

EL LIBRO
BLANCO
DEL VEHÍCULO
DE OCASIÓN
2019-2020

GANVAM

B

ÍNDICE

5	1 DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA
13	2 COMPRADORES
37	3 COMPRADORES POTENCIALES
45	4 PARQUE DE VEHÍCULOS
55	5 PERCEPCIÓN GENERAL
61	6 TENDENCIAS
71	7 CONCLUSIONES

B

A large, light gray, stylized number '10' is positioned in the background, with the '1' at the top and the '0' at the bottom. The '1' is a solid blue color.

1

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Universo:

- Potencial: Población con potencialidad a adquirir un vehículo de ocasión.
- Comprador: Individuos que han comprado un vehículo de ocasión hace menos de dos años o tienen intención firme de compra en un periodo no superior a un año.

Ámbito: Nacional

Selección Muestra: Muestreo aleatorio simple para todos compradores. Con cuotas específicas de sexo, edad, comunidad autónoma y tipo de comprador (particular/efectivo):

- Particular: Individuos que han comprado un vehículo de ocasión a un particular hace menos de dos años o tienen intención firme de compra en un periodo no superior a un año.
- Profesional: Individuos que han comprado un vehículo de ocasión a un profesional hace menos de dos años o tienen intención firme de compra en un periodo no superior a un año.

Método: Entrevista telefónica

Cuestionario: Estructurado y de una duración aproximada de 10 minutos.

Trabajo de campo (llamadas): 28 de Febrero 2019 al 11 de Abril 2019

Tamaño de la muestra: 691 individuos

- Potencial (P): 346 individuos
- Compradores: 345 individuos
 - Compradores Profesionales (CP): 172 individuos
 - Comprador Particular (CV): 173 individuos

Nivel de Confianza: 95% bajo la hipótesis $p=q=0,50$

Error Máximo: $\pm 3,73\%$

- Potenciales: $\pm 5,28\%$
- Compradores: $\pm 5,27\%$
 - Profesionales: $\pm 7,47\%$
 - Particulares: $\pm 7,45\%$

Compra por internet en plataforma digital

A pesar del auge de las nuevas tecnologías los resultados no son muy diferentes a años anteriores y el mercado sigue siendo eminentemente presencial. Se aprecia que sólo un porcentaje muy bajo de personas compraron on line su vehículo de ocasión (VO). Concretamente, un 2% de los compradores efectivos lo hicieron mediante plataforma digital, mientras que un 4,8 % de los compradores futuros piensan comprar su VO a través de una plataforma digital.

La distribución de tipología de los compradores se ajusta al diseño original de la muestra.

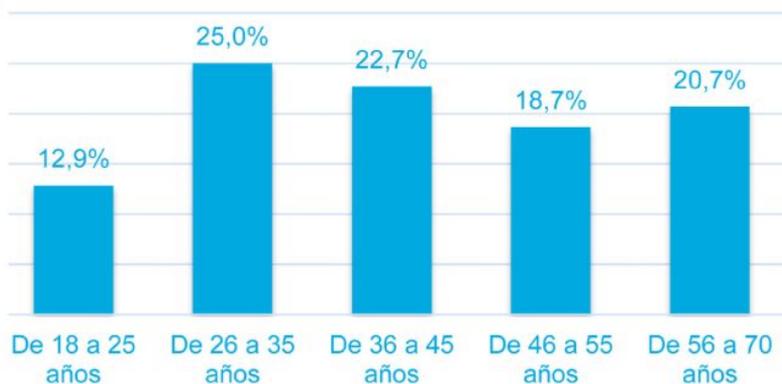
Tipología 1

		Total	
A quién compró	Profesional	172	24,9%
	Particular	173	25,0%
Potencial		346	50,1%
Total		691	100,0%

Tipología 2

	Ha comprado Vehículo de Ocasión	Total		Comprado a ...		Potencial
				Profesional	Particular	
Comprador	Comprador efectivo	300	43,4%	21,9%	21,6%	0,0%
	Comprador futuro	45	6,5%	3,0%	3,5%	0,0%
Potencial	Potencial	346	50,1%	0,0%	0,0%	50,1%
Total		691	100,0%	24,9%	25,0%	50,1%

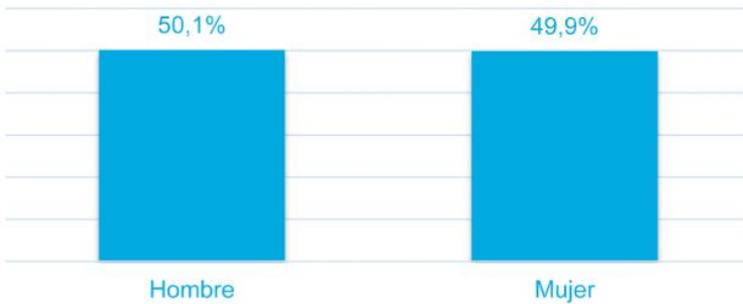
Distribución por edad



Los intervalos de edad de personas que compraron un VO a profesionales y a particulares mantienen una distribución muy similar a la anterior edición de la encuesta, ajustándose a los requerimientos previstos de la muestra.

Tramo edad	Total	Comprado a ...		Potencial
		Profesional	Particular	
De 18 a 25 años	89	21	23	45
De 26 a 35 años	173	44	44	85
De 36 a 45 años	157	39	39	79
De 46 a 55 años	129	32	32	65
De 56 a 70 años	143	36	35	72
Total	691	172	173	346

Sexo de los encuestados



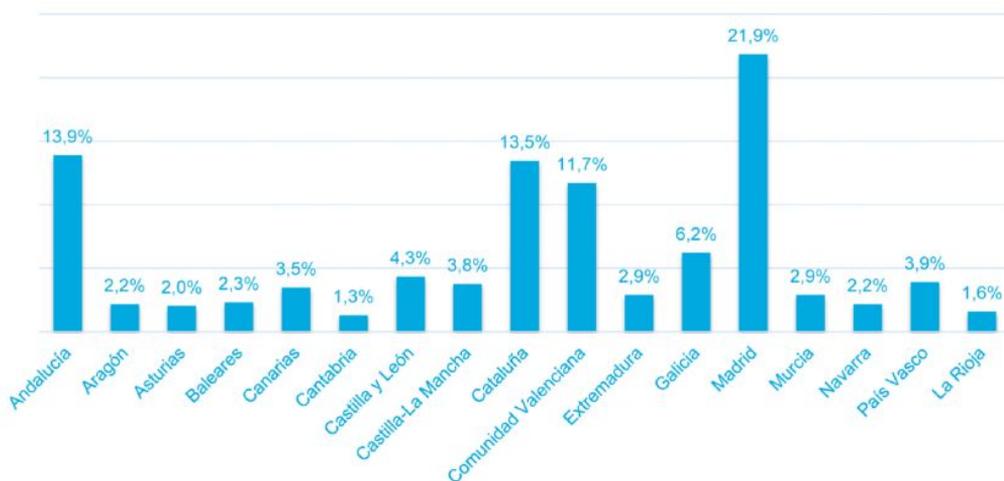
Prácticamente la distribución entre hombres y mujeres que compraron un VO también es equitativa, coincidiendo con los datos el año 2017.

Sexo	Total	Comprado a ...		Potencial
		Profesional	Particular	
Hombre	346	86	89	171
Mujer	345	86	84	175
Total	691	172	173	346

Geográfico

Las comunidades autónomas con mayor población, como Madrid, Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, agrupan los mayores porcentajes de encuestas. Estas cuatro autonomías acumulan el 60,9% del total de encuestas realizadas.

Distribución por CCAA



CCAA	Total	Comprado a ...		Potencial
		Profesional	Particular	
Andalucía	96	24	24	48
Aragón	15	4	4	7
Asturias	14	4	4	6
Baleares	16	4	4	8
Canarias	24	5	6	13
Cantabria	9	2	2	5
Castilla y León	30	8	6	16
Castilla-La Mancha	26	7	7	12
Cataluña	93	23	23	47
Comunidad Valenciana	81	20	20	41
Extremadura	20	5	5	10
Galicia	43	11	11	21
Madrid	151	38	38	75
Murcia	20	5	5	10
Navarra	15	3	4	8
País Vasco	27	6	7	14
La Rioja	11	3	3	5
Total	691	172	173	346

Recordamos los datos de 2017 de Comunidad de Madrid (22,2%), Cataluña (15,0%), Andalucía (13,4%) y Comunidad Valenciana (10,4%).

B

A large, light gray graphic consisting of a 'V' shape on the left and a 'O' shape on the right, both rendered in a thick, rounded font style. The 'V' is positioned vertically, and the 'O' is positioned horizontally, overlapping the bottom of the 'V'.

2

COMPRADORES

2.1. LA COMPRA

Marca del establecimiento de compra

Marca establecimiento	Profesional
Alfa Romeo	0,0%
Audi	2,0%
BMW	4,6%
Chrysler	0,0%
Citroen	2,6%
Daewoo	0,7%
Fiat	0,0%
Ford	5,3%
Hyundai	2,0%
Jeep	0,0%
Kia	0,0%
Lexus	0,0%
Mazda	0,7%
Mercedes-Benz	6,6%
Mini	0,0%
Mitsubishi	0,0%
Nissan	0,0%
Opel	6,0%
Peugeot	8,6%
Renault	5,3%
Seat	0,7%
Ssangyong	0,0%
Subaru	0,0%
Suzuki	0,0%
Toyota	2,6%
Volkswagen	2,6%
Volvo	0,7%
Establecimiento multimarca	42,4%
No había ninguna marca visible	2,0%
Otra marca	4,6%
NS/NC	0,0%
Total	100,0%

Nuevamente los compradores acuden mayoritariamente a establecimientos con múltiples marcas al realizar la compra de su vehículo de ocasión. En este estudio se detecta un aumento ligero con respecto al estudio anterior de 2017 y se sitúa en el 42,4%.

Con respecto a las marcas, destaca en primer lugar Peugeot que acapara el 8,6% de las compras. El segundo puesto es para la marca Mercedes-Benz (6,6%), seguido de Opel (6,0%) y Ford y Renault con un 5,3% en ambos casos.

Entrega de documentos

	Entrega documentos	Comprador Profesional	Datos 2017
Garantía legal	135	89,4%	91.1%
Garantía comercial	139	92,1%	-
Garantía mecánica	106	70,2%	67.7%
Contrato de compra-venta	140	92,7%	92.3%
Factura	129	85,4%	94.8%
Libro de Mantenimiento	119	78,8%	61.9%
Otra	0	0,0%	2.6%
Total	151		

La entrega de documentos se mantiene y, en términos generales, la mayoría de los puntos de venta especializados en vehículos de ocasión. De hecho, más del 90% entregan las garantías legales, contratos y facturas.

En esta edición se añade la garantía comercial como documentación que reciben los compradores a profesionales y aumenta el porcentaje de compradores que han recibido el libro de mantenimiento en relación al año anterior.

Primera opción de compra

Primera opción de compra



El mercado de vehículos de ocasión fue la primera opción de compra para el 78,4% de los encuestados, ligeramente por debajo de los resultados obtenidos en 2017 (80,9%).

El 80,9 % de los compradores de VO a particulares afirma que este mercado fue su primera opción de compra, mientras que en el caso de los compradores de VO a profesionales la cifra asciende al 72,7 %, cifras en ambos casos por debajo de las registradas en 2017.

Para el 75,6 % de los compradores futuros, el mercado de VO será su primera opción.

Tipología comprador I

Primera Opción de Compra	Total	Comprado a ...	
		Profesional	Particular
El VO fue la primera opción de compra	76,8%	72,7%	80,9%
El VO no fue la primera opción de compra	21,2%	23,8%	18,5%
NS/NC	2,0%	3,5%	0,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Tipología comprador II

Comprado a ...	
Comprador Efectivo	Comprador Futuro
77,0%	75,6%
20,7%	24,4%
2,3%	0,0%
100,0%	100,0%

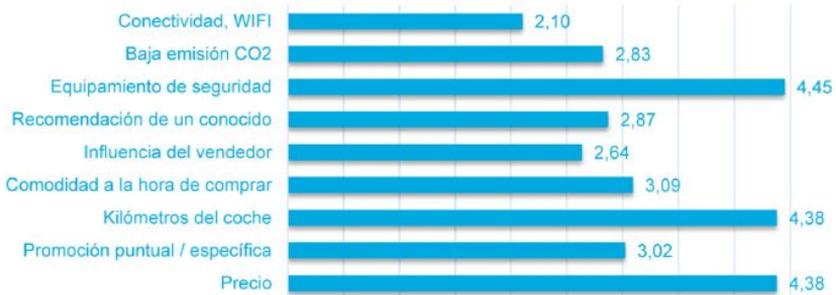
El factor “precio” y el “equipamiento en seguridad” son los factores más valorados por los compradores de VO a profesionales, seguido de “kilómetros del coche”.

Los factores menos valorados por los compradores, tanto a profesionales como a particulares, son “Conectividad, Wifi”, “Baja emisión CO2” y “Promoción puntual específica”.

Importancia concedida a: Puntuación media (adquirido a profesional)



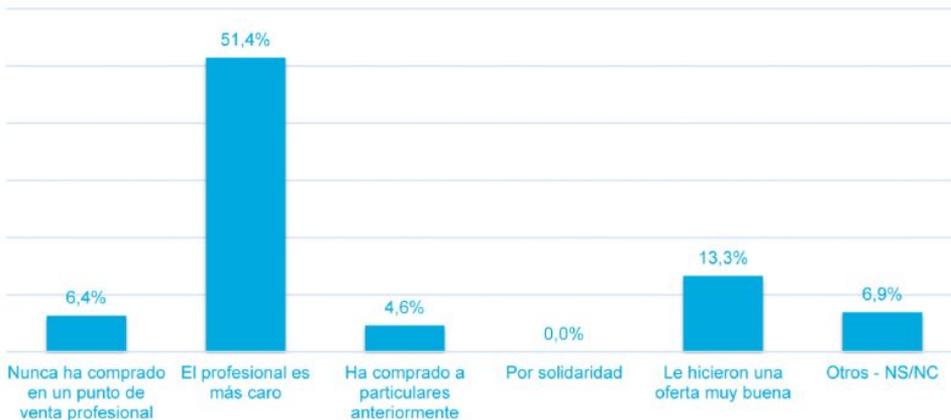
Importancia concedida a: Puntuación media (adquirido a particular)



En las valoraciones de los compradores a particulares, se pone por delante en primer orden de relevancia el “equipamiento de seguridad”, por delante del factor “precio” que iguala al factor “Kilómetros del coche” a la hora de determinar la importancia concedida por los compradores a particulares.

