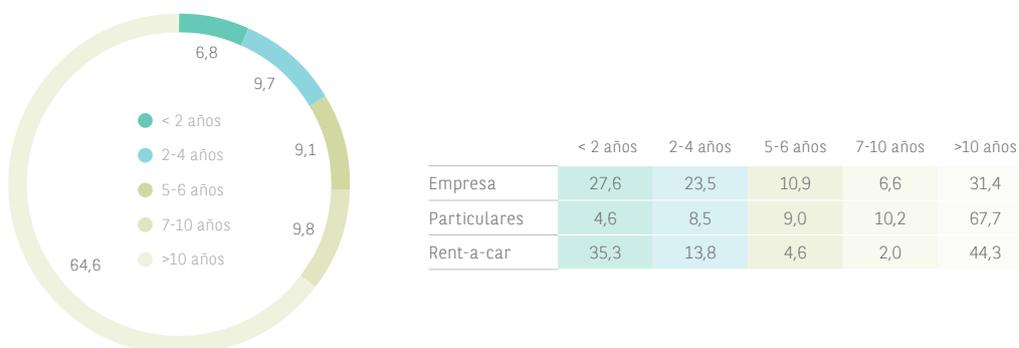
## C. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE POR EDAD DE LOS VEHÍCULOS

(GRÁFICO II.2.) El parque automovilístico español se sitúa entre los más viejos de Europa con una edad media que ya supera los 13 años, al no destinarse al desguace las unidades más envejecidas y contaminantes, una situación que la duración de la pandemia no ha ayudado a mejorar. De este modo, el 64,6% de las unidades que circularon en 2021 por las carreteras españolas contaba con más de diez años de vida y casi otro 10% superara los siete. Por otro lado, los coches con menos de cuatro años de uso sólo sumaban el 16,5% del total.

Las nuevas unidades se concentraron en su mayor parte en el segmento de alquiler, que agrupó el 35,3% del total, seguido por los vehículos de empresa (27,6%). Los particulares son los que más aprovechan la vida de sus utilitarios, al contar un 67,7% de los mismos con más de una década de uso, mientras que 44,3% de los de alquiler y el 31,4% de los de empresa 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.

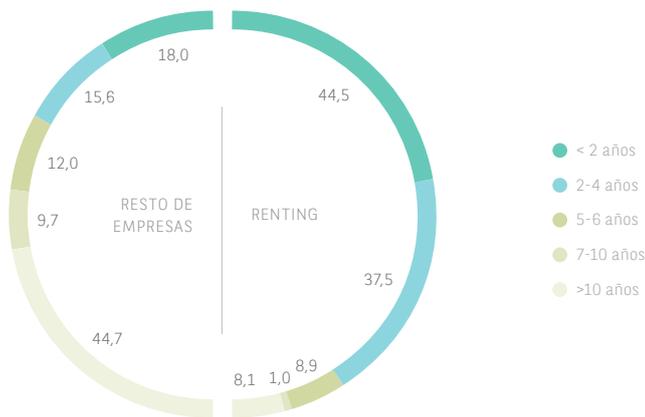
En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



(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 44,7% de los vehículos corporativos suma más de diez temporadas.

### 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 está utilizando este distintivo ambiental a la hora de restringir el tráfico en los días de alta contaminación, prohibiendo la circulación a los vehículos que carecen de él. Fuente: DGT



**ETIQUETA 0 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 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 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.



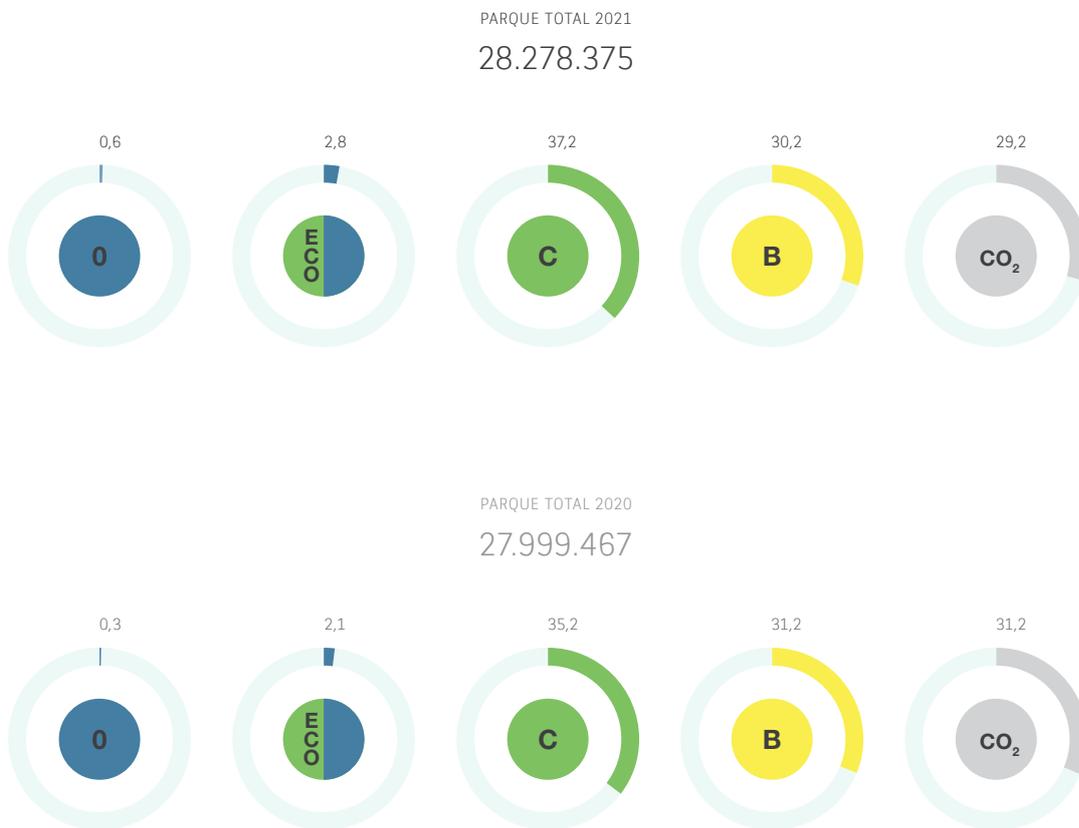
**ETIQUETA ECO.** Los siguientes en el escalón de eficiencia, se trata en su mayoría de vehículos híbridos, gas o ambos. Tendrán derecho a esta etiqueta eléctricos enchufables con autonomía inferior a 40 km, híbridos no enchufables (HEV), vehículos propulsados por gas natural y gas (GNC y GNL) o gas 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 algunas de las principales ciudades españolas, el aumento del precio de los combustibles fósiles, la mayor concienciación medioambiental de la población y la nueva ley de Cambio Climático y Transición Energética que impondrá zonas de bajas emisiones a las ciudades con más de 50.000 habitantes a partir de 2023, han permitido la reducción de emisiones de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) a la atmósfera, aunque la antigüedad del parque impide que progrese con mayor rapidez. No obstante, en 2021 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 CO<sub>2</sub> emiten.

**GRÁFICO II.4.** Distribución del parque total por potencial contaminante.  
En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI

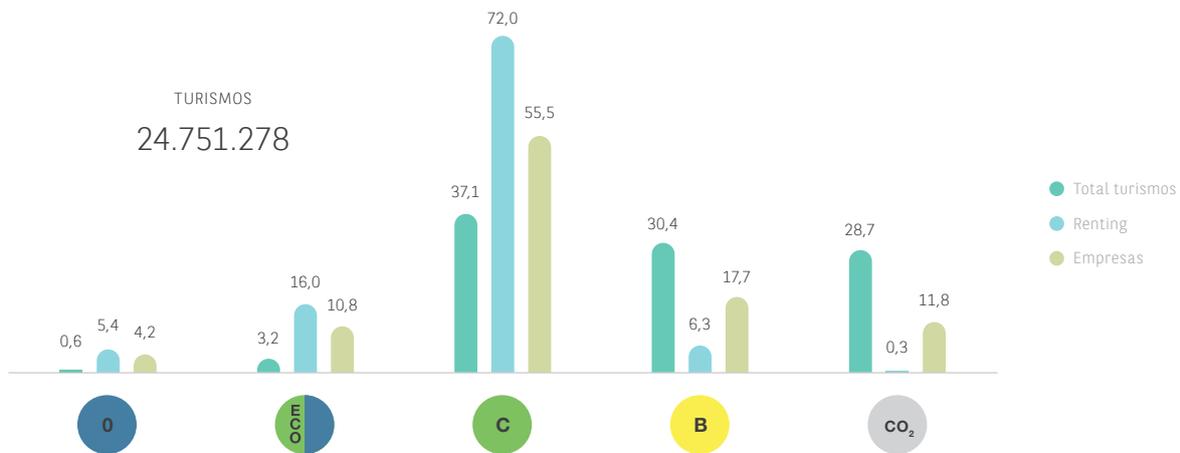


(GRÁFICO II.5.) El renting, al agrupar en sus filas las unidades más modernas, coloca sus turismos al frente en todos los rangos menos contaminante de la clasificación, con una importante distancia en cada categoría en relación con el resto de unidades del canal de empresa. Sólo el 0,3% de los coches con la modalidad de renting se incluyen entre los más contaminantes.

(GRÁFICO II.6.) En lo que se refiere al parque de comerciales, los vehículos con mayor número de emisiones superan el 62% del total. En este segmento, el canal de renting también cuenta con el mayor porcentaje de unidades menos contaminantes.

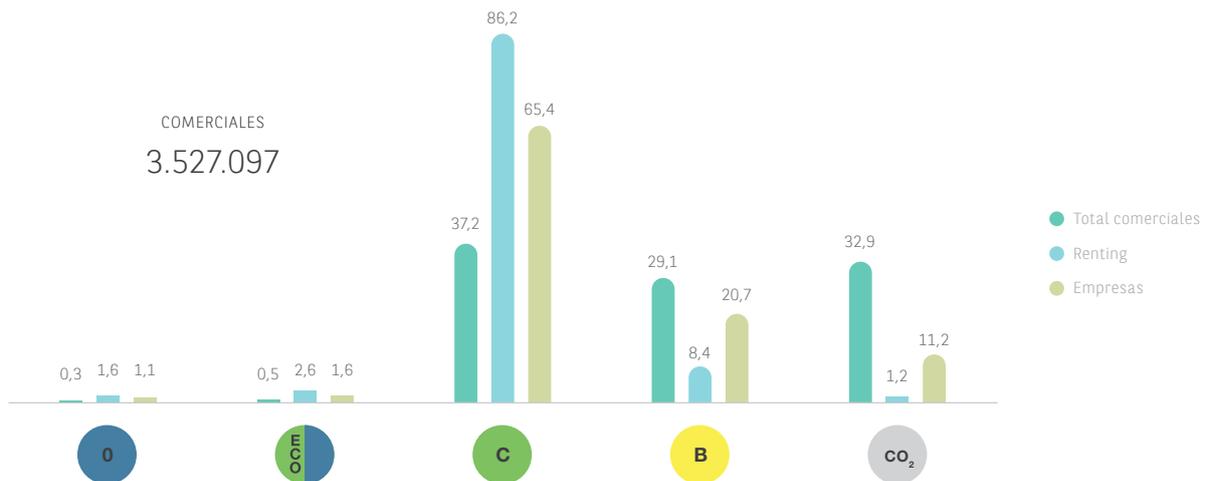
**GRÁFICO II.5.** Distribución del parque de turismos por potencial contaminante.

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 CO<sub>2</sub>

(GRÁFICO II.7.) La incorporación de vehículos menos contaminantes al parque, las restricciones para circular por el centro de algunas de las principales ciudades españolas y otras medidas sobre la concienciación medioambiental han permitido una ligera reducción de las emisiones medias de dióxido de carbono a la atmósfera, que alcanzaron en 2021 los niveles más bajos de la serie histórica, para situarse en 127 gramos por kilómetro, un descenso del 1,5% en términos interanuales. Este descenso se produjo en todos los canales, pero con mayor incidencia en el de renting.

(GRÁFICO II.8.) La flota comercial redujo sus emisiones un 1,3% interanual, para situarse en los 137 gramos por kilómetro. La media del canal de empresa recortó las emisiones un 2,4% en 2021, mientras que renting las atajó un 2%.

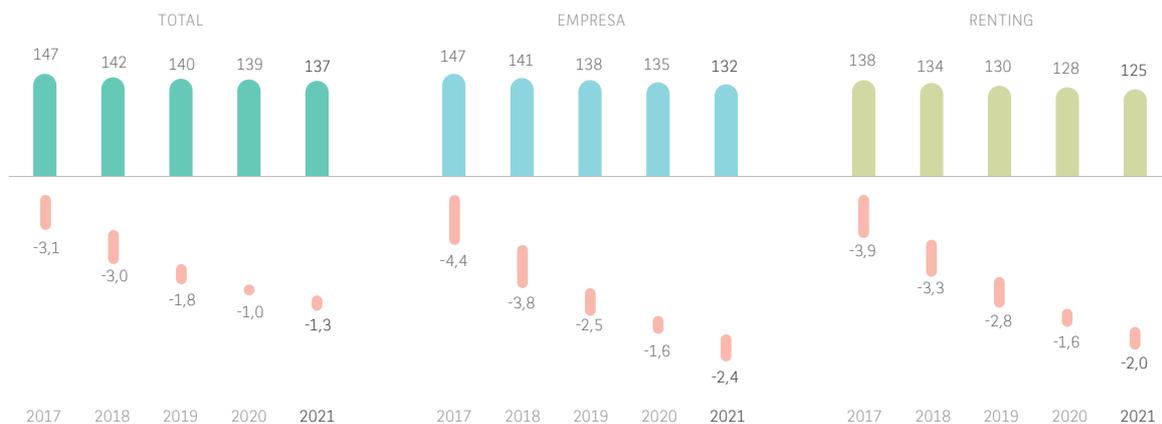
**GRÁFICO II.7.** Emisión media de CO<sub>2</sub> y evolución interanual (datos en gramos por km) del parque de turismo.

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



**GRÁFICO II.8.** Emisión media de CO<sub>2</sub> 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



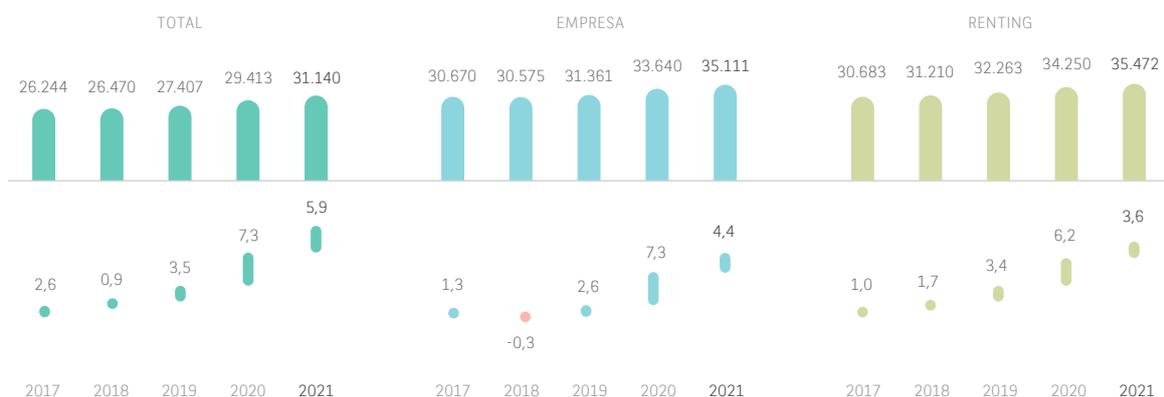
## F. DISTRIBUCIÓN DEL PARQUE POR PRECIO MEDIO DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO II.9.) El precio medio de los turismos que circula por las carreteras españolas registró un fuerte incremento de más de 1.700 euros por unidad, hasta alcanzar los 31.140 euros, debido a la crisis de suministros y chips semiconductores que explican la menor disponibilidad de vehículos y consecuentemente el incremento de su precio. Este coste fue más elevado en los turismos destinados al renting, al situarse en 35.472 euros de media, mientras que en los dedicados al canal de empresa registraron la mayor subida de precio porcentual, del 4,4%, para alcanzar los 35.111 euros.

(GRÁFICO II.10.) En el segmento de los comerciales, el cierre o la reducción de las cadenas de producción también ha hecho que el precio medio se mantuviera en la senda alcista y se situó en 29.203 euros, un 2% más que en 2020. Las unidades dedicadas al renting consiguieron reducir su coste un 0,3% para alcanzar un precio de 25.679 euros, por debajo de la media del canal de empresa, cifrada en 28.255 euros, un 0,5% más.

**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



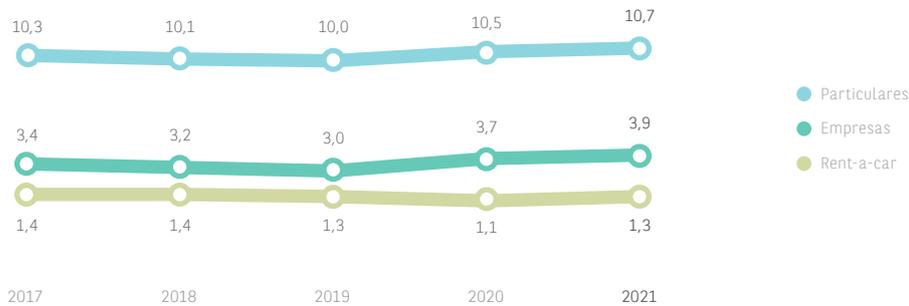
## G. TIEMPO MEDIO DE POSESIÓN DEL VEHÍCULO POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN

(GRÁFICO II.11.) La incertidumbre económica provocada por la crisis sanitaria volvió a retrasar la modernización de las flotas empresariales, por lo que el tiempo medio de cambio volvió a crecer en 2021. De este modo, las empresas aumentaron hasta los 3,9 años la media de renovación de sus turismos, mientras que los particulares la elevaron hasta los 10,7 años, el nivel más alto del último lustro. Las unidades de alquiler también elevaron el ritmo de renovaciones para situarse en niveles de 2019.

(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 4,2 años, mientras en el caso de los particulares queda fijada en 10,9 años. Los de alquiler, por su parte, aumentaron la posesión hasta los 2,2 años.

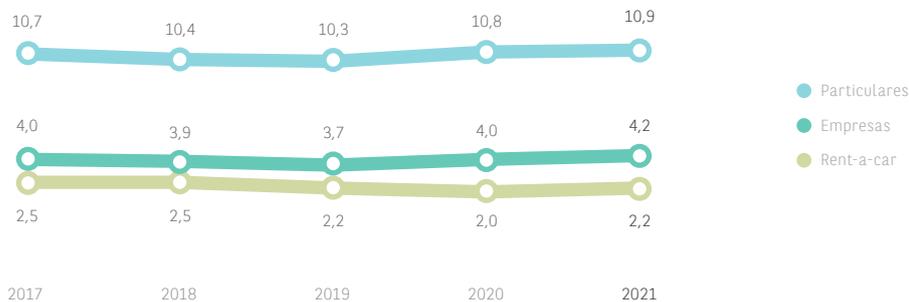
**GRÁFICO II.11.** Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos.

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

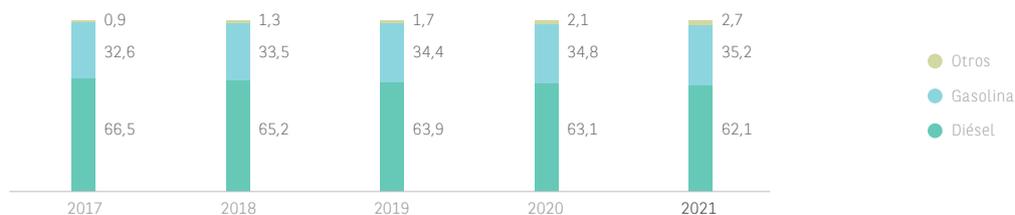
(GRÁFICO II.13.) Los vehículos de gasolina mantuvieron la lenta progresión que les ha caracterizado durante los últimos ejercicios y de nuevo ganaron terreno al diésel en 2021, aunque esta última motorización aún mantiene algo más del 62% del parque total de vehículos, por lo que su hegemonía aún se mantendrá durante bastantes años. Los vehículos de gasolina ganaron cuatro décimas porcentuales de cuota, hasta alcanzar el 35,2% del total, mientras que el resto de las motorizaciones suma el 2,7% restante.

(GRÁFICO II.14.) En lo referente al parque de turismos, los vehículos de gasolina arañaron seis décimas porcentuales al diésel para integrar el 39,7% de cuota de mercado, con lo que dejaron al combustible predominante en el 57,4%.

(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 alcanzó en 2021 el 95,2% del mercado, mientras que las mecánicas de gasolina no variaron y mantuvieron el 3,9% de cuota en este segmento.

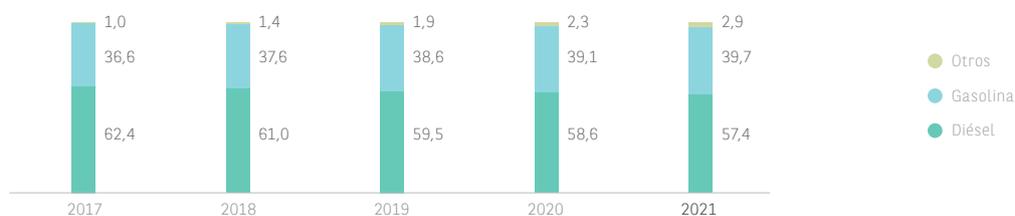
**GRÁFICO II.13.** Distribución del parque total por tipo de combustible - Total Mercado.

En porcentaje. Fuente: DGT e INE y tratamiento MSI



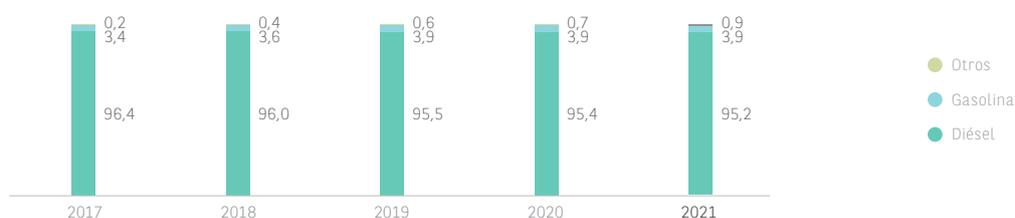
**GRÁFICO II.14.** Distribución del parque de turismos por tipo de combustible.

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



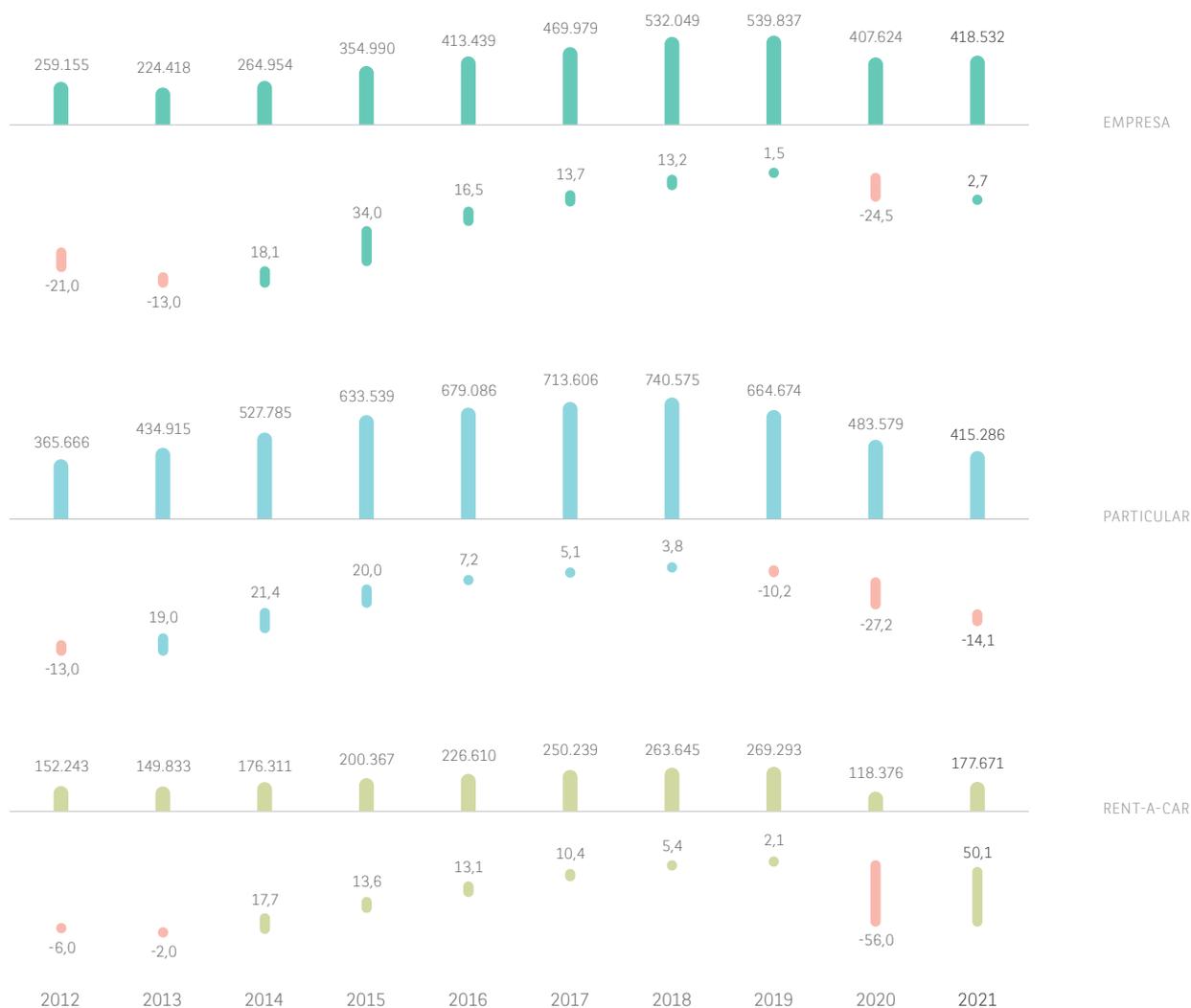
# II. MATRICULACIONES DEL VEHÍCULO NUEVO

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

(GRÁFICO II.16.) La cronificación de la pandemia y la falta de componentes debido a los cuellos de botella que afectaron al comercio internacional a lo largo de 2021 propiciaron otro mal año para las ventas de nuevos vehículos. El descenso de matriculaciones más importante se lo anotó el canal de particulares, que cedió más de un 14% ante la inestabilidad vigente, mientras que el de alquiler recuperó gran parte del terreno perdido en el ejercicio precedente. Las placas de las empresas apenas crecieron un 2,7%.

**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 matriculaciones se lo anotó en 2021 el segmento de las automatrículas y el kilómetro cero, que cedió un 34,3% en comparación con el año anterior, en el que ya había acusado un importante descenso, mientras que el canal de exportación también aceleró la tendencia a la baja tras caer un 4,1%. Las firmas de renting recuperaron terreno y se anotaron avances del 13,2% en comparación con el ejercicio precedente, secundadas por las de leasing y compra directa, que aumentaron más de un 9% sus matriculaciones.

### 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

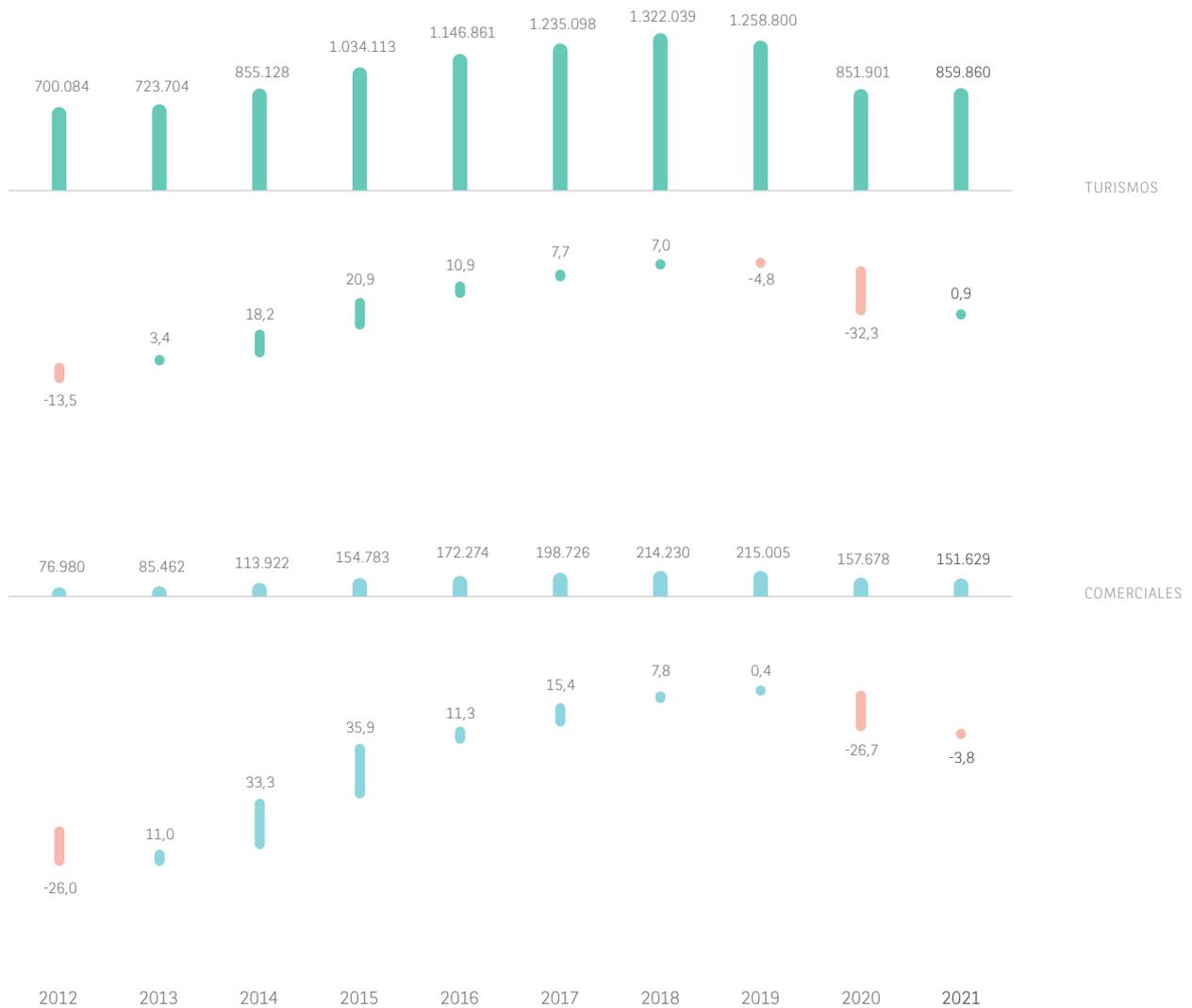


(GRÁFICO II.18.) El segmento de turismos apenas logró crecer en 8.000 unidades en 2021 comparación con el año anterior y quedó muy lejos de las cifras marcadas antes de la pandemia. Por su parte, el de comerciales ralentizó en gran medida la fuerte caída en las matriculaciones experimentada el pasado ejercicio, aunque cedió cerca del 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.) El pasado ejercicio, que estaba llamado a impulsar la recuperación del mercado del automóvil después de un 2020 muy castigado por la crisis sanitaria, empezó de la peor manera posible en enero por tres razones fundamentales: una tercera ola de coronavirus que obligó a endurecer las restricciones a la movilidad, una gran borrasca que paralizó el país una semana y el gran número de automatriculaciones que tuvieron lugar en diciembre. Pese a que hasta junio recuperó un 34,4% de lo perdido durante la pandemia, aún perdía un tercio del mercado con el que contaba antes de la irrupción del Covid-19. En el tercer trimestre la falta de microchips, la subida del precio de las materias primas y el notable incremento de los costes logísticos configuraron un panorama nefasto para las matriculaciones, problemas que se arrastraron hasta el cierre del año.

GRÁFICO II.19. Matriculaciones mensuales 2021 y 2020 - Total Mercado.

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

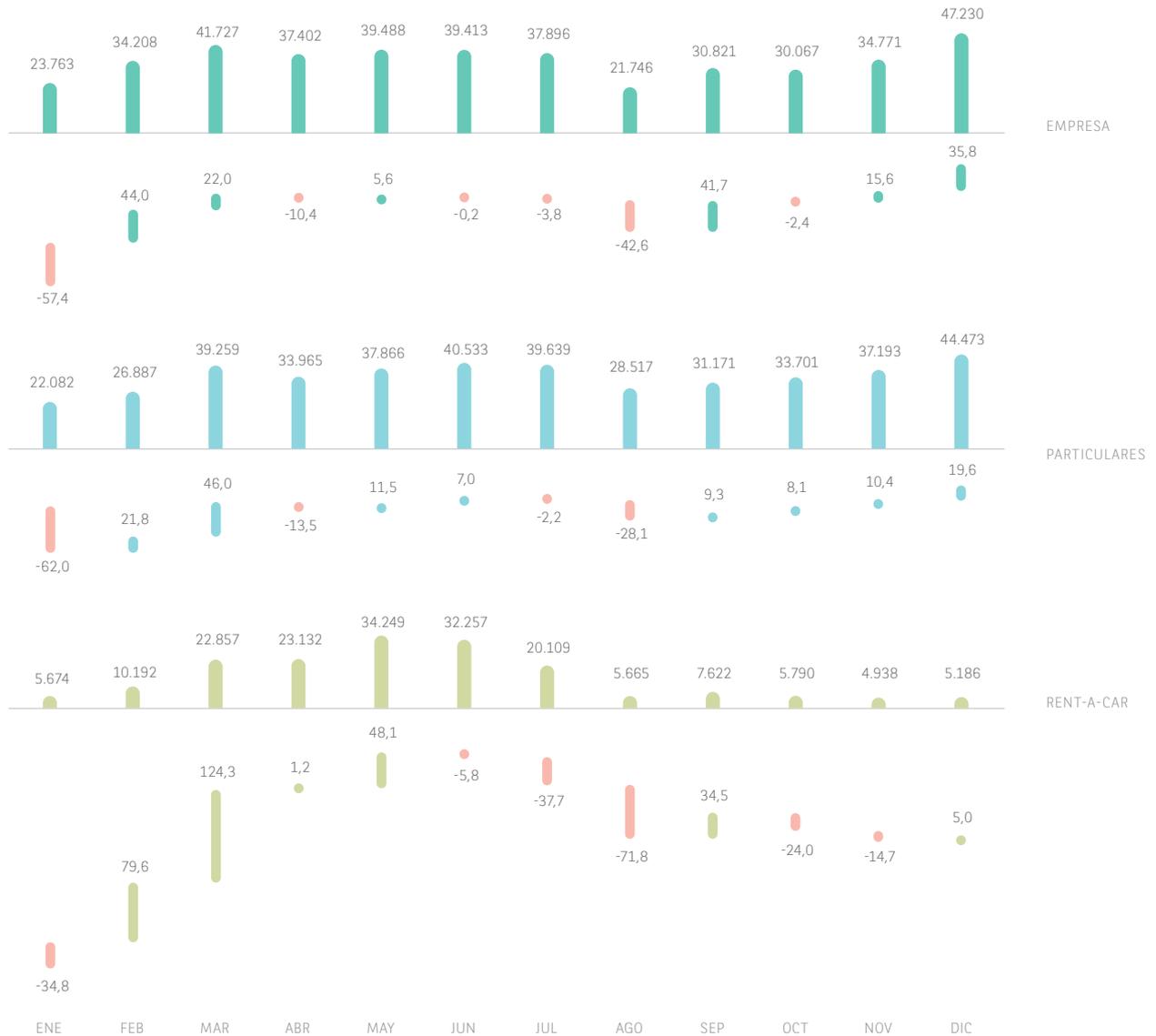


## C. MATRICULACIONES MENSUALES POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN

(GRÁFICO II.20.) Después de un mal inicio de año el mercado fue ganando tracción en todos los canales en los primeros trimestres, con especial incidencia aunque en el del alquiler, impulsado por la recuperación del turismo. Los problemas de abastecimiento de materiales se sufrieron con mayor virulencia al final del verano, para finalizar el año en cifras positivas, en especial en el segmento de particulares y empresas.

