

España es el segundo país de Europa con más disposición para la compra de vehículos eléctricos

Redacción Interempresas 13/05/2021

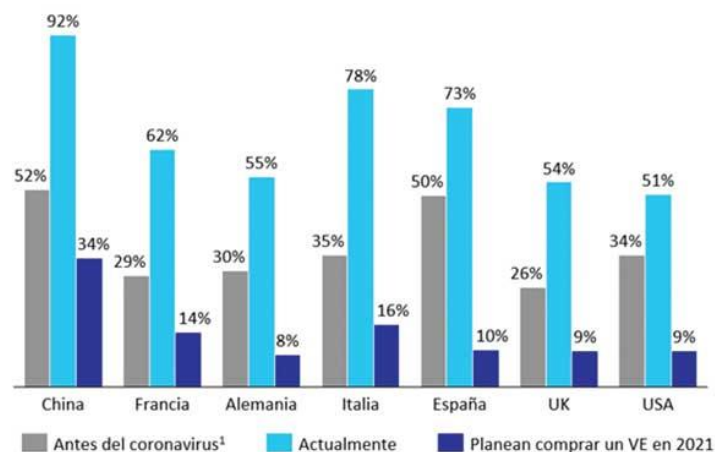
La pandemia ha cambiado la percepción de la movilidad y parece acelerar la transición hacia los vehículos eléctricos. Estas son las conclusiones de una encuesta elaborada por **Oliver Wyman**, que estudia las nuevas tendencias de movilidad en cinco países de Europa (España, Francia, Italia, Reino Unido y Italia), Estados Unidos y China.

En total, el 65% de los encuestados a nivel global está considerando la posibilidad de comprar un vehículo eléctrico como su próximo coche, en comparación con sólo el 24% durante el pico de la pandemia.

Los datos muestran que España es el segundo país de Europa con más disposición para la compra de vehículos eléctricos. Al inicio del coronavirus, solo la mitad de los españoles tenía en cuenta este tipo de vehículos como una opción real, unos datos que han crecido a día de hoy hasta un 73%. A la cabeza, China, con un 92% de predisposición, e Italia, con un 78%.

Además, el 10% de los españoles planea comprarse un vehículo eléctrico en 2021, unos datos por debajo de Italia (16%) y Francia (14%), pero que superan a Alemania (8%), Estados Unidos (9%) y Reino Unido (9%). Muy por encima se encuentra China, país en el que más de un tercio de los encuestados tiene previsto comprarse un vehículo eléctrico este año.

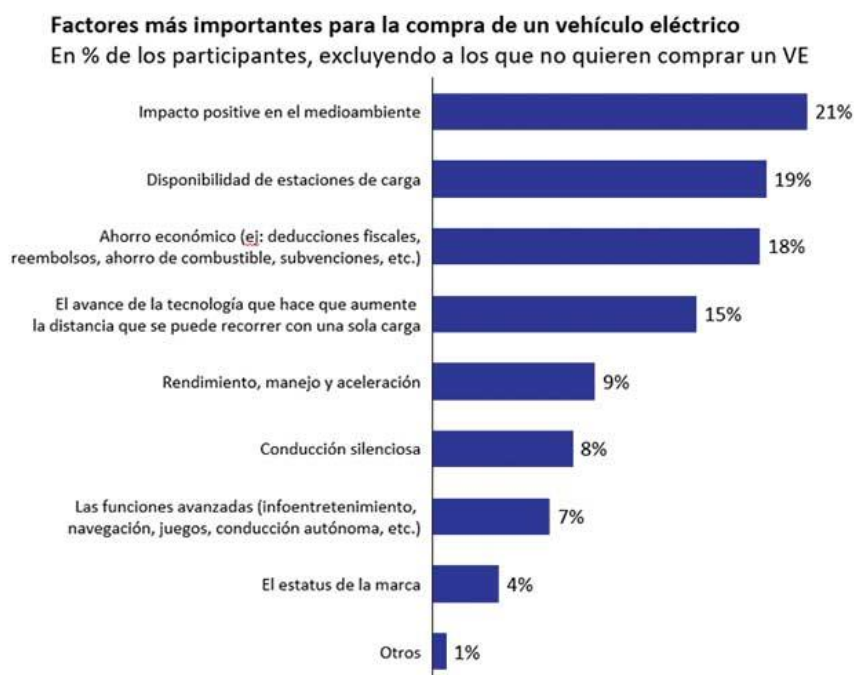
Disposición a comprar un vehículo eléctrico
En % de participantes por país



¹ Fuente: Encuesta de Oliver Wyman 'COVID-19 Mobility & City Readiness', Julio 2020

Los resultados responden a variaciones regionales basadas en las diferentes acciones gubernamentales como, por ejemplo, las restricciones para vehículos de motores de combustión en el centro de las ciudades o la mejora de las infraestructuras para los ciclistas o los vehículos eléctricos.

Estos datos muestran también que la pandemia ha aumentado la conciencia ecológica de la gente, ya que la encuesta sitúa la sostenibilidad como la razón más importante para comprar o alquilar vehículos eléctricos. En Europa, el 24% de las personas sitúan esta razón como la prioritaria para elegir la opción eléctrica, mientras que esta cifra baja a un 19% en Estados Unidos. Por su lado, el impacto medioambiental es el cuarto factor de influencia en China, con un 14%.