Factor determinante de la compra: Profesional vs Particular

Motivos por los que no compró a un vendedor profesional



Los compradores se deciden antes a adquirir un vehículo de ocasión a un vendedor particular que a uno profesional. El principal motivo para no comprar a un vendedor profesional es la idea de que la compra va a resultar más cara que a un vendedor particular (51,4%).

En esta edición del estudio se ha añadido una nueva versión (Oferta muy buena) que alcanza un 13,3%. Sorprendentemente el factor “solidaridad” que el año anterior tenía cierto peso sobre el total, este año deja de ser un motivo por el que no se compra a un vendedor profesional.

La relación de amistad es el vínculo más común entre los compradores y los vendedores particulares (9,8%) y de manera creciente, el contacto del trabajo (8,7%).

Sin embargo, cuando se trata de una compra entre particulares desconocidos, el contacto se realiza fundamentalmente a través de internet (65,9%). Algo llamativo es que se detecta que desaparece el contacto por prensa o recomendación.

Relación con el particular que compró el vehículo	Particular
Sí, es conocido: amigo directo	9,8%
Sí, es conocido: familiar	4,6%
Sí, es conocido: del trabajo	8,7%
Sí, es conocido: amigo de un familiar o amigo	6,9%
No, es un desconocido. Contacto a través de prensa	0,0%
No, es un desconocido. Contacto a través de vehículo/calle	4,0%
No, es un desconocido. Contacto a través de Internet	65,9%
No, es un desconocido. Alguien me lo recomendó	0,0%
Total	100,0%

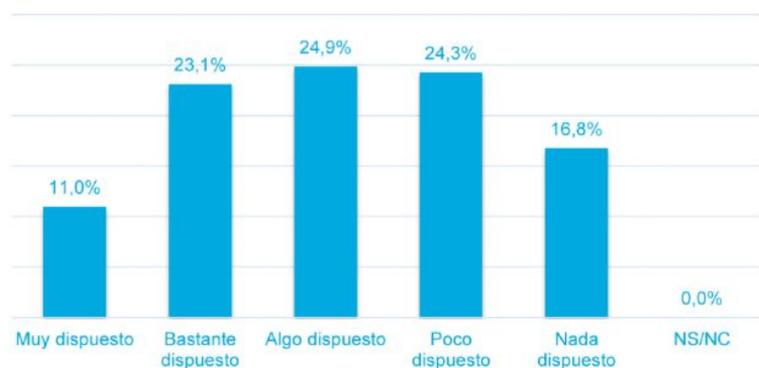
Para los compradores del vehículo de ocasión el factor precio es muy importante atendiendo a los resultados. Sin embargo, también se evidencia que la importancia ya no es absoluta, en tanto que existen compradores que sí estarían dispuestos a pagar un precio levemente superior.

Disposición a la compra

La mayoría de los compradores de vehículos a vendedores particulares no estaría dispuesto a comprar su vehículo a un vendedor profesional a un precio más alto para obtener mayores garantías (41,0%).

No obstante, un 34,0% de clientes encuestados estarían muy dispuestos o bastante dispuestos a pagar un precio superior a cambio de beneficios en las garantías del vehículo de ocasión adquirido.

Disposición a pagar un precio mayor



Disposición a comprar	Comprador Particular
Muy dispuesto	11,0%
Bastante dispuesto	23,1%
Algo dispuesto	24,9%
Poco dispuesto	24,3%
Nada dispuesto	16,8%
NS/NC	0,0%
Total	100,0%

Reincidencia en la compra

Aumenta ligeramente el porcentaje de compradores que repiten la compra de vehículo de ocasión (57,7%) en relación al dato del año 2017.

Esta tendencia es más acentuada entre quienes con anterioridad han adquirido su vehículo a un vendedor particular (60,1%), mientras que los compradores profesionales tienen en este aspecto una experiencia levemente más reducida (55,2 %).

Reincidencia en la compra



Reincidencia	Total	Comprado a ...	
		Profesional	Particular
Es la primera vez que compra un Vehículo de Ocasión	41,7%	44,2%	39,3%
Ya ha comprado un Vehículo de Ocasión con anterioridad	57,7%	55,2%	60,1%
NS/NC	0,6%	0,6%	0,6%
Total	100%	100%	100%

Datos 2017
 48,0% 40,5%
 52,0% 58,9%

* Muestra total compradores: 345 individuos

Fidelidad al vendedor

Nuevamente la fidelidad al vendedor, entendida como la repetición de la compra con el agente anterior, es reducida entre los compradores a profesionales (15,8%) y superior a los compradores a particulares (8,7%) habiendo aumentado en ambos casos con respecto a 2017.

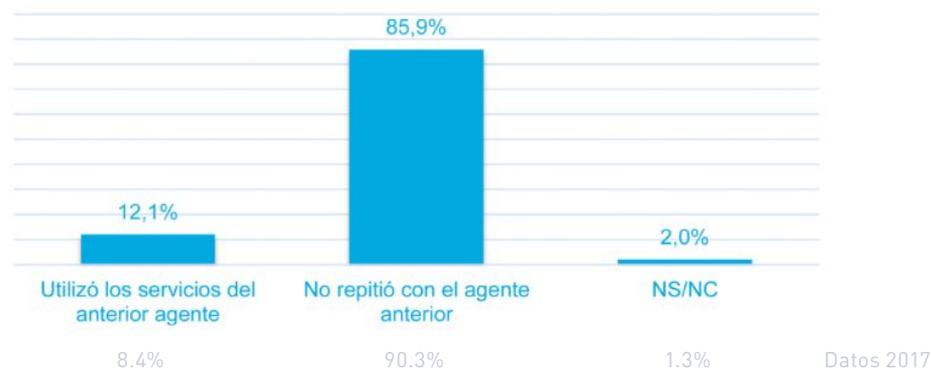
En términos generales, la fidelidad aumenta en comparación al año 2017, pasando del 8,4% al 12,41% de la actualidad.

Esta variación no tiene ninguna vinculación por la llegada de nuevos compradores sin experiencia previa en el mercado de los vehículos de ocasión, porque estas cifras consideran únicamente a compradores con experiencia previa en el mercado de VO.

Fidelidad al vendedor	Total	Tipo de Comprador		Tipo de Comprador	
		Profesional	Particular	Efectivo	Futuro
Utilizó los servicios del anterior agente	12,1%	15,8%	8,7%	12,6%	8,3%
No repitió con el agente anterior	85,9%	84,2%	87,5%	87,4%	91,7%
NS/NC	2,0%	0,0%	3,8%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

* Muestra total compraron un VO con anterioridad: 199 individuos

Fidelidad al vendedor



Motivos de la NO repetición	Total	Comprado a ...	
		Profesional	Particular
Por no estar satisfecho con el vendedor	4,1%	5,1%	3,3%
Por factores económicos	12,9%	11,4%	14,1%
Porque no encontré el vehículo que buscaba	43,3%	57,0%	31,5%
Otras razones	39,8%	26,6%	51,1%
Total	100%	100%	100%

Como se ve en el cuadro y en el gráfico el principal motivo de la escasa fidelidad de los compradores a los agentes es "no encontrar el vehículo deseado" (42,5%).

En las respuestas que se han contabilizado en el estudio como “otras razones” predomina la situación en la que la no repetición es debida a que los actuales compradores profesionales antes habían comprado a particulares y ahora han cambiado a profesional. Para los actuales compradores particulares, no repiten al mismo vendedor por ser el anterior un particular que ya no vende.

Motivos de la NO repetición



COMPRADORES PROFESIONALES

Cambiaron de particular a profesional	42,9%
Recibieron oferta/ buen precio	28,6%
El establecimiento cerró	9,5%
No le interesaba	9,5%
Por cambio de domicilio	4,8%
Por mala experiencia	4,8%
TOTAL	100,0%

COMPRADORES PARTICULARES

Eran particulares que ya no venden	81,8%
Recibieron oferta/ buen precio	6,8%
Por cambio de domicilio	4,5%
El establecimiento cerró	4,5%
No le interesaba	2,3%
TOTAL	100,0%

Kilometraje del vehículo comprado

En términos globales se trata de un parque de vehículos antiguo, ya que el 62 % de los coches comprados tiene más de 50.000 km. Los vehículos adquiridos a profesionales tienen menos antigüedad que aquellos adquiridos a vendedores particulares, destacando la cantidad de vehículos con menos de 50.000 km. en uno y otro caso.

En comparación a 2017 cabe destacar el rejuvenecimiento del parque de vehículos profesionales vendidos de menos de 50.000 km., +km. 0 en 2019 suma un 43,6 % y en 2017 sumaba un 25,7 % del total.

Kilometraje del vehículo comprado



	Comprado a ...		
	Total	Profesional	Particular
Kilómetro 0	6,7%	13,4%	0,0%
Menos de 50.000 Km	23,8%	30,2%	17,3%
Entre 50.000 y 100.000 Km	20,0%	18,6%	21,4%
Más de 100.000 Km	42,0%	25,6%	58,4%
NS/NC	7,5%	12,2%	2,9%
Total	100%	100%	100%

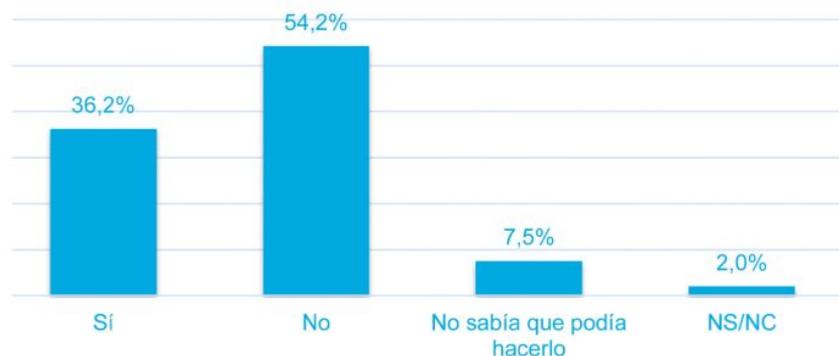
Solicitud de certificado oficial de kilometraje

Solicitud de certificado oficial de kilometraje	Total	Comprado a ...	
		Profesional	Particular
Sí	36,2%	41,9%	30,6%
No	54,2%	46,5%	61,8%
No sabía que podía hacerlo	7,5%	9,3%	5,8%
NS/NC	2,0%	2,3%	1,7%
Total	100%	100%	100%

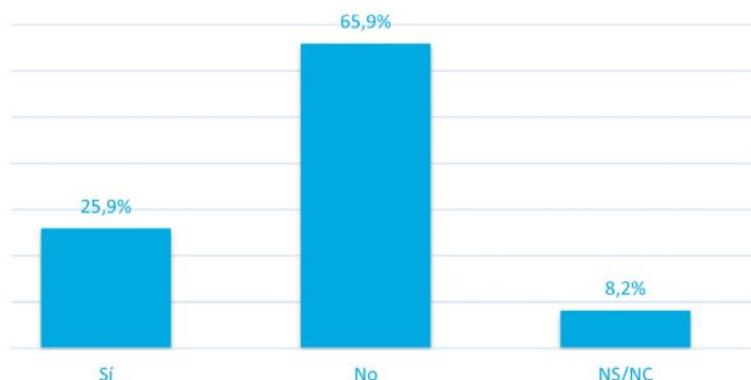
Los compradores no suelen solicitar el certificado oficial del kilometraje. Concretamente, sólo un 36,2% de los compradores solicitó el certificado oficial de kilometraje. Esta cifra de solicitudes fue superior en los compradores a Profesionales (41,9%) que en los compradores a Particulares (30,6%).

Del 63,8% restante que no lo solicitó o no sabía que podía hacerlo, solamente el 25,9% hubiera estado dispuesto a pagar por obtenerlo.

Solicitud de certificado oficial kilometraje



Hubiera estado dispuesto a pagar por obtenerlo *



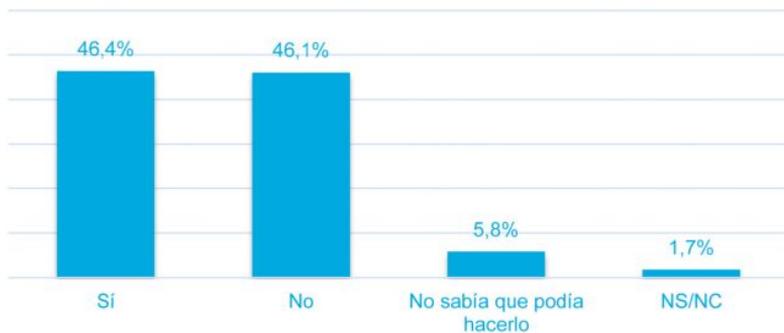
Solicitud informe previo del vehículo ofrecido por la DGT

Los compradores a particulares son los que más habitualmente solicitan el informe previo del vehículo ofrecido por la DGT. Concretamente, el 46,4% de los compradores solicitó el informe previo del vehículo ofrecido por la DGT siendo esta cifra superior en los compradores a particulares (53,2%) que en los compradores a profesionales (39,5%).

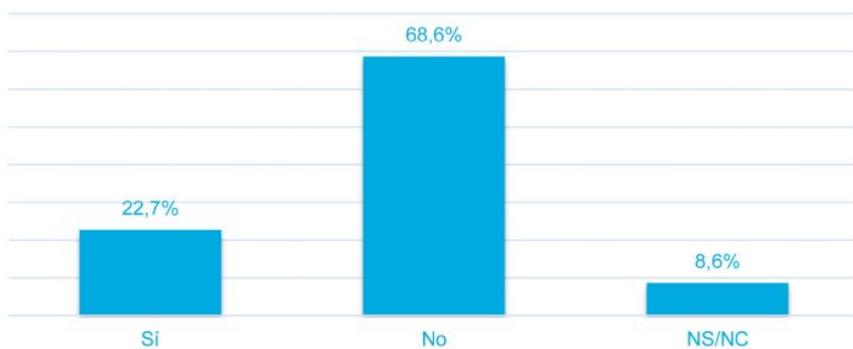
Del 53,6% restante que no lo solicitó o no sabía que podía hacerlo, el 22,7% hubiera estado dispuesto a pagar por obtenerlo.