**GRÁFICO II.20.** Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2021 - 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 de febrero, condicionada por la nueva ola de coronavirus, y los meses centrales del verano, en la que el sector del automóvil sufrió la escasez de componentes, cerró el resto de meses en positivo y acaparó la cuarta parte de todos los coches matriculados en España, con lo que aumentó un 5% su cuota en 2021 respecto al convulso ejercicio precedente.

### GRÁFICO II.21. Evolución matriculaciones mensuales 2021 y 2020- 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 277.500 nuevas placas y crecer un 9,7% en comparación con las cifras obtenidas en 2020. Las unidades pequeñas se colocaron en segundo lugar, aunque apenas ganaron un punto porcentual, por delante de la gama media, que con casi 140.000 vehículos matriculados cedió un 12,4% de cuota. Destaca el importante crecimiento experimentado por las opciones de lujo, que avanzaron un 73,5%, mientras que los principales retrocesos en porcentaje los protagonizaron los turismos de gama media alta y alta, que cayeron un 28% en ambos casos.

Los vehículos comerciales ralentizaron un 3,84% sus matriculaciones, con el segmento de derivados de turismo de nuevo al frente de las preferencias con 66.289 unidades nuevas pese a ceder más de un 14%, al igual que los modelos de menos de dos toneladas, que con una caída porcentual del 35,5% fueron las únicas opciones que no registraron avances.

TABLA II.3. Matriculaciones por segmento - Total Mercado. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

TURISMOS	2021		COMERCIALES	2021	
	Volumen	Evol. 21-20		Volumen	Evol. 21-20
Micro	35.659	15,6%	Comerciales	668	126,4%
Pequeño	156.450	1,0%	Derivados Turismos	66.289	-14,2%
Medio	139.755	- 12,4%	Microvan	676	69,4%
Medio Alto	27.558	- 28,1%	(< 2 Tn.)	2.407	-35,5%
Alto	3.858	- 28,0%	(2 a < 2,7 Tn)	7.094	19,2%
Lujo	4.301	73,5%	(2,7 a < 3,5 Tn)	33.901	1,7%
Monovolumen Compacto	115.852	9,6%	(3,5 Tn.)	27.689	13,7%
Monovolumen Estándar	8.579	- 20,0%	Pick-up	9.104	6,2%
Deportivos	1.713	- 6,5%	Otros Comerciales	3.801	1,7%
Todo Terreno Bajo	277.548	9,5%	<b>Total</b>	<b>151.629</b>	<b>-3,8%</b>
Todo Terreno Medio	64.875	2,7%			
Todo Terreno Alto	23.553	- 7,7%			
Otros	159	27,2%			
<b>Total</b>	<b>859.860</b>	<b>0,9%</b>			

(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 96.327 unidades y crecer un 12,6% en relación con el ejercicio precedente. La gama media volvió a situarse como la segunda opción más demandada, con 57.584 adquisiciones en 2021. Los monovolúmenes estándar registraron la mayor caída interanual (-24%).

Por su parte, los vehículos comerciales volvieron a situar los derivados de turismos al frente de las preferencias al añadir casi 41.000 matriculaciones al parque pese a registrar un descenso del 3% en comparación con el año anterior. Los modelos de menos de dos toneladas se anotaron los mayores descensos porcentuales (22,5%).

**TABLA II.4.** Matriculaciones por segmento - Canal Empresa. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

TURISMOS	2021		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 21-20
Micro	8.684	24,4%	23,0%
Pequeño	49.030	31,3%	7,1%
Medio	57.484	41,1%	-11,6%
Medio Alto	17.017	61,7%	-16,3%
Alto	2.416	62,6%	-27,5%
Lujo	1.660	38,6%	40,1%
Monovolumen Compacto	41.864	36,1%	4,7%
Monovolumen Estándar	2.271	26,5%	-23,9%
Deportivos	793	46,3%	-6,6%
Todo Terreno Bajo	96.327	34,7%	12,6%
Todo Terreno Medio	36.218	55,8%	8,2%
Todo Terreno Alto	16.752	71,1%	-6,7%
Otros	114	71,7%	22,7%
<b>Total</b>	<b>330.630</b>	<b>38,5%</b>	<b>2,2%</b>

COMERCIALES	2021		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 21-20
Comerciales	419	62,7%	45,0%
Derivados Turismos	40.993	61,8%	-3,0%
Microvan	596	88,2%	69,8%
(< 2 Tn.)	1.992	82,8%	-22,5%
(2 a < 2,7 Tn)	3.840	54,1%	11,2%
(2,7 a < 3,5 Tn)	17.568	51,8%	14,0%
(3,5 Tn.)	14.655	52,9%	20,7%
Pick-up	6.917	76,0%	3,0%
Otros Comerciales	922	24,3%	14,0%
<b>Total</b>	<b>87.902</b>	<b>58,0%</b>	<b>4,7%</b>

(TABLA II.5.) La flota de vehículos destinados al renting retomó el crecimiento y aumentó un 13,2% en comparación con 2020. Aquí también los todoterrenos bajos lideraron las preferencias, tras aumentar su demanda un 26,3% en comparación con el ejercicio anterior y añadir 46.429 placas. Los turismos de gama media fueron la segunda opción más requerida por delante del monovolumen compacto. Los primeros, con 26.131 unidades, casi calcaron sus matriculaciones en comparación con 2020, mientras que los segundos, con 23.0457 ejemplares, avanzaron un 17,5%.

Entre los comerciales, los derivados de turismos mantuvieron el puesto de privilegio y alcanzaron las 18.471 matrículas al crecer un 6,4%. Los microvanes rompieron la tendencia al alza de las últimas campañas y retrocedieron un 75,9% interanual al sumar sólo 20 unidades nuevas.

**TABLA II.5.** Matriculaciones por segmento - Canal Renting. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

TURISMOS	2021		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 21-20
Micro	2.907	33,5%	12,5%
Pequeño	22.109	45,1%	23,6%
Medio	26.131	45,5%	0,1%
Medio Alto	9.723	57,1%	- 3,5%
Alto	1.262	52,2%	- 4,7%
Lujo	436	26,3%	40,2%
Monovolumen Compacto	23.045	55,0%	17,5%
Monovolumen Estándar	558	24,6%	- 45,9%
Deportivos	136	17,2%	- 14,5%
Todo Terreno Bajo	46.429	48,2%	26,3%
Todo Terreno Medio	19.516	53,9%	5,1%
Todo Terreno Alto	9.357	55,9%	11,3%
Otros	1	0,9%	-
<b>Total</b>	<b>161.610</b>	<b>48,9%</b>	<b>13,2%</b>

COMERCIALES	2021		
	Volumen	% sobre Total	Evol. 21-20
Comerciales	177	42,2%	2,3%
Derivados Turismos	18.471	45,1%	6,4%
Microvan	20	3,4%	- 75,9%
(< 2 Tn.)	873	43,8%	- 2,6%
(2 a < 2,7 Tn)	1.449	37,7%	26,8%
(2,7 a < 3,5 Tn)	5.349	30,4%	29,4%
(3,5 Tn.)	2.577	17,6%	36,9%
Pick-up	1.811	26,2%	32,3%
Otros Comerciales	284	30,8%	19,3%
<b>Total</b>	<b>31.011</b>	<b>35,3%</b>	<b>13,7%</b>

\* % 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 recuperaron parte de la cuota de mercado perdida durante la pandemia y se mantuvieron al frente de las preferencias al alcanzar el 48% de la cuota y sumar 485.275 nuevas unidades. Los modelos diésel perdieron el terreno conquistado en 2020 y se quedan en el 34,6%, al matricular 57.511 unidades menos que durante el ejercicio precedente, mientras que el resto de las opciones ya suponen el 17,4%.

(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 91.001 matriculaciones, mientras que los vehículos híbridos, en sus diversas combinaciones, se sitúan en los siguientes escalones y sumaron entre todas 162.000 matriculaciones en 2021. Los modelos eléctricos siguen al alza tras añadir 26.433 unidades y sobrepasan a las motorizaciones que utilizan el gas licuado del petróleo (GLP), que se vieron relegadas a la sexta posición con 15.384 nuevas placas.

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

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

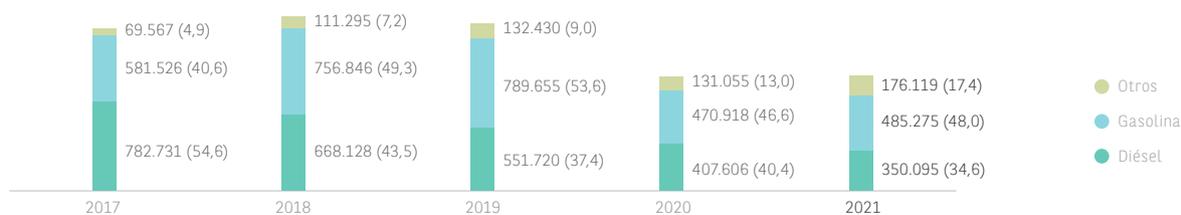
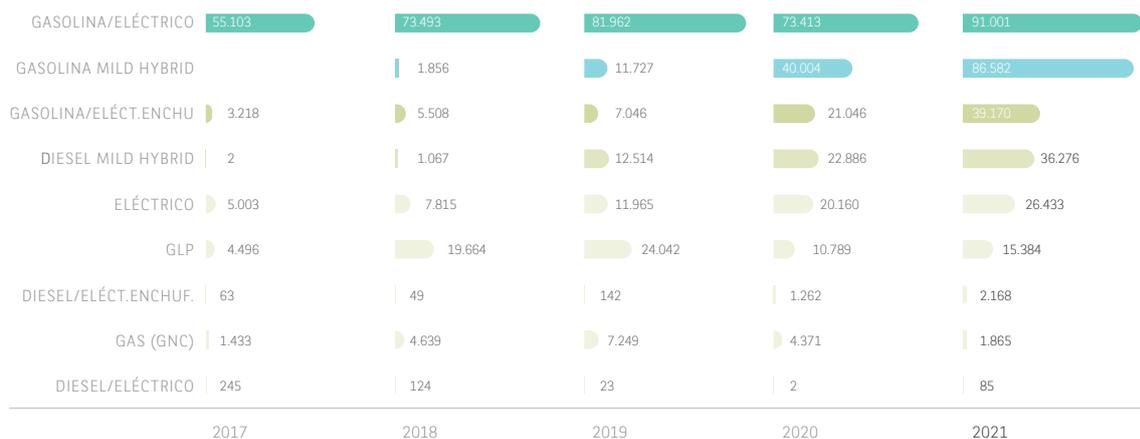


GRÁFICO II.23. Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado.

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

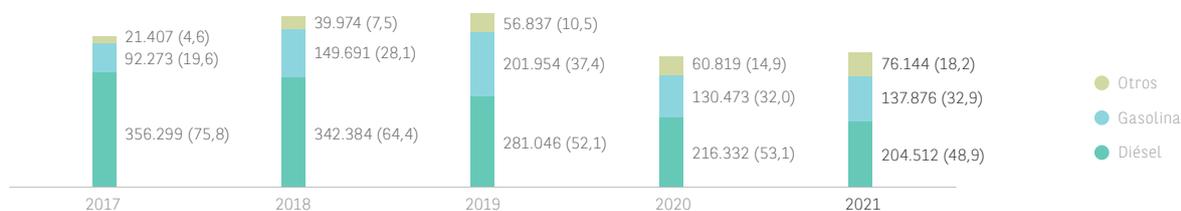


(GRÁFICO II.24.) El diésel sigue como la opción más utilizada en el canal de empresa aunque acentúa su caída y ya supone menos de la mitad (49%) de las matriculaciones, para sumar 204.512 vehículos. Los modelos de gasolina recuperaron casi un punto porcentual de cuota en el canal de empresa en 2021 tras la caída del año anterior y se sitúan con el 33% de cuota, tras añadir 137.876 vehículos. El resto de combustibles alcanzan el 18,2% 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 30.683 matriculaciones. Las de gasolina y eléctrico enchufable se situaron en el segundo orden de peticiones y añadieron casi 24.000 vehículos a la flota, por encima de los híbridos que incorporan gasolina.

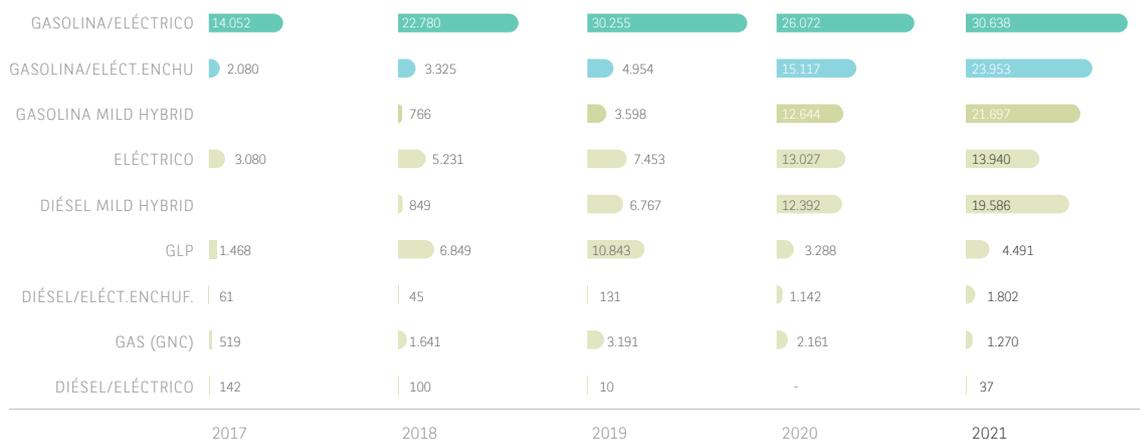
**GRÁFICO II.24.** Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Canal Empresa.

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

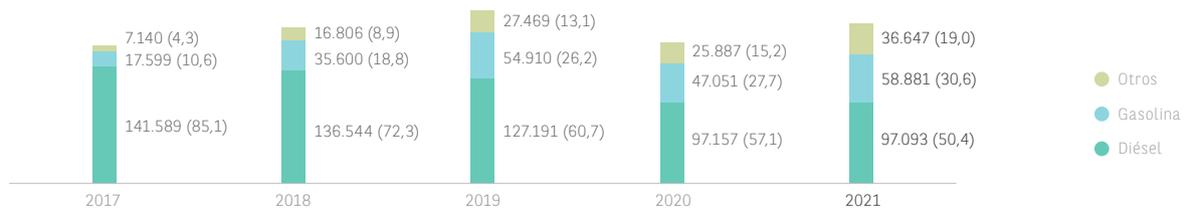


(GRÁFICO II.26.) El diésel mantiene el liderazgo en el canal de renting, pero su fortaleza se ha resentido en los últimos ejercicios, en los que ha pasado de representar el 85% del total de vehículos adquiridos en 2017 a sumar poco más de la mitad de los mismos en 2021, ejercicio en el que perdió casi siete puntos porcentuales con relación al año anterior. Por su parte, la gasolina mantiene la senda alcista de los años precedentes y su porcentaje alcanza ya el 30,6% del total de este segmento, mientras que el resto de modalidades agrupó más de 36.600 unidades. El número de matriculaciones diésel fue el único segmento que decreció en comparación con el ejercicio anterior.

(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 2021. La combinación de electricidad y gasolina vuelve a ser la más demandada y rozó las 16.000 matriculaciones, muy cerca de los números prepandemia. 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.

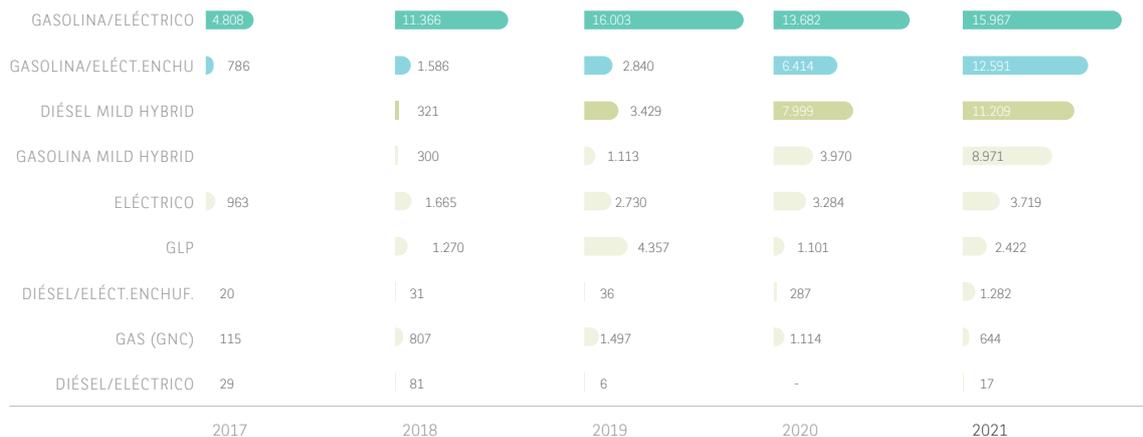
**GRÁFICO II.26.** Evolución matriculaciones por tipo de combustible – Renting.

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 CO<sub>2</sub>

(GRÁFICO II.28.) Las restricciones a la movilidad provocadas por la pandemia del Covid-19 y el aumento del precio de los combustibles redujeron las emisiones medias de dióxido de carbono a la atmósfera para situarse en 81 gramos por kilómetro, lo que supuso un descenso del 26,4% en términos interanuales y rebaja por primera vez la barrera de los 100 gramos por kilómetro. Este descenso se produjo en todos los canales, con el de empresa y el de renting muy cercanos a la media.

(GRÁFICO II.29.) La flota comercial mantiene su renovación y logró reducir sus emisiones un 10,2% interanual, para situarse en los 115 gramos por kilómetro. Tanto el canal de empresa como la del renting quedaron por debajo de la media general.

**GRÁFICO II.28.** Emisión media de CO<sub>2</sub> 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



\* El incremento registrado en 2021 se debe al nuevo método de medición, más que al cambio en las unidades matriculadas.

**GRÁFICO II.29.** Emisión media de CO<sub>2</sub> 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



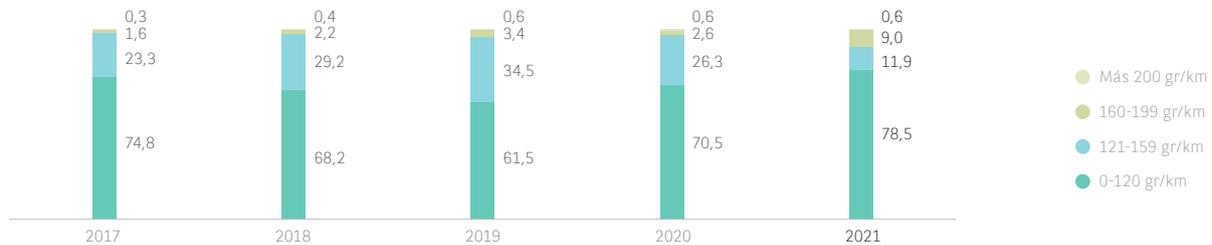
(GRÁFICO II.30.) Las matriculaciones de vehículos que reducen las emisiones de dióxido de carbono se mantienen como las mayoritarias y ganaron ocho puntos porcentuales de cuota en relación con el ejercicio precedente. El 78,5% del total de las matriculaciones de turismos pertenece a vehículos con emisiones entre cero y 120 gr/km, mientras que los que emiten entre 121 y 159 gr/km a la atmósfera redujeron su cuota hasta el 12%.

(GRÁFICO II.31.) El peso de los vehículos menos contaminantes, al igual que en el total del mercado, creció notablemente y se situó en el 76,6%, mientras que también descendió el porcentaje (20,3%) 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 encima del 3% del total.

(GRÁFICO II.32.) El sector del renting supera en porcentaje de vehículos con menores emisiones al resto de canales (77,2%), aunque las que emiten entre 121 y 159 gramos por kilómetro redujeron la incorporación de nuevas placas y suponen el 20,5% del total. La incorporación de unidades en los tramos más contaminantes disminuyó un 1,3% en comparación con 2020.

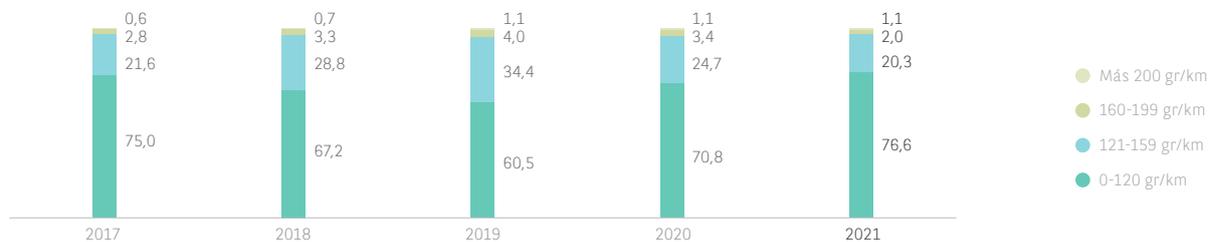
**GRÁFICO II.30.** Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO<sub>2</sub> - Total Mercado.

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



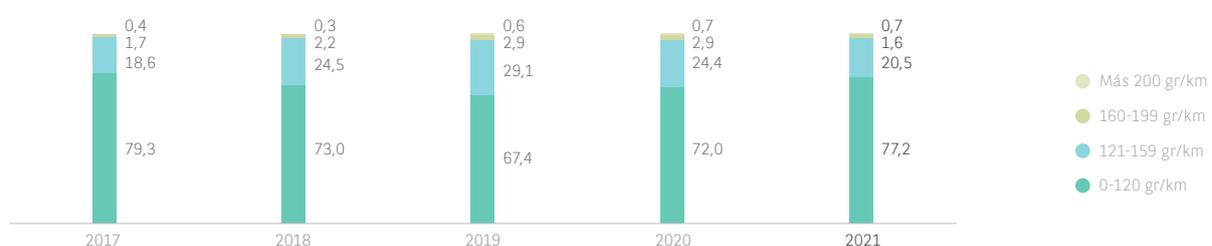
**GRÁFICO II.31.** Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO<sub>2</sub> - Canal Empresa.

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



**GRÁFICO II.32.** Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO<sub>2</sub> - Renting.

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



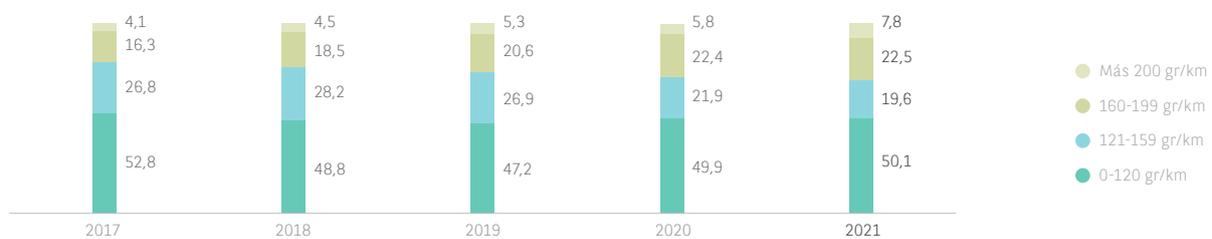
(GRÁFICO II.33.) Los comerciales mantuvieron la renovación de la flota por medio de la adquisición de unidades menos contaminantes y ya superan la mitad del total, mientras que casi otro 19,6% emite por debajo de los 159 gr/km. El contrapunto lo protagonizó la compra de modelos menos respetuosos con el medio ambiente, que avanzó un 2%.

(GRÁFICO II.34.) En el canal empresa, las matriculaciones de comerciales del rango más ecológico mantienen su incremento y se constituyen más de la mitad de la flota (53,2%), mientras que las adquisiciones de vehículos con emisiones entre 121 y 159 gr/km retrocedieron algo más de un punto porcentual, con lo que suponen el 18,7% del total. El resto pertenece a los modelos más contaminantes.

(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 un punto porcentual en relación con el año anterior. Otro 20,2% se enmarcó en el siguiente tramo de los que menos emisiones producen, pero el porcentaje de modelos más contaminantes volvió a crecer en 2021.

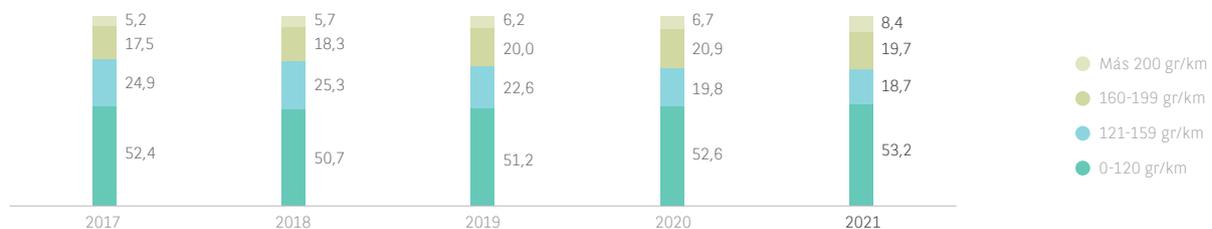
**GRÁFICO II.33.** Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO<sub>2</sub> – Total Mercado.

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



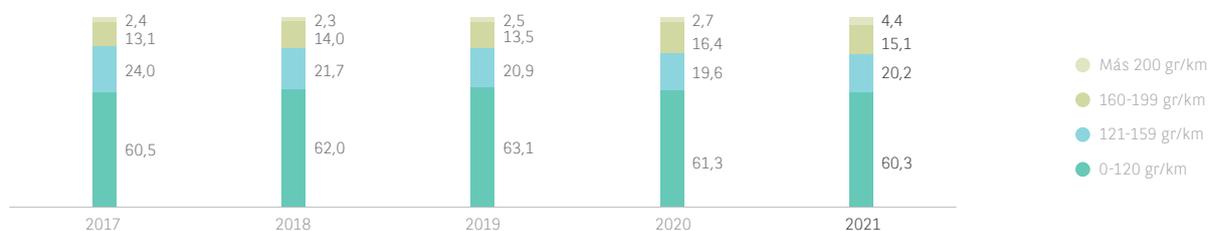
**GRÁFICO II.34.** Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO<sub>2</sub> – Canal Empresa.

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



**GRÁFICO II.35.** Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO<sub>2</sub> – Renting.

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





## G. COMPARATIVA SOBRE EMISIONES MEDIAS DE CO<sub>2</sub>

(GRÁFICO II.36.) Las emisiones a la atmósfera mantuvieron la tendencia descendente de los últimos años en el segmento de los turismos, al incorporarse unidades más respetuosas con el medio ambiente. Los nuevos vehículos emitieron una media de 81 gr/km en comparación con el total del parque, que expulsó 127 gr/km, ambos por debajo de los parámetros de los años precedentes. Las nuevas adquisiciones, tanto de vehículos empresariales como de las unidades financiadas mediante renting, se situaron levemente por encima de la media del mercado, mientras que los modelos de ejercicios anteriores la rebajaron.

(GRÁFICO II.37.) Las nuevas incorporaciones en el segmento de comerciales redujeron con claridad su impacto ambiental en 2021. Las incorporaciones a través de renting también se sitúan como las que menos emisiones emiten, al expulsar 108 gr/km, cinco gr/km menos que el resto del parque empresarial de nueva adquisición.

### GRÁFICO II.36. Comparativa de emisiones medias de CO<sub>2</sub> - Turismos.

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



\* El incremento registrado en 2021 se debe al nuevo método de medición, más que al cambio en las unidades matriculadas.

### GRÁFICO II.37. Comparativa de emisiones medias de CO<sub>2</sub> - Comerciales.

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



## H. MATRICULACIONES POR MARCA DEL FABRICANTE

(GRÁFICO II.38.) Seat se mantuvo en 2021 en la primera posición por ventas de turismos en España y conservó una cuota de mercado del 8,2%, mientras que Peugeot (7,8%) se encaramó a la segunda posición por delante de Toyota (7,3%), con lo que estas dos últimas superaron a Volkswagen (7,2%). Hyundai y Kia, ambas con un 6,7% de cuota, también rebasaron a Renault (6%), que se mantuvo, no obstante, por delante de Citroën (5,5%), mientras que Dacia (4,3%) y BMW (4,1%) cedieron terreno.

(GRÁFICO II.39.) El mercado de matriculaciones de comerciales no registró cambios en los integrantes de sus dos primeras posiciones. De esta forma, Citroën se mantiene al frente de las preferencias pese a perder algo más de dos puntos porcentuales de cuota, hasta el 15,1%, seguido de Peugeot (14%), que también se dejó un 1,8% por el camino. Renault (13,2%) recuperó parte del terreno perdido en los anteriores ejercicios y superó a Ford (11,6%), que cedió el tercer escalón del podio. Volkswagen (8,4%) y Fiat (7,1%) mantuvieron sus puestos.

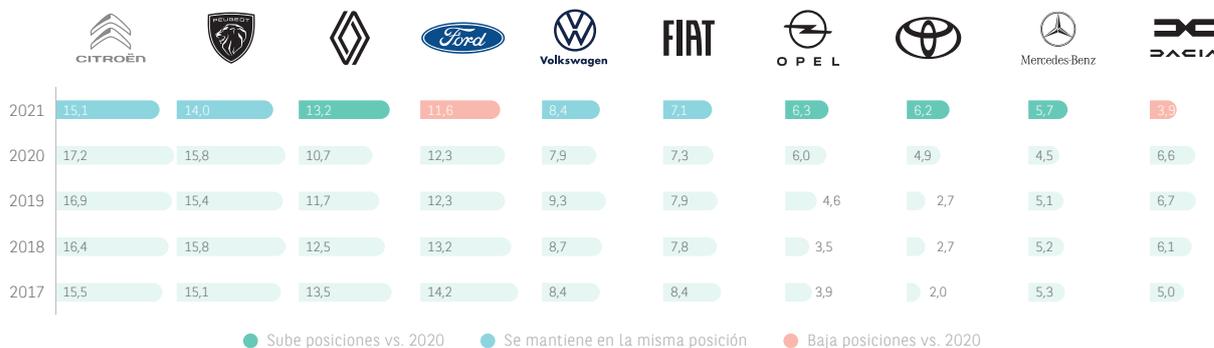
### GRÁFICO II.38. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado.

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, Peugeot se consolidó en la primera posición con el 10,1% de cuota de mercado y fue el único de las posiciones de privilegio que aumentó ventas, seguido por Volkswagen (8,3%) y Seat (6,8%), que cedieron cuota. BMW (6,6%) y Toyota (6,3%) consiguieron superar a Mercedes, que se emparejó con Renault, ambas con el 5,6%, mientras que Citroën, Audi e Hyundai se mantuvieron en la misma posición.

(GRÁFICO II.41.) El escalafón por nuevas matriculaciones en comerciales corporativos varió por completo en 2021 en relación con el año anterior. Renault se situó al frente tras ampliar cuota (17,6%) seguido a bastante distancia por Citroën (12,7%), mientras que Peugeot, el anterior líder, se vio relegado a la tercera plaza (12,3%). Ford (12,1%) mantuvo el cuarto puesto pese a perder seis décimas porcentuales seguido de Volkswagen (7,7%) y Toyota (6,6%), que superó a Opel (6,3%).

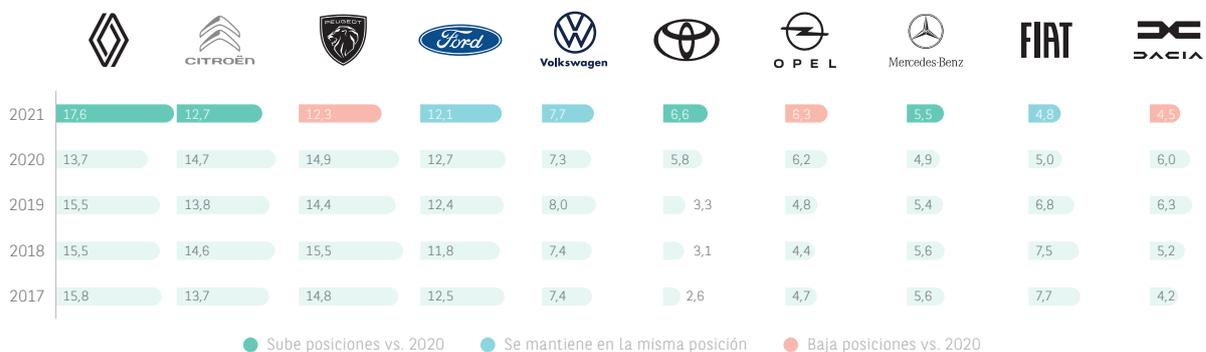
## GRÁFICO II.40. Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa.

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 12% de cuota. Peugeot (10,7%) creció en dos puntos porcentuales mientras que BMW (7,9%) cedió medio punto. Seat (7%) y Toyota (6,8%), pese a ceder cuota superaron a Audi (6,3%), mientras que el resto de enseñas mantuvo las posiciones del año anterior.

(GRÁFICO II.43.) Respecto a los comerciales, el sector del renting registró la recuperación del primer lugar por parte de Renault (22%) seguido por Peugeot (18,4%), mientras que Citroën (14,9%) cayó hasta la tercera plaza. Ford (11%) superó a Volkswagen (8,3%), al igual que Toyota lo hizo con Opel, ambas marcas con el 6,1% de cuota. Fiat, Dacia y Nissan mantuvieron sus porcentajes y lugares en las preferencias.

### 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 Seat Arona, con casi 21.945 unidades, desbancó en 2021 al Dacia Sendero, que se anotó 20.500 nuevas placas, como el turismo más vendido, mientras que entre ambos se intercaló el Hyundai Tucson, que sumó 21.262 vehículos. Dos modelos de Peugeot, el 2008 y el 3008, ocuparon el cuarto y el quinto puesto por delante del Toyota Corolla y del Seat León, este último otrora el gran preferido por los compradores de turismos.

Tanto en el canal de empresa como en el del renting, los dos modelos ya citados de Peugeot copan los primeros puestos. En el caso del segmento de empresas, por delante del Seat León, mientras que a mayor distancia se sitúan el Hyundai Tucson y el Nissan Qashqai, mientras que en el del renting, el modelo de Hyundai mantiene una cuota similar a los de la marca francesa.