Importancia de una buena red de puntos de recarga

Para la población europea, el segundo factor más relevante es la disponibilidad de estaciones de carga, con un total del 21% de los encuestados que colocan esta opción como su mayor preocupación, una cifra que desciende a un 19% en EE UU y a un 12% en China. Tras esto, el 19% de los europeos sitúan aspectos económicos como claves para la toma de decisión, tales como las ayudas del gobierno, las deducciones fiscales o las subvenciones.

La población de las grandes ciudades muestra una mayor disposición para elegir este tipo de vehículo, algo que muestra de nuevo la importancia de las infraestructuras de recarga y que responde también a las distancias recorridas de media en cada zona. Un 74% de los residentes urbanos elegirían el vehículo eléctrico, mientras que este porcentaje disminuye a 52% en zonas rurales.

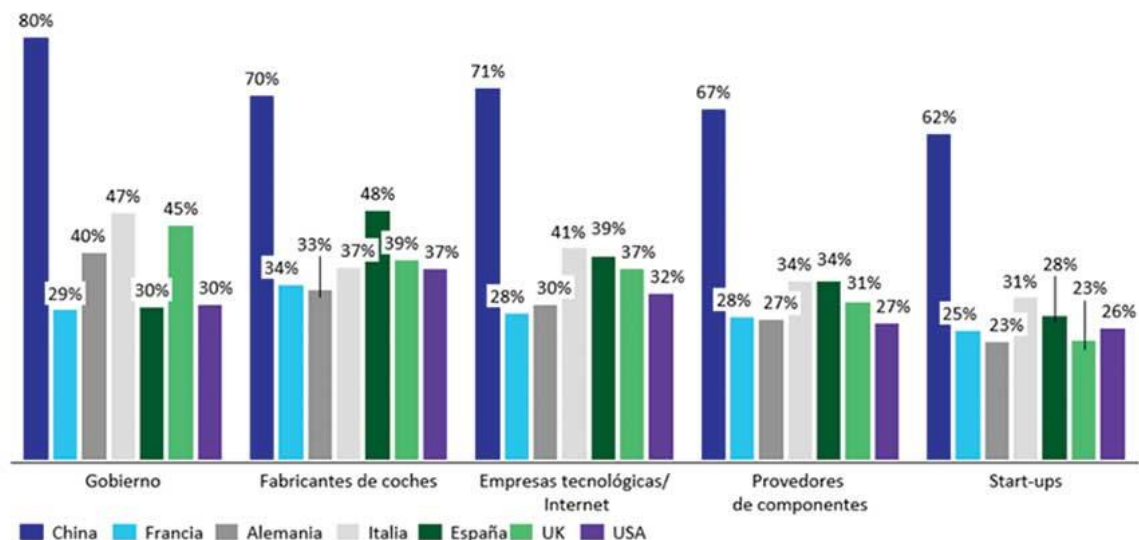
A pesar de que las personas de todas las edades muestran una mayor disposición a comprar un vehículo eléctrico que antes del coronavirus, la encuesta muestra que los jóvenes desempeñarán un papel fundamental en el mercado de los coches eléctricos. El 80% de las personas de entre 18 y 25 valoran comprar un o alquilar un coche eléctrico, un porcentaje que apenas varía hasta los 40 años, con un 79%. En contraposición, el 55% las personas entre 65 y 74 años no estarían dispuestos a comprar o alquilar un coche eléctrico, un porcentaje que sube hasta un 61% para los mayores de 75.

Los españoles confían más en los fabricantes de coches que en el gobierno para compartir datos

Tras China, que se coloca líder en todos los parámetros de confianza para compartir datos con diferentes entidades, España es el país de todos los analizados que más confía en compartir datos con empresas privadas relacionadas con la fabricación de vehículos. Un 48% de los españoles compartiría datos con los fabricantes de coches, a la vez que un 34% con proveedores de componentes. Unos datos que sorprenden teniendo en cuenta que España es, junto a Francia, el país que menos confía en su gobierno para compartir datos (solo 30% está de acuerdo).

Confianza de las personas para compartir datos con las respectivas instituciones

En % de participantes que muestran algo o mucha confianza, por país



Los encuestados sitúan la transparencia y el anonimato como las características más importantes para compartir datos, una exigencia que comparte más de la mitad de los participantes. Además, el cómputo total vuelve a señalar que la población joven es más comprensiva a la hora de compartir datos.

Para los menores de 40 años, otro punto que destaca es la importancia de los sistemas de infoentretenimiento en los vehículos, una relevancia que disminuye según aumenta la edad. De nuevo, España se coloca en cabeza en Europa tras los italianos, con un 14% y



AUTOMOCIÓN

un 19% de personas que consideran muy importante estos sistemas, respectivamente. China se sitúa muy por encima de la media, acorde a la afinidad digital del país.

Sin embargo, los españoles superan a sus vecinos italianos en la probabilidad de cambiar de marca hacia un vehículo con un mejor sistema de infoentretenimiento. En contraposición, Alemania es el país de Europa con una fidelidad de marca más alta.