Solicitud de informe previo del vehículo ofrecido por la DGT	Total	Comprado a ...	
		Profesional	Particular
Sí	46,4%	39,5%	53,2%
No	46,1%	49,4%	42,8%
No sabía que podía hacerlo	5,8%	8,1%	3,5%
NS/NC	1,7%	2,9%	0,6%
Total	100%	100%	100%

Solicitud de informe previo del vehículo ofrecido por la DGT



Hubiera estado dispuesto a pagar por obtenerlo *



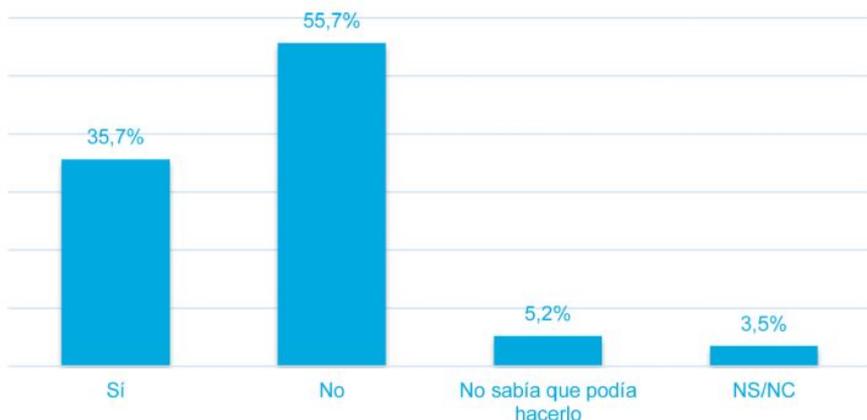
Solicitud informe previo del historial del estado mecánico ofrecido por terceros

Solicitud del informe previo del historial y estado mecánico del VO ofrecido por terceros	Total	Comprado a ...	
		Profesional	Particular
Si	35,7%	34,3%	37,0%
No	55,7%	54,1%	57,2%
No sabía que podía hacerlo	5,2%	8,1%	2,3%
NS/NC	3,5%	3,5%	3,5%
Total	100%	100%	100%

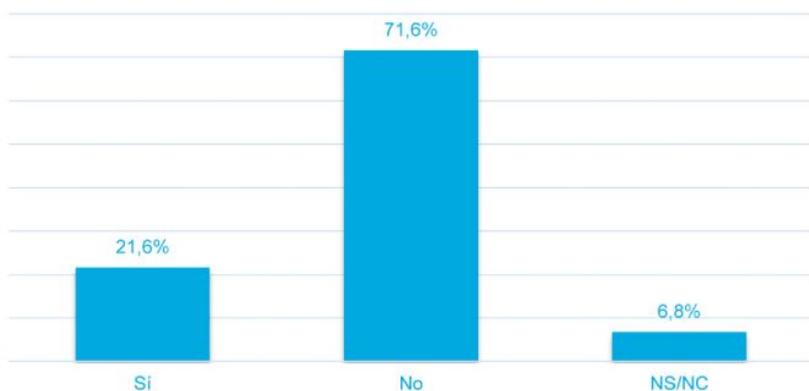
El 64,3% de los compradores no solicitó un informe previo del historial del estado mecánico ofrecido por terceros o no sabía que podía hacerlo. Tan sólo el 21,6% hubiera estado dispuesto a pagar por obtenerlo.

Los datos de solicitud del informe previo del historial del estado mecánico ofrecido por terceros son muy similares entre compradores profesionales y particulares. El 35,7% de los compradores solicitó el informe previo del historial del estado mecánico ofrecido por terceros siendo esta cifra superior en los compradores a particulares (37,0%) que en los compradores a profesionales (34,3%).

Solicitud de informe previo del historial y estado mecánico del VO ofrecido por terceros



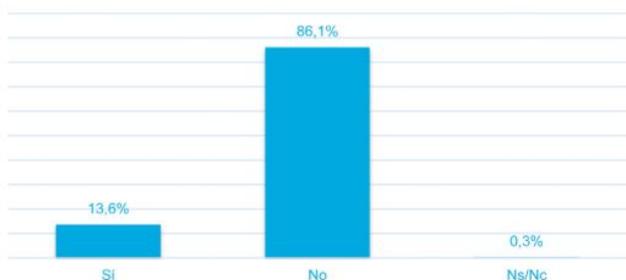
Hubiera estado dispuesto a pagar por obtenerlo*



Vehículos de uso compartido

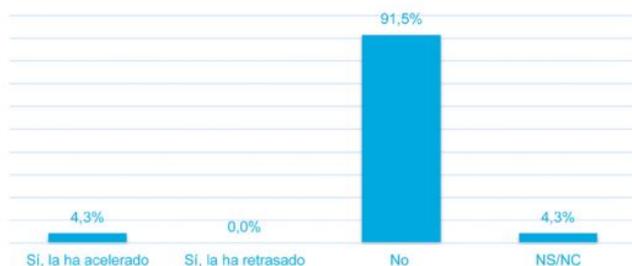
Ha usado alguna vez servicios de vehículos compartido	Total	Comprado a ...	
		Profesional	Particular
Sí	13,6%	15,1%	12,1%
No	86,1%	84,3%	87,9%
Ns/Nc	0,3%	0,6%	0,0%
Total	100%	100%	100%

Ha usado alguna vez servicios de vehículo compartido



Llama la atención que de los compradores de VO el 86,1% no ha usado nunca servicios de vehículos compartido.

Ha tenido influencia en la decisión de compra (*)



Del 13,6% restante, que sí ha utilizado estos servicios, un 91,57% asegura que no ha tenido ninguna influencia en su decisión de compra y tan sólo en un 4,3% ha acelerado la decisión de compra.

2.2. FINANCIACIÓN Y PRESUPUESTO

Presupuesto: Perfiles

Los compradores de VO suelen estar satisfechos con lo que les cuesta el vehículo. En el 79,4% de los casos el gasto del vehículo adquirido coincide con la idea previa de la compra.

Hay que destacar que este ajuste es más alto en el caso de los compradores a particulares (85,0%) que entre quienes compran a profesionales (73,8%).

Presupuesto	Total	Comprado a ...	
		Profesional	Particular
El gasto coincide con lo presupuestado	79,4%	73,8%	85,0%
Gasto mayor	11,9%	18,6%	5,2%
Gasto menor	5,2%	5,8%	4,6%
Otras circunstancias	0,9%	0,0%	1,7%
NS/NC	2,6%	1,7%	3,5%
Total	100%	100%	100%

Y son las mujeres las que ajustan más el presupuesto que los hombres (83,5% y 76,7% respectivamente) si se tiene en cuenta el sexo de los compradores.

Presupuesto	Total	Edad Mujeres				
		18-25 años	26-35 años	36-45 años	45-55 años	56-70 años
El gasto coincide con lo presupuestado	83,5%	77,3%	81,0%	82,5%	90,3%	85,7%
Gasto mayor	8,8%	9,1%	9,5%	12,5%	6,5%	5,7%
Gasto menor	5,3%	4,5%	9,5%	2,5%	3,2%	5,7%
Otras circunstancias	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
NS/NC	2,4%	9,1%	0,0%	2,5%	0,0%	2,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Los compradores de mediana edad son quienes más se ciñen a lo presupuestado. Concretamente atendiendo a las diferencias entre las edades de los compradores se observa que los de 45-55 años, tanto hombres como mujeres, son quienes más se ciñen al presupuesto inicial (90,3 % y 84,8% respectivamente). Por otra parte, se detecta que las mujeres que sobrepasan el presupuesto son las de 36-45 años (12,5%) y en el caso de los hombres aquellos de 26-35 años (22,7%).

Presupuesto	Total	Edad Hombres				
		18-25 años	26-35 años	36-45 años	45-55 años	56-70 años
El gasto coincide con lo presupuestado	76.7%	81,8%	68,2%	81,1%	84,8%	72,2%
Gasto mayor	15,1%	13,6%	22,7%	16,2%	6,1%	13,9%
Gasto menor	5,2%	4,5%	2,3%	2,7%	3,0%	13,6%
Otras circunstancias	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
NS/NC	2,9%	0,0%	6,8%	0,0%	6,1%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Presupuesto: Financiación

Respecto a los datos de 2017, prácticamente se repite la diferencia de precios entre los vehículos comprados a particulares (más baratos), pasando de un 35,1% a un 32,4%, y profesionales (más caros) que estaba en 28,1% en 2017 y ahora está en un 27,3%.

De estos datos se desprende que quienes compran a particulares gastan menos que quienes compran a profesionales. El 32,4 % de los vehículos comprados a particulares tiene un precio inferior a 3.000 euros, mientras que sólo el 9,9% de los vehículos comprados a profesionales fueron a ese precio.

Precio pagado	Comprado a ...			Datos 2017
	Total	Profesional	Particular	
Menos de 3.000 €	21,2%	9,9%	32,4%	14,6% 35,1%
Entre 3.000 y 6.000 €	22,3%	16,9%	27,7%	19,9% 25,9%
Entre 6.000 y 10.000 €	28,1%	27,3%	28,9%	28,1% 24,3%
Entre 10.000 y 15.000 €	13,6%	20,3%	6,9%	15,2% 7,0%
Más de 15.000 €	8,4%	15,1%	1,7%	15,8% 3,2%
NS/NC	6,4%	10,5%	2,3%	6,4% 4,3%
Total	100%	100%	100%	

Sobre la financiación, los datos de la encuesta apuntan a que un 61,2% de los encuestados ha financiado o va a financiar la compra de su vehículo en todo o más de la mitad de su coste, lo que supone un considerable aumento frente a la cifra de 45,2 % que se registraba en 2017.

Aquellos que compran o comprarán su vehículo a profesionales, el 60% financia todo o más de la mitad del importe del vehículo, también por encima de la cifra de 2017 (44%).

En el caso de particulares, han financiado la compra más de la mitad del importe un 58,5% de los compradores que financiaron.

Financiación	Comprado a ...			Datos 2017
	Total	Profesional	Particular	
Todo	23,3%	33,3%	4,9%	24,0% 5,0%
Más de la mitad	37,9%	26,7%	58,5%	20,0% 42,5%
Menos de la mitad	23,3%	28,0%	14,6%	22,7% 17,5%
NS/NC.	15,5%	12,0%	22,0%	
Total	100%	100%	100%	

Presupuesto: Precio vs Kilometraje

Precio vs Km del vehículo	Kilómetro 0	Menos de 50.000 Km	Entre 50.000 y 100.000 Km	Más de 100.000 Km	NS/NC	Total
Menos de 3.000€	0,0%	8,2%	13,7%	74,0%	4,1%	100,0%
Entre 3.000 y 6.000€	0,0%	18,2%	24,7%	55,8%	1,3%	100,0%
Entre 6.000 y 10.000€	3,1%	34,0%	28,9%	28,9%	5,2%	100,0%
Entre 10.000 y 15.000€	29,8%	31,9%	4,3%	25,5%	8,5%	100,0%
Más de 15.000€	20,7%	44,8%	10,3%	20,7%	3,4%	100,0%
NS/NC	0,0%	4,5%	31,8%	9,1%	54,5%	100,0%
Total	6,7%	23,8%	20,0%	42,0%	7,5%	100,0%

Existe una correlación directa entre el precio del vehículo y el kilometraje del mismo. Así, los precios más altos corresponden a vehículos con menor kilometraje y cuanto más desciende el precio más se agrupa en kilometrajes más altos. A modo de ejemplo, la mayoría de los VO con más de 100.000 km, un 74%, se vendieron por menos de 3.000 euros.

El precio del VO también suele ser determinante para decidir financiarlo. De hecho, el 50% de los vehículos entre 10.000 euros y 15.000 euros son adquiridos con una financiación del 100%. Mientras que el 69,6 % de los vehículos entre 3.000 euros y 6.000 euros se financia más de la mitad.

Precio vs Financiación	Todo	Más de la mitad	Menos de la mitad	NS/NC	Total
Menos de 3.000€	30,0%	0,0%	50,0%	20,0%	100,0%
Entre 3.000 y 6.000€	4,3%	69,6%	8,7%	17,4%	100,0%
Entre 6.000 y 10.000€	25,0%	30,6%	33,3%	11,1%	100,0%
Entre 10.000 y 15.000€	50,0%	22,7%	9,1%	18,2%	100,0%
Más de 15.000€	15,4%	46,2%	23,1%	15,4%	100,0%
NS/NC	8,3%	50,0%	25,0%	16,7%	100,0%
Total	23,3%	37,9%	23,3%	15,5%	100,0%

2.3. VALORACIÓN

Valoración global

Los compradores de VO en general están satisfechos por la compra del vehículo y la evolución respecto a la satisfacción de compra del VO es creciente. Según la encuesta, la valoración general es muy positiva, dado que el 77,4% está 'Muy o Bastante satisfecho'. Y solamente un 6,7% de los compradores aseguran que están 'Poco o Nada Satisfechos'.