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

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

Top 10 Modelos Turismos  
TOTAL MERCADO

	2021	
	Volumen	Cuota de mercado
SEAT Arona	21.945	2,6%
Hyundai Tucson	21.262	2,5%
Dacia Sandero	20.500	2,4%
Peugeot 2008	19.430	2,3%
Peugeot 3008	17.010	2,0%
Toyota Corolla	16.998	2,0%
SEAT León	16.698	1,9%
Citroën C3	15.952	1,9%
Volkswagen T-Roc	15.216	1,8%
SEAT Ibiza	15.105	1,8%
<b>Total</b>	<b>859.860</b>	

Top 10 Modelos Turismos  
CANAL EMPRESA

	2021	
	Volumen	Cuota de mercado
Peugeot 2008	9.496	2,9%
Peugeot 3008	8.642	2,6%
SEAT León	8.192	2,5%
Hyundai Tucson	7.190	2,2%
Nissan Qashqai	7.152	2,2%
Volkswagen T-Roc	6.593	2,0%
Peugeot 208	6.517	2,0%
Renault Clio	6.040	1,8%
Toyota Corolla	5.913	1,8%
SEAT Arona	5.604	1,7%
<b>Total</b>	<b>330.630</b>	

Top 10 Modelos Turismos  
RENTING

	2021	
	Volumen	Cuota de mercado
Peugeot 3008	5.405	3,3%
Peugeot 2008	5.180	3,2%
Nissan Qashqai	5.140	3,2%
Volkswagen T-Roc	5.009	3,1%
Hyundai Tucson	4.083	2,5%
SEAT León	4.028	2,5%
Volkswagen Polo	3.625	2,2%
Renault Clio	3.423	2,1%
BMW X1	3.277	2,0%
Toyota C-HR	3.086	1,9%
<b>Total</b>	<b>161.610</b>	

(TABLA II.7.) Respecto a los vehículos comerciales, el Berlingo volvió a liderar las preferencias en 2021. El modelo de Citroën repitió por quinto año consecutivo como el más solicitado del mercado al sumar 14.764 unidades, por delante del Peugeot Rifter, que se consolida en la segunda posición con 9.994 placas. El Renault Kangoo (8.428) recuperó la tercera posición por delante del Fiat Ducato, que con sus 6.428 incorporaciones relegó a la quinta plaza al Dacia Dokker (5.930).

El Citroën Berlingo superó al Renault Kangoo al frente de las preferencias empresariales al vender poco menos de 550 unidades vendidas más que este, mientras que por detrás de ambos y a bastante distancia se situaron el Dacia Dokker y el Peugeot Rifter, aunque todos ellos con números inferiores a los de los ejercicios precedentes.

En el caso de los comerciales del sector renting el Renault Kangoo fue la primera elección, al añadir 4.754 unidades a su cuota, que quedó en el 15,3%, por delante del Citroën Berlingo, con 3.302 nuevas adquisiciones y el Peugeot Partner, que sumó 2.623.

**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

	2021	
	Volumen	Cuota de mercado
Citroën Berlingo	14.764	9,7%
Peugeot Rifter	9.994	6,6%
Renault Kangoo	8.428	5,6%
Fiat Ducato	6.428	4,2%
Dacia Dokker	5.930	3,9%
Opel Combo	5.271	3,5%
Volkswagen Caddy	4.785	3,2%
Renault Trafic	4.595	3,0%
Ford Transit Custom	4.404	2,9%
Ford Transit	4.250	2,8%
<b>Total</b>	<b>151.629</b>	

Top 10 Modelos Vehículos Comerciales  
CANAL EMPRESA

	2021	
	Volumen	Cuota de mercado
Citroën Berlingo	7.913	9,0%
Renault Kangoo	7.366	8,4%
Dacia Dokker	3.964	4,5%
Peugeot Rifter	3.676	4,2%
Peugeot Partner	3.491	4,0%
Opel Combo	3.318	3,8%
Volkswagen Caddy	2.922	3,3%
Ford Ranger	2.842	3,2%
Renault Trafic	2.702	3,1%
Renault Express	2.696	3,1%
<b>Total</b>	<b>87.902</b>	

Top 10 Modelos Vehículos Comerciales  
RENTING

	2021	
	Volumen	Cuota de mercado
Renault Kangoo	4.754	15,3%
Citroën Berlingo	3.302	10,6%
Peugeot Partner	2.623	8,5%
Peugeot Rifter	1.512	4,9%
Opel Combo	1.302	4,2%
Volkswagen Caddy	1.264	4,1%
Dacia Dokker	1.094	3,5%
Ford Ranger	934	3,0%
Ford Transit Courier	871	2,8%
Renault Express	858	2,8%
<b>Total</b>	<b>31.011</b>	

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

### ALEMANIA

Ratio MTN:/1k hab.: 31,50  
Población actual: 83.241 k  
Total MTN: 2.622.132  
Previsión 2021 MTN: 2.911.267

### AUSTRIA

Ratio MTN:/1k hab.: 26,89  
Población actual: 8.917 K  
Total MTN: 239.803  
Previsión 2021 MTN: 275.734

### BÉLGICA

Ratio MTN:/1k hab.: 33,15  
Población actual: 11.556 K  
Total MTN: 383.123  
Previsión 2021 MTN: 414.285

### DINAMARCA

Ratio MTN:/1k hab.: 32,27  
Población actual: 5.831 K  
Total MTN: 188.176  
Previsión 2021 MTN: 192.164

### FINLANDIA

Ratio MTN:/1k hab.: 17,81  
Población actual: 5.531 K  
Total MTN: 98.520  
Previsión 2021 MTN: 100.733

### FRANCIA

Ratio MTN:/1k hab.: 24,40  
Población actual: 67.392 K  
Total MTN: 1.644.678  
Previsión 2021 MTN: 1.767.867

### ITALIA

Ratio MTN:/1k hab.: 24,65  
Población actual: 59.554 K  
Total MTN: 1.468.125  
Previsión 2021 MTN: 1.481.493

### PAISES BAJOS

Ratio MTN:/1k hab.: 18,82  
Población actual: 17.131 K  
Total MTN: 322.375  
Previsión 2021 MTN: 384.715

### NORUEGA

Ratio MTN:/1k hab.: 32,77  
Población actual: 5.379 K  
Total MTN: 176.276  
Previsión 2021 MTN: 164.092

### POLONIA

Ratio MTN:/1k hab.: 11,77  
Población actual: 37.951 K  
Total MTN: 446.667  
Previsión 2021 MTN: 454.603

### PORTUGAL

Ratio MTN:/1k hab.: 13,05  
Población actual: 10.306 K  
Total MTN: 134.497  
Previsión 2021 MTN: 158.013

### SUECIA

Ratio MTN:/1k hab.: 29,07  
Población actual: 10.353 K  
Total MTN: 301.011  
Previsión 2021 MTN: 289.436

### SUIZA

Ratio MTN:/1k hab.: 28,45  
Población actual: 8.637 K  
Total MTN: 245.687  
Previsión 2021 MTN: 257.650

### REINO UNIDO

Ratio MTN:/1k hab.: 24,51  
Población actual: 67.215 K  
Total MTN: 1.647.181  
Previsión 2021 MTN: 1.946.188

### BRASIL

Ratio MTN:/1k hab.: 7,33  
Población actual: 212.559 K  
Total MTN: 1.557.945  
Previsión 2021 MTN: 2.065.430

### CHINA

Ratio MTN:/1k hab.: 14,31  
Población actual: 1.410.929 K  
Total MTN: 20.196.130  
Previsión 2021 MTN: 21.232.264

### COREA DEL SUR

Ratio MTN:/1k hab.: 27,91  
Población actual: 51.781 K  
Total MTN: 1.445.092  
Previsión 2021 MTN: 1.366.350

### EE.UU.

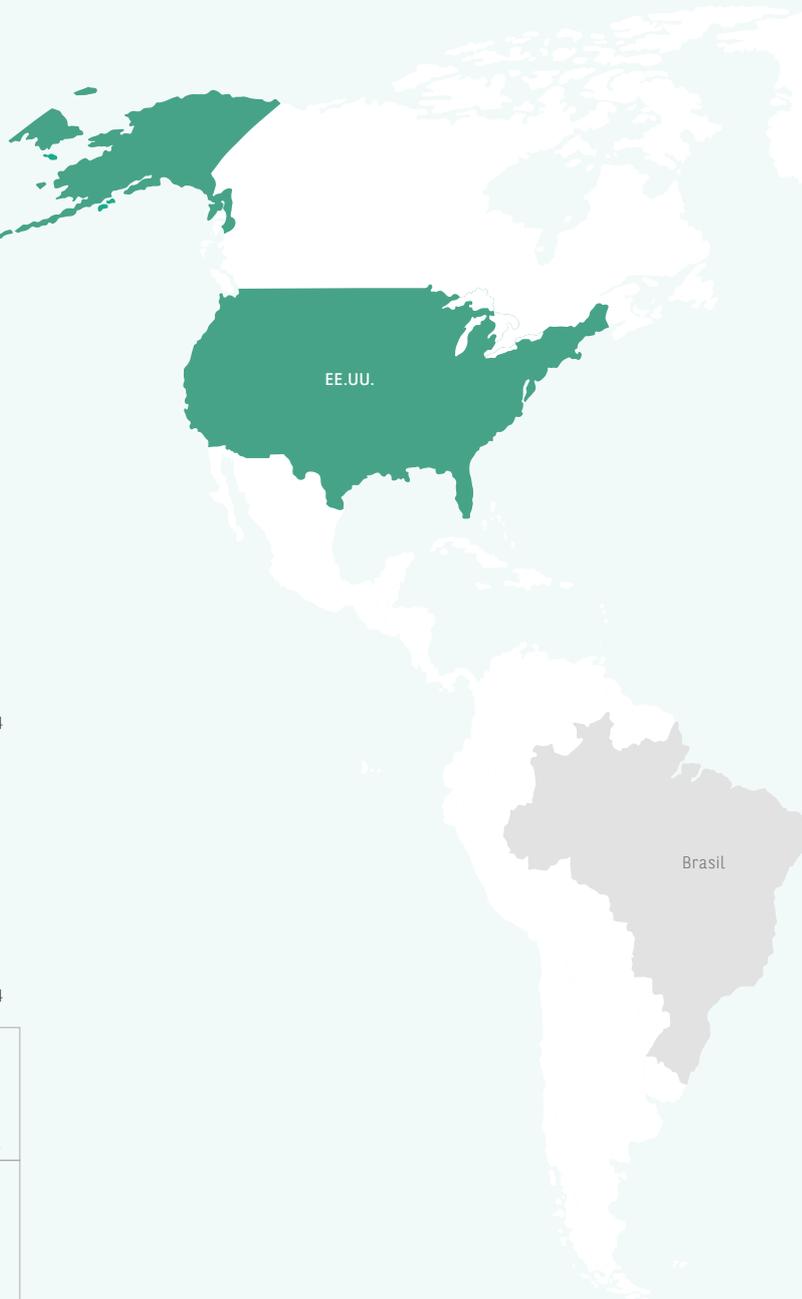
Ratio MTN:/1k hab.: 45,76  
Población actual: 329.484 K  
Total MTN: 15.075.595  
Previsión 2021 MTN: 15.492.234

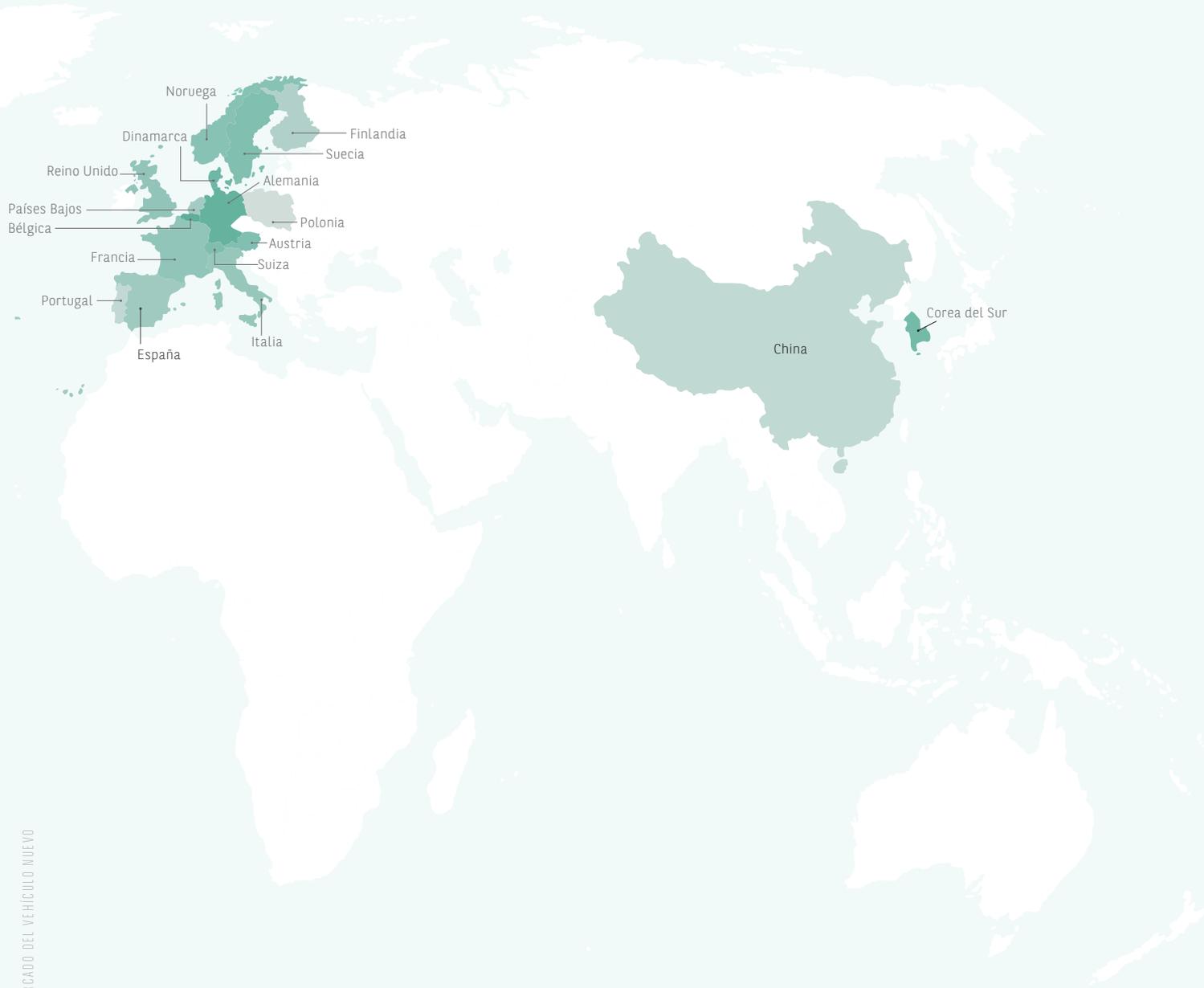
### MUNDIAL

Ratio MTN:/1k hab.: 8,98  
Población actual: 7.761.620 K  
Total MTN: 69.665.416  
Previsión 2021 MTN: 72.714.671

### ESPAÑA

Ratio MTN:/1k hab.: 21,37  
Población actual: 47.327 K  
Total MTN: 1.011.489  
Previsión 2021 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	12.577	10.815	1.762
Álava	6.244	4.628	1.616
Albacete	6.543	5.886	657
Alicante	35.088	31.654	3.434
Almería	9.087	7.386	1.701
Asturias	13.971	11.615	2.356
Ávila	1.700	1.417	283
Badajoz	6.603	5.518	1.085
Barcelona	98.067	84.460	13.607
Burgos	4.357	3.593	764
Cáceres	3.630	2.978	652
Cádiz	15.307	13.592	1.715
Cantabria	7.928	6.700	1.228
Castellón	10.983	8.557	2.426
Ceuta	1.002	907	95
Ciudad Real	4.803	4.013	790
Córdoba	8.208	6.986	1.222
Cuenca	1.877	1.534	343
Girona	12.646	10.298	2.348
Granada	9.851	8.423	1.428
Guadalajara	3.210	2.791	419
Guipúzcoa	9.694	7.620	2.074
Huelva	5.099	4.457	642
Huesca	3.535	2.782	753
Islas Baleares	20.069	17.084	2.985
Jaén	5.369	4.521	848

Provincia	Turismos	Comerciales	Total
La Rioja	3.634	2.959	675
Las Palmas	27.289	22.750	4.539
León	4.743	3.998	745
Lleida	6.877	5.320	1.557
Lugo	4.496	3.615	881
Madrid	428.078	364.517	63.561
Málaga	24.961	22.043	2.918
Melilla	1.050	1.010	40
Murcia	17.901	14.971	2.930
Navarra	8.962	7.219	1.743
Ourense	3.459	2.952	507
Palencia	1.785	1.503	282
Pontevedra	9.291	7.760	1.531
Salamanca	3.302	2.783	519
Santa Cruz de Tenerife	17.301	13.783	3.518
Segovia	1.777	1.513	264
Sevilla	22.266	19.419	2.847
Soria	1.158	892	266
Tarragona	12.586	10.610	1.976
Teruel	1.609	1.250	359
Toledo	13.839	11.549	2.290
Valencia	39.185	33.910	5.275
Valladolid	6.336	5.596	740
Vizcaya	14.922	12.456	2.466
Zamora	1.708	1.428	280
Zaragoza	15.526	13.840	1.686
<b>Total Matriculaciones</b>	<b>1.011.489</b>	<b>859.861</b>	<b>151.628</b>

#### TOTAL ESPAÑA

Nº de habitantes 47.326.693

Matriculaciones de VN turismos 859.861

Matriculaciones de VN comerciales 151.628

Matriculaciones totales de VN 1.011.489

Ratio Matriculaciones VN turismos cada 1k hab. **18,17**

Ratio Matriculaciones VN comerciales cada 1k hab. **3,20**

Ratio Matriculaciones VN total cada 1k hab. **21,37**



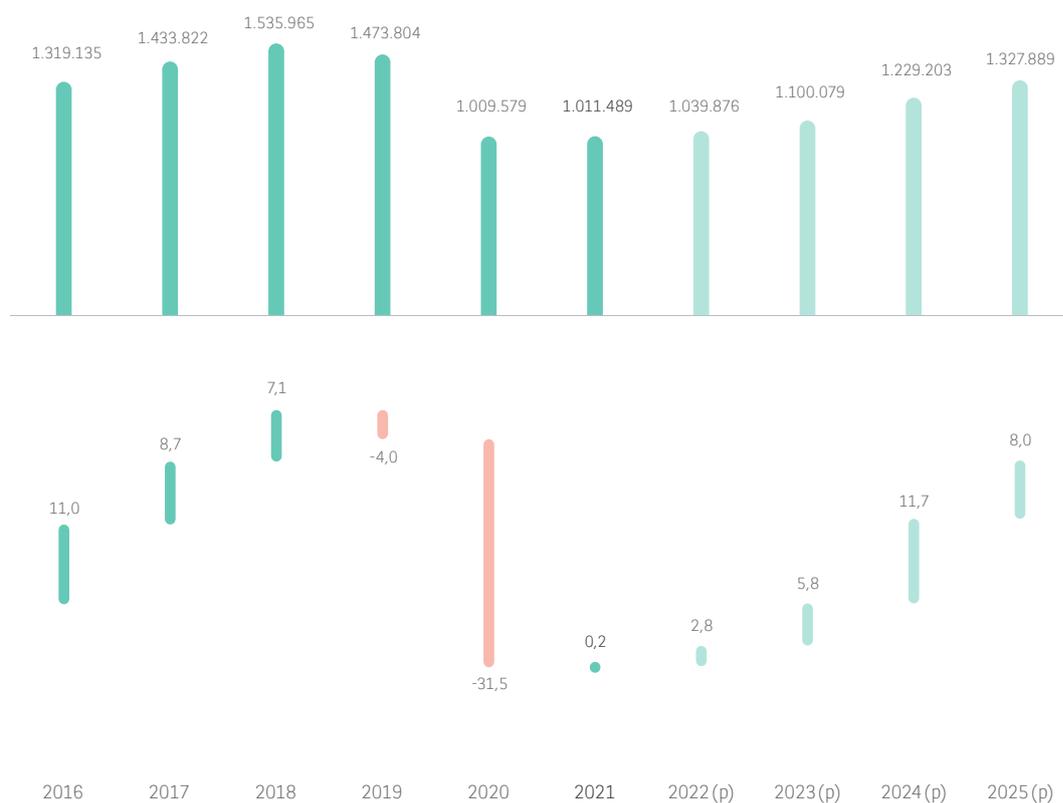
# III. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES

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

(GRÁFICO II.44.) La recuperación del mercado automovilístico español se efectuará en varias etapas y no se consolidará hasta 2023, ya que las previsiones apuntan a que el actual ejercicio todavía será un año de transición. Los escenarios dependerán de la evolución de la pandemia, de la solución de la crisis de los microchips y del desenlace de la guerra entre Rusia y Ucrania, además de la subida del impuesto de matriculación. Por todo ello, las estimaciones señalan que a lo largo del presente ejercicio se matricularán cerca de 1.040.000 vehículos, un 2,8% más que en 2021, para superar los 1,1 millones de placas en 2023, cifra todavía por debajo del objetivo marcado por el sector de automóvil. En 2024 el mercado avanzaría otro 11,7%.

**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.) La incertidumbre aparejada a la crisis del Covid-19, el aumento del precio de los combustibles y la falta de oferta motivada por la escasez de componentes afectó en los últimos años al canal de los particulares, muy reacios al desembolso de importantes cantidades en tiempos de incertidumbre, pero que podían comenzar este año a dar salida a este ahorro embolsado. Las matriculaciones apenas avanzarán un 8,4% y quedarán ligeramente por encima de las 450.000 unidades en este canal en 2022. El canal de empresa crecerá algo menos en porcentaje (5,4%) mientras que el del alquiler será el segmento que más caiga porcentualmente, al retroceder un 16,4%.

**GRÁFICO II.45.** Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado.

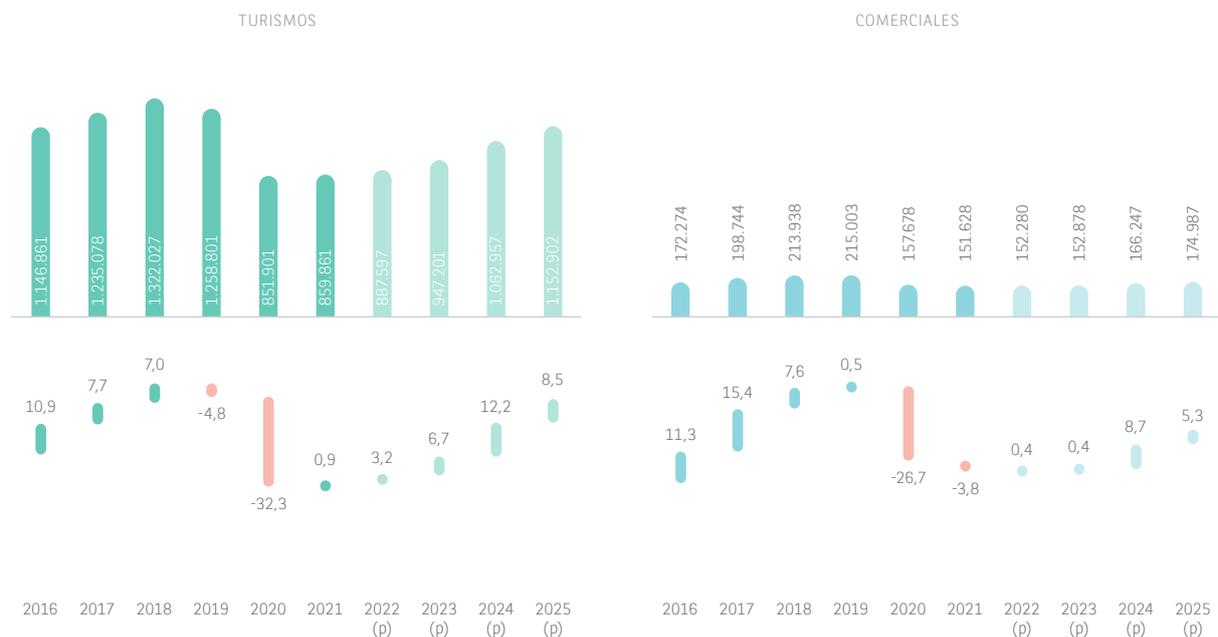
Absolutos en barras y evolución interanual en cascada en porcentaje. Fuente: DGT y previsiones MSI



(GRÁFICO II.46.) Por tipo de vehículo, el ritmo de las matriculaciones crecerá en 2022 en mayor porcentaje el caso de los turismos, mientras que los comerciales apenas avanzarán un 0,4%. Se espera que la recuperación se acentúe en los años venideros, momento en el que los turismos se anotarán una subida más acusada, mientras que en los comerciales el ritmo de subida será mucho 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 2024, mientras que, en el caso de los comerciales, la recuperación tardará aún varios ejercicios en consolidarse.

(GRÁFICO II.48.) En el caso del renting se prevé que las cifras prepandemia se superen a lo largo del presente ejercicio en el caso de los turismos, en el que se rozarían las 176.000 matriculaciones. El segmento de comerciales comenzará a repuntar a partir de 2023, pero siempre en términos menores a los anotados en los años que precedieron a la crisis sanitaria.

### 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 senda iniciada el pasado ejercicio y volverán a ser los modelos más demandados en 2022, de los que se espera que se matriculen casi 285.000 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 143.546 y 130.189 unidades, respectivamente. Destaca la mayor caída porcentual registrada por los microvehículos, que supera el 18,7%. Las ventas globales disminuirán un 5,0% este año, aunque aún quedarán muy lejos del millón de unidades, que se espera que se alcancen a partir de 2023.

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

Fuente: MSI

MERCADO TOTAL TURISMOS	2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	28.987	-18,7%	38.782	33,8%	45.612	17,6%	49.105	7,7%
Pequeño	143.546	-8,2%	179.069	24,7%	209.358	16,9%	224.809	7,4%
Medio	130.189	-6,8%	163.752	25,8%	190.223	16,2%	204.910	7,7%
Medio Alto	25.809	-6,3%	31.077	20,4%	35.978	15,8%	38.928	8,2%
Alto	3.292	-14,7%	4.199	27,6%	4.941	17,7%	5.350	8,3%
Lujo	5.840	35,8%	6.370	9,1%	7.276	14,2%	7.838	7,7%
Monovolumen Compacto	98.199	-15,2%	124.958	27,2%	145.450	16,4%	156.613	7,7%
Monovolumen Estándar	7.802	-9,1%	10.208	30,8%	11.862	16,2%	12.740	7,4%
Deportivos	1.827	6,7%	2.195	20,1%	2.543	15,9%	2.750	8,1%
Todo Terreno Bajo	285.238	2,8%	341.009	19,6%	393.959	15,5%	423.334	7,5%
Todo Terreno Medio	60.287	-7,1%	72.137	19,7%	83.355	15,6%	89.891	7,8%
Todo Terreno Alto	25.428	8,0%	29.180	14,8%	33.436	14,6%	36.266	8,5%
Otros	170	6,9%	191	12,4%	219	14,7%	245	11,9%
<b>Total</b>	<b>816.614</b>	<b>-5,0%</b>	<b>1.003.127</b>	<b>22,8%</b>	<b>1.164.212</b>	<b>16,1%</b>	<b>1.252.779</b>	<b>7,6%</b>



(TABLA II.9.) El canal empresa también opta por los todoterrenos bajos, que con más de 101.000 matriculaciones serán los más demandados. Los vehículos de gama media rozarán las 42.000 unidades, aunque destaca el importante avance porcentual de las unidades más lujosas, que crecerán un 17,7% y rozarán las 2.000 nuevas placas.

(TABLA II.10.) En el caso del renting, los todoterrenos más económicos también serán los más requeridos y sumarán más de 51.198 nuevas matrículas, un 1,4% más, por delante de los vehículos de tamaño medio, que superarán las 27.695 incorporaciones y crecerán un 2%. Mientras, las unidades pequeñas (2%) añadirán casi 24.355 placas al sector. Destaca el ascenso en porcentaje (5,5%) de los modelos deportivos.

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

Fuente: MSI

CANAL EMPRESA TURISMOS	2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	11.316	30,3%	10.380	- 8,3%	11.546	11,2%	12.743	10,4%
Pequeño	51.922	5,9%	54.335	4,6%	62.226	14,5%	68.681	10,4%
Medio	55.285	- 3,8%	62.494	13,0%	71.769	14,8%	79.156	10,3%
Medio Alto	16.571	- 2,6%	18.673	12,7%	21.413	14,7%	23.515	9,8%
Alto	2.273	- 5,9%	2.538	11,7%	2.908	14,6%	3.201	10,1%
Lujo	1.954	17,7%	2.170	11,1%	2.511	15,7%	2.804	11,7%
Monovolumen Compacto	41.983	0,3%	45.541	8,5%	52.325	14,9%	57.588	10,1%
Monovolumen Estándar	2.677	17,9%	2.879	7,5%	3.296	14,5%	3.669	11,3%
Deportivos	770	- 2,9%	885	14,9%	1.027	16,0%	1.147	11,7%
Todo Terreno Bajo	101.234	5,1%	112.390	11,0%	129.693	15,4%	143.093	10,3%
Todo Terreno Medio	35.710	- 1,4%	40.565	13,6%	46.920	15,7%	51.478	9,7%
Todo Terreno Alto	18.288	9,2%	20.344	11,2%	23.300	14,5%	25.573	9,8%
Otros	123	7,9%	130	5,7%	152	16,9%	172	13,2%
<b>Total</b>	<b>340.106</b>	<b>2,9%</b>	<b>373.324</b>	<b>9,8%</b>	<b>429.086</b>	<b>14,9%</b>	<b>472.820</b>	<b>10,2%</b>

**TABLA II.10.** Previsión de matriculaciones turismos - Renting.

Fuente: MSI

RENTING TURISMOS	2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Micro	3.903	2,3%	3.649	2,3%	4.043	2,3%	4.405	2,3%
Pequeño	24.355	2,0%	26.745	2,0%	30.670	2,0%	33.372	2,0%
Medio	27.695	2,0%	31.758	2,0%	36.568	2,0%	39.780	2,0%
Medio Alto	9.827	2,1%	11.244	2,1%	12.915	2,1%	14.015	2,1%
Alto	1.181	2,6%	1.354	2,6%	1.559	2,6%	1.689	2,6%
Lujo	514	2,6%	605	2,6%	705	2,6%	766	2,6%
Monovolumen Compacto	24.010	2,6%	26.918	2,6%	30.978	2,6%	33.730	2,6%
Monovolumen Estándar	549	2,4%	665	2,4%	764	2,4%	830	2,4%
Deportivos	116	5,5%	141	5,5%	164	5,5%	177	5,5%
Todo Terreno Bajo	51.198	1,4%	58.487	1,4%	67.705	1,4%	73.742	1,4%
Todo Terreno Medio	19.884	2,3%	23.078	2,3%	26.704	2,3%	28.908	2,3%
Todo Terreno Alto	10.691	2,7%	12.038	2,7%	13.828	2,7%	14.939	2,7%
<b>Total</b>	<b>173.923</b>	<b>7,6%</b>	<b>196.682</b>	<b>13,1%</b>	<b>226.603</b>	<b>15,2%</b>	<b>246.353</b>	<b>8,7%</b>

(TABLA II.11.) Los derivados de turismos continúan sin oposición en el mercado de los comerciales y rozarán un incremento de 57.000 unidades, pese al descenso del 15% en comparación con 2021. Destaca el crecimiento en porcentaje de los microvan (100,3%), mientras que los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas aumentarán el parque en 30.387 unidades y los que superan las 3,5 toneladas sumarán 27.312 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 36.509 matriculaciones, aunque protagoniza el mismo descenso porcentual. Los vehículos que tienen entre 2,7 y 3,5 toneladas se anotarán 17.724 nuevas incorporaciones. Los microvan también registran aquí una destacable subida porcentual (107,5%).

(TABLA II.13.) En lo que al canal de renting se refiere, este no se desmarca de la tendencia general y los derivados de turismos también se mantienen un ejercicio más como el segmento más demandado con más de 17.000 unidades, seguidos a mucha distancia por los vehículos de entre 2,7 y 3,5 toneladas, que suman 5.340 novedades. A su vez, los microvan se anotan también la subida porcentual más acusada (49,6%).

**TABLA II.11.** Previsión de matriculaciones comerciales - Total Mercado. Fuente: MSI

MERCADO TOTAL COMERCIALES	2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	808	21,0%	863	6,8%	982	13,8%	1.095	11,5%
Derivados Turismos	56.338	- 15,0%	59.300	5,3%	68.001	14,7%	75.967	11,7%
Microvan	1.354	100,3%	1.262	- 6,8%	1.445	14,5%	1.606	11,2%
< 2 Tn	2.174	- 9,7%	2.358	8,5%	2.644	12,1%	2.887	9,2%
2 a < 2,7 Tn	5.891	- 17,0%	7.281	23,6%	8.568	17,7%	9.753	13,8%
2,7 a < 3,5 Tn	30.387	- 10,3%	32.916	8,3%	38.634	17,4%	43.993	13,9%
3,5 Tn	27.312	- 1,2%	29.760	9,0%	34.798	16,9%	39.498	13,5%
Otros Comerciales	13.402	3,3%	13.784	2,9%	16.055	16,5%	18.128	12,9%
<b>Total</b>	<b>137.666</b>	<b>- 9,2%</b>	<b>147.524</b>	<b>7,2%</b>	<b>171.125</b>	<b>16,0%</b>	<b>192.927</b>	<b>12,7%</b>

**TABLA II.12.** Previsión de matriculaciones comerciales - Canal Empresa. Fuente: MSI

CANAL EMPRESA COMERCIALES	2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	450	7,4%	480	6,6%	527	9,8%	564	7,1%
Derivados Turismos	36.509	- 10,9%	37.321	2,2%	41.202	10,4%	44.194	7,3%
Microvan	1.237	107,5%	1.136	- 8,2%	1.291	13,7%	1.423	10,2%
< 2 Tn	1.809	- 9,2%	1.970	8,9%	2.172	10,3%	2.330	7,3%
2 a < 2,7 Tn	3.542	- 7,8%	3.872	9,3%	4.292	10,8%	4.625	7,8%
2,7 a < 3,5 Tn	17.724	0,9%	17.583	- 0,8%	19.672	11,9%	21.339	8,5%
3,5 Tn	15.189	3,9%	15.808	4,1%	17.745	12,3%	19.319	8,9%
Otros Comerciales	8.149	3,4%	8.261	1,4%	9.303	12,6%	10.124	8,8%
<b>Total</b>	<b>84.608</b>	<b>- 3,7%</b>	<b>86.431</b>	<b>2,2%</b>	<b>96.203</b>	<b>11,3%</b>	<b>103.919</b>	<b>8,0%</b>

**TABLA II.13.** Previsión de matriculaciones comerciales - Renting. Fuente: MSI

RENTING COMERCIALES	2022 (p)		2023 (p)		2024 (p)		2025 (p)	
	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.	Tamaño	Evol.
Comerciales	176	- 0,5%	172	- 2,2%	178	3,1%	181	1,7%
Derivados Turismos	17.056	- 7,7%	17.111	0,3%	17.848	4,3%	18.319	2,6%
Microvan	30	49,6%	29	- 4,5%	29	3,0%	30	2,2%
< 2 Tn	777	- 11,0%	873	12,4%	910	4,1%	931	2,4%
2 a < 2,7 Tn	1.365	- 5,8%	1.444	5,8%	1.500	3,9%	1.534	2,3%
2,7 a < 3,5 Tn	5.340	- 0,3%	5.183	- 2,9%	5.394	4,1%	5.525	2,4%
3,5 Tn	2.401	- 5,9%	2.538	5,7%	2.628	3,5%	2.682	2,1%
Otros Comerciales	2.132	1,0%	2.138	0,2%	2.226	4,1%	2.281	2,5%
<b>Total</b>	<b>29.277</b>	<b>- 5,6%</b>	<b>29.487</b>	<b>0,7%</b>	<b>30.712</b>	<b>4,2%</b>	<b>31.484</b>	<b>2,5%</b>

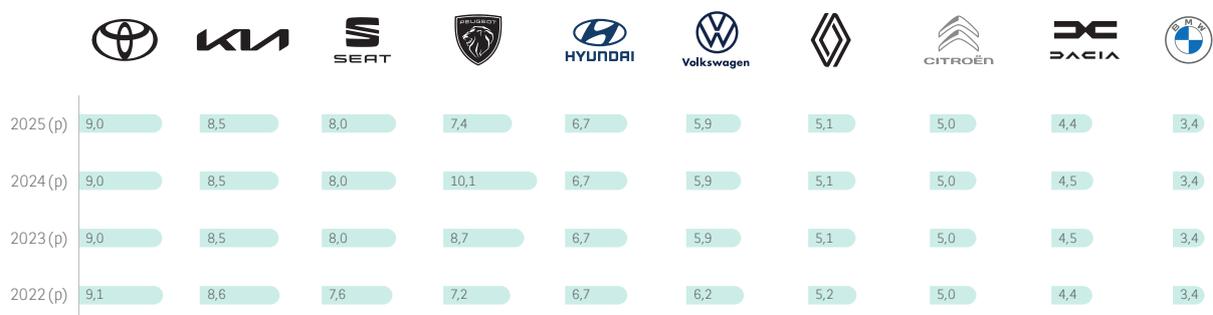
## C. PREVISIÓN DE MATRICULACIONES POR MARCA DEL FABRICANTE

(GRÁFICO II.49.) Toyota se mantendrá por encima del 9% de cuota de ventas en los próximos ejercicios en los que se situará por delante de Kia, cuyos porcentajes oscilarán en torno al 8%, mientras que Seat será el tercero en discordia seguido de Peugeot y Hyundai.