Valoración Global del Mercado del VO

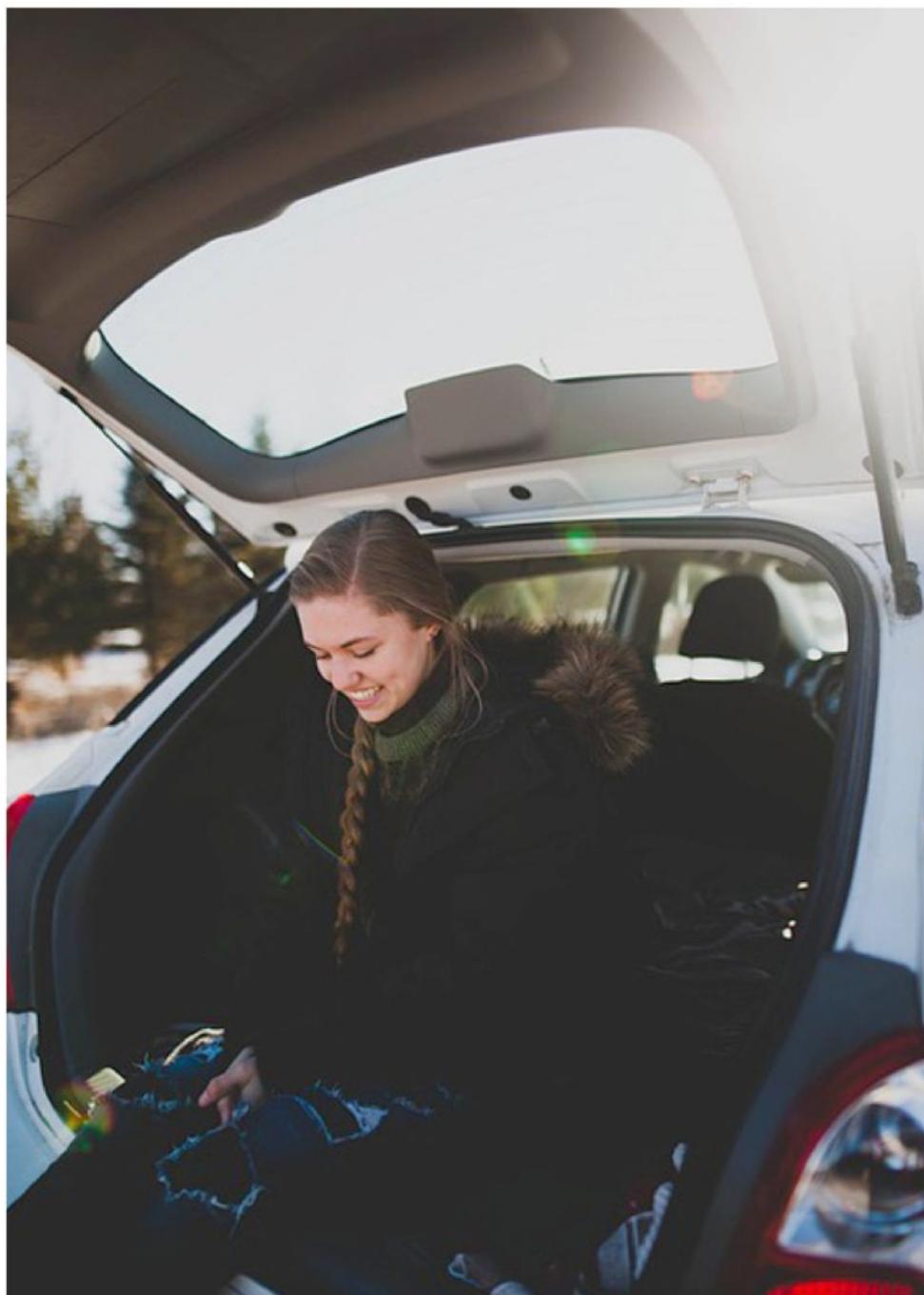


En la valoración global del mercado de VO de 2019 con respecto a 2017, se observa un considerable aumento de la satisfacción (65,5% en 2017), así como el descenso de la insatisfacción (12,3 % en 2017).

Valoración Global	Total	Comprado a ...	
		Profesional	Particular
Muy satisfecho	35,7%	36,6%	34,7%
Bastante satisfecho	41,7%	34,3%	49,1%
Algo satisfecho	15,9%	18,0%	13,9%
Poco satisfecho	3,2%	4,7%	1,7%
Nada satisfecho	3,5%	6,4%	0,6%
Total	100%	100%	100%

Si tenemos en cuenta que los vendedores profesionales respecto a los particulares, se aprecia que hay más satisfacción de compra entre los que han adquirido un VO a particulares que a profesionales. Concretamente, los profesionales reciben una valoración del 70,9 % considerándose 'Muy y bastante satisfecho' la experiencia de compra. Con respecto a los vendedores particulares, cuya valoración es más elevada, 83,8 % con 'Muy y bastante satisfecho'.

Y un 11 % se muestran insatisfechos (poco o nada satisfechos) con los vendedores profesionales, mientras que para los vendedores particulares esta valoración más negativa se reduce al 2,3 %.



B

3

COMPRADORES POTENCIALES

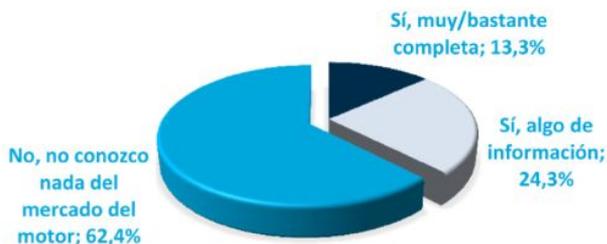
COMPRADORES POTENCIALES

3.1. EXPERIENCIA

Experiencia: Información sobre el mercado del motor

Del total de compradores potenciales un 62,6% no tiene información sobre el mercado del motor en general. Lo que significa una disminución respecto al año 2017 (65,6%).

Tiene Información sobre el mercado del motor



Se concentra el tipo de información en aquellos que poseen información del mercado de vehículos de ocasión y ambos (72,3%), cifra inferior a la observada en el año 2017 (83,6%).

En vehículos nuevos el porcentaje sube hasta el 26,9 % (frente al 16,4 % de 2017).

Tipo de información	Potencial
Vehículos de ocasión	10,0%
Vehículos nuevos	26,9%
Ambos mercados	62,3%
Otra	0,0%
NS/NC	0,0%

En cuanto a las fuentes de información que utilizan los compradores potenciales, encontramos que un 11,7 % utiliza Revistas Especializadas en papel (16,7% en 2017) mientras que casi todos ellos (98,9 %) utilizan internet en diferentes formatos (revistas o páginas especializadas, buscadores, redes sociales, etc.) ganando cuota con respecto al año 2017.

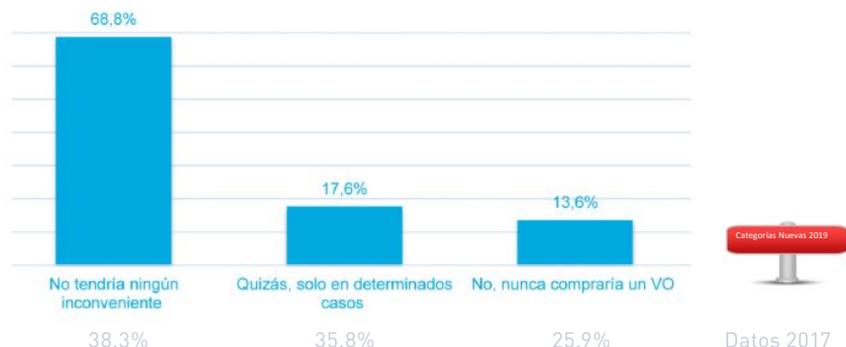
Fuente de información	Potencial
Revistas especializadas en papel	11,7%
Revistas especializadas en Internet	16,0%
Internet en general	60,6%
Páginas de Internet especializadas	16,0%
Redes sociales	6,4%
Centros especializados	2,1%
He consultado a familiares y amigos	26,6%
Anuncios de particulares	7,4%

98,9%

3.2. PROPENSIÓN A LA COMPRA

Propensión a la compra

Propensión a la compra en el mercado del VO

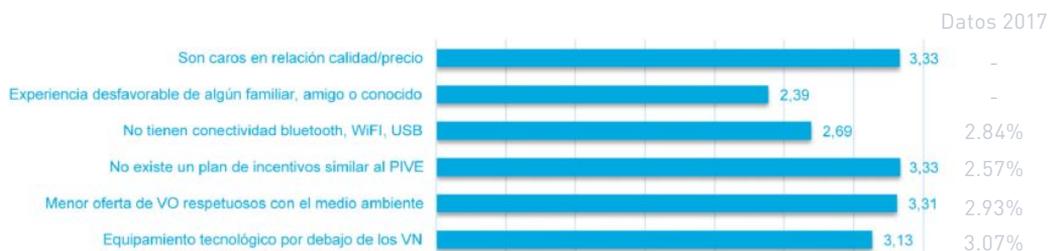


La propensión a la compra aumenta considerablemente desde 2017, pasando de un 17,6% a un 69,3 %. Los encuestados que afirman que nunca comprarían un VO se sitúan en el 13,7%.

Los principales motivos para no comprar un vehículo de ocasión cambian con respecto al año 2017, predominando el precio y la falta de incentivos similares al plan PIVE (vehículos nuevos).

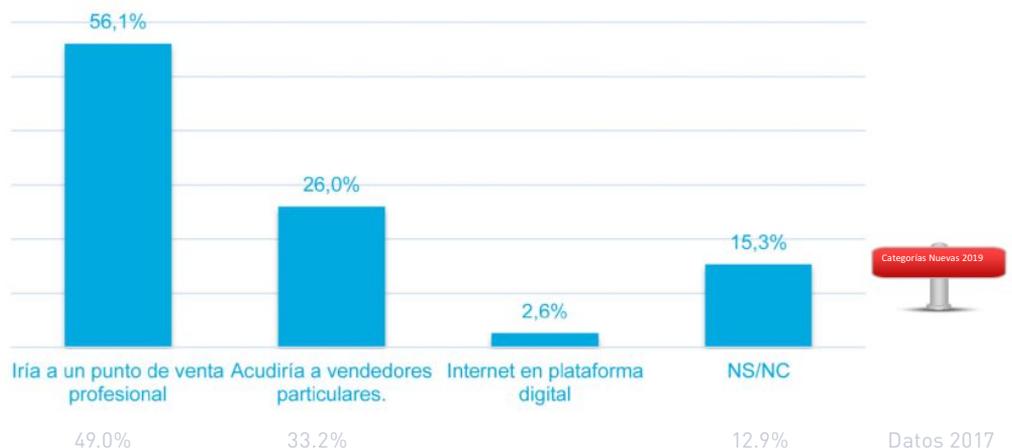
Un 25 % de los potenciales que no comprarían un VO cambiaría de idea si existieran incentivos a la compra de VO, un 43,5 % no cambiaría de idea y un 31,5 % NS/NC.

Motivos NO compra VO



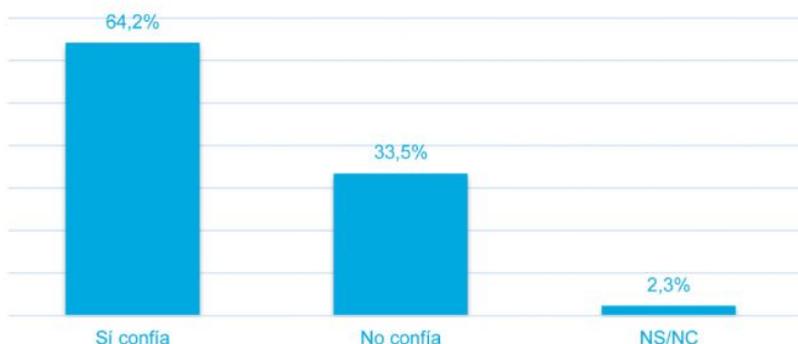
Lugar de compra

Lugar de compra



Respecto a dónde se adquiriría un VO, la figura del vendedor profesional se vuelve a presentar como la alternativa más elegida en caso de concretar la compra 56,4% aumentando con respecto al año 2017. La opción internet como medio de compra no es nada determinante pero sí continúa siendo el principal medio de búsqueda.

Confianza en internet como medio de búsqueda



En efecto, la confianza en Internet como un medio de búsqueda de VO representa el 64,5%. Pero sólo como búsqueda y no para realizar la compra y mucho menos como medio de pago. La confianza en el ámbito de internet es muy reducida y la desconfianza alcanza el 91,3%.

¿Compraría y pagaría su vehículo a través de Internet, incluso sin verlo físicamente, sólo por foto?

Confianza adquisición VO a través de Internet	Potencial
Si	7,2%
No	91,3%
NS/NC	1,4%

Datos 2017

9.9%

89.0%

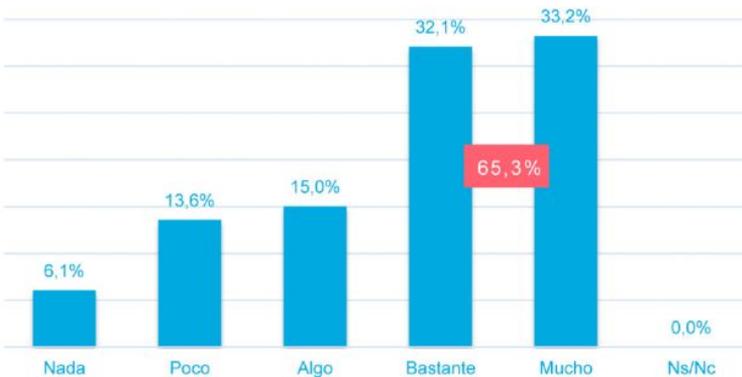
1.1%

Prioridad de posesión de vehículo propio

En general, los clientes potenciales dan mayor prioridad a la posesión de un vehículo propio, en todas las franjas de edad. Esta situación ha cambiado levemente para el total de Potenciales con respecto a 2017, descendiendo del 71,5% hasta el 65,3% este año.

Prioridad de posesión de vehículo propio	Potencial	De 18 a 25 años	De 26 a 35 años	De 36 a 45 años	De 46 a 55 años	De 56 a 70 años
Nada	6,1%	0,0%	7,1%	2,5%	3,1%	15,3%
Poco	13,6%	26,7%	8,2%	7,6%	10,8%	20,8%
Algo	15,0%	24,4%	11,8%	15,2%	18,5%	9,7%
Bastante	32,1%	22,2%	32,9%	39,2%	32,3%	29,2%
Mucho	33,2%	26,7%	40,0%	35,4%	35,4%	25,0%
Ns/Nc	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Prioridad en la posesión de vehículo



Uso de servicios de vehículo compartido

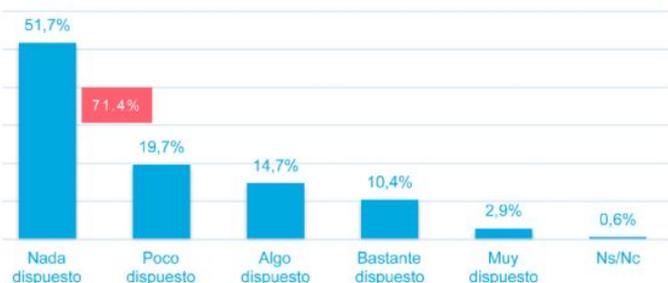
Ha usado alguna vez servicios de vehículo compartido



Los potenciales compradores mayoritariamente nunca han usado un vehículo compartido. Del total del mercado de compradores potenciales un 81,2% nunca ha usado vehículos de servicio compartido frente a un 18,8% que sí. Esta situación no ha variado sustancialmente frente a los datos de 2017 (84,8% y 15,2% respectivamente).

Pero además, destaca que un 71,4% estaría entre poco o nada dispuesto al uso de vehículo compartido como alternativa a la compra de vehículo propio.

En qué grado está dispuesto a su uso como alternativa a la compra



En qué grado estaría dispuesto a su uso como alternativa a la compra	Potencial
Nada dispuesto	51,7%
Poco dispuesto	19,7%
Algo dispuesto	14,7%
Bastante dispuesto	10,4%
Muy dispuesto	2,9%
Ns/Nc	0,6%
Total	100%

3.3 VALORACIONES

Valoración Global

En este estudio se detecta un descenso de la valoración de los potenciales compradores del mercado VO. Un 35,6% de los compradores potenciales tiene una opinión bastante o muy positiva del mercado VO. Esta valoración desciende con respecto al 2017 (49%) en parte por la subida de la valoración negativa o poco positiva (de un 8,5% en 2017 a un 10,1% en 2019) y también por un posicionamiento más neutral de los encuestados, pasando del 42,5% en 2017 a un 54,3% en 2019 que presentan una opinión “neutral” (ni positiva ni negativa).

Valoración global del mercado del VO (Compradores Potenciales)



Según la disposición de compra, desciende la buena opinión del VO para los posibles compradores, en comparación a los resultados de 2017, y se mantiene el mayor porcentaje de valoración en la posición media.

Valoración Global	Datos 2017	
	Posibles Compradores	No Compradores
Buena	39,5%	10,6%
Media	53,5%	59,6%
Baja	7,0%	29,8%

Datos 2017

61,6%	13,0%
34,6%	65,2%
3,8%	21,7%

B

4

PARQUE DE VEHÍCULOS

PARQUE DE VEHÍCULOS

4.1. GENERAL

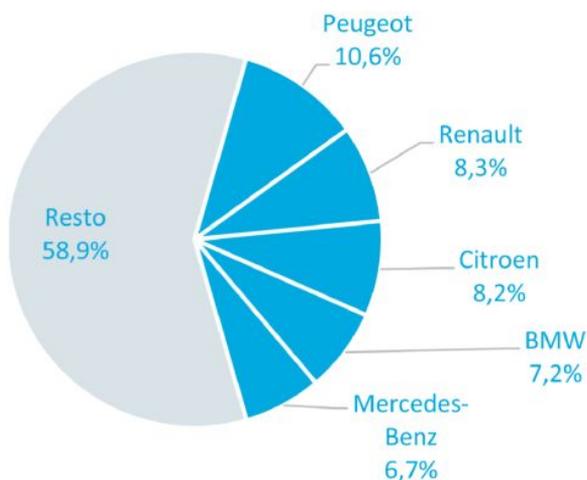
Características del vehículo

Top 5 turismo: Vehículo Actual	Total	Comprado a ...		
		Profesional	Particular	Potencial
Peugeot	10,6%	15,0%	9,6%	8,8%
Renault	8,3%	11,3%	8,3%	6,8%
Citroen	8,2%	9,4%	7,6%	7,8%
BMW	7,2%	6,3%	8,9%	6,8%
Mercedes-Benz	6,7%	6,3%	5,7%	7,5%
Resto	58,9%	51,9%	59,9%	62,2%
Total	100%	100%	100%	100%

Cinco marcas concentran el 40,9% del parque de vehículos de los individuos que conducen turismos y que componen la muestra.

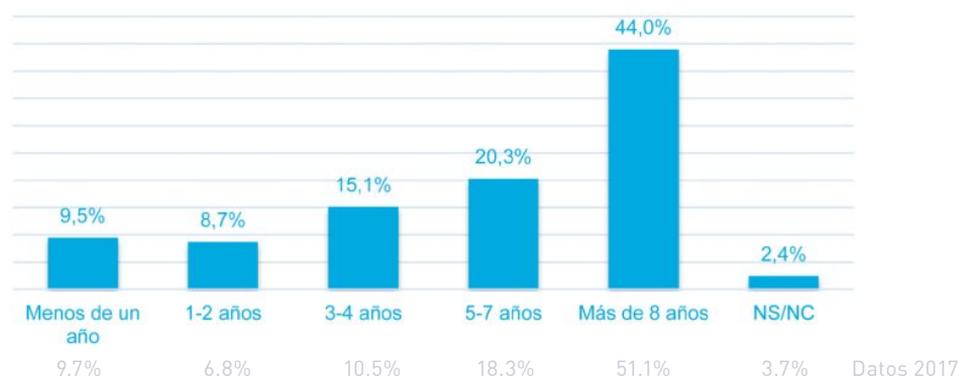
Peugeot aparece como la marca más utilizada, seguida de Citroen y Renault. También coincide la marca más utilizada por tipo de comprador (profesional, particular o potencial).

Top 5 turismo: Vehículo Actual en 2019



El parque de vehículos presenta una ligera renovación que se observa sobre todo en los vehículos de más de ocho años, en comparación con los resultados de 2017 (pasa de un 51,1 % a un 44%). También aumentan los porcentajes de intervalos de antigüedad inferiores. De todos modos el parque sigue siendo antiguo. Con una antigüedad mayor a 4 años encontramos un 64,3 % de los vehículos, si bien, este porcentaje es inferior al de 2017 (69,4%).

Tipología del vehículo actual: Antigüedad



El 43,9% de los vehículos superan los 8 años. (51,1 % en 2017). Cuando se establecen comparaciones entre compradores a vendedores profesionales y particulares, se aprecia que los segundos poseen vehículos más antiguos donde un 85,9% supera los 4 años.

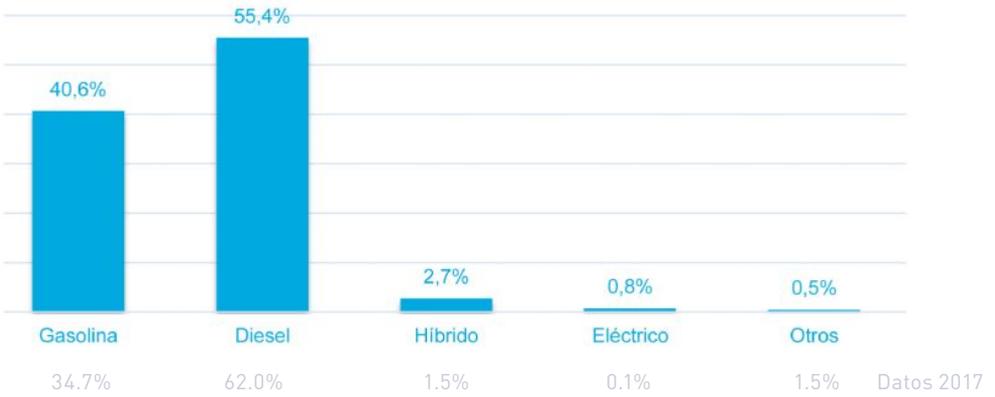
Además, el 55,4% del parque consume gasoil como carburante, mientras que tan solo el 3% utiliza fuentes alternativas a la gasolina y al diésel.

Antigüedad	Total	Comprado a ...		
		Profesional	Particular	Potencial
Menos de un año	9,5%	10,7%	1,2%	13,2%
1-2 años	8,7%	11,8%	3,6%	9,7%
3-4 años	15,1%	22,5%	13,8%	11,9%
5-7 años	20,3%	21,3%	23,4%	18,2%
Más de 8 años	44,0%	32,0%	57,5%	43,3%
NS/NC	2,4%	1,8%	0,6%	3,8%
Total	100%	100%	100%	100%

64,2% (Total de vehículos con antigüedad mayor a 4 años)

80,9% (Total de vehículos comprados a particulares)

Tipología del vehículo actual: Carburante



4.2. REVISIONES

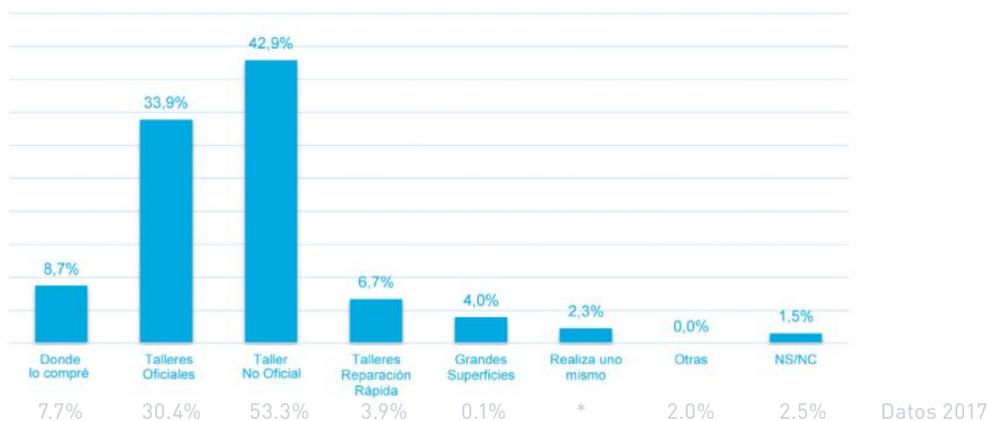
Posventa

Talleres oficiales y no oficiales son los más utilizados para realizar las revisiones rutinarias. Los compradores a profesionales reparten los mayores porcentajes entre talleres oficiales y no oficiales, mientras que los compradores a particulares son más propensos a llevar su vehículo a talleres no oficiales (46,7%).

Donde realiza revisiones rutinarias	Total	Comprado a ...		
		Profesional	Particular	Potencial
Donde lo compré	8,7%	18,9%	2,4%	6,6%
Talleres Oficiales	33,9%	33,1%	23,4%	39,8%
Taller No Oficial	42,9%	37,9%	48,5%	42,6%
Talleres Reparación Rápida	6,7%	7,1%	11,4%	4,1%
Grandes Superficies	4,0%	1,8%	6,6%	3,8%
Realiza uno mismo	2,3%	0,0%	7,2%	0,9%
Otras	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
NS/NC	1,5%	1,2%	0,6%	2,2%

Destaca también en este tipo de comprador la realización de las revisiones rutinarias por “Uno mismo” el 7,2%, así como la opción “lo compro en grandes superficies y me lo cambian gratuitamente”, con un 6,6%.

Lugar donde realiza revisiones rutinarias



Un 83,5% de los conductores señalan los talleres como los lugares donde hacen las revisiones rutinarias de sus vehículos teniendo un peso mayor los talleres no oficiales (41,7%).

Como se aprecia en el siguiente cuadro, existe una relación entre el tipo de comprador del vehículo y el lugar donde se realizan las revisiones asociadas a la garantía.

Reparaciones	Rutinarias	Garantía
En el lugar donde lo compré	8,7%	12,1%
En concesionarios o talleres oficiales	33,9%	37,1%
En un taller no oficial	42,9%	45,8%

Reparaciones asociadas a la garantía	Total	Comprado a ...		
		Profesional	Particular	Potencial
En el lugar donde lo compré	12,1%	24,9%	3,6%	9,7%
En concesionarios o talleres oficiales	37,1%	34,9%	31,7%	41,1%
En un taller no oficial	45,8%	35,5%	58,7%	44,5%
Otras	2,3%	2,4%	2,4%	2,2%
NS/NC	2,7%	2,4%	3,6%	2,5%
Total	100%	100%	100%	100%

En el caso de las reparaciones asociadas a la garantía, se mantiene la misma tendencia que en las revisiones rutinarias, es decir, acudir a talleres no oficiales (45,8%).

Esto tiene que ver fundamentalmente con la antigüedad del vehículo: a mayor antigüedad el vehículo (ya no tiene garantía) se acude mayoritariamente a un taller no oficial o bien las realizan los propios individuos.

Reparaciones asociadas a garantía	TOTAL	Donde lo Compré	Concesionario o taller oficial	Taller no oficial	Otros	NS/NC
Menos de 1 año	9,5%	20,3%	16,0%	1,7%	0,0%	11,1%
Entre 1 y 2 años	8,7%	19,0%	11,9%	4,0%	0,0%	5,6%
Entre 3 y 4 años	15,1%	31,6%	17,7%	10,3%	0,0%	0,0%
Entre 5 y 7 años	20,3%	16,6%	25,6%	17,3%	33,3%	5,6%
Más de 8 años	44,0%	11,4%	27,6%	65,7%	53,3%	38,9%
NS/NC	2,4%	1,3%	1,2%	1,0%	13,3%	38,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4



4.3. MEDIO AMBIENTE

Etiqueta Medioambiental

El Medio Ambiente y la Etiqueta Medioambiental son apartados que se introducen por primera vez en el Libro Blanco del Vehículo de Ocasión realizado por Ganvam para observar la evolución de este indicador. En este apartado de la encuesta se le preguntó a los encuestados si su vehículo tenía etiqueta medioambiental y de qué tipo es la etiqueta medioambiental.



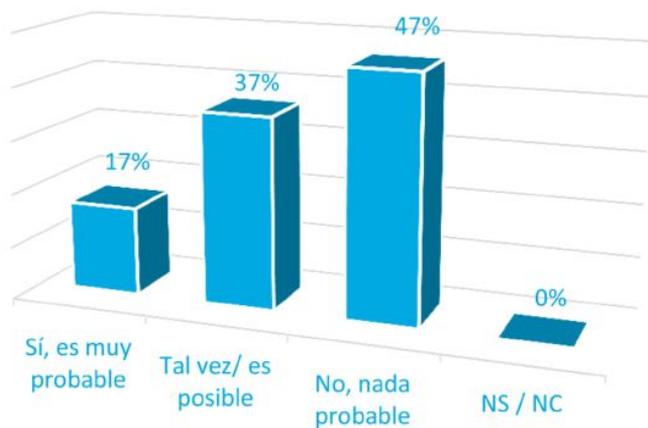
La siguiente pregunta era si los vehículos de los encuestados tenían restricciones de movilidad por problemas de contaminación y emisión de CO₂ en la ciudad donde residen. Los encuestados que contestaron que tienen restricciones de movilidad corresponden en su mayoría a Madrid (77%) y el resto (23%) a Cataluña (concretamente a Barcelona) donde actualmente existe restricción de acceso en los centros de esas ciudades.

Precisamente, se ha detectado que las personas que contestaron que tienen etiqueta Azul Cero Emisión o Eco (Verde y Azul) son precisamente de alguna de estas ciudades.