(GRÁFICO II.50.) En el caso de los comerciales, Citroën alcanzará el liderazgo y será la marca más vendida en el próximo cuatrienio al mantenerse cercana al 15% de cuota, seguida por Peugeot, por encima del 13% y Renault, que superará el 12%.

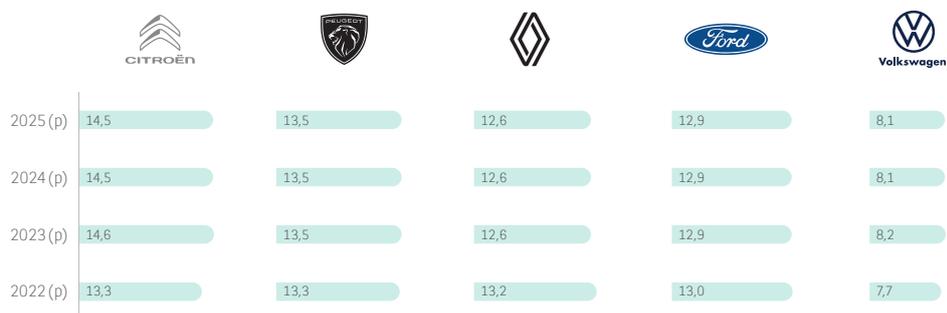
**GRÁFICO II.49.** Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado.

En porcentaje. Fuente: MSI



**GRÁFICO II.50.** Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado.

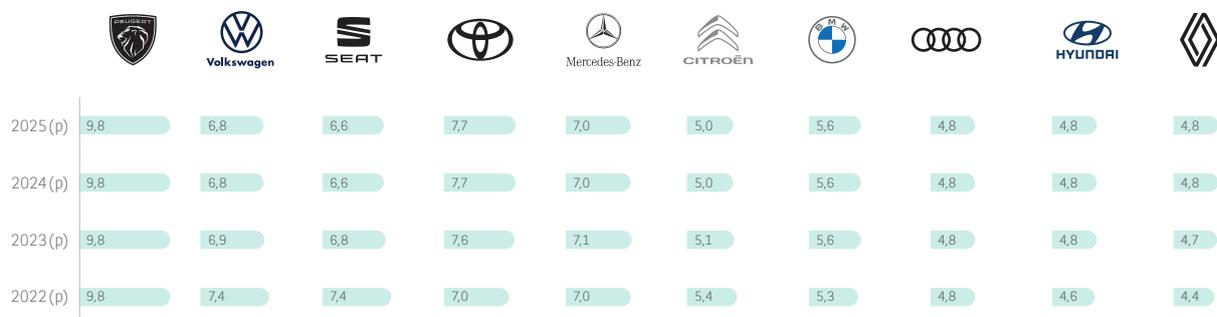
En porcentaje. Fuente: MSI



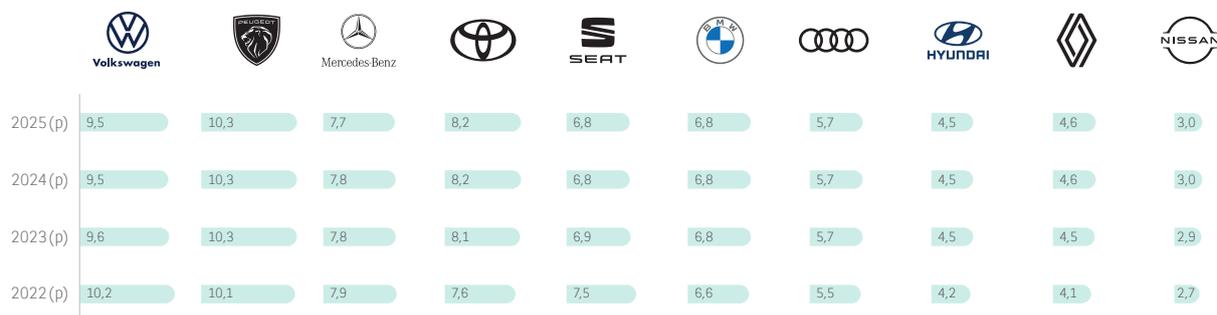
(GRÁFICO II.51.) Peugeot mantendrá este año con el liderazgo (9,8%) por delante de Volkswagen y Seat (7,4%) en el canal empresa, seguidos por Toyota (7,0%). Mercedes, Citroën y BMW les secundarán durante los próximos ejercicios.

(GRÁFICO II.52.) En el canal de renting, Volkswagen cederá el primer puesto a Peugeot que mantendrá el 10% de cuota. Mercedes y Toyota se mantendrán posiciones en los próximos años con cuotas cercanas al 8% seguido por Seat, siempre por debajo del 8% y BMW. Audi, Hyundai, Renault y Nissan serán las siguientes 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

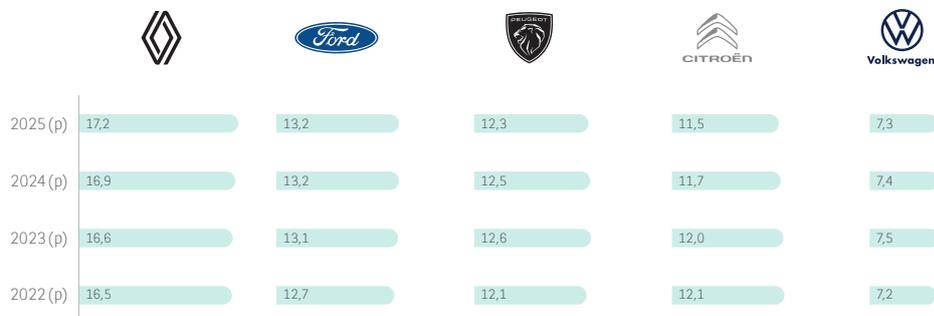


(GRÁFICO II.53.) Renault se mantiene en el primer puesto en el canal de empresa al mantener una cuota muy cercana al 17% en los próximos ejercicios por delante de Ford, que supera a Citroën y Peugeot al lograr este año un 12,1% de crecimiento. Volkswagen completa el top con una previsión de 7,7% de cuota.

(GRÁFICO II.54.) El mercado de comerciales de renting mantendrá en los próximos ejercicios la confianza en Renault, que logrará alcanzar el 21%. Peugeot se encaramará a la segunda posición seguido por Citroën, mientras que Ford y Volkswagen completan el plantel de preferencias.

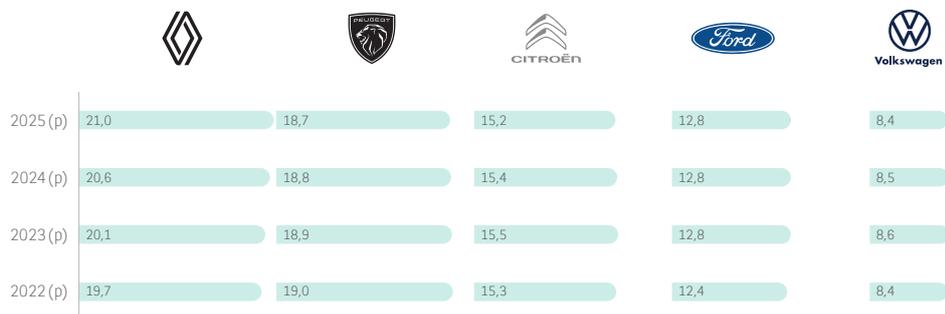
**GRÁFICO II.53.** Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa.

En porcentaje. Fuente: MSI



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

En porcentaje. Fuente: MSI





### CAPÍTULO III

# MERCADO DEL VEHÍCULO DE OCASIÓN

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

El mercado de vehículos de ocasión no logró recuperar la **cota** de los **dos millones** de unidades vendidas de turismos

a causa de las **dificultades económicas** propiciadas por las sucesivas olas de Covid-19

**1.997.100** Turismos vendidos de Vehículo de Ocasión en 2021

La **ratio** anual de los VEHÍCULOS DE OCASIÓN vs. VEHÍCULOS NUEVOS experimentó un importante avance en 2021



→ por cada Turismo nuevo matriculado harán lo propio **2,32** de ocasión

→ por cada Comercial nuevo matriculado harán lo mismo **2,13** de ocasión

Los turismos **diésel** se sitúan con 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

Los particulares se resisten a cambiar de VO y mantienen su posesión el **mayor tiempo posible**

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

# I. HISTÓRICO Y PREVISIONES DE VENTAS

## A. EVOLUCIÓN Y PREVISIÓN DE LAS VENTAS DE VO

(GRÁFICO III.1.) La crisis sanitaria y las sucesivas olas de Covid-19 que se sucedieron a lo largo de 2021 impidieron que el mercado de vehículo de ocasión (VO) retomara las cifras previas a la pandemia, aunque cerró el año en positivo. El aumento de ventas, no obstante, no fue suficiente para recuperar la cota de dos millones de unidades vendidas en el segmento de turismos, que creció el 9,4%, mientras que en el de comerciales sí que se superaron las 300.000 transacciones y se alcanzaron cifras más acordes a la época precrisis.

Las previsiones apuntan hacia un leve descenso de las ventas de turismos de segunda mano en el presente ejercicio y una fuerte aceleración de las mismas en 2023, año en el que de nuevo se superarían los dos millones de transacciones, mientras que las de los vehículos comerciales experimentarán esta campaña un retroceso más acusado, para recuperar terreno en los siguientes ejercicios.

**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 cumplió con las previsiones y los modelos más antiguos volvieron a situarse como los más demandados por los consumidores en 2021, mientras que las unidades más modernas perdieron cuota de mercado. Los vehículos que superan la década de antigüedad rozaron el 60% de las transacciones, el porcentaje más alto de la serie histórica, 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 cercana al 13%, su mejor resultado desde 2017. El segmento de menos de cinco años de vida, por su parte, cedió más de dos puntos porcentuales de cuota y se situó en el 27,2%. En los próximos años se espera que la tendencia se mantenga, con un descenso de las ventas de los modelos más modernos en beneficio de las unidades más longevas.

(GRÁFICO III.3.) Las ventas del segmento del VO comercial mantienen el mismo esquema que las de los turismos. Las transacciones de vehículos con más de 10 años de vida se incrementaron un punto porcentual y suman el 61,3% del total, con lo que recuperan gran parte del terreno perdido durante la pandemia. Por su parte, las ventas de unidades con menos de cinco años de vida ceden cuota y se sitúan en parámetros similares a los registrados en 2018, mientras que la banda intermedia gana terreno y roza el 15%. La previsión para el presente ejercicio apunta hacia que las unidades más antiguas podrían recuperar el terreno perdido en las últimas campañas a costa de las más modernas.

GRÁFICO III.2. Distribución de las ventas por edad del VO – Turismos. En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

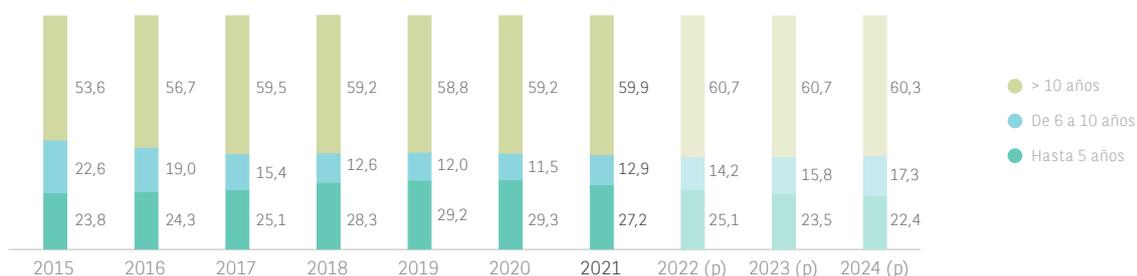
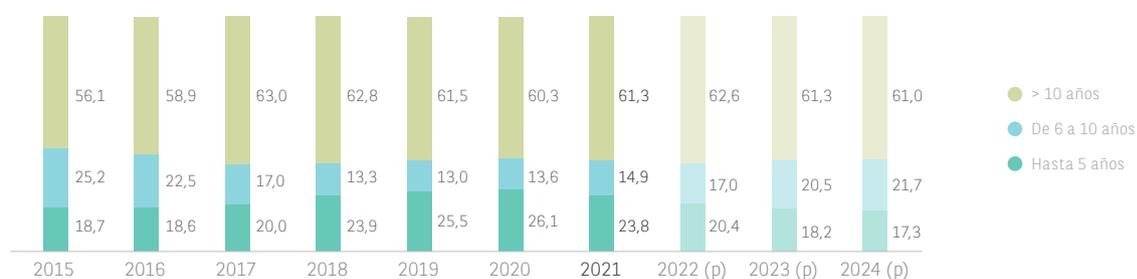


GRÁFICO III.3. Distribución de las ventas por edad del VO – Comerciales. En porcentaje. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT



### C. RATIO VEHÍCULO DE OCASIÓN VS. VEHÍCULO NUEVO

(GRÁFICO III.4.) La ratio anual del VO vs. VN (vehículo nuevo) en el segmento de turismos volvió a avanzar en 2021 y se situó en un valor de 2,32, esto es, que por cada vehículo nuevo matriculado harán lo propio 2,32 de ocasión. Las previsiones apuntan hacia una evaluación interanual negativa en esta ratio en el presente ejercicio, para experimentar un fuerte impulso en 2023.

La evolución de la ratio VO vs. VN en el caso del vehículo comercial también experimentó un destacado avance, alcanzando el 2,13. Las previsiones apuntan a que perderá parte del terreno ganado en el próximo ejercicio para volver a crecer en 2023, campaña en la que por cada vehículo comercial matriculado harán lo propio 2,04 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 a la cabeza de las preferencias de los usuarios, aunque no logra recuperar la cuota perdida en años anteriores. El diésel sumó casi el 59,7% de las ventas en 2021, mientras que las de gasolina se mantuvieron en los mismos parámetros que durante el ejercicio precedente. La tendencia se mantendrá a lo largo de este año, con un ligero ascenso de otras opciones de combustión y en el que las ventas globales cederán algo más de 34.000 unidades.

(TABLA III.2.) En los VO comerciales, las motorizaciones diésel siguen sin conocer rival e incluso ganan cuota a los vehículos que utilizan otro tipo de combustibles, una situación que se prevé que cambie mínimamente este ejercicio, donde liderará la pérdida de cuota, pero aún muy por encima del resto de opciones. En 2021 se vendieron 312.443 vehículos diésel, por 8.264 unidades de gasolina.

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

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

	2018		2019		2020		2021		2022 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota									
Gasolina	763.214	36,2%	768.733	36,6%	682.740	37,4%	740.250	37,1%	730.325	37,2%	-1,3%
Diésel	1.343.993	63,8%	1.298.531	61,8%	1.104.325	60,5%	1.192.667	59,7%	1.165.355	59,4%	-2,3%
Otros	-	-	34.187	1,6%	39.115	2,1%	64.183	3,2%	67.208	3,4%	4,7%
<b>Totales</b>	<b>2.107.207</b>		<b>2.101.451</b>		<b>1.826.180</b>		<b>1.997.100</b>		<b>1.962.888</b>		

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

Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

	2018		2019		2020		2021		2022 (p)		Evolución
	Volume	Cuota	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Gasolina	10.060	3,0%	10.341	3,1%	7.839	2,6%	8.264	2,5%	7.875	2,6%	-4,7%
Diésel	322.424	97,0%	320.281	96,5%	288.703	96,9%	312.443	96,9%	287.830	96,8%	-7,9%
Otros	-	-	1.159	0,3%	1.546	0,5%	1.835	0,6%	1.742	0,6%	-5,1%
<b>Totales</b>	<b>332.484</b>		<b>331.781</b>		<b>298.088</b>		<b>322.542</b>		<b>297.448</b>		

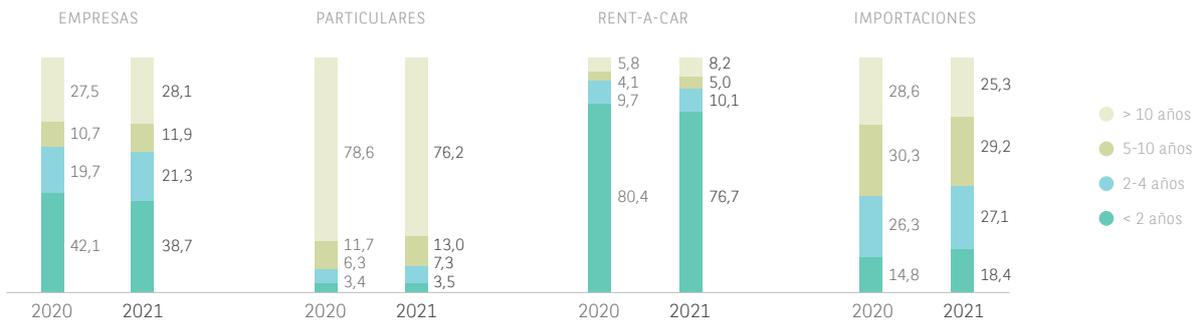
## E. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE VO POR CANAL DE PROCEDENCIA Y EDAD DEL VEHÍCULO

(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 se resiste al cambio y mantiene los hábitos pese al paso de los años. Los particulares expresan la vida útil y se resisten a cambiar de vehículo el mayor tiempo posible, ya que el 76,2% de los VO transferidos en 2021 se situaron por encima de los diez años de antigüedad. El otro lado de la balanza lo ocupa la modalidad de rent a car, aunque la pasada campaña también registró un ascenso de los coches más antiguos, pero que mantiene casi el 77% de las unidades en el primer bienio de vida. Casi el 39% de los vehículos procedentes del parque de empresa eran seminuevos, mientras que el grueso de las importaciones (56,3%) sumaba entre dos y 10 años de vida.

(GRÁFICO III.6.) En el caso de los vehículos comerciales, la longevidad del parque se mantiene como rasgo más destacado. Cerca del 80% de VO vendidos que proceden de particulares tiene más de 10 años, mientras que los de ofrecidos al mercado por las empresas con esta edad crecen por encima del 41%, porcentaje que asciende hasta el 47,4% en el caso de los importados. Por su parte, el 65,6% 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 se mantuvieron un año más al frente de las preferencias de las ventas de los VO según el segmento, con algo más de 522.600 unidades y una cuota de mercado del 26,2%, en la línea del ejercicio precedente. Los modelos más pequeños registraron una cuota del 20% y mantuvieron el segundo puesto en el orden de preferencias, al rozar las 400.000 unidades, mientras que los de medio alto, con casi el 15% del mercado, sumaron 295.662 vehículos.

Las previsiones para 2022 indican que las ventas de todoterrenos, de gama alta y baja, serán de los pocos segmentos que no retrocederán debido a las consecuencias generadas por la pandemia, al igual que los modelos deportivos y los de lujo. La versión más económica de los vehículos todoterreno espera rozar las 210.000 unidades vendidas y crecer un 4,2%, 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 mantuvo su posición en la primera plaza en número de ventas en 2021 con 142.618 unidades y una cuota del 44,2% del mercado del VO en la flota de comerciales. A distancia le siguen los comerciales de 2,7 a 3,5 toneladas, que mantuvieron su cuota por encima del 20%, y los de 3,5 toneladas (16,2%). Para este año se espera las ventas totales sufrirán un ligero retroceso, para quedarse en 297.448 vehículos.

**TABLA III.3.** Ventas de VO por segmento del vehículo – Turismos. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

	2021		2022 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Micro	80.798	4,0%	76.356	3,9%	-5,5%
Pequeño	399.155	20,0%	387.867	19,8%	-2,8%
Medio	522.681	26,2%	507.210	25,8%	-3,0%
Medio Alto	295.662	14,8%	284.030	14,5%	-3,9%
Alto	61.869	3,1%	59.475	3,0%	-3,9%
Lujo	8.181	0,4%	8.637	0,4%	5,6%
Monovolumen Compacto	216.067	10,8%	214.544	10,9%	-0,7%
Monovolumen Estándar	42.263	2,1%	39.650	2,0%	-6,2%
Deportivos	25.548	1,3%	25.910	1,3%	1,4%
Todo Terreno Bajo	200.561	10,0%	209.048	10,7%	4,2%
Todo Terreno Medio	87.326	4,4%	86.760	4,4%	-0,6%
Todo Terreno Alto	55.436	2,8%	60.850	3,1%	9,8%
Otros	1.553	0,1%	2.552	0,1%	64,3%
<b>Totales</b>	<b>1.997.100</b>		<b>1.962.888</b>		

**TABLA III.4.** Ventas de VO por segmento del vehículo – Comerciales. Fuente: MSI a partir de datos de la DGT

	2021		2022 (p)		Evolución
	Volumen	Cuota	Volumen	Cuota	
Comerciales	4.302	1,3%	3.807	1,3%	-11,5%
Derivados	142.618	44,2%	129.330	43,5%	-9,3%
Microvan	325	0,1%	476	0,2%	46,4%
< 2 TN	4.797	1,5%	4.075	1,4%	-15,1%
2 a < 2,7 TN	30.945	9,6%	27.722	9,3%	-10,4%
2,7 Tn a < 3,5Tn	66.970	20,8%	62.732	21,1%	-6,3%
3,5 Tn	52.137	16,2%	50.328	16,9%	-3,5%
Otros	20.448	6,3%	18.977	6,4%	-7,2%
<b>Totales</b>	<b>322.542</b>		<b>297.448</b>		

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

(GRÁFICO III.7.) Seat y Volkswagen, con un 8,7% de cuota, mantuvieron el liderazgo en las ventas de vehículos de ocasión en 2021 por delante de Renault (8%), que completó el podio y fueron las únicas marcas que alcanzaron el 8% de cuota, aunque las previsiones apuntan a que la marca francesa la perderá este ejercicio. Peugeot (7,6%), Citroën (7,4%) y Opel (6,5%) son las enseñas más cercanas al podio y mantendrán las posiciones en 2022, al igual que Ford (6,4%). BMW, Audi y Mercedes se mantuvieron en el 6% de cuota.

(GRÁFICO III.8.) Citroën (17,3%) ganó varias décimas porcentuales de cuota en relación al año anterior y se mantuvo a la cabeza de las ventas de vehículos de ocasión comerciales en 2021 secundado por Renault (13,7%), que cedió terreno. Peugeot mantuvo su espacio (11,9%) y ocupó el tercer puesto por delante de Ford (11,8%), que repitió la cuota del ejercicio precedente. Volkswagen completó el quinteto de las marcas más solicitadas con un 9,1% del mercado.

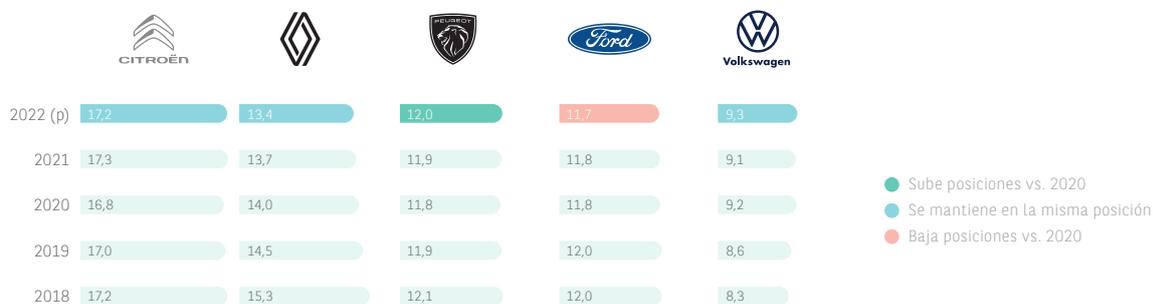
### GRÁFICO III.7. Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos.

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







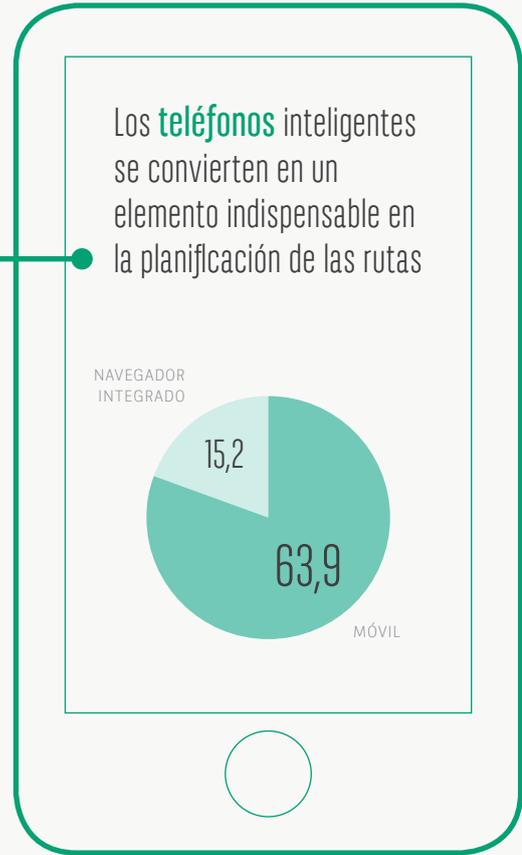
## CAPÍTULO IV

# EQUIPAMIENTOS

El uso de la tecnología se intensifica para aumentar la seguridad vial. Las nuevas herramientas y funcionalidades disponibles para evitar accidentes y facilitar aspectos concretos de la conducción se han convertido en un aliado habitual entre los conductores españoles. En este sentido, los teléfonos inteligentes son un elemento indispensable en la planificación de las rutas, por delante de los navegadores integrados y otros sistemas basados en localización GPS, mientras que ayudas a la conducción, como las que facilitan el estacionamiento del vehículo, evitan el peligro que suponen los ángulos muertos en los retrovisores o que previenen el cambio involuntario de carril se sitúan en cabeza en el orden de preferencias.



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



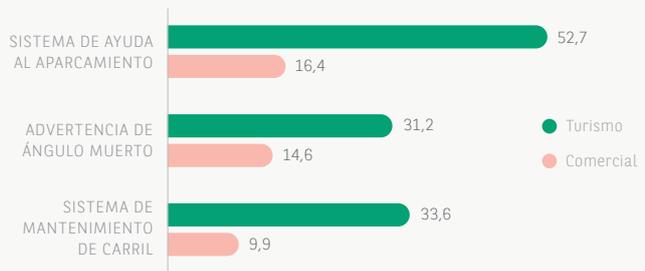
Las nuevas herramientas y funcionalidades disponibles para evitar accidentes y facilitar aspectos concretos de la conducción se han convertido en un

## aliado habitual

entre los conductores españoles

Aumento de 2,5 pts la elección de las funcionalidades que evitan el **ángulo muerto** del retrovisor

Destaca la ayuda en el **aparcamiento**



# I. EQUIPAMIENTOS DEL VEHÍCULO

## A. IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE NAVEGACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE RUTAS

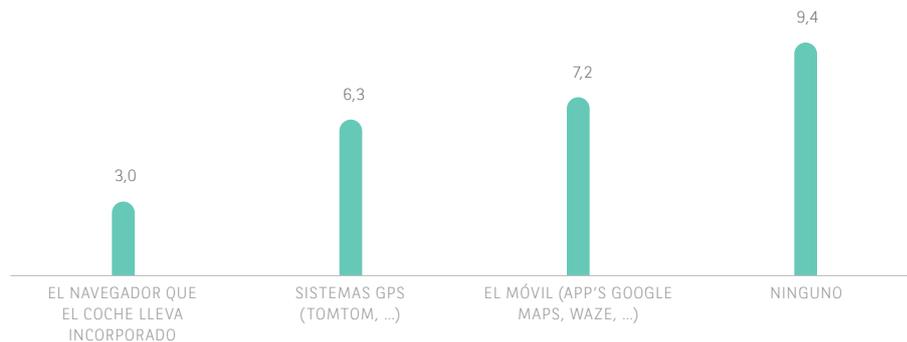
(GRÁFICO IV.1.) Las aplicaciones o soluciones digitales a las que se accede a través del teléfono inteligente se mantienen como la opción preferida por los conductores españoles para planificar sus rutas, con independencia del método utilizado para financiar la compra del vehículo o su tipología. Casi el 64% utiliza el móvil para trazar el itinerario, mientras que el 15,2% opta por el navegador integrado en el coche, con mayor incidencia en las unidades adquiridas mediante renting y leasing. Los sistemas GPS atraen ya a menos del 5% de los viajeros, mientras que el 17,4% 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.) El sistema de orientación utilizado está claramente relacionado con la antigüedad del vehículo. 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 pilotan unidades que superan los siete años de uso. Los modelos más envejecidos carecen de cualquier tipo de dispositivo.

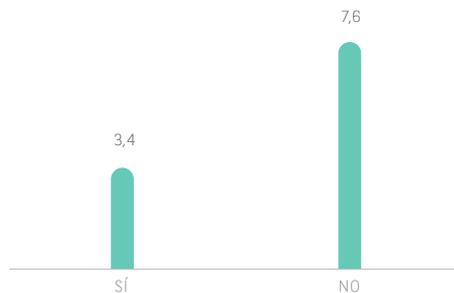
**GRÁFICO IV.2.** Edad media (años) del vehículo según implantación de sistemas de navegación y optimización de rutas.. Fuente: Arval Mobility Observatory



## 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 3,3 años de vida, mientras que los coches con propietarios que rechazan este sistema o no los valoran cuentan con más de siete años de media.

**GRÁFICO IV.3.** Edad media del vehículo según implantación de conexión mediante sistema telemático. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO IV.4.) La implantación de dispositivos telemáticos mantiene la pérdida de adeptos entre los conductores españoles, al decaer un año más el porcentaje de vehículos que los incorpora. Apenas el 16% de los coches de empresa cuentan con esta opción, con los comerciales adquiridos mediante compra directa 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

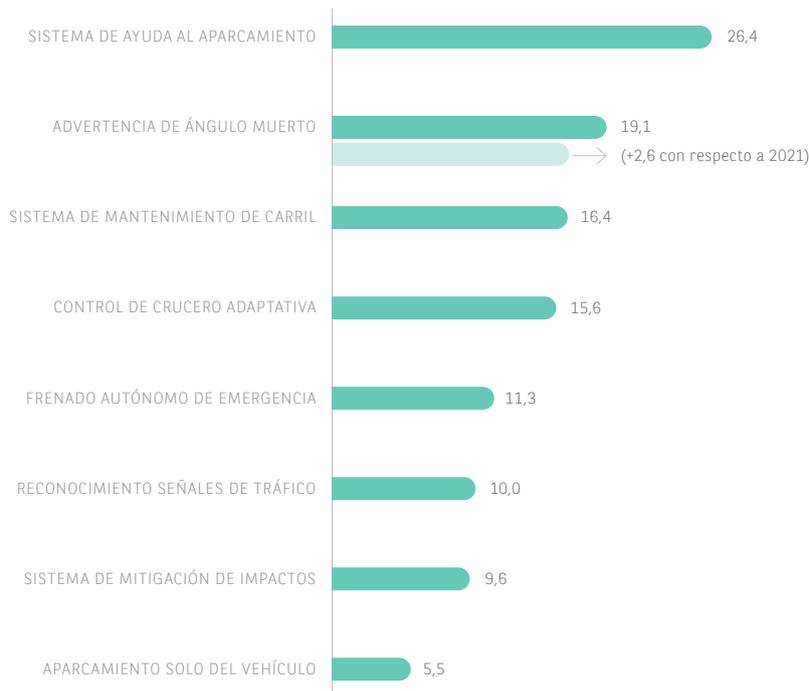


## II. EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN

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

(GRÁFICO IV.5.) La integración de elementos en el vehículo que permiten una conducción más fluida y segura se abren paso en las preferencias de los usuarios. Entre estos equipamientos se mantiene como el más utilizado el sistema de ayuda al aparcamiento, integrado en más del 26% de los coches, a la vez que el 5,5% ya permite que el conductor 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 dos puntos y medio porcentuales en la elección de las que evitan el ángulo muerto del retrovisor (19,1%). El resto de opciones más demandadas son las que impiden el cambio involuntario de carril (16,4%), las que permiten mantener una velocidad constante (15,6%), los sistemas de frenado de emergencia (11,3%), los que reconocen las señales de tráfico (10,0%) y los que permiten mitigar golpes (9,6%).