Vehículo Híbrido / Eléctrico

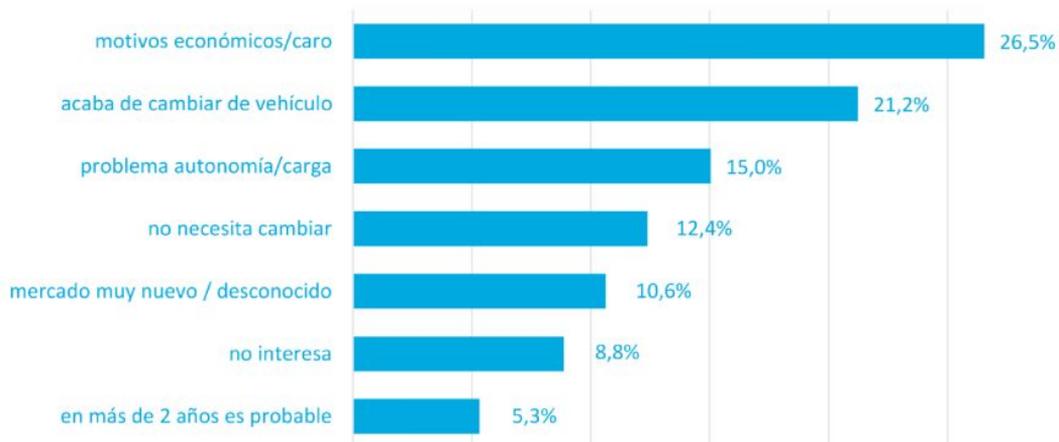
Esta edición del Libro Blanco del Vehículo de Ocasión introduce una nueva sección también dedicada al vehículo híbrido/eléctrico. A los encuestados se les preguntó si tenían intención de cambiar a uno de estos dos vehículos y casi todos responden que “Sí, es muy probable” que cambien a vehículo híbrido o eléctrico. Estos encuestados son de aquellas ciudades donde hay restricciones de tráfico (Madrid y Barcelona).

Cambio vehículo híbrido / eléctrico



Los motivos por los que no cambiarían a vehículo híbrido/ eléctrico son fundamentalmente el elevado precio, porque acaban de cambiar de vehículo o por problemas de autonomía.

Motivos por los que NO cambiarán a híbrido / eléctrico



B

5

PERCEPCIÓN GENERAL

PERCEPCIÓN GENERAL

Opinión general sobre el mercado del Vehículo de Ocasión

Grado de acuerdo TOTAL	Media	Puntuación					
		Totalmente en desacuerdo	Bastante desacuerdo	Algo de acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo	NS/NC
La imagen del mercado de los VO en España ha mejorado en los últimos años	3,72	3,4%	7,7%	24,6%	42,1%	22,2%	0,0%
El mercado de VO tiene una oferta amplia y variada, se puede encontrar cualquier vehículo que se busque	4,17	1,6%	4,9%	10,0%	41,6%	41,9%	0,0%
Merece la pena comprar un VO por la diferencia de precio respecto a un coche nuevo	3,95	2,4%	4,5%	10,4%	25,3%	23,5%	0,0%
Encuentras las mismas facilidades de compra independientemente de si buscas adquirir un VO o si buscas un vehículo nuevo	3,19	8,6%	24,3%	21,6%	30,0%	15,5%	0,0%
Los vehículos de ocasión ofrecen las mismas garantías que un coche nuevo	2,39	34,5%	22,8%	18,5%	17,5%	6,7%	0,0%
El vendedor de vehículo de ocasión ofrece a un comprador la misma confianza que el vendedor de vehículo nuevo	2,86	4,9%	6,9%	11,3%	8,4%	1,8%	0,0%
Las aseguradoras y financieras establecen las mismas condiciones al comprador con independencia del vehículo que se adquiera	2,87	13,8%	28,3%	25,2%	22,4%	10,3%	0,0%
Tengo claro a donde debo dirigirme en caso de que quiera adquirir un VO	3,94	5,7%	7,6%	15,4%	29,8%	41,5%	0,0%

Datos 2017

3.6%

4.2%

*

3.3%

2.4%

*

2.9%

3.6%

Se introduce en esta sección en la que se pregunta a los encuestados por el grado de acuerdo dos nuevas afirmaciones las preguntas 'si merece la pena comprar un VO por la diferencia de precio con un vehículo nuevo' y 'si el vendedor de VO ofrece la misma confianza que el vendedor de un vehículo nuevo'. Destaca en la pregunta 'si merece la pena comprar un VO por la diferencia de precio con un vehículo nuevo' que un 25,3% está bastante de acuerdo y un 23,5% totalmente de acuerdo.

En el caso de la otra pregunta: 'si el vendedor de VO ofrece la misma confianza que el vendedor de un vehículo nuevo', los encuestados responden tímidamente con un algo de acuerdo en un 11,3%, siendo la respuesta que ofrecen la mayoría de los encuestados.

Las afirmaciones mejor valoradas (puntuación sobre 5) se refieren a:

- Amplitud de oferta (4,17)
- Saben dónde acudir en caso de que quiera un VO (3,94)
- Imagen del mercado español (3,72).

Por otra parte, las peor valoradas son las referentes a:

- Las garantías (2,39)
- Las condiciones ofrecidas por aseguradoras y financieras (2,87).
- Confianza del vendedor VO (2,86)

Grado de acuerdo TOTAL	Comprado a ...		
	Profesional	Particular	Potencial
La imagen del mercado de los VO en España ha mejorado en los últimos años	3,83	3,85	3,60
El mercado de VO tiene una oferta amplia y variada, se puede encontrar cualquier vehículo que se busque	4,08	4,46	4,08
Merece la pena comprar un VO por la diferencia de precio respecto a un coche nuevo	4,07	4,10	3,87
Encuentras las mismas facilidades de compra independientemente de si buscas adquirir un VO o si buscas un vehículo nuevo	3,42	3,20	3,08
Los vehículos de ocasión ofrecen las mismas garantías que un coche nuevo	2,87	2,06	2,31
El vendedor de vehículo de ocasión ofrece a un comprador la misma confianza que el vendedor de vehículo nuevo	3,54	3,09	2,53
Las aseguradoras y financieras establecen las mismas condiciones al comprador con independencia del vehículo que se adquiera	3,29	2,75	2,71
Tengo claro a donde debo dirigirme en caso de que quiera adquirir un VO	4,06	4,43	3,62

Si atendemos a la tipología de compradores, las principales características que se observan son:

- En términos generales los compradores a profesionales y particulares tienen una mejor valoración que los compradores potenciales (cambia la perspectiva de profesionales en comparación a 2017).
- Mejora la opinión sobre la oferta, porque la consideran amplia y variada.
- La diferencia de precio es predominante en compradores a particulares.
- Se mantiene baja la valoración de las facilidades de compra (en línea con 2017), así como las garantías del VO en comparación a uno nuevo.
- Gana en confianza el vendedor profesional y también las condiciones de aseguradoras y financieras en relación a los compradores particulares y los potenciales.
- Tanto en profesionales como particulares, los consumidores tienen claro dónde acudir en caso de adquirir un VO.

Compra de vehículo matriculado fuera de España

Valora la opción de comprar un VO matriculado fuera de España	Comprado a ...		
	Profesional	Particular	Potencial
Si, lo hice o haría	37,2%	41,0%	30,1%
No conocía la posibilidad	6,4%	5,2%	6,1%
No, no lo compraría	53,5%	48,6%	61,0%
NS/NC	2,9%	5,2%	2,9%
Total	100%	100%	100%

En términos generales tanto los compradores a profesionales como a particulares como los clientes potenciales se muestran más negativos a la hora de adquirir un VO matriculado fuera de España con un 53,5%, 48,6% y 61,0% respectivamente.

Y de todos ellos, los compradores potenciales se muestran menos dispuestos a adquirir un VO matriculado fuera de España (30,1%), los compradores a particulares no lo comprarían en un 48,6% y los compradores a profesionales un 53,5%.

Compraría un VO matriculado fuera de España



B

TENDENCIAS

6

TENDENCIAS

6.1. TENDENCIA DE COMPRA

Comparativa años 2006-2019

Reincidencia en la compra



Si comparamos de 2006 hasta los datos de los encuestados de la actualidad se aprecia que la cantidad de compradores “novatos” y “experimentados” está cambiando en los últimos años. Se podría hablar de un cambio de tendencia.

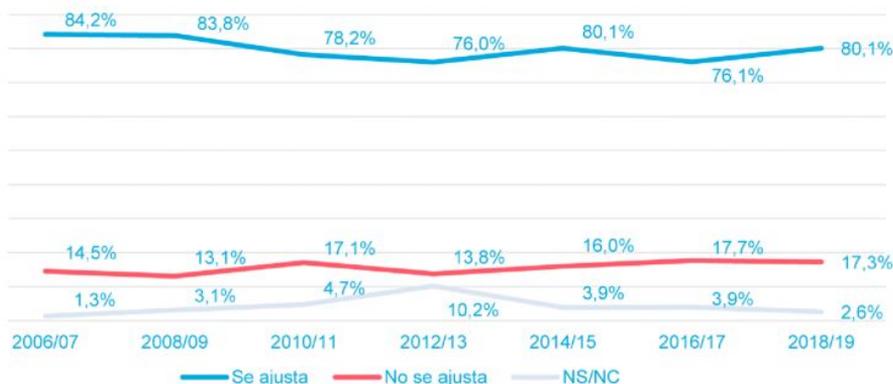
Desde el año 2006 hasta el 2010 los compradores experimentados aumentan progresivamente. Después, en el año 2013 sufren una disminución que alcanza un punto de estabilización en 2015 y estabiliza el crecimiento hasta 2019.

Fidelidad con el vendedor

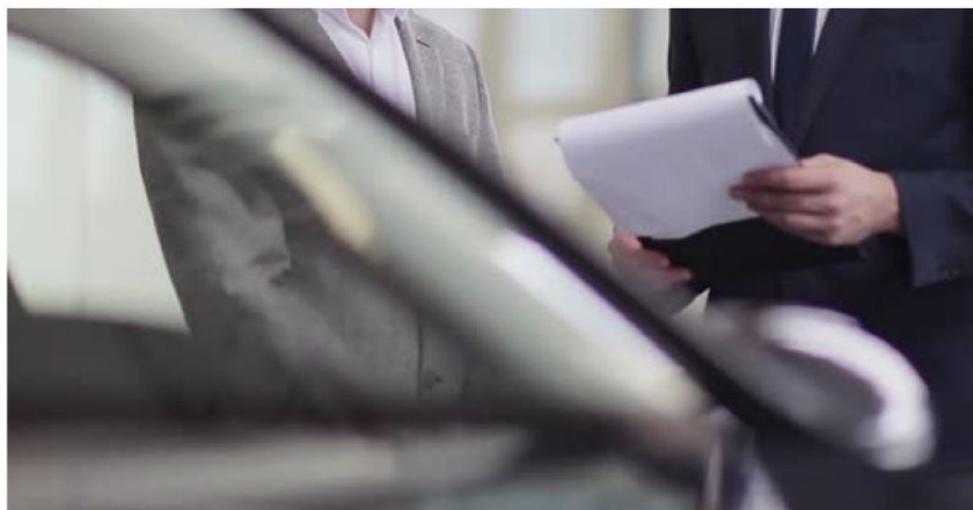


Respecto a la fidelidad del comprador se detecta que la tendencia de los compradores a no repetir con el vendedor disminuye por primera vez aunque sigue siendo importante. Actualmente alcanza al 87,7%. Por el contrario, el porcentaje de fidelidad, los que repiten vendedor, muestra un aumento que este año llega al 12,3%.

Ajuste al presupuesto



En esta edición de 2019, el 80% de las compras se han ajustado al presupuesto, lo que significa un aumento en relación al último año y volver al ratio de 2014/2015. También se aprecia que las compras que no se ajustan al presupuesto inicial bajan ligeramente.



6.2. TENDENCIAS DE COMPRADORES POTENCIALES

Información sobre el mercado	Evolución Temporal								
	2006	2007	2008	2009	2010	2013	2015	2017	2019
Muy /bastante completa	9,8%	11,5%	11,8%	7,4%	4,7%	6,7%	6,6%	9,0%	13,3%
Algo de información	23,6%	19,9%	27,8%	28,2%	27,5%	16,4%	17,7%	25,4%	24,3%
No, no conozco nada	66,6%	68,6%	60,1%	60,3%	66,9%	75,9%	71,8%	65,5%	62,4%
Ns/Nc	0,0%	0,0%	0,2%	4,1%	0,8%	1,1%	3,9%	0,0%	0,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

No se aprecian cambios en el conocimiento de los compradores potenciales sobre el mercado de VO. Los compradores potenciales mantienen la tendencia de la serie histórica: Más del 65% afirma que no tiene información de ningún tipo sobre el mercado de VO.

Los datos sobre aquellos clientes que sí tienen algo de información sobre el mercado, refleja dos situaciones: por un lado, la información de los vehículos de ocasión desciende, situándose en el 73%. Por otro lado, la información de vehículos nuevos aumenta más que la de los VO.

En general, lo que sí se aprecia es que aumenta la información sobre el mercado de motor.



Información previa a la compra



Destaca el incremento a la disposición de compra de un VO. El 68,8 % afirma no tener ningún inconveniente, muy por encima del último resultado. Esta variación es significativa del cambio de imagen que está adquiriendo el mercado de VO.

Al mismo tiempo, también se detecta que se reduce el porcentaje de personas que nunca comprarían un VO alcanzando su nivel más bajo histórico (13,6%).

Propensión a la compra



6.3. TENDENCIAS DE PARQUE DE VEHÍCULOS

El parque de vehículos en España sigue siendo antiguo. Si bien en 2019 aumenta la cantidad de vehículos con menos de dos años (18,2%) y también se reducen los vehículos de más de 8 años.

Por su parte, aumentan los vehículos entre 3 a 4 años, así como los que tienen entre 4 y 8 años que pasan del 18,3% en 2017 al 20,3% en 2019.

Antigüedad del vehículo	Evolución Temporal						Dif. Interanual				
	2009	2010	2013	2015	2017	2019	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Menos de un año	3,7%	4,3%	1,7%	2,6%	9,7%	9,5%	154,4%	120,6%	458,5%	264,1%	-2,5%
1-2 años	12,1%	14,1%	8,5%	5,6%	6,8%	8,7%	-27,8%	-38,5%	2,7%	55,4%	28,9%
3-4 años	24,9%	22,1%	9,7%	9,0%	10,5%	15,1%	-39,2%	-31,7%	55,1%	67,9%	43,3%
4-8 años	33,5%	31,1%	29,7%	28,6%	18,3%	20,3%	-39,4%	-34,8%	-31,5%	-29,0%	11,1%
> 8 años	24,7%	27,1%	47,3%	50,8%	51,1%	44,0%	78,0%	62,0%	-7,1%	-13,4%	-13,9%
Ns/Nc	1,2%	1,1%	3,1%	3,4%	3,7%	2,4%	105,2%	114,3%	-21,4%	-28,2%	-33,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%					

6.4. TENDENCIAS: FUENTES DE INFORMACIÓN/INTERNET

La relevancia que Internet tiene en la vida cotidiana de las personas también se ha trasladado al mundo de los vehículos, entendiendo por internet toda la información que se puede encontrar en la red. A la red acuden a informarse a través de:

- Revistas especializadas en Internet.
- Internet en general.
- Páginas de Internet especializadas.
- Redes sociales.