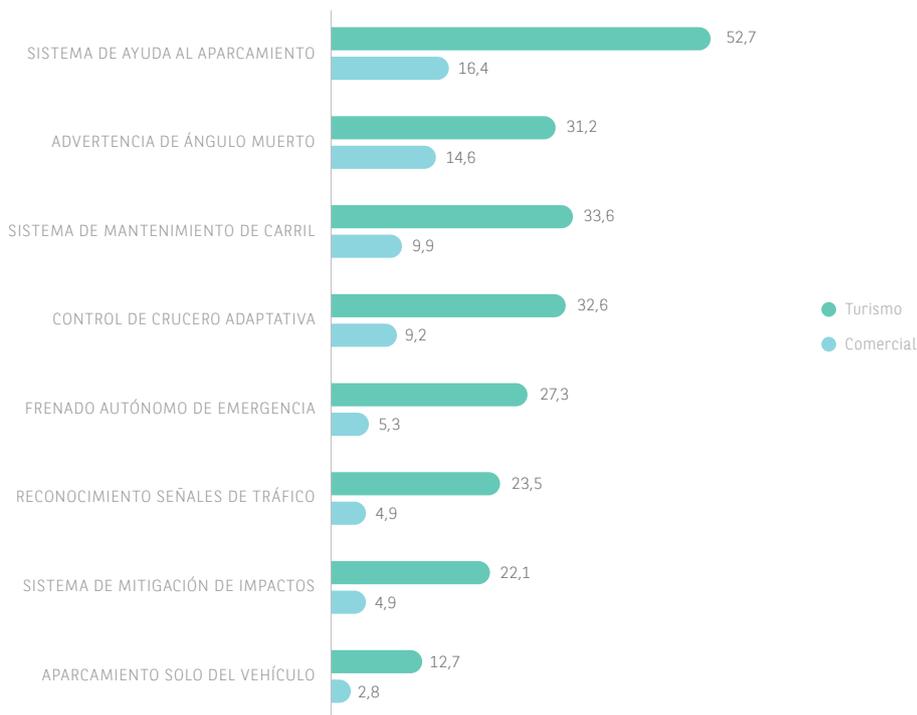
**GRÁFICO IV.5.** Integración de sistemas de ayuda a la conducción en el vehículo.  
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



## 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 continúan como los dispositivos más demandados, al estar presentes en más de la mitad de estos, en comparación con el 16,4% de los comerciales. La advertencia de ángulos muertos en el retrovisor es la siguiente opción más solicitada si sumamos todas las tipologías, ya que el 45,8% de los vehículos la integran, seguida por el sistema de mantenimiento de carril (43,5%) y el control de la velocidad de cruceo (41,8%). El frenado autónomo de emergencia (27,3%), el reconocimiento de las señales (23,5%), la mitigación de impactos (22,1%) y el aparcamiento autónomo (12,7%) 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

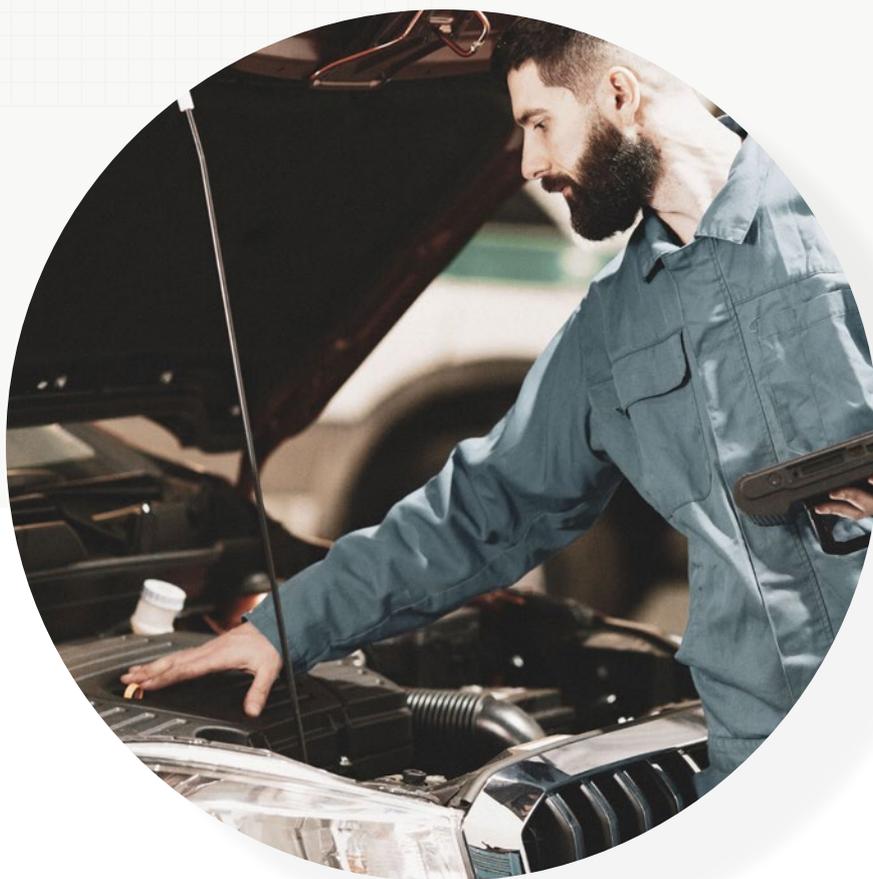


## C. CUOTA DE INTEGRACIÓN EN EL VEHÍCULO DE LOS EQUIPAMIENTOS DE AYUDA A LA CONDUCCIÓN EN FUNCIÓN DEL MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(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 advertencia del ángulo muerto y la velocidad de cruceo adaptativa, 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, para controlar los ángulos muertos en el espejo y de mantenimiento de carril son las opciones más requeridas.

**GRÁFICO IV.7.** Integración de equipos de ayuda a la conducción por método de financiación.  
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory





## CAPÍTULO V

# MANTENIMIENTO

Los vehículos pertenecientes al parque empresarial español realizan la mayor parte de su kilometraje para labores exclusivamente laborales y la utilización para aspectos personales está cada vez más restringida. El descenso del uso del vehículo privado en España queda patente al situarse por cuarto año consecutivo por debajo de los 15.000 kilómetros anuales, comportamiento en gran parte motivado por las medidas restrictivas adoptadas por las grandes ciudades, el descenso de los viajes debido a la pandemia y al aumento del precio de los carburantes. Lo que no varía es el aumento de la edad media del vehículo español, que supera los 13 años. Por el lado del mantenimiento, los talleres independientes se configuran como la opción principal de los conductores para realizar las revisiones de seguridad.

El kilometraje realizado entre los vehículos del parque español, son para labores **exclusivamente laborales** en gran parte

El recorrido más habitual en las compañías españolas volvió a registrarse entre los **9.000 y los 19.999** kilómetros, completado por el 30,5% de los vehículos



El predominio de los **talleres multimarca** como centro de referencia para efectuar cambios de **neumáticos** superó el 80% en 2021

El descenso del uso del vehículo privado en España queda patente al situarse por cuarto año consecutivo por debajo de los **15.000 kilómetros anuales**

Los vehículos de empresa se anotaron un 1,97% más en sus cuentakilómetros en relación con 2020

y sumaron una media de **134.700 kilómetros**

Taller multimarca

- **64,8%** prefirió esta tipología para revisiones o cambios de **aceite** en 2021
- **51,9%** Realizó una **revisión** completa en 2021

La media de kilómetros anuales entre los vehículos de empresa aumentó hasta **23.600km** en 2021, más de la mitad (56%) transitados en vías urbanas

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

El **94,4%** de los coches que superan la década de vida registra más de 100.000 kilómetros



# I. INTRODUCCIÓN

## A. USO DEL VEHÍCULO

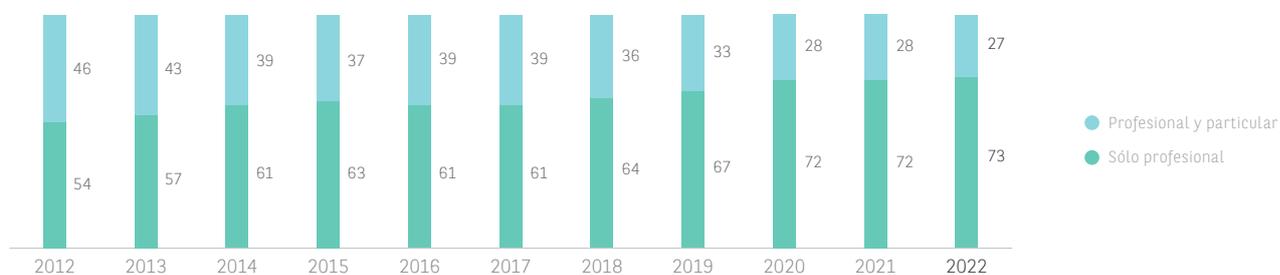
(GRÁFICO V.1.) El automóvil perteneciente al parque empresarial es utilizado prioritariamente para labores profesionales, ya que el 73% de los recorridos se realizan para cometidos relacionados con la actividad de las compañías. El otro 27% restante combina viajes de las firmas con requerimientos particulares.

(GRÁFICO V.2.) El uso del vehículo para viajes personales cada vez es más testimonial, ya que estas actuaciones se han reducido exponencialmente en la última década, cuando casi la mitad de los recorridos excedían 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.

GRÁFICO V.1. Uso que hace del vehículo. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



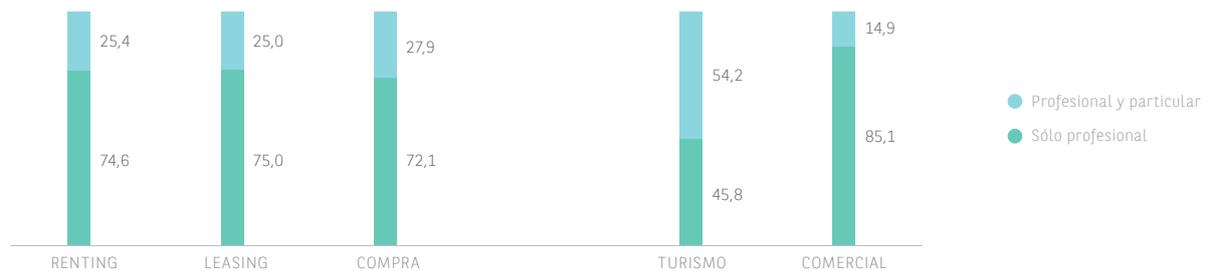
GRÁFICO V.2. Evolución sobre el uso que hace del vehículo. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(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 (54%) las labores personales y profesionales, mientras que el 85% 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 aumentó en 2021 hasta los 23.600, más de la mitad de ellos (56%) transitados en vías urbanas. El 26% de los viajes se realiza por autopistas y autovías, mientras que las carreteras secundarias registran el 15% del total. Los trayectos por vías no asfaltadas son anecdóticos.

### GRÁFICO V.4. Tipo de vías de circulación. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO V.5.) Las vías que discurren a través de las poblaciones 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 en ellas el 58% de su kilometraje. Los adquiridos a través de leasing y renting apenas se diferencian en este aspecto en un punto porcentual. Estas últimas 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



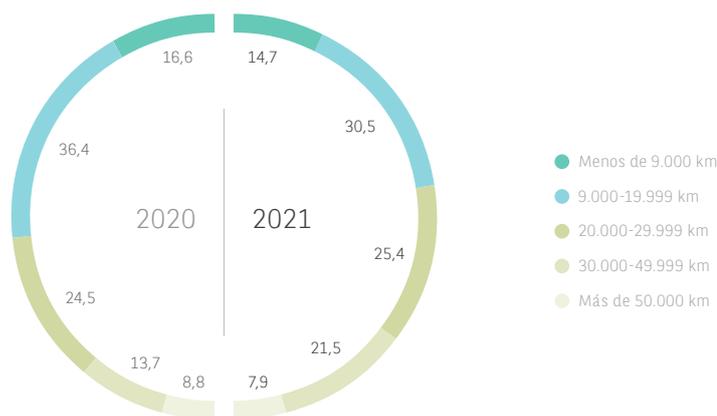
## C. KILOMETRAJE ANUAL

(GRÁFICO V.6.) El tramo medio de kilometraje que más aumentó porcentualmente en 2021 en comparación con el ejercicio anterior se situó entre los 30.000 y los 49.999 kilómetros, completado por el 21,5% de los vehículos y que supuso casi un 8% más. No obstante, el recorrido más habitual en las compañías españolas volvió a registrarse entre los 9.000 y los 19.999 kilómetros, completado por el 30,5% de los vehículos, junto con las unidades que recorrieron entre 20.000 y 29.999 kilómetros.

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

(GRÁFICO V.7.) El descenso del uso del vehículo privado en España volvió a situarse por cuarto año consecutivo por debajo de los 15.000 kilómetros anuales, comportamiento en gran parte motivado por las limitaciones adoptadas por las grandes ciudades, a las restricciones en varios tramos del año debido a la pandemia 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 fue el más habitual para los particulares, con un porcentaje del 22,7%, mientras que el 29,4% de los corporativos superó los 30.000 kilómetros anuales.

**GRÁFICO V.6.** Kilometraje anual parque empresa 2021 vs. 2020. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



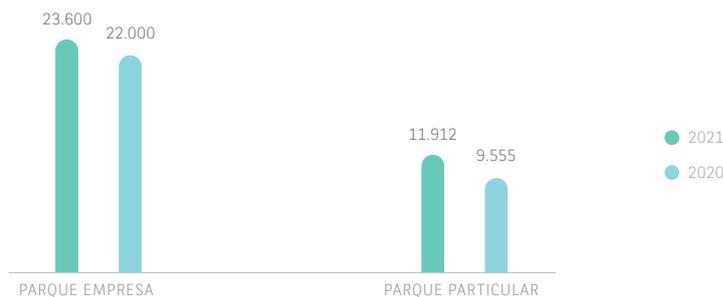
**GRÁFICO V.7.** Kilometraje anual parque empresa vs. parque particular. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO V.8.) El uso del automóvil por parte de los particulares incrementa, debido en gran parte al miedo por el mayor riesgo de contagio existente por la posibilidad de sufrir aglomeraciones en el transporte público. El uso medio anual de los vehículos conducidos por particulares aumentó en más de 2.350 kilómetros y se situó por encima de los 11.000, mientras que los de empresa sumaron 1.600 el pasado año en comparación con 2020, para situarse en 23.600 kilómetros.

**GRÁFICO V.8.** Kilometraje medio anual parque empresa Vs. parque particular 2021 y 2020.

Fuente: Arval Mobility Observatory



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

(GRÁFICO V.9.) La franja comprendida entre 9.000 y 19.999 kilómetros anuales fue la más habitual entre los vehículos españoles financiados mediante leasing (33,8%) o compra directa (32,1%), mientras que las unidades de renting se situaron en mayor medida en la que se sitúa entre 30.000 y 49.999, ya que el 32,6% de las mismas completó esta distancia, mientras que el 26,3% se desarrolló en el tramo inferior, entre 20.000 y 29.999 kilómetros.

Los vehículos financiados mediante renting recorrieron una media de 27.000 kilómetros el año pasado, por delante de los de leasing, que sumaron 25.300, mientras que los de compra directa superaron por poco los 22.000.

**GRÁFICO V.9.** Kilometraje anual por método de financiación. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

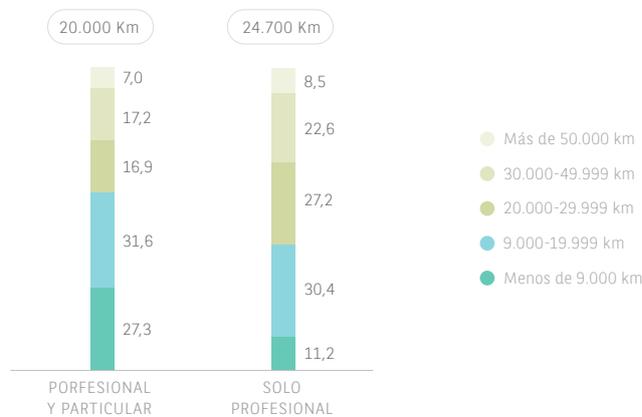


(GRÁFICO V.I0.) Los vehículos utilizados en exclusiva para el uso profesional recorrieron una media de 24.700 kilómetros en 2021, mientras que los que combinan el trabajo con trayectos particulares sumaron 20.000 kilómetros. En ambos casos la franja más transitada fue la que comprende entre 9.00 y 19.999 kilómetros, con los de empresa situados preferentemente en los trayectos más altos y los particulares en el más bajo..

(GRÁFICO V.II.) En lo que se refiere al kilometraje anual por tipo de vehículo, un año más los comerciales fueron los que más distancia recorrieron, con 24.600 kilómetros de media, frente a los turismos, que rodaron 3.500 kilómetros menos. En ambos casos el tramo más común fue el comprendido entre 9.000 y 19.999 kilómetros. Los turismos son más habituales en las franjas inferiores de kilometraje.

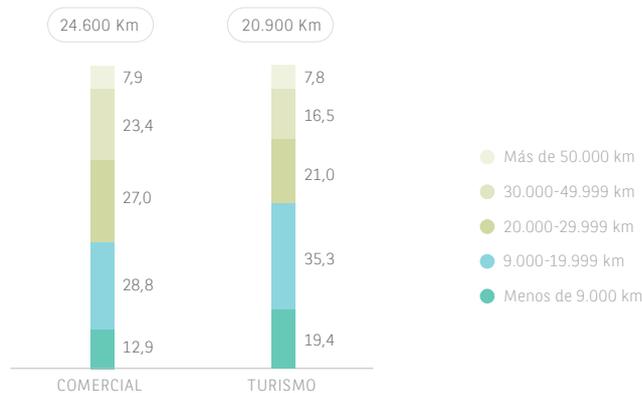
### GRÁFICO V.I0. Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



### GRÁFICO V.II. Kilometraje anual por tipología de vehículo.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO V.12.) Los vehículos de empresa anotaron un 1,97% más de recorrido en sus cuentakilómetros en relación con el año anterior y sumaron una media de 134.700 kilómetros. Casi el 60% del parque total acumula más de 100.000 kilómetros anuales en sus contadores, de los cuales, el 43,3% superó los 150.000.

(GRÁFICO V.13.) Los vehículos pertenecientes a particulares mantienen un kilometraje medio superior en comparación con los de empresa por su menor rotación, lo que aumenta el tiempo de vida de los mismos, aunque la distancia se ha estrechado entre ambas partes en los últimos años. El 45,6% de las unidades del parque particular supera los 150.000 kilómetros anuales, frente al 43,2% de los corporativos, mientras que el 64,9% suma más de 100.000 kilómetros. El vehículo de empresa se impone en todas las franjas con recorridos acumulados inferiores a 100.000 kilómetros.

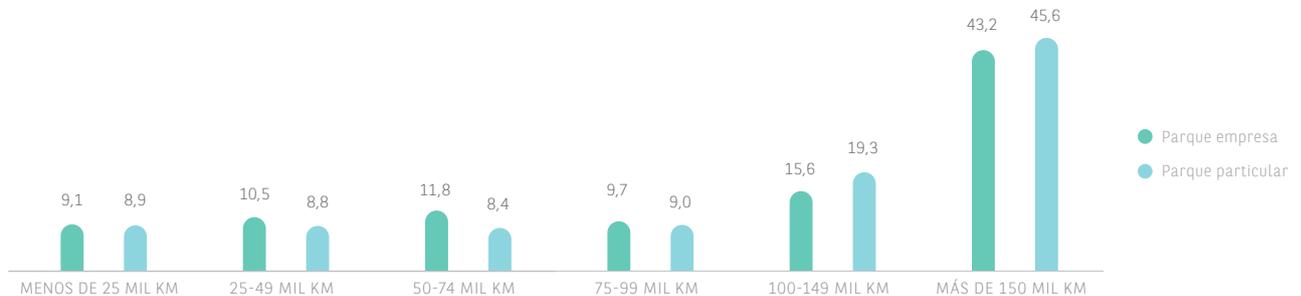
### GRÁFICO V.12. Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



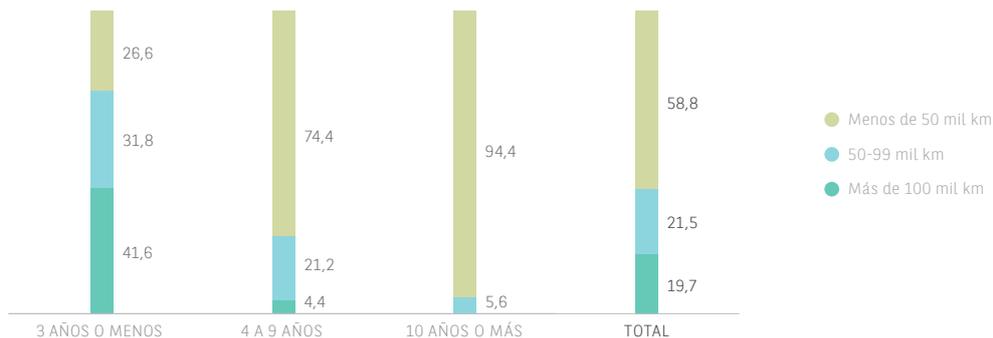
### GRÁFICO V.13. Kilometraje acumulado parque empresa vs. parque particular.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO V.14.) La 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 años, por lo que casi el 59% 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 74,4% que la completa antes de alcanzar esta antigüedad. Solo un 19,7% de las unidades cuenta con menos de 50.000 kilómetros.

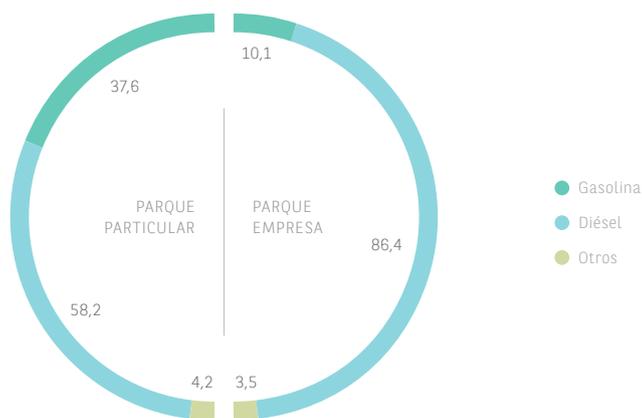
**GRÁFICO V.14.** Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



## 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. El 86,4% de las compañías eligió vehículos impulsados por este combustible, que también fue la opción preferente para el 58,2% de los particulares. La gasolina apenas fue utilizada por el 10% de los coches de empresa.

**GRÁFICO V.15.** Tipo de motor parque empresa vs. parque particular. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



## F. CONTRATO DE MANTENIMIENTO

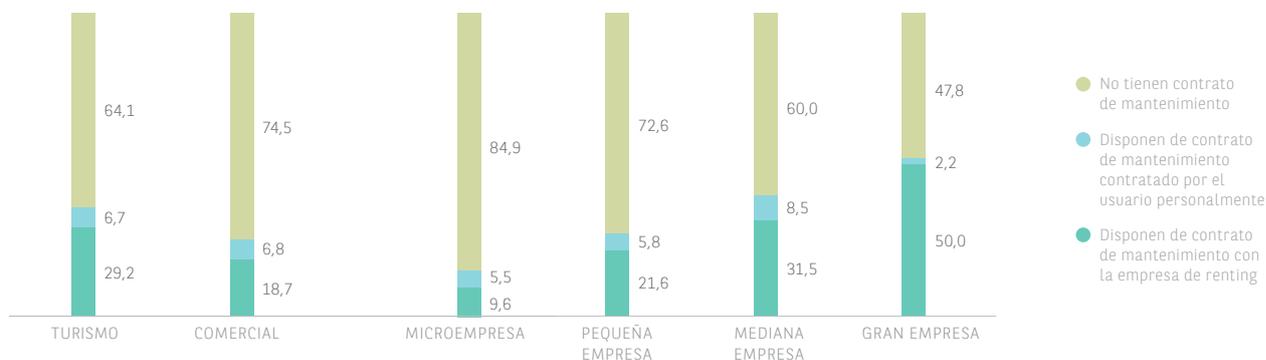
(GRÁFICO V.16.) El contrato de mantenimiento del vehículo es descartado por la mayoría de los usuarios (72,4%). De los que se deciden por su utilización, el 21,9% lo hace a través de su empresa de renting y solo un 5,7% lo negocia de manera personal.

(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. La mitad de las mismas optó por suscribirlo, frente al 31,5% de las empresas medianas, el 21,6% de las pequeñas y el 9,6% de las microempresas. Por modalidad de vehículo, algo más del 29% de los turismos lo negoció con su firma de renting, por un 18,7% 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 2021

(GRÁFICO V.18.) El porcentaje de coches que acometió el pasado año un cambio de neumáticos creció levemente en 2021 en comparación con el ejercicio precedente al aumentar el uso de los mismos al decaer las restricciones de movilidad. Aun así, el 53,7% de los propietarios de vehículos eludió la sustitución de este componente.

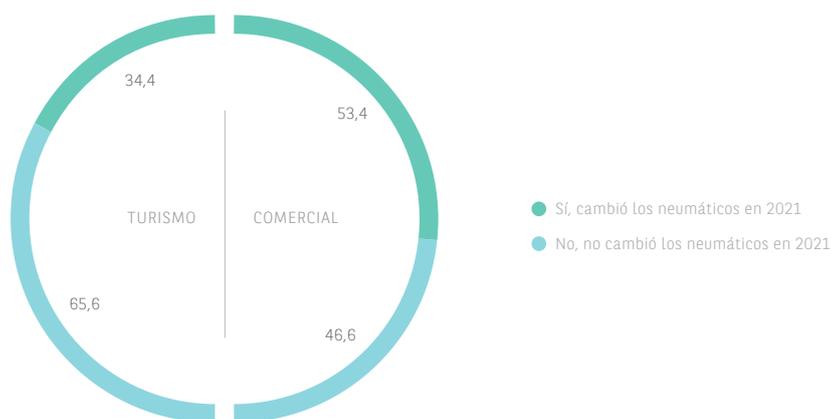
GRÁFICO V.18. Cambio de neumáticos en 2021. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



### 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 (53,4%) decidió realizar un cambio de neumáticos, frente al 34,4% de los turismos.

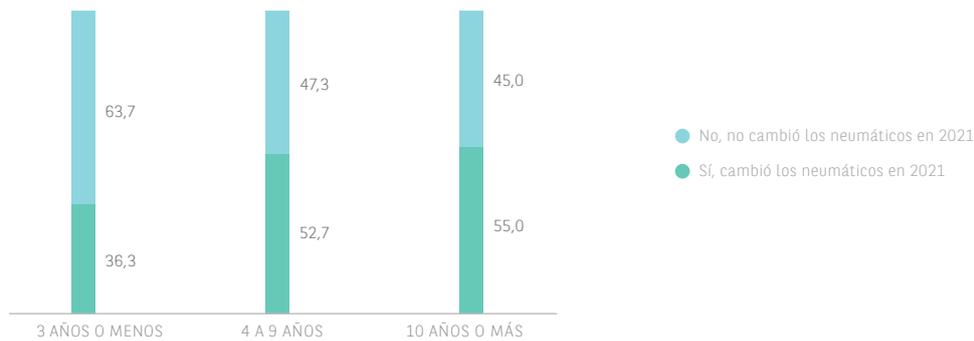
GRÁFICO V.19. Cambio de neumáticos por tipología de vehículo. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



### C. NECESIDAD DE CAMBIO DE NEUMÁTICOS SEGÚN EDAD DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO V.20.) A medida que aumenta la antigüedad del vehículo se incrementa el número de los mismos que realizan un cambio de neumáticos, obligados por el mayor uso de las gomas. De este modo, apenas el 36,3% de las unidades con menos de tres años de antigüedad tuvo que renovar las ruedas en 2021, porcentaje que ascendió hasta el 52,7% en las que contaban entre cuatro y nueve años de edad y hasta el 55% en las que superó la década de vida.

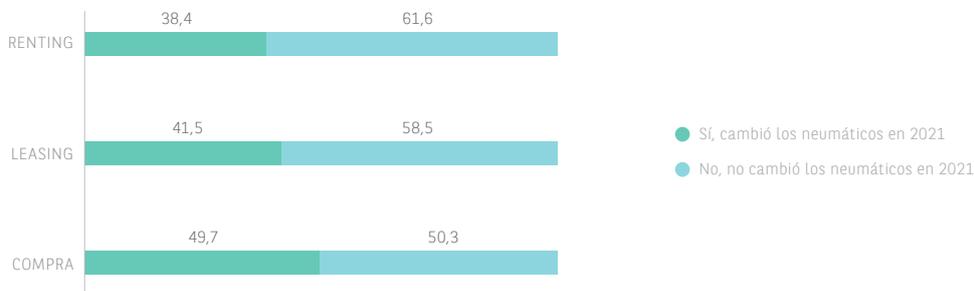
GRÁFICO V.20. Cambio de neumáticos por edad del vehículo. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



### 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 41,5% de los que se financiaron a través de leasing y el 38,4% de los de renting.

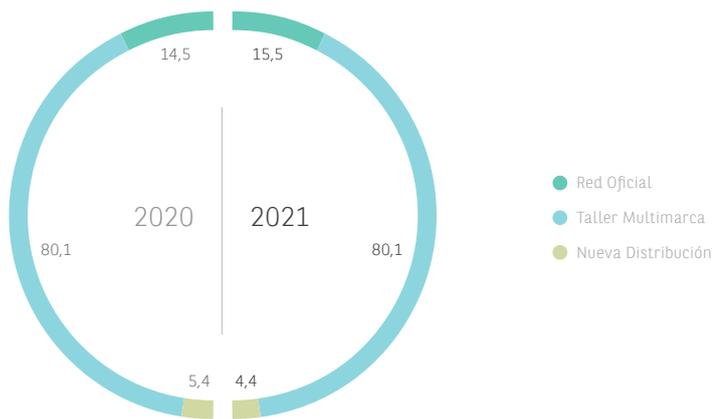
GRÁFICO V.21. Cambio de neumáticos por método de financiación. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



## E. LUGAR DE REPARACIÓN

(GRÁFICO V.22.) El predominio de los talleres multimarca como centro de referencia para efectuar cambios de neumáticos superó el 80% en 2021, cifras muy similares a las del año anterior. La red oficial experimentó un ligero ascenso y captó al 15,5% de los clientes, mientras que los centros de nueva distribución atendieron al 4,4% restante.

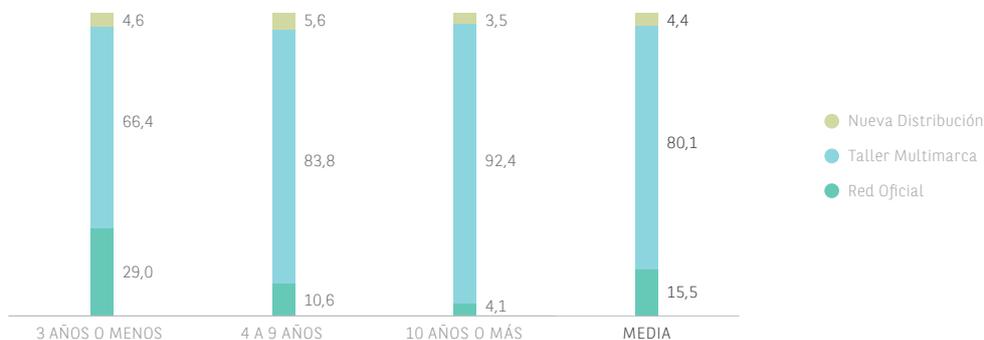
**GRÁFICO V.22.** Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2021 vs. 2020.  
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



## 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.

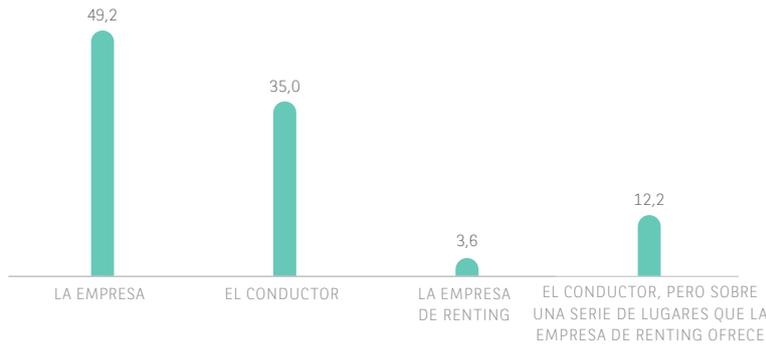
**GRÁFICO V.23.** Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para cambio de neumático.  
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



## 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 la mitad de las ocasiones (49,2%), mientras que la capacidad de elección del conductor prevalece en el 35% de los casos. Las firmas de renting eligieron centro un 3,6% de las oportunidades, mientras que sugirieron opciones al usuario en el 12,2% de las mismas.

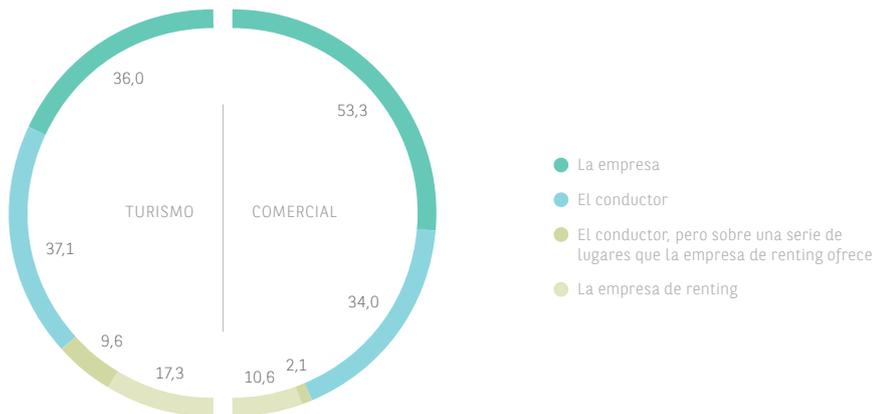
**GRÁFICO V.24.** Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos.  
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



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

(GRÁFICO V.25.) Por tipo de vehículo, las empresas propietarias de comerciales fueron las que en mayor medida (53,5%) adoptaron la decisión de elegir el centro de reparación, por delante del criterio del conductor (34%). En el caso de los turismos fue el chófer el que eligió taller en el 37,1% de las ocasiones, mientras que la compañía lo hizo en el 36% de los casos.

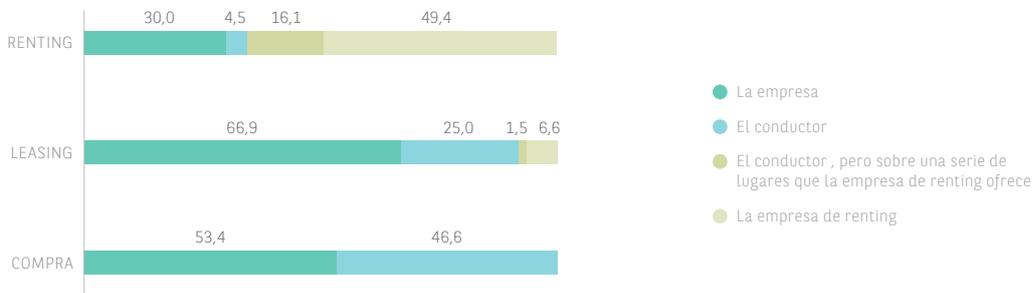
**GRÁFICO V.25.** Decisión del centro de reparación según el tipo de vehículo.  
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



## 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 ascendió hasta el 67%, por el 53,4% de los de compra directa y el 30% de los de renting. En esta última modalidad, las firmas hicieron valer su opinión el casi la mitad de las ocasiones.

**GRÁFICO V.26.** Decisión del centro de reparación según el método de financiación.  
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



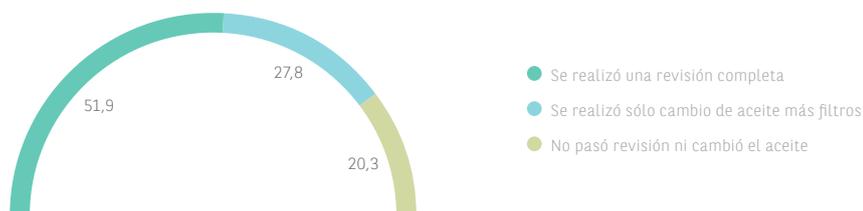
### III. MANTENIMIENTO PREVENTIVO

#### A. REVISIÓN O CAMBIO DE ACEITE DEL VEHÍCULO EN 2021

(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 2021, mientras que un 27,8% optó por el cambio de aceite y los filtros. El 20,3% 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 2021.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

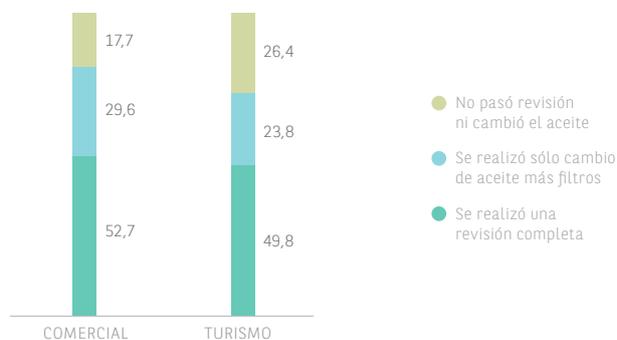


#### B. POR TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO

(GRÁFICO V.28.) Por tipo de vehículo, los comerciales acudieron en mayor medida al taller que los turismos durante el pasado ejercicio. El 52,7% de los primeros realizaron revisiones más exhaustivas en comparación con el 49,8% de los segundos. Solo el 23,8% de los turismos restantes realizó un servicio básico como el cambio de aceite, frente al 29,6% 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

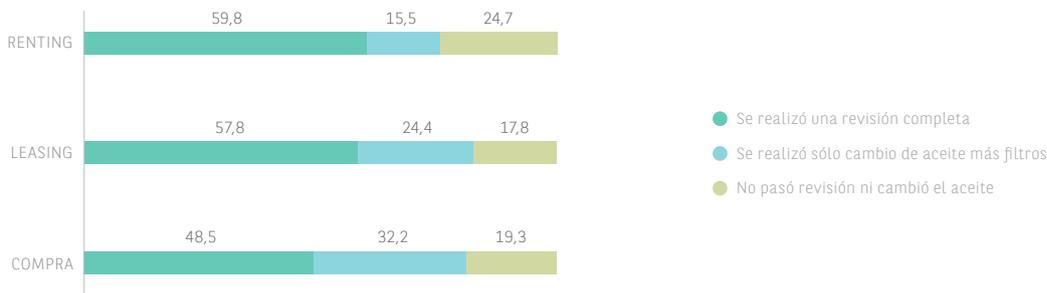


## C. SEGÚN MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(GRÁFICO V.29.) Con respecto al método de financiación, los vehículos de renting fueron los más propensos a contratar revisiones completas (59,8%), aunque también sumaron la mayor proporción de coches que no acudieron al taller (24,7%) debido al intervalo mayor de los mantenimientos en vehículos más nuevos, teniendo en cuenta la juventud del parque de renting. El 57,8% de las unidades de leasing y el 48,5% 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 32,2%, por el 24,4% de los de leasing y el 15,5% de los de renting.