Esta fuente de información está aumentando considerablemente en los últimos años y resulta la mayor fuente de información para los encuestados. El crecimiento del tráfico de información por internet ha desplazado al papel en cuanto a fuente de información.

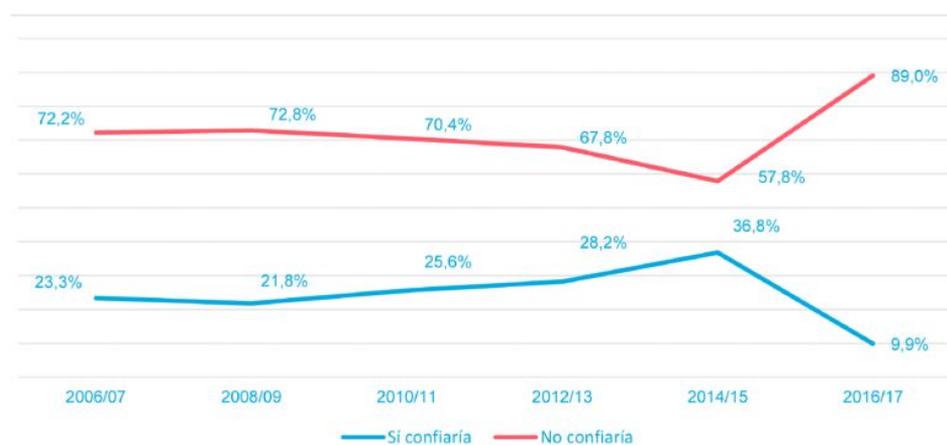
De hecho, las revistas en papel y centros especializados, pierden terreno frente a la información proporcionada por amistades/ familiares.

Fuentes de información



Los encuestados muestran una gran confianza en Internet a la hora de encontrar información del mercado de motor, ya sea para nuevo, de VO profesional o VO particular.

Confianza en internet



6.5. TENDENCIAS: VALORACIÓN DEL MERCADO VO

Valoración Global Compradores	Evolución Temporal						Dif. Interanual				
	2009	2010	2013	2015	2017	2019	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Positiva	77,0%	85,9%	74,6%	68,9%	65,4%	77,4%	0,5%	-9,9%	3,8%	12,3%	18,2%
Indiferente	20,7%	10,2%	18,6%	22,5%	22,2%	15,9%	-23,1%	56,0%	-14,5%	-29,1%	-28,2%
Negativa	2,3%	3,9%	6,8%	8,6%	12,4%	6,7%	193,3%	72,3%	-1,7%	-22,5%	-46,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%					

Valoración Global Comprado a Profesionales	Evolución Temporal						Dif. Interanual				
	2009	2010	2013	2015	2017	2019	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Positiva	75,7%	83,2%	78,8%	70,4%	57,9%	70,9%	-6,3%	-14,7%	-10,0%	0,8%	22,5%
Indiferente	21,6%	12,0%	14,5%	18,4%	21,1%	18,0%	-16,4%	50,7%	24,1%	-2,0%	-14,4%
Negativa	2,8%	4,9%	6,7%	11,2%	21,1%	11,0%	300,2%	125,9%	64,8%	-1,4%	-47,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%					

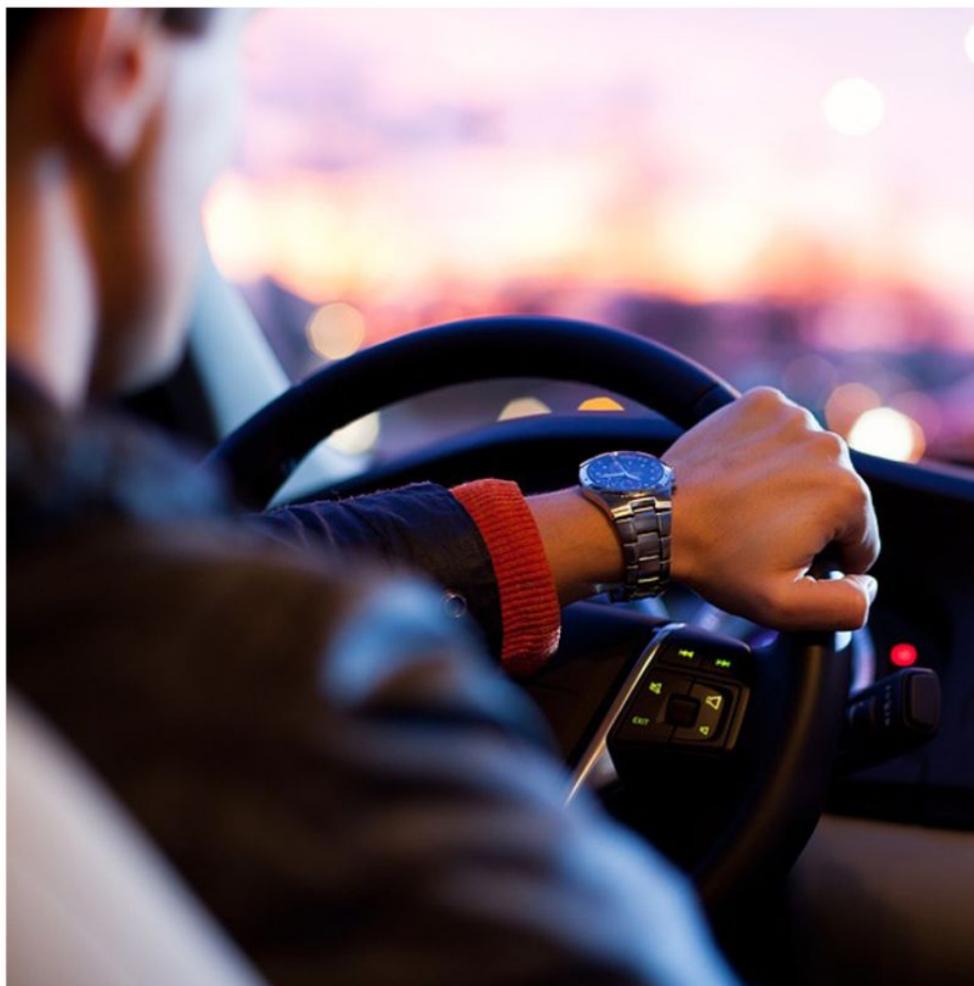
La valoración global de los compradores DE VO continúa siendo positiva (77,4%). Además, sube con respecto al año anterior, al tiempo que mejora la cuantía de valoraciones negativas. Quienes compran a un profesional tienen una valoración positiva ligeramente más baja que la opinión global (70,9%). Sin embargo, también aumenta con respecto al año anterior. Las valoraciones negativas son menores y bajan al (11,0%) similar nivel al de 2015.

Los compradores potenciales, por el contrario, empeoran la valoración positiva con respecto a la de 2017, se muestran más indiferentes y sube dos puntos la valoración negativa.

Percepción Global del mercado VO	Evolución Temporal						Dif. Interanual				
	2009	2010	2013	2015	2017	2019	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Tengo claro a donde debo dirigirme en caso de que quiera adquirir un VO	3,82	3,69	3,81	3,60	4,04	3,94	3,1%	6,7%	3,4%	9,4%	-2,6%
El mercado de VO tiene una oferta amplia y variada, se puede encontrar cualquier vehículo que se busque	3,35	3,91	3,93	4,02	4,22	4,17	24,5%	6,7%	6,3%	3,8%	-1,2%
Mismas facilidades de compra independientemente de si buscas adquirir un VO o si buscas un VN	3,28	3,43	3,21	3,30	3,32	3,19	-2,6%	-6,9%	-0,5%	-3,2%	-3,8%
Las aseguradoras y financieras establecen las mismas condiciones al comprador con independencia del vehículo que se adquiera	2,95	3,39	3,11	2,95	2,75	2,87	-2,6%	-15,3%	-7,7%	-2,6%	4,6%
Los Vehículos Ocasión ofrecen las mismas garantías que un Vehículo nuevo	2,38	2,97	2,52	2,45	2,14	2,39	0,5%	-19,5%	-5,2%	-2,4%	11,7%
La imagen del mercado de los VO en España ha mejorado en los últimos años	-	-	-	3,65	3,67	3,72	-	-	-	2,0%	1,4%
Merece la pena comprar un VO por la diferencia de precio respecto a un coche nuevo	-	-	-	-	-	3,95	-	-	-	-	-
El vendedor de vehículo de ocasión ofrece a un comprador la misma confianza que el vendedor de vehículo nuevo	-	-	-	-	-	2,88	-	-	-	-	-

En esta edición 2019 sigue elevado el grado de acuerdo respecto a la variedad que ofrece el mercado de VO, las facilidades de compra y a dónde deben dirigirse. También en esta edición está bien valorada la nueva categoría introducida en 2019 de “Merece la pena comprar un VO por la diferencia de precio respecto a un coche nuevo”.

La disminución más significativa se produce respecto a las garantías en comparación con los vehículos nuevos y las condiciones de los aseguradores y financieras. Ambas bajan por tercer año consecutivo. Se aprecia de manera destacada la buena valoración que obtiene la imagen del mercado de VO que sigue subiendo.



B

A large, light gray, stylized number '7' is positioned in the background, extending from the top left towards the bottom right. The number is composed of thick, rounded strokes.

7

CONCLUSIONES

7.1. CLIENTES COMPRADORES

- El VO, la primera opción de compra para siete de cada diez
- Seis de cada diez compradores repiten
- Los que compran a profesional prefieren el multimarca
- Internet, el principal canal de búsqueda

Entre las conclusiones que se desprenden de las encuestas de esta edición del Libro Blanco del Vehículo de Ocasión respecto a los clientes se aprecia que los compradores de vehículos a profesionales acuden mayoritariamente a establecimientos con múltiples marcas, situándose en el 42,4%.

También se aprecia, como se ha visto en este estudio, que se mantiene la entrega de documentos y, en términos generales, la mayoría de los establecimientos especializados en ventas de VO –más del 90%- entregan las garantías legales, contratos y facturas. Concretamente, un 92,1 % recibe la garantía comercial.

Para el 76,9% de los compradores el Vehículo de Ocasión fue su primera opción. Para los compradores de VO a particulares, esta cifra asciende a 80,9%.

Además, el precio continúa siendo un factor determinante en este mercado, aunque las condiciones del vehículo cobran mayor importancia. Los factores incorporados en la anterior “conectividad WIFI” y “baja emisión CO2” siguen teniendo una valoración baja, ocupando los dos últimos puestos tanto para profesionales como para particulares.

Por otra parte, la relación de amistad es el vínculo más común entre los compradores y los vendedores particulares conocidos (9,8%) y en menor medida un vínculo familiar (4,6%) Cuando se trata de una compra entre particulares desconocidos, el contacto a través de Internet tiene la mayor relevancia, alcanzando un 65,9%.

Además, del estudio se aprecia que cerca de un 60%, hasta un 57,7% de compradores repiten la compra de un vehículo de ocasión, aumentando respecto al año 2017. Esta tendencia se acentúa entre quienes han adquirido anteriormente su vehículo a un vendedor particular (60,1%), mientras que los compradores a profesionales tienen en este ámbito una experiencia más reducida (55,2%).

Todavía se aprecia que la fidelidad al vendedor es baja entre los compradores a profesionales (15,8%) aunque aún menor entre los compradores a particulares (8,7%).

En términos globales se trata de un parque de vehículos antiguo: el 62,9% tienen más de 50.000 km. En este tramo, los vehículos adquiridos a profesionales son menos antiguos (34,2%) que aquellos adquiridos a vendedores particulares (79,8%).

El presupuesto inicial se ajusta más en el caso de los compradores a particulares (85,0%) que entre quienes compran a profesionales (73,8%).

La mayoría de los compradores de vehículo a profesionales que financian sus vehículos en más de la mitad del importe se sitúa en el 63,4 %, lo que significa un aumento respecto al año 2017 (44,0%). Mientras que un 66,4% compra sin financiación.

La valoración del mercado de VO mantiene unos niveles positivos, donde más del 77,4% de los compradores lo valoran muy positivamente. En definitiva, se observa una evolución positiva de la percepción del mercado de VO de 2017 a 2019.

7.2. CLIENTES COMPRADORES POTENCIALES

- La propensión a la compra se dispara
- El vendedor profesional gana protagonismo
- Ocho de cada diez nunca ha hecho uso del carsharing

Los clientes compradores potenciales cada vez disponen de menos información sobre el mercado del motor. Del total de compradores potenciales un 62,6% no tiene información sobre el mercado del motor en general, lo que significa una disminución respecto al año 2017 de tres puntos porcentuales (65,6%).

También se aprecia que se concentra el tipo de información en aquellos que poseen información del mercado de vehículos de ocasión y ambos (72,3%), aunque esta cifra es inferior en casi diez puntos porcentuales respecto a la observada en el año 2017 (83,6%). En vehículos nuevos el porcentaje sube hasta el 26,9 % frente al 16,4 % de 2017.

En cuanto a las fuentes de información que utilizan los compradores potenciales, encontramos que un 11,7 % utiliza Revistas Especializadas en papel (16,7% en 2017). Mientras que la mayoría de ellos (98,9 %) utilizan internet en diferentes formatos (revistas

o páginas especializadas, buscadores, redes sociales, etc). Esta fuente de información gana cuota con respecto al año 2017.

También se aprecia que entre los clientes potenciales la propensión a la compra aumenta considerablemente desde 2017, pasando de un 17,6% a un 69,3 %. Los encuestados que afirman que nunca comprarían un vehículo de ocasión únicamente representan un 13,7%. Los principales motivos para no comprar un VO cambian con respecto al año 2017 y predominan el precio y la falta de incentivos similares al plan PIVE (vehículos nuevos). Además, se aprecia que aunque un 43,5 % no cambiaría de idea si existieran incentivos a la compra de VO y un 31,5 % no sabe/no contesta, un 25 % de los potenciales que no comprarían un VO sí cambiaría de idea.