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

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

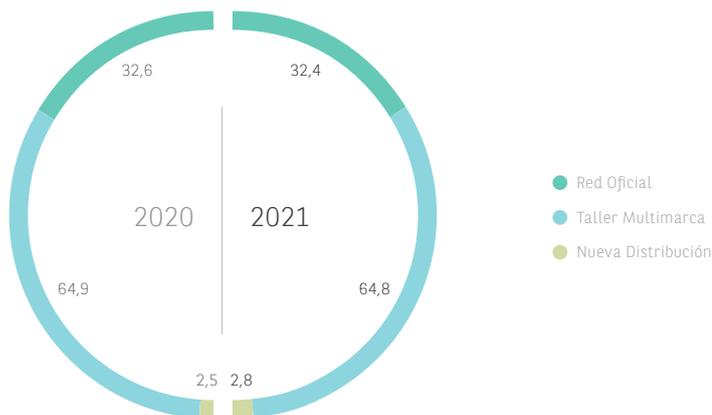


## D. LUGAR DE REPARACIÓN

(GRÁFICO V.30.) El taller multimarca mantuvo la cuota en las preferencias para la revisión o cambio de aceite del vehículo de empresa y se consolidó como la principal opción, ya que esta modalidad es la elegida por el 64,8% de los vehículos. Poco menos de un tercio de las unidades optó por la red oficial, que cedió más de un punto porcentual de cuota.

**GRÁFICO V.30.** Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2021 vs. 2020.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

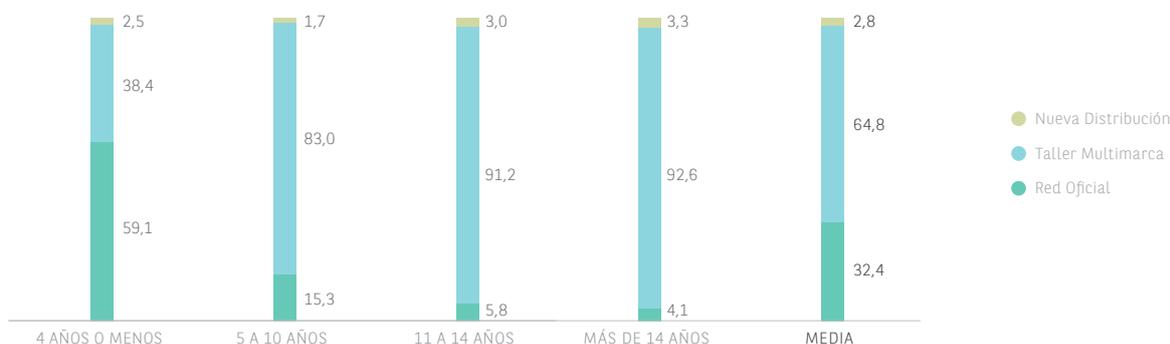


## E. ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO SEGÚN EL CANAL DE REALIZACIÓN DEL MANTENIMIENTO

(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 más del 59% de las ocasiones, ya sea para conservar la garantía del fabricante o por aceptar las ofertas realizadas por la casa fabricante. Una vez cumplido este primer lapso, el 83% ya opta por acudir al taller independiente. En el cómputo general de la vida del vehículo, menos de un tercio de las unidades se mantiene fiel a la casa matriz, mientras que el 64,8% acude a un espacio multimarca y solo el 2,8% 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

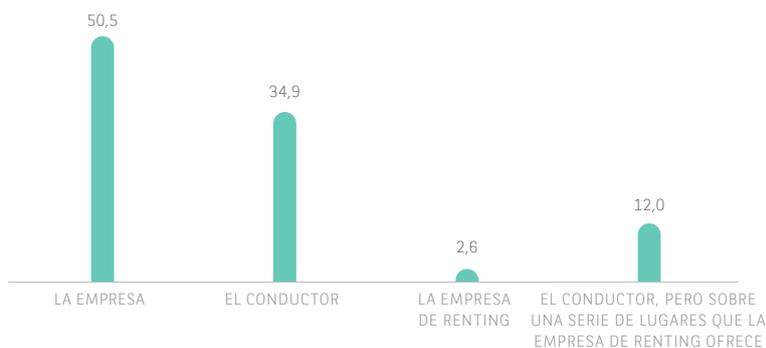


## F. DECISIÓN DEL LUGAR DE REALIZACIÓN DEL MANTENIMIENTO

(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 el 35%. Las firmas de renting deciden un 2,6% de las ocasiones e influyen en otro 12%.

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

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory







## CAPÍTULO VI

# DAÑOS Y REPARACIONES EN EL VEHÍCULO DE EMPRESA

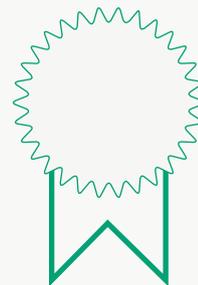
Las visitas al taller de los vehículos que circulan por las carreteras españolas no alcanzan las dos veces al año, con las unidades que suman más de seis años de edad como las que acuden con mayor asiduidad a este servicio. Los talleres independientes se consolidan como la opción preferida para reparar 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.

Las visitas al taller no alcanzan las 2 veces al año

Talleres independientes opción preferida para reparar vehículos más antiguos

Los vehículos entre 6 y 9 años acuden con mayor asiduidad al mecánico,

**1,98** visitas al año de media



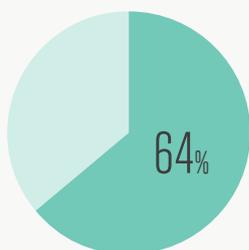
Los turismos con menor rodaje acuden más al taller (55,1%),

- para cumplir con las **revisiones**
- mantener la **garantía** del fabricante

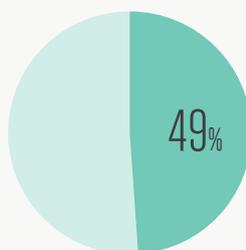
**55%** elige la casa oficial para ello

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

VEHÍCULOS PARTICULARES



VEHÍCULOS CORPORATIVOS



El **todo riesgo con franquicia** alcanzó el 24% del parque empresarial en detrimento de la modalidad que carece de ella

---

---

---

---

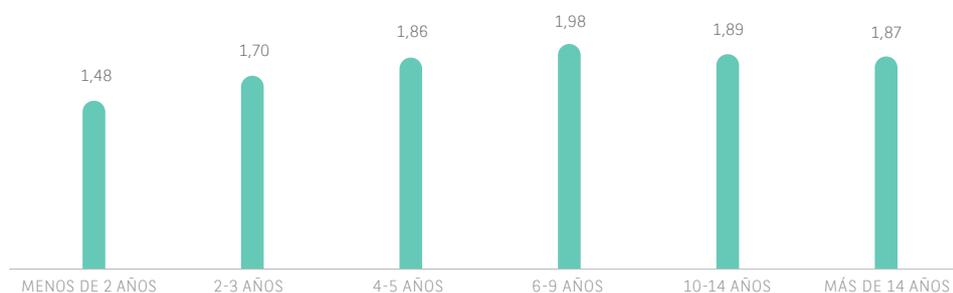
# I. REPARACIONES

## A. ENTRADAS AL TALLER SEGÚN EDAD DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO VI.1.) Los vehículos que suman más de seis años de edad son los que más visitas realizan al mecánico, en especial en el tramo que alcanza hasta los nueve años de vida, con una media de 1,98 entradas anuales. Esta media desciende casi un punto porcentual (1,89) entre los que superan la década de antigüedad, para bajar de nuevo cuando alcanzan los 14 años (1,87), en similares parámetros que los que cuentan con un lustro de vida (1,86). Los modelos de reciente adquisición apenas acuden para acciones de mantenimiento, mientras que los que cuentan entre dos y tres años acuden en 1,7 ocasiones.

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

Fuente: Arval Mobility Observatory

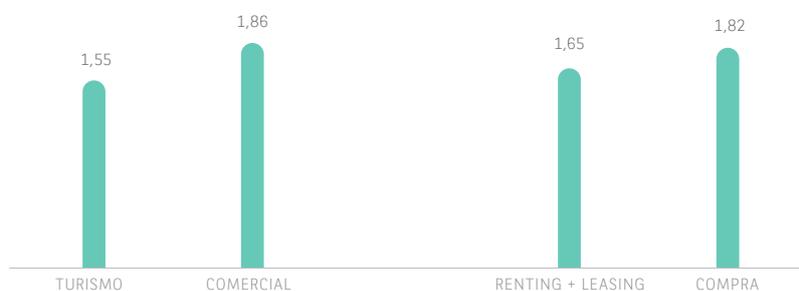


## B. ENTRADAS AL TALLER SEGÚN TIPOLOGÍA DE VEHÍCULO Y MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(GRÁFICO VI.2.) La mayor frecuencia de uso de los vehículos comerciales les aboca a realizar un número superior de reparaciones (1,86) que los turismos (1,55), 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 (1,82) que los financiados mediante leasing y renting, que suman 1,65 entradas.

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

Fuente: Arval Mobility Observatory



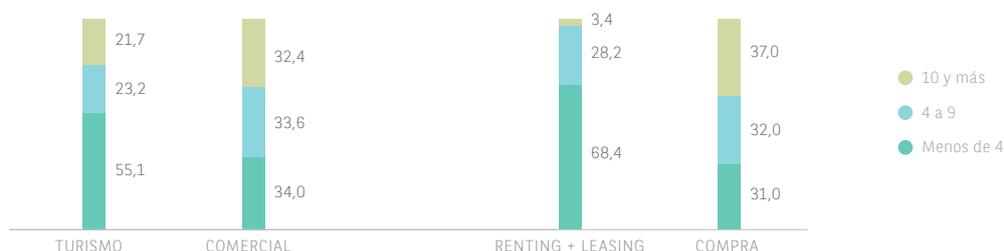
### C. ENTRADAS AL TALLER SEGÚN EDAD POR TIPOLOGÍA DEL VEHÍCULO Y MÉTODO DE FINANCIACIÓN

(GRÁFICO VI.3.) Por tipología, los turismos con menor antigüedad son los que más acuden al taller (55,1%), en gran parte para cumplir con las revisiones y poder mantener la garantía del fabricante, al igual que el 34% de los comerciales. Superada la barrera de los cuatro años, los comerciales acuden en mayor medida a la cita con el mecánico que los turismos en todos los tramos de edad.

Los vehículos financiados mediante renting o leasing realizan un mayor número de actuaciones de mantenimiento que las adquiridas mediante compra directa hasta que el vehículo supera los cuatro años de 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

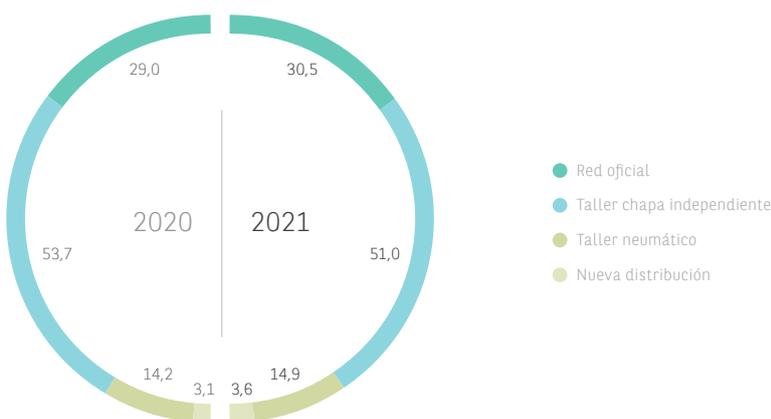


### D. LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA REPARACIÓN

(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, aunque descendió casi tres puntos porcentuales en comparación con 2021, hasta alcanzar el 51% de las visitas. La red oficial se benefició en parte de este cambio de tendencia y creció hasta el 30,5%, al igual que el resto de alternativas.

**GRÁFICO VI.4.** Elección del lugar donde realizar la reparación 2021 vs. 2020.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VI.5.) La elección del lugar de reparación está directamente relacionada con antigüedad del vehículo. Los modelos nuevos acuden a la casa oficial (54,8%), mientras que más del 57% de los que cuentan entre cuatro y nueve años optan por el taller independiente, porcentaje que crece hasta el 74,2% cuando se superan los diez años de uso, franja en la que la visita al taller oficial se sitúa en el 7,2%.

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

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

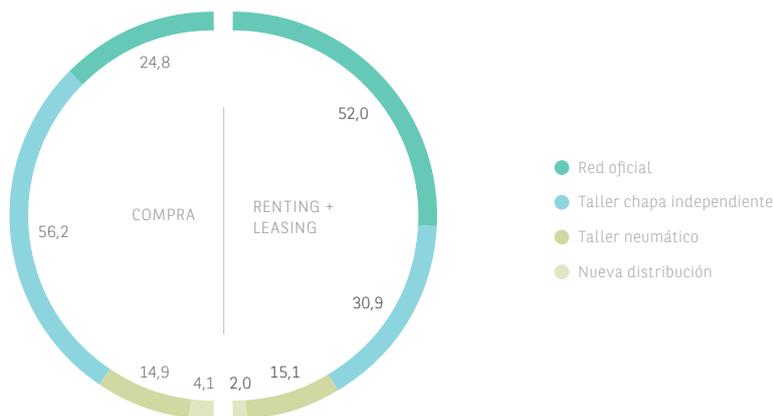


## E. LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA REPARACIÓN EN FUNCIÓN DEL MÉTODO DE FINANCIACIÓN Y ANTIGÜEDAD DEL VEHÍCULO

(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 56,2% de los adquiridos de forma directa se decantan por mecánicos independientes para las reparaciones, modalidad también elegida por casi el 31% 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

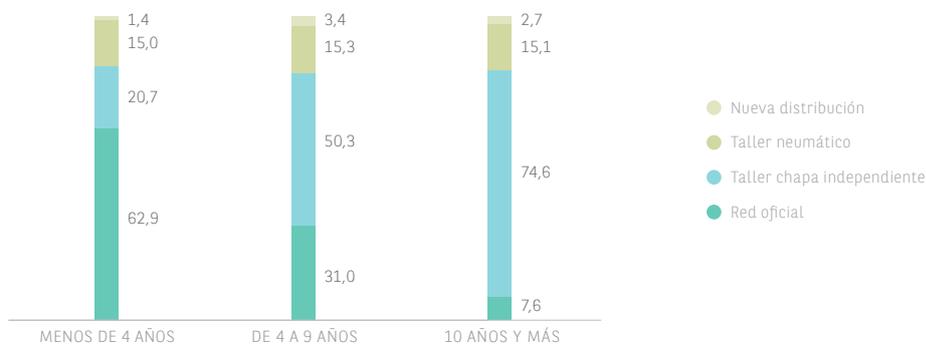


(GRÁFICO VI.7.) Los datos resultantes del cruce de la antigüedad de los vehículos con su método de financiación revelan que la red oficial acapara casi el 63% de las visitas de los automóviles de reciente fabricación financiados vía renting o leasing, mientras que la mitad (50,3%) de los que suman entre cuatro y nueve años de edad se decantan por el taller autónomo, lo que deja la cuota de la casa matriz del vehículo por encima del 31% en este segmento. Superada la década de vida, los talleres independientes reciben el 74,6% de las unidades.

(GRÁFICO VI.8.) Poco más de la mitad de los vehículos en propiedad acude a la red oficial en sus primeros años de vida, para pasar el testigo a los talleres independientes a partir del cuarto ejercicio para las labores de mantenimiento y reparación, mientras que los talleres dedicados al cambio de neumáticos rozan el 17% al superar el cuatrienio de vida.

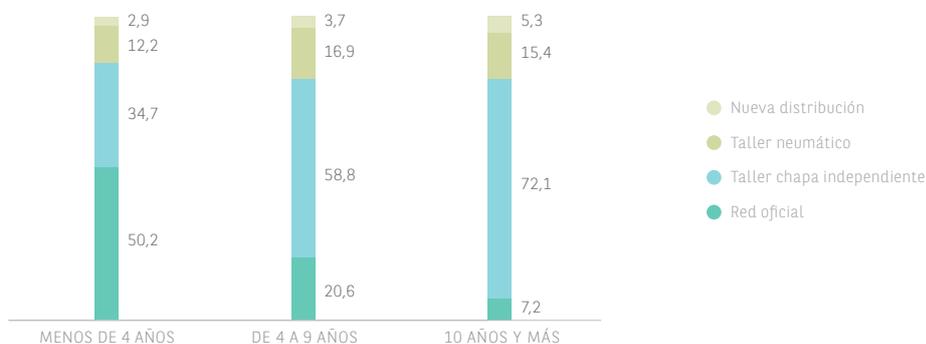
**GRÁFICO VI.7.** Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting.

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

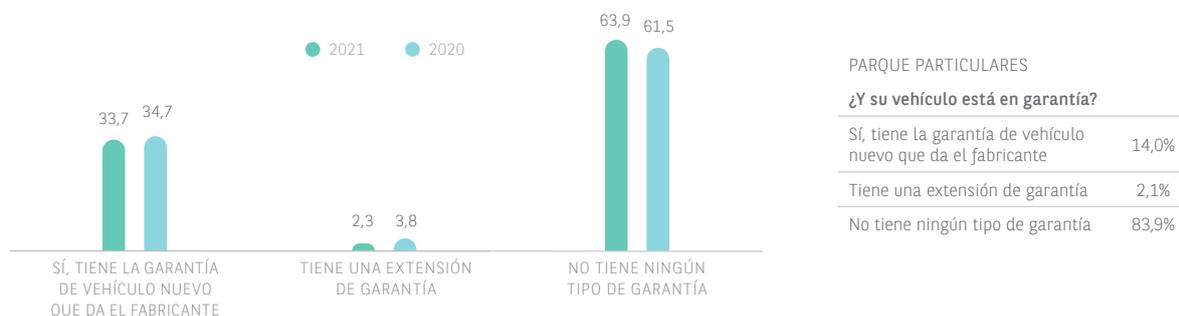


## II. GARANTÍA

### 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 2021 solo el 33,7% de las unidades del parque empresarial contaban con el respaldo oficial del fabricante y apenas el 2,3% realizaron una extensión del mismo. En el caso de los particulares se acrecienta la reticencia a contratar este tipo de servicios, ya que el 84% no disponían de ningún tipo de garantía (en comparación con el 64% de los vehículos de empresa), sólo el 14% contaban con la que facilita el fabricante cuando el vehículo es nuevo y apenas el 2% optaron por ampliarla.

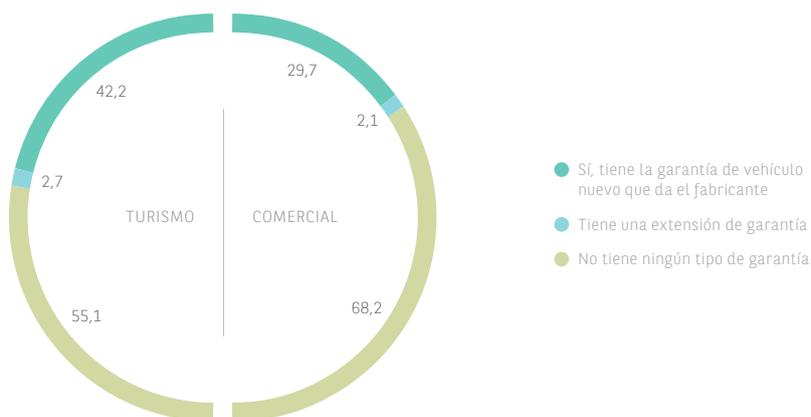
GRÁFICO VI.9. Garantía del vehículo de empresas - 2021 vs. 2020. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



### B. GARANTÍA EN FUNCIÓN DEL TIPO DE VEHÍCULO

(GRÁFICO VI.10.) Por tipo de vehículo, poco más del 42% de los turismos poseen la garantía que le ofrece el fabricante y no llegan al 3% los que optan por extenderla. En el caso de los comerciales, únicamente un 29,7% de los mismos están cubiertos por la garantía de fábrica y poco más de un 2% la prolongan.

GRÁFICO VI.10. Garantía según el tipo de vehículo. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

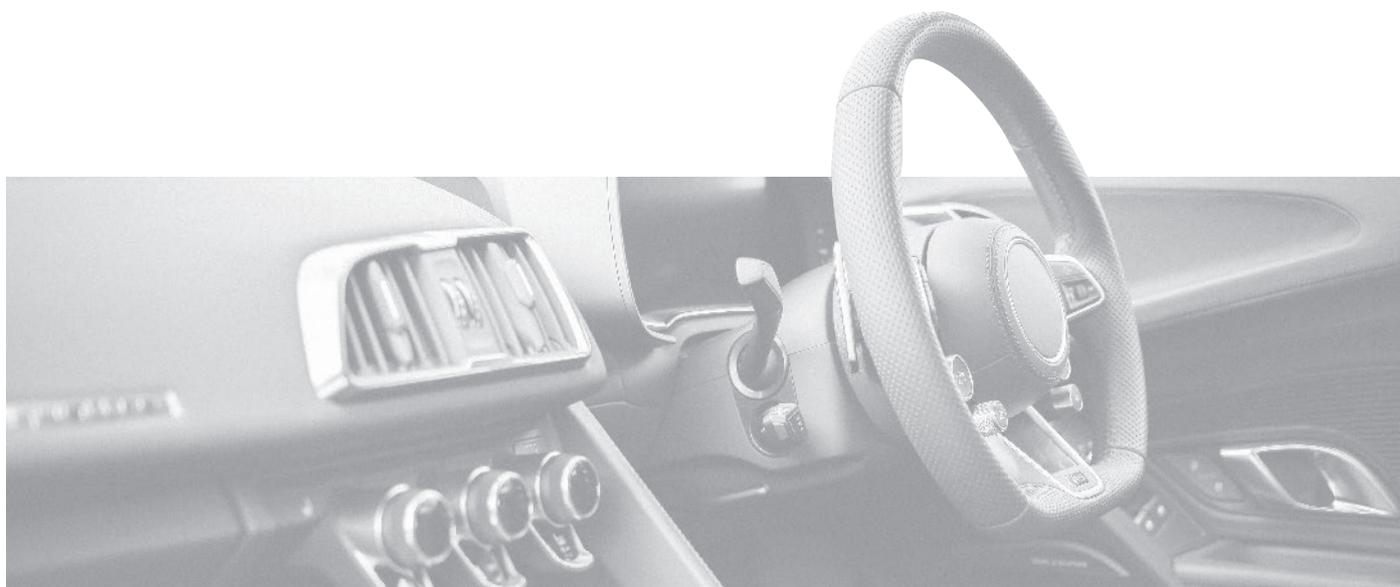


## C. GARANTÍA EN FUNCIÓN DEL MÉTODO DE FINANCIACIÓN DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO VI.11.) Los vehículos financiados por medio de renting son los que poseen la garantía que ofrece el fabricante en mayor medida, al disfrutar de la misma el 65,7% de los mismos. Por contraposición, el 78,4% 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 de la misma (6,7%).

### 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 elegida de forma mayoritaria tanto por los vehículos particulares (64,1%) como por los corporativos (49,4%). El seguro a todo riesgo sin franquicia es solicitado por el 26,6% del parque empresarial, secundado por el todo riesgo con franquicia, opción requerida tanto por el 24% de la flota corporativa como por el 23,6% de los particulares.

(GRÁFICO VI.13.) La contratación del seguro a terceros se mantuvo en 2021 como la opción dominante en el parque de vehículos corporativos, aunque cedió algo más de medio punto porcentual en comparación con el año anterior. El todo riesgo con franquicia también perdió adeptos para agrupar el 24% del parque empresarial, mientras que la modalidad que carece de ella avanzó hasta el 26,6%.

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

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

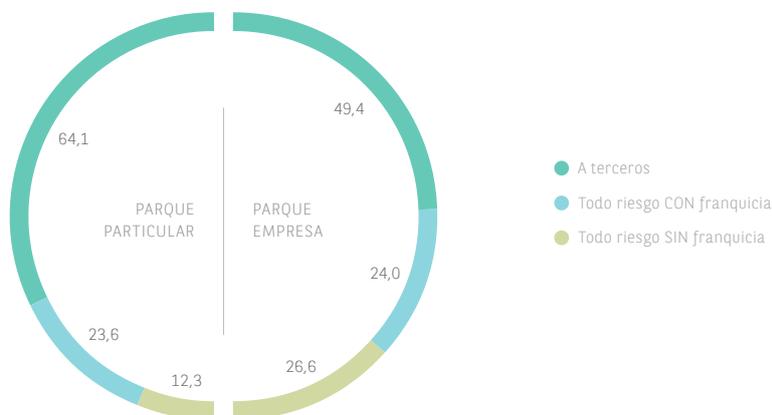
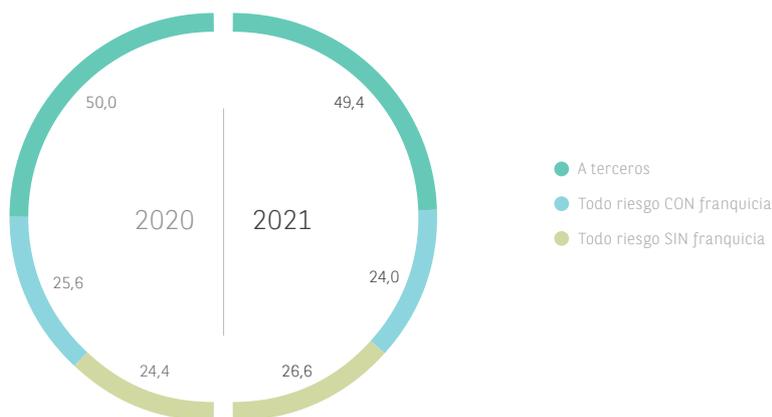


GRÁFICO VI.13. Tipo de seguro en parque empresa - Comparativa 2021 vs. 2020.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

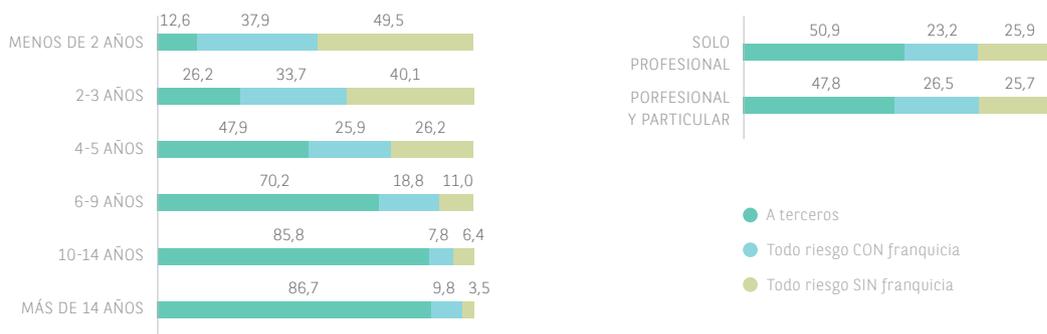


## B. TIPO DE SEGURO EN FUNCIÓN DE LA EDAD Y USO DEL VEHÍCULO

(GRÁFICO VI.14.) El seguro a terceros es la modalidad más utilizada para cubrir las contingencias del parque de vehículos español, tanto entre los destinados en exclusiva al uso profesional (50,9%) 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 el envejecimiento 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 56,6% de las ocasiones, opción que es también la más demandada en el caso de los turismos, con el 36,2% de los casos, mientras que el 34,8% opta por el todo riesgo sin franquicia y en el 29% por la modalidad que la incluye. Estas dos últimas alternativas se igualan entre los comerciales (21,7%).

Si se toma como referencia la modalidad de financiación, el 62,6% de los vehículos en propiedad cuenta con una póliza a terceros, opción que es también la preferida por los de leasing (34%) por escaso margen sobre el todo riesgo sin franquicia (33,8%). Esta última es la elección más común en los vehículos de renting y cubre el 52,4% 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 (85,8%) no se vieron implicados en ningún accidente en 2021. De los que no tuvieron esta suerte, solo el 1,5% revistió gravedad, mientras que los siniestros restantes se saldaron con golpes leves.

(GRÁFICO VI.17.) Gran parte de los conductores que sufrieron un accidente en 2021 no volvieron a verse implicados en otro percance (80,1%), aunque el porcentaje creció un 17% en comparación con el año anterior, en el que la movilidad fue más reducida por la pandemia. Sin embargo, los implicados en dos golpes disminuyeron un 8,7%.

**GRÁFICO VI.16.** Tuvo accidente en 2021 y tipo de accidente (Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2021). 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 (16,8%) en comparación con los turismos (7,3%), ya que estos últimos circularon menos por las restricciones de movilidad provocadas por el coronavirus. El mayor índice de percances lo protagonizaron las unidades de antigüedad media (19,9%), por delante de las más longevas (19,5%). Los vehículos nuevos sumaron el 6,8% 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, más de la mitad de los accidentes (54,1%) no fueron declarados a la compañía aseguradora, bien por la escasa importancia de los mismos o para evitar un aumento en la prima.

**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 44% de los golpes no fueron reparados el pasado año, porcentaje algo superior al de los daños abonados íntegramente por las compañías de seguros, que supusieron el 41,7% del total y que crecieron casi ocho puntos porcentuales en comparación con 2020. El 5,5% de los siniestros fueron pagados por la firma propietaria del vehículo, mientras que los que son sufragados de forma conjunta por empresa y aseguradora alcanzaron el 8,8%.

**GRÁFICO VI.20.** Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2021 vs. 2020.

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 69,3% de los propietarios, mientras que el 30,7% 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 casos el lugar de reparación del vehículo. En los vehículos financiados vía leasing las firmas imponen su criterio en casi el 63% de las ocasiones, por el 55,8% de los de compra directa y el 38,7% de los de renting. En esta última modalidad, la operadora hace valer su opinión en el 44,7% de los casos, mientras que en las de compra directa es el conductor el que se impone en el 42,9% de las ocasiones.

GRÁFICO VI.22. Quién elige el lugar de reparación. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory





## CAPÍTULO VII

# BARÓMETRO

La incidencia de la crisis sanitaria en el tamaño de las flotas se redujo en 2021 y afectó en mayor medida a las firmas del espacio común europeo que a las españolas, que prevén aumentar su crecimiento a lo largo de 2022. Las compañías de menor tamaño fueron las que más sufrieron las restricciones impuestas por el Covid-19. 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.

La incidencia de la crisis sanitaria en el **tamaño de las flotas** se redujo en 2021

→ afectó en mayor medida a las firmas europeas

El **16%** prevé aumentar su capacidad en 2022 frente al **31%** que lo hizo el pasado año

Las firmas españolas han reducido el **tiempo medio** en el que mantienen los vehículos en sus flotas hasta los **4,8 años** → una cifra que se sitúa por debajo de la media europea

El **84%** de las empresas ya cuenta o prevé implementar al menos una **tecnología** en los próximos tres años

El vehículo **híbrido** → opción que más convence a las firmas españolas, → el 58% lo introducirá en el próximo trienio

Menos emisiones contaminantes → principales **razones** por las compañías españolas para incorporar nuevas energías o tecnologías a sus flotas

Gasto de combustible  
Imagen de la empresa

El 39% de las firmas españolas cuenta con **puntos de carga** para sus vehículos enchufables

La preocupación por una **movilidad más ecológica** ya se encuentra instalada en la cultura de las firmas españolas

España → tiene el porcentaje de aceptación de desarrollar **renting flexible** más alto

**69%** de las firmas españolas utilizan al menos una solución de movilidad alternativa al coche de empresa

**82%** de las compañías españolas considera al menos un servicio adicional para gestionar su flota

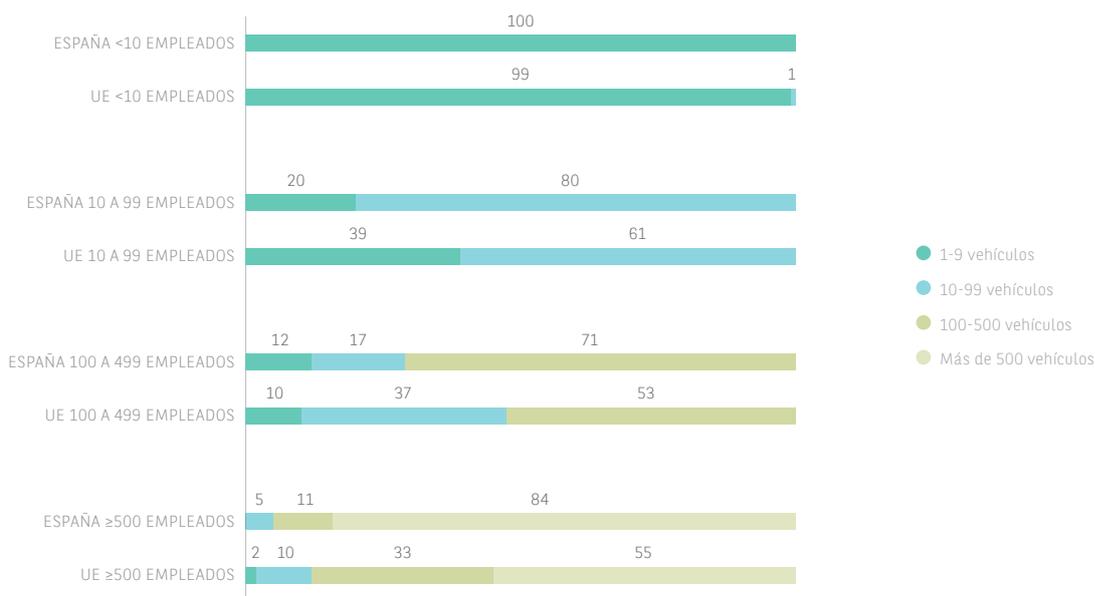
# I. ASPECTOS DE LA FLOTA

## A. TAMAÑO DE LA FLOTA

(GRÁFICO VII.1.) 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 si se toma como referencia las compañías de pequeño tamaño, pero las diferencias se acrecientan a medida que aumenta el número de empleados. La totalidad de las pymes españolas que no superan la decena de trabajadores tienen menos de 10 vehículos, mientras que el 80% de las que emplean entre 10 y 99 personas mantiene entre una decena y un centenar, 19 puntos porcentuales más que el resto de socios europeos. Por su parte, el 71% de las empresas españolas entre 100 y 499 empleados cuentan con un parque que oscila entre el centenar y las 499 unidades motorizadas, muy por encima de la media europea. A partir de quinientos empleados, el 85% de las compañías españolas suma más de medio millar de unidades, frente al 55% del resto de Europa.

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

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



(GRÁFICO VII.2.) La incidencia de la crisis sanitaria en la evolución de las flotas se redujo en 2021 y afectó en mayor medida a las firmas del espacio común europeo que a las españolas. Las compañías de menor tamaño fueron las que más manifiestan haber sufrido las restricciones impuestas por el Covid-19, ya que el 14% de las españolas y el 20% de las comunitarias que no llegan al centenar de empleados reconocen verse afectadas. En el global, el 90% de las firmas locales no cambió sus planes por el virus, nueve puntos porcentuales más que en el resto del continente.

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

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



## B. EXPECTATIVA DEL CRECIMIENTO DE LAS FLOTAS HASTA 2025

(GRÁFICO VII.3.) Las firmas españolas mantienen las expectativas de crecimiento para este ejercicio, aunque en menor medida que en 2021. El 16% prevé aumentar su capacidad en 2022 frente al 31% que lo hizo el pasado año, por debajo de la media comunitaria en ambas campañas.

En lo que se refiere al próximo trienio, el 21% de las compañías españolas espera incrementar su número de vehículos, dos puntos porcentuales menos que en el resto de países europeos. El 20% de las empresas que superan los 500 empleados espera aumentar su tamaño, por sólo un 7% que estima que reducirá unidades, aunque las perspectivas de mejora aumentan conforme disminuye el tamaño de las marcas. De este modo, el 22% de las pymes atisba perspectivas de mejora, frente a las que creen que tendrán que reducir unidades (5%).

Los números de las empresas en el ámbito continental sin importar su tamaño son algo más optimistas, ya que el 23% refiere que está decidida a aumentar flota en contraste con el 5% que reducirá unidades.

**GRÁFICO VII.3.** 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	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
España	16	31	26	9	14	10	22	11
UE	18	35	20	11	13	11	21	5

(GRÁFICO VII.4.) El análisis combinado entre el crecimiento potencial de la flota y el crecimiento experimentado en el PIB (2021) de la OCDE sitúa a España por debajo de la media europea y de las principales potencias del Viejo Continente. Reino Unido se sitúa como el país que más aumentará su flota en contraposición con la República Checa, que superará por poco el 5% de aumento.

**GRÁFICO VII.4.** Matriz crecimiento potencial (próximos tres años) según crecimiento del PIB en 2021 - 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.5.) Las firmas españolas han reducido el tiempo medio en el que mantienen los vehículos en sus flotas hasta los 4,8 años, una cifra que se sitúa por debajo de la media europea sin importar el tamaño de las compañías. La incertidumbre generada ante los inminentes cambios en las leyes que regulan la movilidad y la eficiencia energética explican esta diferencia, ya que las compañías prefieren rubricar contratos de renting por tiempo limitado. Las pymes y las empresas con mayor número de empleados son las que más renuevan sus unidades, cada 4,5 años, un año menos que sus pares europeos. Por su parte, las compañías que cuentan entre 10 y 499 empleados son las que más expresan el tiempo de uso de los vehículos, poco más de cinco años, por debajo del resto de Europa.

**GRÁFICO VII.5.** Tiempo medio de los vehículos en las flotas de las empresas, según su tamaño - mostrado en años. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



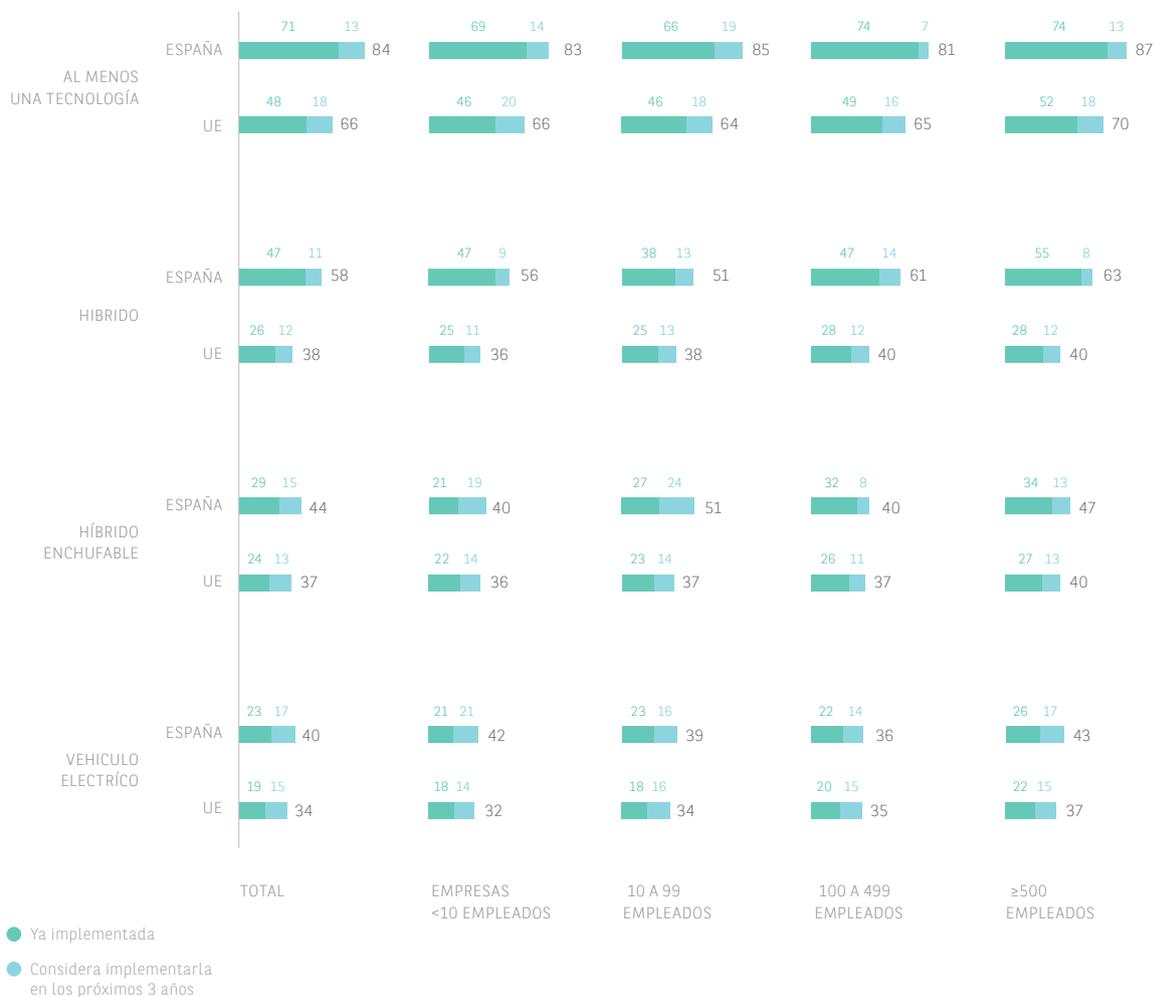
# II. ELECTRIFICACIÓN Y MIX ENERGÉTICO

## A. DESARROLLO POTENCIAL DE LA ELECTRIFICACIÓN EN LA FLOTA

(GRÁFICO VII.6.) La diversidad del mix energético y de las opciones electrificadas mantiene su crecimiento en las flotas corporativas sin importar su tamaño. El 84% de las empresas ya cuenta o prevé implementar al menos una tecnología en los próximos tres años.

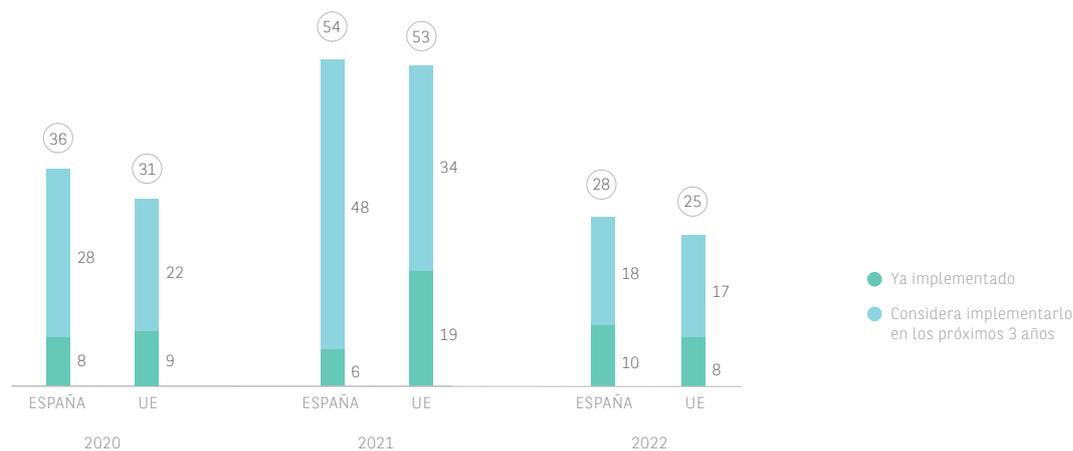
El vehículo híbrido se mantiene como la opción que más convence a las firmas españolas, por lo que el 58% de las mismas introducirá este tipo de unidades en el próximo trienio, 20 puntos porcentuales más que la media de la UE, mientras que la elección de híbridos enchufables alcanzará el 44%. El 40% de las compañías prevé introducir unidades eléctricas.

**GRÁFICO VII.6.** Proporción de empresas que ya tienen o están considerando implementar en los próximos 3 años nuevas energías o tecnologías en su flota. En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos.  
Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.7.) La posibilidad de incorporar vehículos eléctricos en las flotas de vehículos comerciales ligeros creció el pasado año tanto en España como en el resto de la Unión Europea, pero los precios de la electricidad han frenado las previsiones de implantación para este ejercicio. De momento, sólo el 6% de las compañías españolas lo implementó el pasado año, aunque un 48% tenía previsto acometer el cambio en el próximo trienio, por lo que los números globales se mostraban parejos a los del resto de la UE. En 2022, estos modelos compondrán el 10% del total de la flotas y podrían llegar al 28%, tres puntos porcentuales más que el resto del arco comunitario.

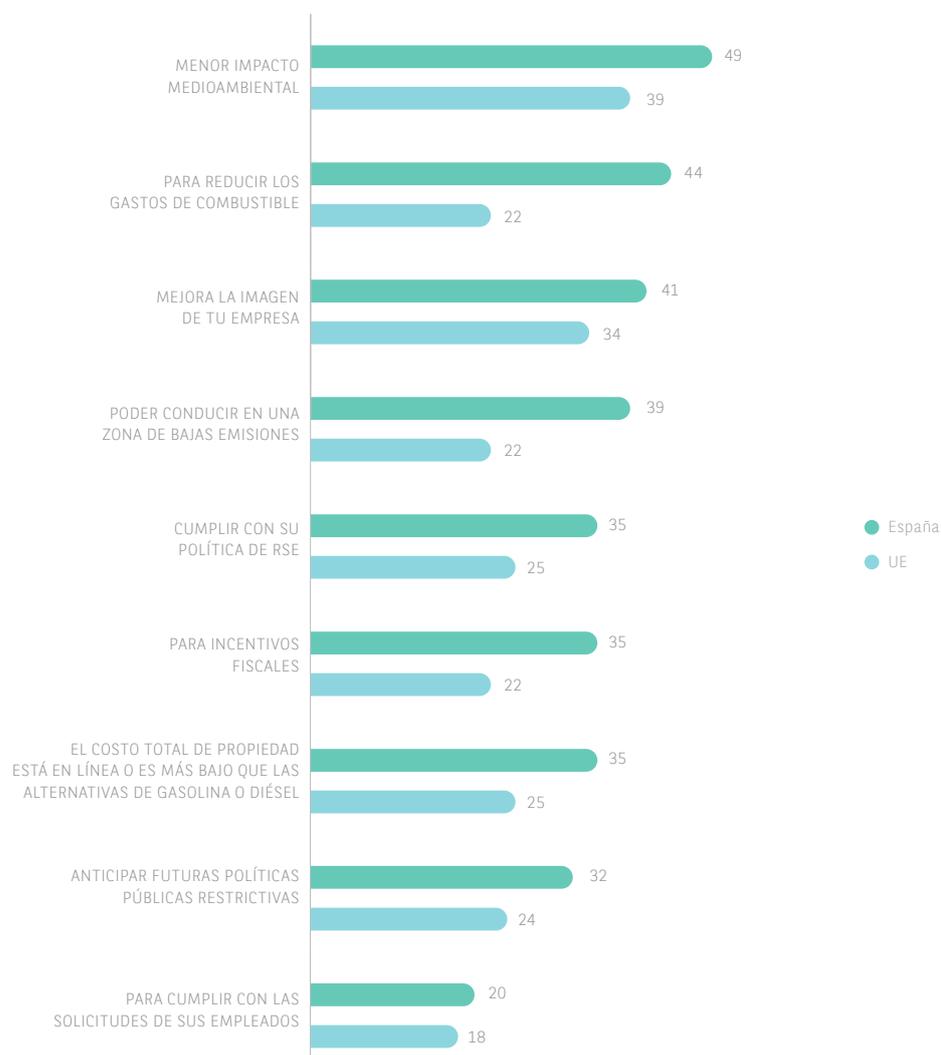
**GRÁFICO VII.7.** Proporción de empresas que ya tienen o están considerando implementar en los próximos 3 años vehículos eléctricos en su flota de LCV.  
En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.8.) La preocupación por generar menos emisiones contaminantes (49%), racionalizar el gasto de combustible (44%) y cuidar la imagen pública de la empresa (41%) son las principales razones aducidas por las compañías españolas para incorporar nuevas energías o tecnologías a sus flotas. Otro aspecto común es poder conducir en zonas restringidas al tráfico en las ciudades (39%), mientras que cumplir con los objetivos corporativos, lograr incentivos fiscales y el coste en relación con otras alternativas convence en el 35% de las ocasiones.

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

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



(GRÁFICO VII.9.) El 39% de las firmas españolas ya cuenta con puntos de recarga para sus vehículos eléctricos. La mayor cuantía (43%) corresponde a las compañías de menor tamaño, aunque el porcentaje es muy parejo con el que registran las grandes corporaciones, mientras que el 28% de las de mediano tamaño opta por esta posibilidad.

(GRÁFICO VII.10.) La escasez de puntos de recarga públicos es el principal inconveniente aducido por las firmas españolas (44%) para elegir modelos eléctricos. El mayor precio de estos vehículos (42%) o la imposibilidad de que los empleados los recarguen en sus domicilios (38%) son otras de las razones esgrimidas. Sólo el 14% de los empleados descarta utilizar este tipo de vehículos.

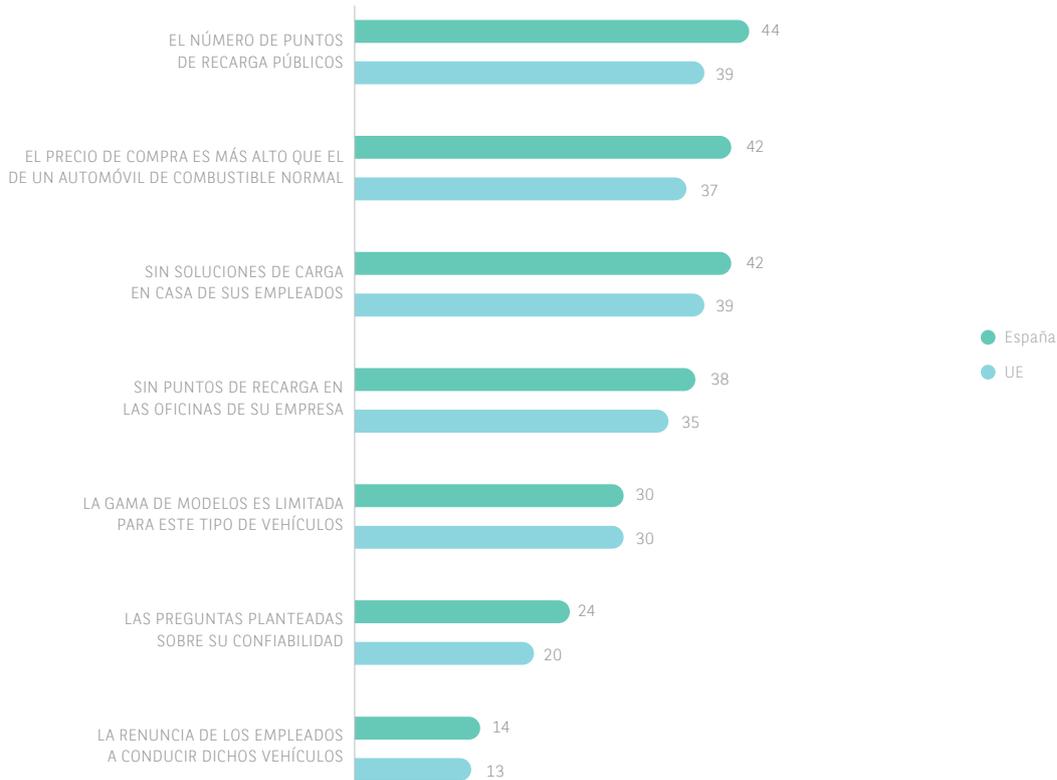
### GRÁFICO VII.9. Proporción de compañías con puntos de carga para vehículos eléctricos en la misma.

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



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

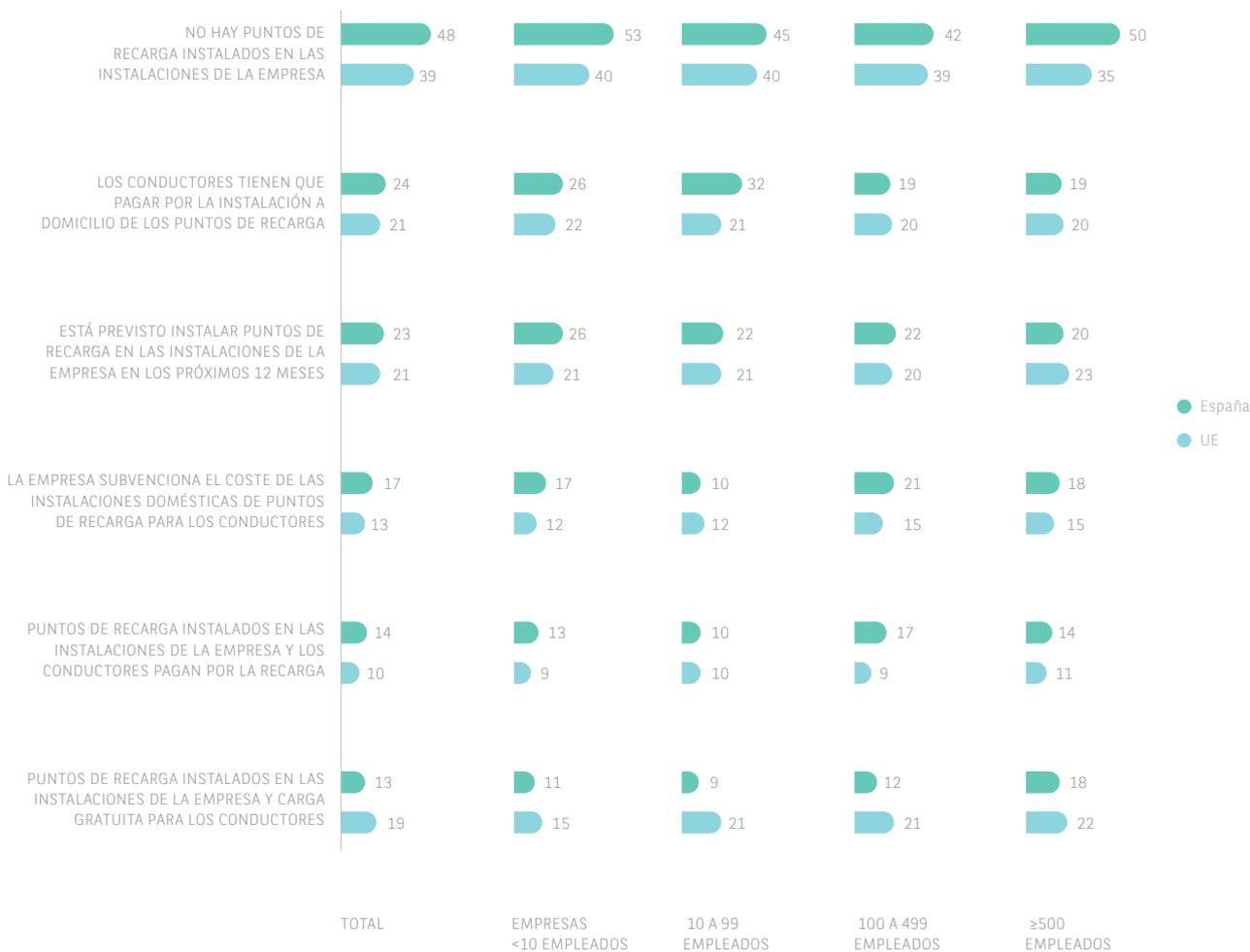
En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.11.) Casi la mitad de las empresas carecen de puntos de recarga en sus instalaciones, mientras que el 24% de las mismas tiene previsto instalarlo en el próximo año. Por su parte, el 24% de los conductores tiene que afrontar el coste de habilitar uno en su domicilio, cuota que cubrirían el 23% de las firmas. El 17% de los empleados debe hacer frente al importe del repostaje en las instalaciones de la firma, mientras que al 14% se lo facilita la empresa.

### GRÁFICO VII.11. Acceso a puntos de recarga.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory

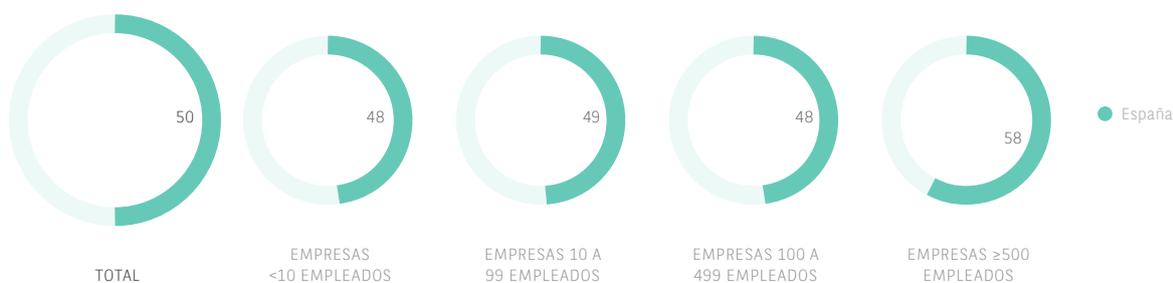


## B. PROPORCIÓN DE EMPRESAS TOMANDO MEDIDAS PARA REDUCIR LAS EMISIONES DE SUS FLOTAS

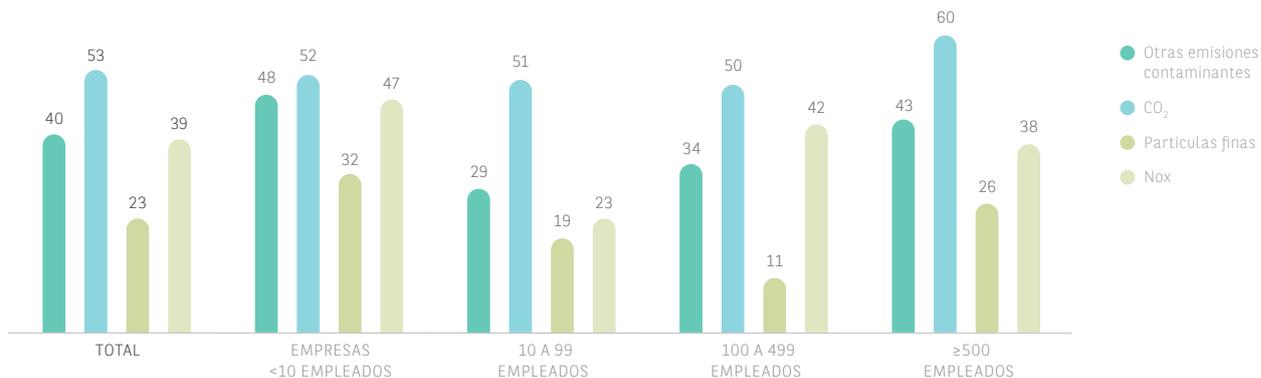
(GRÁFICO VII.12.) La preocupación por una movilidad más ecológica ya se encuentra instalada en la cultura de las firmas españolas. La mitad de las mismas ya han tomado medidas para reducir las emisiones de sus flotas, con las empresas de gran tamaño a la cabeza, ya que el 58% de las que superan el medio millar de trabajadores han implementado actuaciones en este sentido.

(GRÁFICO VII.13.) Reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> es la principal medida adoptada por las flotas españolas (53%), por delante de lanzar otro tipo de contaminantes (40%), evitar la dispersión de Nox (39%) y de partículas finas (23%). Las actuaciones son similares sin importar el tamaño de la compañía.

**GRÁFICO VII.12.** Proporción de empresas que toman medidas para la reducción de las emisiones de su flota. En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



**GRÁFICO VII.13.** Proporción de empresas que tienen en cuenta la siguiente emisión de contaminantes en su política de flotas. En porcentaje. Base: Empresas con vehículos corporativos. Fuente: Arval Mobility Observatory



# III. EL RENTING COMO MÉTODO DE FINANCIACIÓN

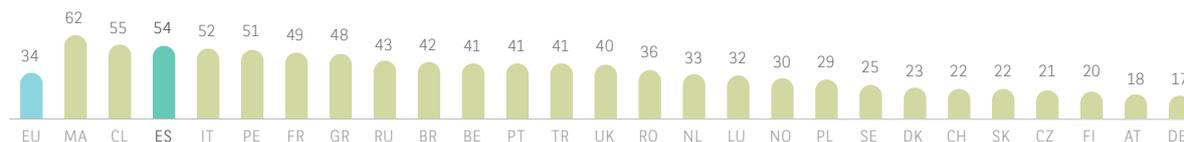
## A. EVOLUCIÓN DEL RENTING

(GRÁFICO VII.14.) El renting es el sistema de financiación que tiene previsto utilizar el 34% de los compradores de vehículos pertenecientes a la Unión Europea. España es el país del Viejo Continente donde el porcentaje de aceptación es más alto (55%), seguido de cerca por Italia, Francia y Grecia, todas cerca del 50%. A escala mundial, Marruecos (62%) lidera el ránking seguido de Chile (55%), mientras que Perú acumula otro 51%.

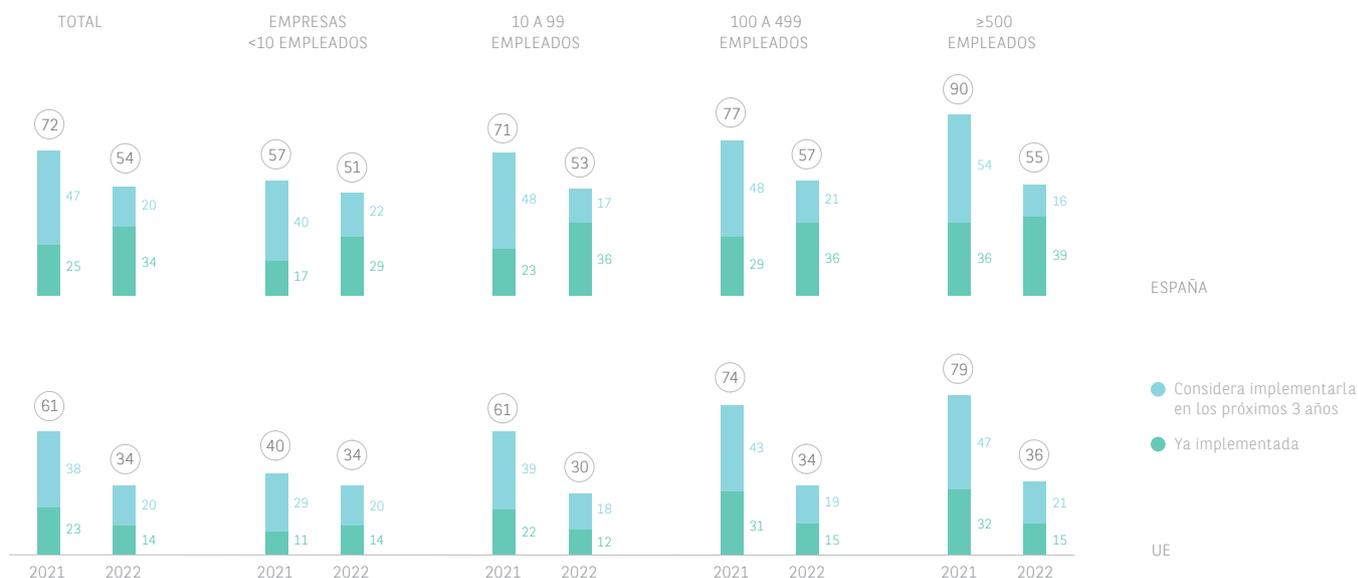
(GRÁFICO VII.15.) El 72% de las firmas españolas ya tenían implementada la opción del renting o consideraban utilizarlo como método de financiación en 2021, cifra que descenderá hasta el 57% en el presente ejercicio. Por tamaño de la firma, a mayor número de empleados, mayor es la perspectiva de que se implemente. Los porcentajes de aceptación de esta modalidad son algo menores en el conjunto del club europeo comunitario, en el que el 61% lo valoró el pasado año y el 34% recurrirá a él en 2022.

**GRÁFICO VII.14.** Intención de desarrollar renting flexible en los próximos 3 años según países. En porcentaje.

Fuente: Arval Mobility Observatory



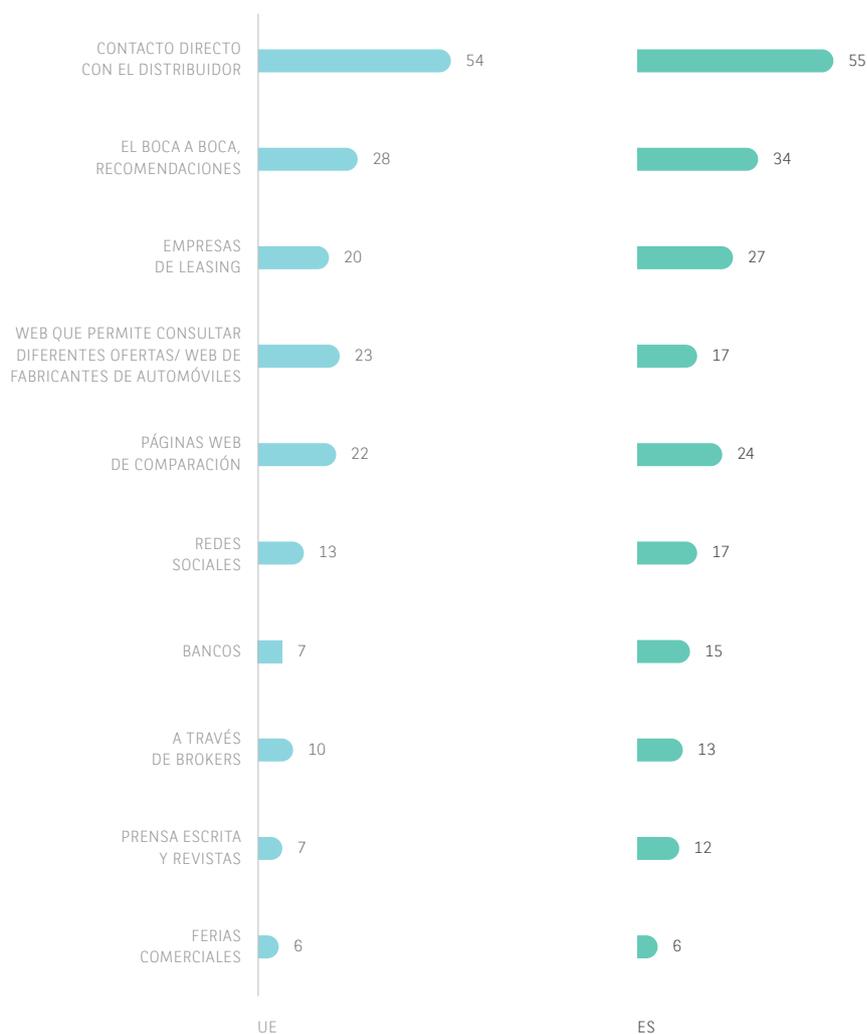
**GRÁFICO VII.15.** Proporción de empresas que tienen la intención de desarrollar el Renting como método de financiación. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



## B. FOCO EN LAS EMPRESAS DE MENOS DE 100 EMPLEADOS

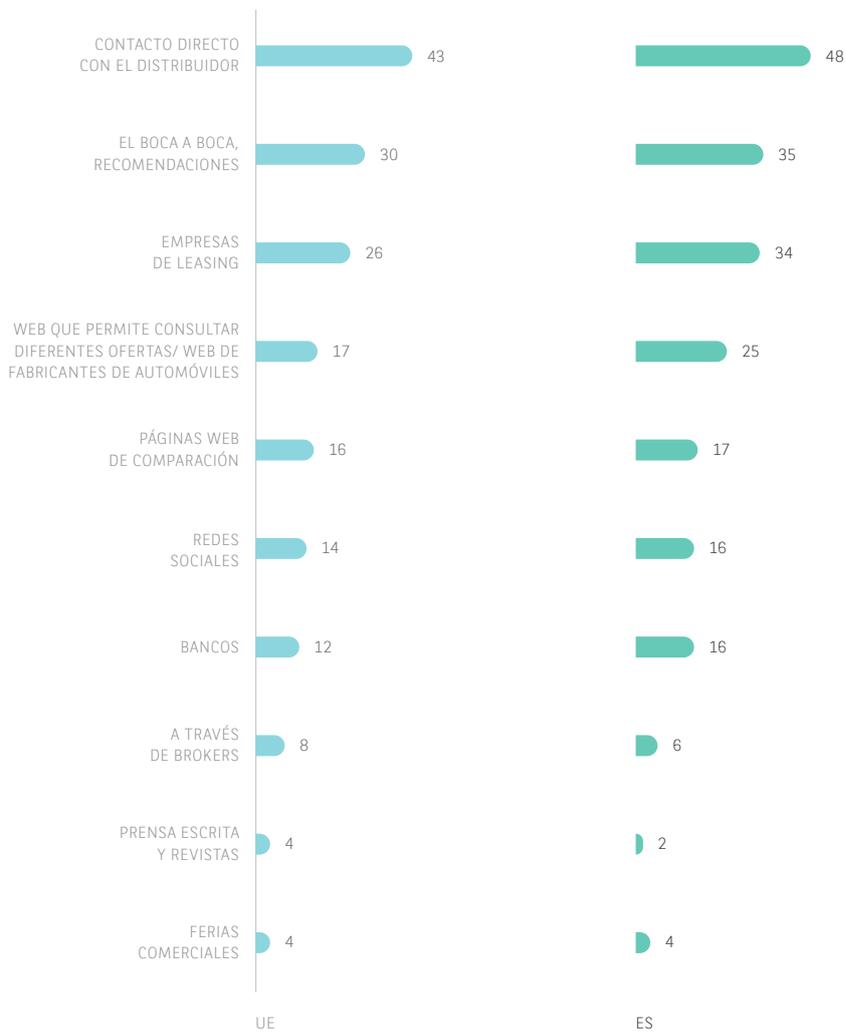
(GRÁFICO VII.16.) La recomendación del distribuidor es el principal método utilizado por las empresas con menos del centenar de empleados para elegir los vehículos de su flota en España. El 55% de las firmas elige esta opción, en línea con la media del resto de integrantes de la Unión Europea, entre los que Francia es el principal prescriptor de esta tendencia (78%). El boca a boca (54%), los consejos de las empresas de leasing (27%) o las páginas webs son otras de las fuentes empleadas por las compañías españolas para apoyar su elección.

**GRÁFICO VII.16.** Principal fuente de información para la selección del vehículo (menos de 100 empleados).  
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.17.) En lo que se refiere a la obtención de información para financiar sus compras, casi la mitad (48%) de las firmas españolas que cuentan con menos de cien trabajadores también optan por el consejo del distribuidor como principal recurso, cinco puntos porcentuales por encima del club comunitario. La recomendación de las empresas de leasing (35%) y de las entidades bancarias (34%) son otras de las vías utilizadas, por encima de las recomendaciones de conocidos (25%).

**GRÁFICO VII.17.** Principal fuente de información para la selección del método de financiación (menos de 100 empleados).  
En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.18.) Los canales online suponen una sustancial vía de información a la hora de elegir vehículo para las firmas españolas que no superan el centenar de trabajadores. El 45% valora las páginas electrónicas propias de los fabricantes y concesionarios e incluso el 12% las califica como “muy importantes”, seguidas por los portales especializados (31%) o las webs de las firmas de leasing (25%). Estas últimas también se sitúan entre las más respetadas a la hora de buscar opciones de financiación (32%), por detrás de las de los concesionarios (36%). La banca digital ocupa el tercer puesto (20%) a la hora de comparar ofertas.

**GRÁFICO VII.18.** Importancia de los canales online para la elección del vehículo y la financiación (menos de 100 empleados). En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



# IV. POLÍTICAS DE FLOTA Y GESTIÓN DE MOVILIDAD

## A. SERVICIOS SUSCRITOS

(GRÁFICO VII.19.) El 82% de las compañías españolas cuenta con al menos un servicio adicional para gestionar su flota. Entre los más requeridos se sitúan las acciones formativas para mejorar la seguridad en la conducción (41%), seguidas de las que permiten el ahorro de combustible (34%) o el reporte digital de las acciones al volante de los mismos (32%). El número de medidas suplementarias adoptadas crece a la par que el tamaño de las empresas.

**GRÁFICO VII.19.** Servicios adicionales de gestión de flotas considerados.

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



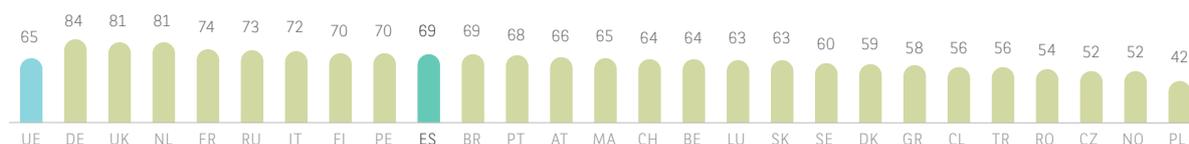
## B. SOLUCIONES DE MOVILIDAD ALTERNATIVAS

(GRÁFICO VII.20.) El 69% de las firmas españolas utilizan al menos una solución de movilidad alternativa al coche de empresa, lo que las sitúa en el rango alto en comparación con los países de su entorno y por encima de la media de la UE (65%).

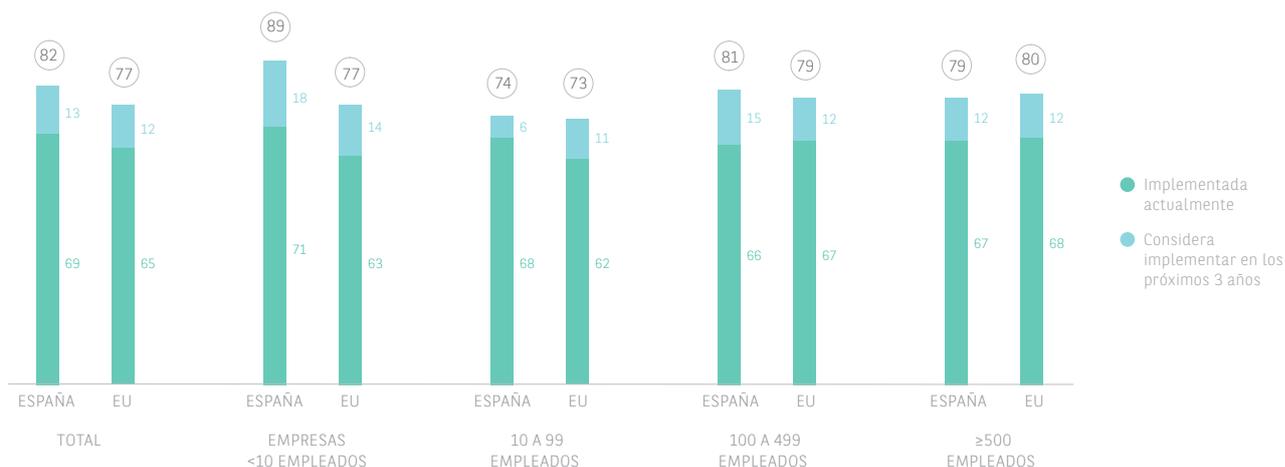
(GRÁFICO VII.21.) Además del 69% anteriormente citado que ya cuenta con alternativas al uso del vehículo de empresa, otro 13% considera acometerlas en el próximo trienio. Las pequeñas compañías son las más propensas a esta posibilidad (89%), muy por encima de la media comunitaria (77%), mientras que el resto de firmas se encuentra en valores similares al resto de la Unión Europea sin importar su tamaño.

### GRÁFICO VII.20. Al menos una solución implementada de Movilidad Alternativa.\*

En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory. \*Listado de soluciones de Movilidad Alternativa: 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.21. Utiliza o considerará en los próximos 3 años al menos una de las alternativas de movilidad al coche de empresa. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



(GRÁFICO VII.22.) 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. La opción más valorada, aunque sólo obtiene el beneplácito del 14% de los consultados, sería la de alquilar vehículos a corto o medio plazo para transportar empleados, seguida del coche compartido (12%) o elaborar presupuestos de movilidad (8%). La renuncia salarial apenas tiene apoyo y compartir viajes ni se contempla.

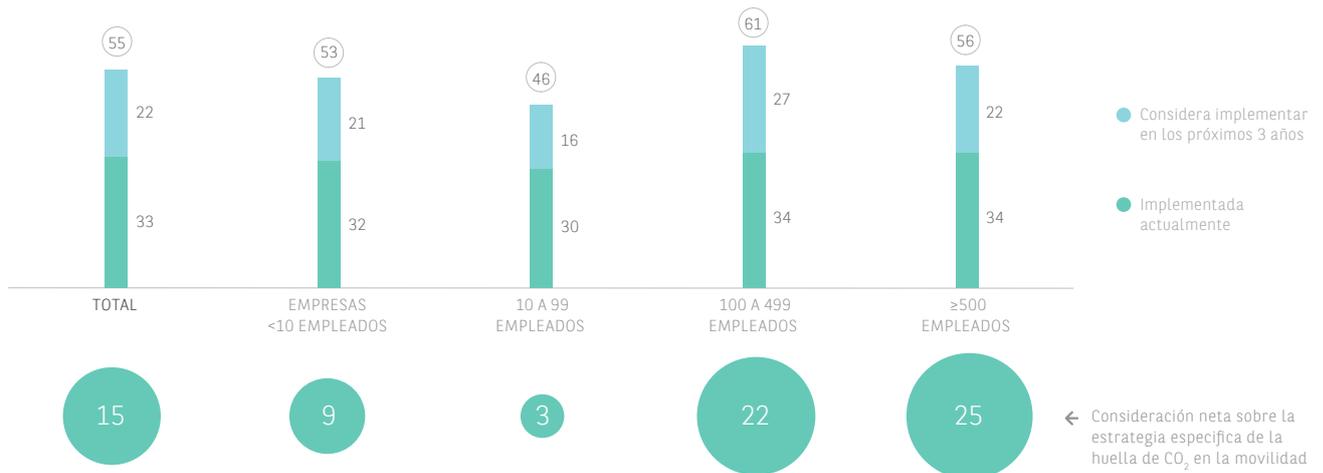
**GRÁFICO VII.22.** Probabilidad de renunciar a toda/parte de la flota por soluciones alternativas de movilidad. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



### C. ESTRATEGIA ESPECÍFICA SOBRE LA HUELLA DE CARBONO

(GRÁFICO VII.23.) La implementación de una estrategia específica para controlar las emisiones de CO<sub>2</sub> ya está desarrollada en un tercio de las compañías españolas, mientras que otro 22% prevé adoptarla antes de la finalización de 2024. Los porcentajes de actuación son muy parejos sin importar el tamaño de las empresas, con mayor aceptación entre las que cuentan entre 100 y 499 empleados.

**GRÁFICO VII.23.** Estrategia específica sobre la huella de CO<sub>2</sub> de la movilidad. En porcentaje. Fuente: Arval Mobility Observatory



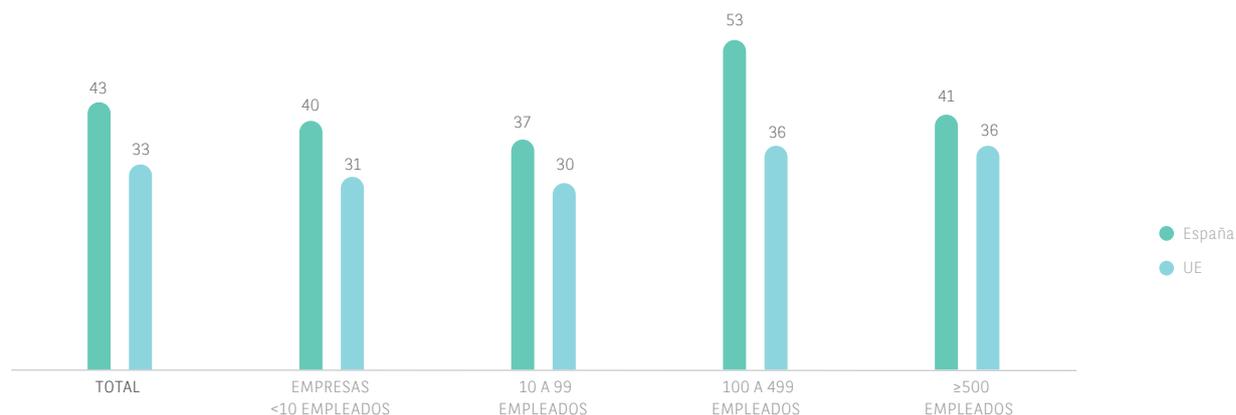
# V. VEHÍCULO CONECTADO

## A. EQUIPAMIENTO TELEMÁTICO

(GRÁFICO VII.24.) 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 el 43% de las flotas españolas, mientras que el resto de la UE apenas los utilizan un tercio de las mismas. Más de la mitad (53%) de las firmas locales de entre 100 y 499 trabajadores disponen de estos dispositivos, seguidas de las que suman más de medio millar de empleados en plantilla (41%), casi el mismo porcentaje que acumulan las empresas más pequeñas (40%) y por encima de las que emplean entre 10 y 99 personas (37%).

### GRÁFICO VII.24. Uso de vehículo conectado.

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



(GRÁFICO VII.25.) Conocer en todo momento la ubicación exacta de los vehículos y mejorar su seguridad es la principal razón por la que las flotas españolas utilizan las soluciones de coche conectado (39%), seguidas por la mejora de la operatividad (30%) y de la seguridad de los conductores (29%). Otras argumentos son el de la reducción de costes (26%) y evitar el uso indebido de los mismos (20%), así como optimizar el uso del coche compartido (10%) y reducir el impacto medioambiental (8%). En todos los casos los porcentajes se encuentran por encima de la media del resto de países de la Unión Europea.

### GRÁFICO VII.25. Razones por las que utiliza vehículos conectados en la compañía.

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





# FUENTES Y METODOLOGÍA

## I. INDICADORES MACROECONÓMICOS

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

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

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

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

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

Todas las previsiones han sido revisadas en el mes de abril de 2022.

### 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.

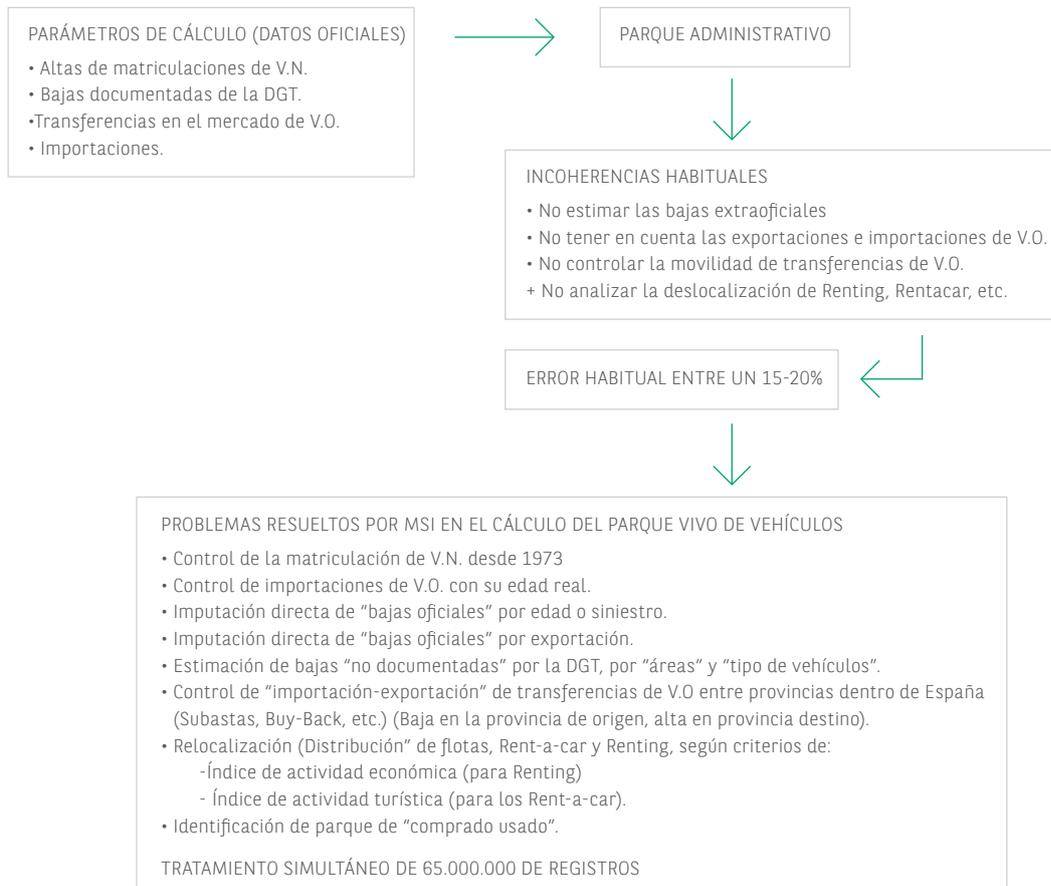
Recordemos que el problema de las estadísticas de VO en España es sumamente complejo como consecuencia de la propia complejidad del mercado y de algunas peculiaridades de la fuente española de datos (la DGT):

- 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 enero y febrero de 2022.

Para ello, el estudio se ha realizado sobre una muestra de 455 usuarios de este tipo de vehículos en otras tantas empresas de todo el país con las siguientes cuotas a cumplir:

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

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

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

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

## B. ESTUDIO CONDUCTORES ESPAÑA

Entrevistas personales face-to-face realizadas entre enero y marzo de 2022 a una muestra representativa de 3.008 conductores.

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

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

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

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

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

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

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

ZONA	PROVINCIA DE CADA ZONA			%
Zona 1	Baleares	Lérida		10%
	Gerona	Tarragona		
	Huesca	Zaragoza		
Zona 2	Albacete	Murcia		15%
	Castellón	Alicante		
	Valencia			
Zona 3	Almería	Córdoba	Jaén	20%
	Badajoz	Granada	Málaga	
	Cádiz	Huelva	Sevilla	
Zona 4	Ávila	Guadalajara	Teruel	9%
	Cáceres	Salamanca	Toledo	
	Ciudad Real	Segovia	Valladolid	
	Cuenca	Soria	Zamora	
Zona 5	Asturias	Lugo		10%
	A Coruña	Ourense		
	León	Pontevedra		
Zona 6	Álava	Guipúzcoa	Palencia	9%
	Burgos	La Rioja	Vizcaya	
	Cantabria	Navarra		
Zona 7	Madrid			16%
Zona 8	Barcelona			11%

## IV. BARÓMETRO ARVAL MOBILITY OBSERVATORY

Arval Mobility Observatory

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

- Muestra global: 7.576 entrevistas, 5.896 en Europa y 1.680 fuera de Europa
- Target: responsables de flota en empresas de todas las industrias que utilizan al menos 1 vehículo corporativo
- Muestra local España: 301 entrevistas entre empresas de 2 segmentos
  - Empresas de menos de 100 empleados: 157
  - Empresas de 100 o más empleados: 144
- Cuotas: tamaño de compañía y sector
- Período de campo: 19 de noviembre al 11 de marzo
- Método de entrevista: se han empleado 2 modos de recogida de datos, ambas con una duración aproximada de 10'
  - Telefónico mediante sistema CATI (Computer-assisted telephone interviewing)
  - Reclutamiento por teléfono y enlace enviado para completar la encuesta en línea
- Interpretación Resultados:
  - Para que los resultados sean representativos de la población global, han sido ponderados de acuerdo con su estructura real en España por número de empleados y sector de actividad, según datos proporcionados por el INE.
  - Los porcentajes calculados corresponden a resultados ponderados.
  - No se incluye en las cifras los "No sabe / No contesta", por lo que los totales pueden diferir del 100%.

# ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y MAPAS

## GRÁFICOS

### CAPÍTULO I

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

### CAPÍTULO II

GRÁFICO II.1	Distribución del parque en 2021 por canal de distribución (Total y Empresa)	24
GRÁFICO II.2	Distribución del parque por edad de los vehículos - Empresas, Particulares y Rent-a-car	24
GRÁFICO II.3	Distribución del parque por edad de los vehículos - canal empresas	25
GRÁFICO II.4	Distribución del parque total por potencial contaminante	26
GRÁFICO II.5	Distribución del parque de turismos por potencial contaminante	27
GRÁFICO II.6	Distribución del parque de comerciales por potencial contaminante	27
GRÁFICO II.7	Emisión media de CO <sub>2</sub> y evolución interanual (datos en gramos por km) del parque de turismos	28
GRÁFICO II.8	Emisión media de CO <sub>2</sub> y evolución interanual (datos en gramos por km) del parque de comerciales	28
GRÁFICO II.9	Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Turismos	29
GRÁFICO II.10	Distribución del parque por precio medio del vehículo en € - Comerciales	29
GRÁFICO II.11	Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Turismos	30
GRÁFICO II.12	Tiempo medio de posesión del vehículo por canal de distribución - Comerciales	30
GRÁFICO II.13	Distribución del parque total por tipo de combustible - Total Mercado	31
GRÁFICO II.14	Distribución del parque de turismos por tipo de combustible	31
GRÁFICO II.15	Distribución del parque de comerciales por tipo de combustible	31
GRÁFICO II.16	Evolución matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado	32
GRÁFICO II.17	Evolución matriculaciones por canal de distribución - Canal Empresa	33
GRÁFICO II.18	Evolución matriculaciones por segmentos de vehículos - Total Mercado	34
GRÁFICO II.19	Matriculaciones mensuales 2021 y 2020 - Total Mercado	35
GRÁFICO II.20	Matriculaciones mensuales por canal de distribución 2021 - Total Mercado	36

GRÁFICO II.21	Evolución matriculaciones mensuales 2021 y 2020- Renting	37
GRÁFICO II.22	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Total Mercado	39
GRÁFICO II.23	Evolución matriculaciones otros combustibles - Total Mercado	39
GRÁFICO II.24	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Canal Empresa	40
GRÁFICO II.25	Evolución matriculaciones otros combustibles - Canal Empresa	40
GRÁFICO II.26	Evolución matriculaciones por tipo de combustible - Renting	41
GRÁFICO II.27	Evolución matriculaciones otros combustibles - Renting	41
GRÁFICO II.28	Emisión media de CO <sub>2</sub> y evolución interanual - Turismos	42
GRÁFICO II.29	Emisión media de CO <sub>2</sub> y evolución interanual - Comerciales	42
GRÁFICO II.30	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO <sub>2</sub> - Total Mercado	43
GRÁFICO II.31	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO <sub>2</sub> - Canal Empresa	43
GRÁFICO II.32	Cuota de matriculaciones turismos por tramos de emisiones de CO <sub>2</sub> - Renting	43
GRÁFICO II.33	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO <sub>2</sub> - Total Mercado	44
GRÁFICO II.34	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO <sub>2</sub> - Canal Empresa	44
GRÁFICO II.35	Cuota de matriculaciones comerciales por tramos de emisiones de CO <sub>2</sub> - Renting	44
GRÁFICO II.36	Comparativa de emisiones medias de CO <sub>2</sub> - Turismos	46
GRÁFICO II.37	Comparativa de emisiones medias de CO <sub>2</sub> - Comerciales	46
GRÁFICO II.38	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Total Mercado	47
GRÁFICO II.39	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Total Mercado	47
GRÁFICO II.40	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Canal Empresa	48
GRÁFICO II.41	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Canal Empresa	48
GRÁFICO II.42	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Turismos - Renting	49
GRÁFICO II.43	Evoluciones matriculaciones Top 10 fabricantes - Comerciales - Renting	49
GRÁFICO II.44	Previsión de matriculaciones - Total Mercado (Turismos + Comerciales)	56
GRÁFICO II.45	Previsión de matriculaciones por canal de distribución - Total Mercado	57
GRÁFICO II.46	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Total Mercado	58
GRÁFICO II.47	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Empresa	59
GRÁFICO II.48	Previsión de matriculaciones por tipo de vehículo - Renting	59
GRÁFICO II.49	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Total Mercado	63
GRÁFICO II.50	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Total Mercado	63
GRÁFICO II.51	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Canal Empresa	64
GRÁFICO II.52	Previsión de matriculaciones turismo Top 10 marcas - Renting	64
GRÁFICO II.53	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Canal Empresa	65
GRÁFICO II.54	Previsión de matriculaciones comerciales Top 5 marcas - Renting	65

### CAPÍTULO III

GRÁFICO III.1	Evolución transferencias de VO - Total Mercado	68
GRÁFICO III.2	Distribución de las ventas por edad del VO - Turismos	69
GRÁFICO III.3	Distribución de las ventas por edad del VO - Comerciales	69
GRÁFICO III.4	Ratio vehículo de ocasión vs. vehículo nuevo - Total Mercado	70
GRÁFICO III.5	Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Turismos	72
GRÁFICO III.6	Ventas de VO por canal de procedencia y edad del vehículo - Comerciales	72
GRÁFICO III.7	Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Turismos	74
GRÁFICO III.8	Evolución de las ventas de VO por marcas de fabricante - Comerciales	74

## CAPÍTULO IV

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

## CAPÍTULO V

GRÁFICO V.1	Uso que hace del vehículo . . . . .	86
GRÁFICO V.2	Evolución sobre el uso que hace del vehículo . . . . .	86
GRÁFICO V.3	Uso que hace del vehículo por método de financiación y tipología de vehículo . . . . .	87
GRÁFICO V.4	Tipo de vías de circulación . . . . .	87
GRÁFICO V.5	Tipo de vías de circulación por método de financiación . . . . .	88
GRÁFICO V.6	Kilometraje anual parque empresa 2021 vs. 2020 . . . . .	89
GRÁFICO V.7	Kilometraje anual parque empresa vs. parque particular . . . . .	89
GRÁFICO V.8	Kilometraje medio anual parque empresa vs. parque particular 2021 y 2020 . . . . .	90
GRÁFICO V.9	Kilometraje anual por método de financiación . . . . .	90
GRÁFICO V.10	Kilometraje anual por tipo de uso del vehículo . . . . .	91
GRÁFICO V.11	Kilometraje anual por tipología de vehículo . . . . .	91
GRÁFICO V.12	Kilometraje acumulado de los vehículos de empresa . . . . .	92
GRÁFICO V.13	Kilometraje acumulado parque empresa vs. parque particular . . . . .	92
GRÁFICO V.14	Kilometraje acumulado por antigüedad del vehículo . . . . .	93
GRÁFICO V.15	Tipo de motor parque empresa vs. parque particular . . . . .	93
GRÁFICO V.16	Posesión de contrato de mantenimiento . . . . .	94
GRÁFICO V.17	Posesión de contrato de mantenimiento por tipología de vehículo y magnitud de la empresa . . . . .	94
GRÁFICO V.18	Cambio de neumáticos en 2021 . . . . .	95
GRÁFICO V.19	Cambio de neumáticos por tipología de vehículo . . . . .	95
GRÁFICO V.20	Cambio de neumáticos por edad del vehículo . . . . .	96
GRÁFICO V.21	Cambio de neumáticos por método de financiación . . . . .	96
GRÁFICO V.22	Centro de reparación elegido para el cambio de neumáticos - Comparativa 2021 vs. 2020 . . . . .	97
GRÁFICO V.23	Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para cambio de neumático . . . . .	97
GRÁFICO V.24	Quién decide la elección del centro de reparación para el cambio de neumáticos . . . . .	98
GRÁFICO V.25	Decisión del centro de reparación según el tipo de vehículo . . . . .	98
GRÁFICO V.26	Decisión del centro de reparación según el método de financiación . . . . .	99
GRÁFICO V.27	Pasó el vehículo alguna revisión o hizo algún cambio de aceite en 2021 . . . . .	100
GRÁFICO V.28	Revisión o cambio de aceite por tipología de vehículo . . . . .	100
GRÁFICO V.29	Revisión o cambio de aceite por método de financiación . . . . .	101
GRÁFICO V.30	Revisión o cambio de aceite por lugar de realización - Comparativa 2021 vs. 2020 . . . . .	101
GRÁFICO V.31	Antigüedad del vehículo que acude al centro de mantenimiento para realización de mantenimiento . . . . .	102
GRÁFICO V.32	Quién decide la elección del centro de reparación para la realización del mantenimiento . . . . .	102

## CAPÍTULO VI

GRÁFICO VI.1	Número medio de visitas anuales en base a la antigüedad del vehículo . . . . .	106
GRÁFICO VI.2	Número medio de visitas por tipología de vehículo y método de financiación . . . . .	106
GRÁFICO VI.3	Visitas al taller según edad vehículo por tipología de vehículo y método de financiación . . . . .	107
GRÁFICO VI.4	Elección del lugar donde realizar la reparación 2021 vs. 2020 . . . . .	107

GRÁFICO VI.5	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo	108
GRÁFICO VI.6	Elección del lugar de reparación en base al método de financiación del vehículo - Leasing + Renting vs. Compra	108
GRÁFICO VI.7	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Leasing + Renting	109
GRÁFICO VI.8	Elección del lugar de reparación en base a la antigüedad del vehículo - Compra	109
GRÁFICO VI.9	Garantía del vehículo de empresas - 2021 vs. 2020	110
GRÁFICO VI.10	Garantía según el tipo de vehículo	110
GRÁFICO VI.11	Garantía según método de financiación del vehículo	111
GRÁFICO VI.12	Tipo de seguro parque empresa vs. parque particular	112
GRÁFICO VI.13	Tipo de seguro en parque empresa - Comparativa 2021 vs. 2020	112
GRÁFICO VI.14	Tipo de seguro en base a la edad del vehículo y utilización de este	113
GRÁFICO VI.15	Tipo de seguro por tipología de vehículo y método de financiación	113
GRÁFICO VI.16	Tuvo accidente en 2021 y tipo de accidente (Conductores que tuvieron al menos 1 accidente / roce en 2021)	114
GRÁFICO VI.17	Número de accidentes / roces	114
GRÁFICO VI.18	Tasa de accidentes por tipo y antigüedad del vehículo	115
GRÁFICO VI.19	Se declaró el accidente al seguro	115
GRÁFICO VI.20	Quién paga los daños del vehículo - Comparativa 2021 vs. 2020	116
GRÁFICO VI.21	Lugar de reparación	116
GRÁFICO VI.22	Quién elige el lugar de reparación	117

## CAPÍTULO VII

GRÁFICO VII.1	Composición de la flota de menos de 3,5 toneladas	120
GRÁFICO VII.2	Impacto del Covid 19 en la evolución de la flota de vehículos	121
GRÁFICO VII.3	Evolución de la flota en los próximos tres años	122
GRÁFICO VII.4	Matriz crecimiento potencial (próximos tres años) según crecimiento del PIB en 2021 - Empresas de 100 o más empleados	123
GRÁFICO VII.5	Tiempo medio de los vehículos en las flotas de las empresas, según su tamaño – mostrado en años	123
GRÁFICO VII.6	Proporción de empresas que ya tienen o están considerando implementar en los próximos 3 años nuevas energías o tecnologías en su flota	124
GRÁFICO VII.7	Proporción de empresas que ya tienen o están considerando implementar en los próximos 3 años nuevas energías o tecnologías en su flota de LCV	125
GRÁFICO VII.8	Motivos para implementar o considerar nuevas energías o tecnologías en su flota	126
GRÁFICO VII.9	Proporción de compañías con puntos de carga para vehículos eléctricos en la misma	127
GRÁFICO VII.10	Limitaciones de la implementación de vehículos con batería 100% eléctrica	127
GRÁFICO VII.11	Acceso a puntos de recarga	128
GRÁFICO VII.12	Proporción de empresas que toman medidas para la reducción de las emisiones de su flota	129
GRÁFICO VII.13	Proporción de empresas que tienen en cuenta la siguiente emisión de contaminantes en su política de flotas	129
GRÁFICO VII.14	Intención de desarrollar renting flexible en los próximos 3 años según países	130
GRÁFICO VII.15	Proporción de empresas que tienen la intención de desarrollar el Renting como método de financiación	130
GRÁFICO VII.16	Principal fuente de información para la selección del vehículo (menos de 100 empleados)	131
GRÁFICO VII.17	Principal fuente de información para la selección del método de financiación (menos de 100 empleados)	132
GRÁFICO VII.18	Importancia de los canales online para la elección del vehículo y la financiación (menos de 100 empleados)	133
GRÁFICO VII.19	Servicios adicionales de gestión de flotas considerados	134
GRÁFICO VII.20	Al menos una solución implementada de Movilidad Alternativa	135
GRÁFICO VII.21	Utiliza o considerará en los próximos 3 años al menos una de las alternativas de movilidad al coche de empresa	135
GRÁFICO VII.22	Probabilidad de renunciar a toda/parte de la flota por soluciones alternativas de movilidad	136
GRÁFICO VII.23	Estrategia específica sobre la huella de CO2 de la movilidad	136
GRÁFICO VII.24	Uso de vehículo conectado	137
GRÁFICO VII.25	Razones por las que utiliza vehículos conectados en la compañía	138

## TABLAS

### CAPÍTULO II

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

### CAPÍTULO III

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

## MAPAS

### CAPÍTULO II

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

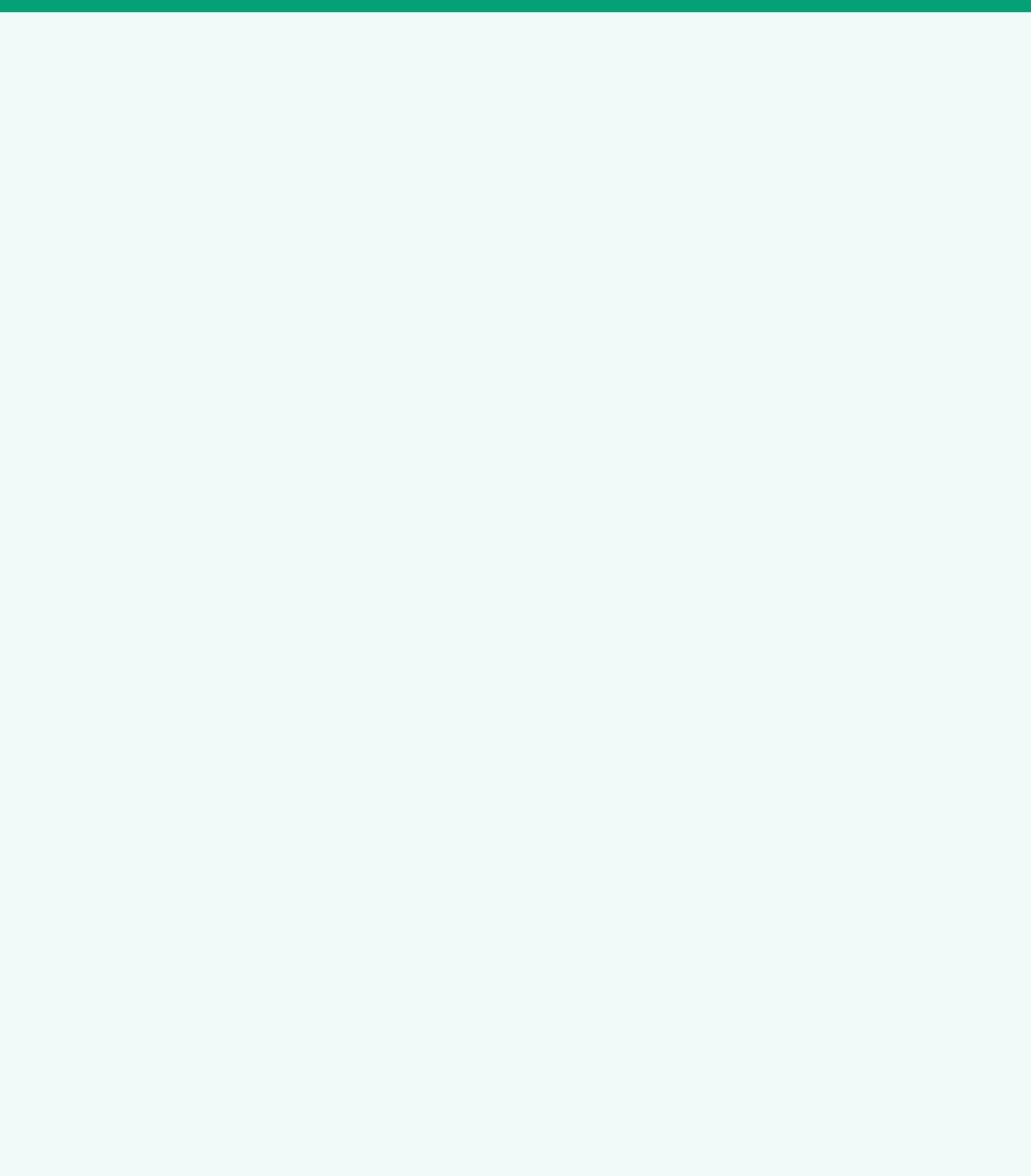
---

DEPÓSITO LEGAL M-18145-2013

### CRÉDITOS FOTOS

Portada: Nic Wood / P.8: Ton Souza / P.9: Arval / P.10: Jenny Ueberberg / P.20: Christian / P.45: Norma Mortenson / P.60: Mike / P.66: Arthur Brognoli / P.75: Jordan Irving / P.76: Abhinav / P.84: Gustavo Fring / P.99: Gratisography / P.103: Artem Podrez / P.104: Dillon Kydd / P.111: Pixabay / P.117: Artem Podrez / P.118: Sebastian Palomino / P.139: Brock Wegner / P.145: Lady Escabia.







**ARVAL**  
BNP PARIBAS GROUP

ARVALES  
[MOBILITY-OBSERVATORY.ARVAL.COM](http://MOBILITY-OBSERVATORY.ARVAL.COM)