La figura del vendedor profesional se vuelve a presentar como la alternativa más elegida en caso de concretar la compra con un 56,4%. Pero además esta cifra aumenta con respecto al año 2017. La opción internet como medio de compra no es nada determinante pero sí continúa siendo el principal medio de búsqueda. De hecho, la confianza en Internet como un medio de búsqueda de VO representa el 64,5% pero sólo como búsqueda y no para realizar la compra. Mucho menos como medio de pago ya que la confianza en este ámbito es muy reducida y la desconfianza alcanza el 91,3 %.

Por otra parte, si atendemos a las prioridades de los compradores potenciales, en general, los clientes potenciales dan mayor prioridad a la posesión de un vehículo propio en todas las franjas de edad. Esta situación ha cambiado levemente para el total de potenciales compradores con respecto a 2017. Desciende casi 10 puntos pasando del 71,5% hasta el 65,3% de este año.

Del total del mercado de compradores potenciales un 81,2% nunca ha usado vehículos de servicio compartido frente a un 18,8% que sí. Esta situación no ha variado sustancialmente frente a los datos de 2017 (84,8% y 15,2% respectivamente). Destaca que un 71,4% estaría entre poco o nada dispuesto al uso de vehículo compartido como alternativa a la compra de vehículo propio.

Un 35,6% de los compradores potenciales tiene una opinión bastante o muy positiva del mercado del vehículo de ocasión. Esta valoración desciende con respecto al 2017 (49%) en parte por la subida de la valoración negativa o poco positiva (de un 8,5 % en 2017 a un 10,1 % en 2019) y también por un posicionamiento más neutral de los encuestados,

que pasan del 42,5 % en 2017 a un 54,3% en 2019 en una opinión “neutral” (ni positiva ni negativa).

Según la disposición de compra, desciende la buena opinión del vehículo de ocasión para los posibles compradores, en comparación a los resultados de 2017, y se mantiene el mayor porcentaje de valoración en la posición media.

7.3. PARQUE DE VEHÍCULOS

- Cinco marcas concentran el 41% del mercado
- El VO, una palanca para impulsar el rejuvenecimiento del parque
- Los usados de tecnologías alternativas representan el 3%

Cinco marcas concentran el 40,9% del parque de vehículos de los individuos que conducen turismos y que componen la muestra. La marca más utilizada es Peugeot, seguida de Citroen y Renault. También coincide la marca más utilizada por tipo de comprador (profesional, particular o potencial).

En este último estudio se detecta que el parque de vehículos presenta una ligera renovación que se aprecia sobre todo en los vehículos de más de ocho años, en comparación con los resultados de 2017 (pasa de un 51,1 % a un 43,9%). También aumentan los porcentajes de intervalos de antigüedad inferiores. El parque sigue siendo antiguo aunque el porcentaje ya es inferior al de 2017 (69,4%). Con una antigüedad mayor a 4 años encontramos un 64,2 % de los vehículos, si bien, el 43,9% de los vehículos superan los 8 años (51,1 % en 2017).

Cuando se establecen comparaciones entre compradores a vendedores profesiones y particulares, se aprecia que los compradores a particulares poseen vehículos más antiguos donde un 85,9% supera los 4 años.

El 63% del parque consume gasoil como carburante, mientras que tan sólo el 3% utiliza fuentes alternativas a la gasolina y al diésel.

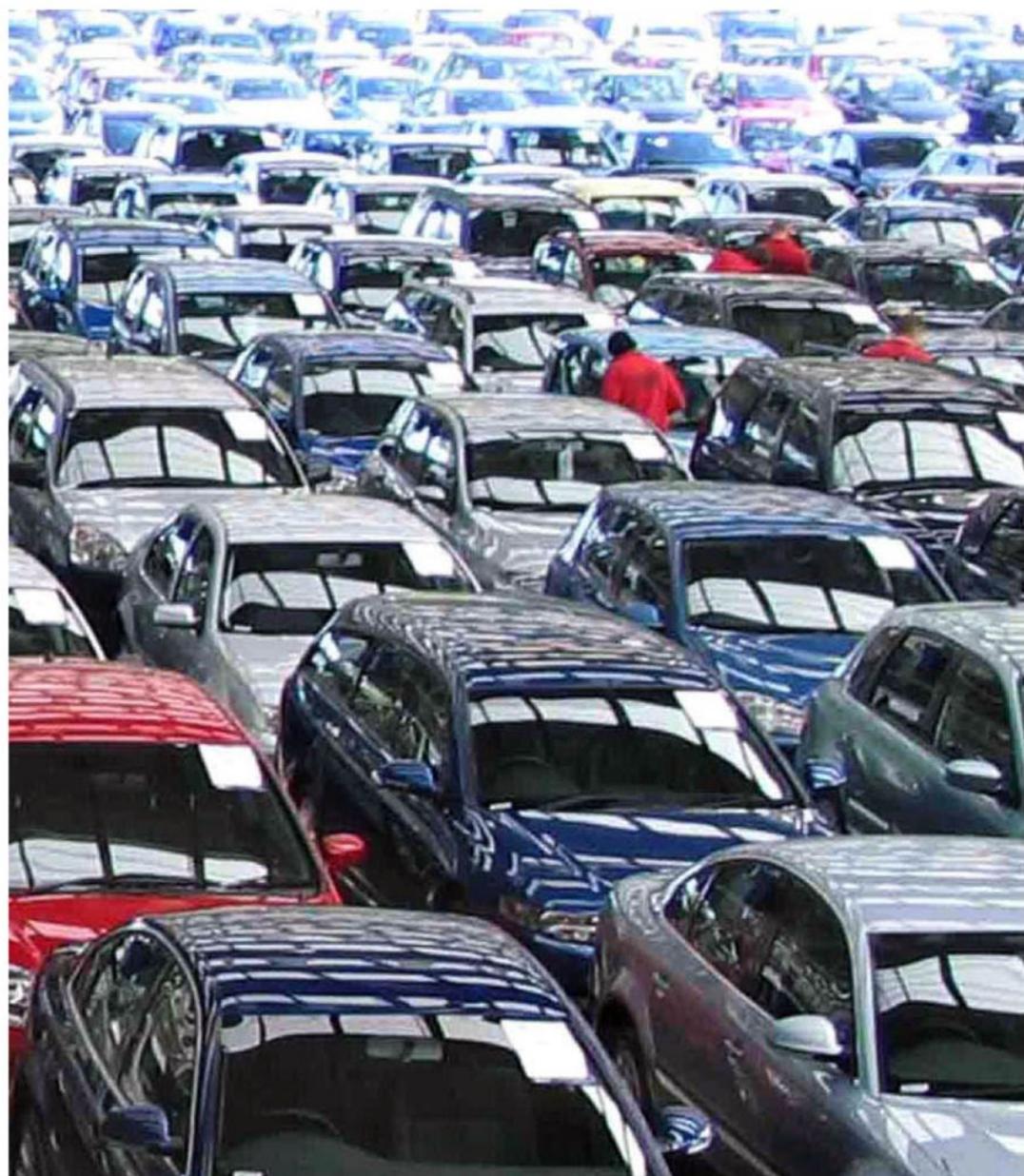
7.4. PERCEPCIÓN GLOBAL DEL MERCADO

Las mejores valoraciones del Mercado se refieren a amplitud de oferta, conocimiento de dónde acudir en caso de que quiera un vehículo de ocasión y sobre la imagen del mercado español.

Las peor valoradas son las que se refieren a las garantías, las condiciones ofrecidas por aseguradoras y financieras y sobre la confianza con el vendedor de vehículos de ocasión.

Según la tipología de compradores, las principales características que se observan sobre la valoración que se tiene del mercado son:

- Los compradores a profesionales y particulares tienen una mejor valoración que los compradores potenciales (cambia la perspectiva de profesionales en comparación a 2017).
- Mejora la opinión sobre la oferta (amplia y variada)
- La diferencia de precio es predominante en compradores a particulares.
- Se mantiene baja la valoración de las facilidades de compra (en línea con 2017), así como las garantías del VO en comparación a uno nuevo.
- Gana en confianza el vendedor profesional y también las condiciones de aseguradoras y financieras en relación a los compradores particulares y los potenciales.
- Tanto en profesionales como particulares, los consumidores tiene claro dónde acudir en caso de adquirir un VO.



COMPARATIVA 2006-2019

1 - Reincidencia en la compra (compradores)

Reincidencia	Evolución Temporal								
	2006	2007	2008	2009	2010	2013	2015	2017	2019
Primera vez	48,2%	61,1%	44,4%	49,4%	42,5%	47,7%	47,2%	44,1%	41,7%
Repite Compra	51,5%	38,9%	55,1%	49,7%	57,2%	51,1%	52,5%	55,6%	57,7%
Ns/Nc	0,3%	0,0%	0,5%	0,9%	0,3%	1,1%	0,3%	0,3%	0,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Reincidencia	Dif. Interanual							
	19 vs 06	19 vs 07	19 vs 08	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Primera vez	-13,4%	-31,6%	-6,1%	-15,6%	-1,9%	-12,6%	-11,6%	-5,4%
Repite Compra	12,1%	48,1%	4,7%	16,0%	0,9%	12,8%	9,9%	3,7%
Ns/Nc	67,2%	0,0%	25,2%	-32,0%	107,0%	-48,7%	93,2%	106,4%
Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

2 - Fidelidad al vendedor (vendedores)

Fidelidad al vendedor	Evolución Temporal								
	2006	2007	2008	2009	2010	2013	2015	2017	2019
Repitió Agente	25,4%	22,5%	19,7%	17,1%	11,1%	9,4%	4,7%	8,4%	12,1%
No Repitió Agente	72,9%	75,7%	75,6%	81,7%	82,7%	88,4%	94,2%	90,3%	85,9%
Ns/Nc	1,7%	1,8%	4,6%	1,1%	6,2%	2,2%	1,1%	1,3%	2,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fidelidad al vendedor	Dif. Interanual							
	19 vs 06	19 vs 07	19 vs 08	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Repitió Agente	-52,6%	-46,4%	-38,9%	-29,6%	8,7%	28,4%	156,6%	42,9%
No Repitió Agente	17,9%	13,5%	13,6%	5,2%	3,9%	-2,8%	-8,8%	-4,8%
Ns/Nc	20,2%	13,2%	-56,5%	75,9%	-67,6%	-9,0%	82,7%	58,8%
Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

3 - Ajuste al presupuesto (compradores)

Presupuesto	Evolución Temporal								
	2006	2007	2008	2009	2010	2013	2015	2017	2019
Se ajusta	80,8%	87,6%	84,0%	83,5%	78,2%	76,0%	80,1%	76,1%	79,4%
No se ajusta	16,8%	12,2%	14,1%	11,9%	17,1%	13,8%	16,0%	17,7%	17,1%
Gasto Mayor	59,8%	66,0%	65,6%	50,0%	0,0%	75,5%	51,9%	66,7%	69,5%
Gasto Menor	36,1%	20,8%	34,4%	50,0%	0,0%	24,5%	48,1%	33,3%	30,5%
Otros	4,1%	13,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	0,9%
NS/NC	2,4%	0,2%	1,9%	4,5%	4,7%	10,2%	3,9%	3,9%	2,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Presupuesto	Dif. Interanual							
	19 vs 06	19 vs 07	19 vs 08	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Se ajusta	-1,7%	-9,3%	-5,5%	-4,9%	1,6%	4,5%	-0,8%	4,3%
No se ajusta	1,7%	40,0%	21,1%	43,7%	0,0%	23,6%	6,9%	-3,4%
Gasto Mayor	16,2%	5,2%	6,0%	39,0%	0,0%	-8,0%	34,0%	4,2%
Gasto Menor	-15,4%	47,0%	-11,4%	-39,0%	0,0%	24,6%	-36,6%	-8,5%
Otros	-78,9%	-93,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-61,3%
NS/NC	7,5%	1032,2%	40,9%	-42,6%	-44,5%	-74,3%	-33,1%	-33,7%
Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

4 - Información previa (potenciales)

Información sobre el mercado	Evolución Temporal								
	2006	2007	2008	2009	2010	2013	2015	2017	2019
Muy /bastante completa	9,8%	11,5%	11,8%	7,4%	4,7%	6,7%	6,6%	9,0%	13,3%
Algo de información	23,6%	19,9%	27,8%	28,2%	27,5%	16,4%	17,7%	25,4%	24,3%
No, no conozco nada	66,6%	68,6%	60,1%	60,3%	66,9%	75,9%	71,8%	65,6%	62,4%
Ns/Nc	0,0%	0,0%	0,2%	4,1%	0,8%	1,1%	3,9%	0,0%	0,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Información sobre el mercado	Dif. Interanual							
	19 vs 06	19 vs 07	19 vs 08	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Muy /bastante completa	35,7%	15,9%	12,2%	79,7%	181,7%	98,4%	101,4%	47,5%
Algo de información	2,9%	22,1%	-12,6%	-14,0%	-11,7%	48,5%	37,2%	-4,2%
No, no conozco nada	-6,3%	-9,1%	3,8%	3,6%	-6,7%	-17,7%	-13,1%	-4,9%
Ns/Nc	0,0%	0,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	0,0%
Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

5 - Propensión a la compra (potenciales)

Propensión a la compra	Evolución Temporal								
	2006	2007	2008	2009	2010	2013	2015	2017	2019
Sin inconveniente	32,9%	29,5%	35,3%	19,2%	22,5%	33,8%	32,2%	38,3%	68,8%
En determinados casos	30,1%	35,2%	45,6%	39,2%	46,9%	38,9%	30,8%	35,8%	17,6%
Nunca compraría un VO	37,0%	34,2%	19,1%	41,6%	30,6%	27,3%	37,0%	25,9%	13,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Propensión a la compra	Dif. Interanual							
	19 vs 06	19 vs 07	19 vs 08	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Sin inconveniente	17,6%	133,1%	94,8%	258,7%	205,7%	103,6%	113,6%	79,6%
En determinados casos	-41,4%	-50,0%	-61,3%	-55,0%	-62,4%	-54,6%	-42,8%	-50,7%
Nunca compraría un VO	-63,3%	-60,3%	-29,0%	-67,4%	-55,6%	-50,3%	-63,3%	-47,6%
Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

6 - Confianza en internet (potenciales)

Confianza en Internet	Evolución Temporal								
	2006	2007	2008	2009	2010	2013	2015	2017	2019
Si confiaria	17,6%	28,9%	26,2%	16,4%	25,6%	28,2%	36,8%	78,3%	64,2%
No confiaria	76,6%	67,8%	71,5%	74,2%	70,4%	67,8%	57,8%	20,6%	33,5%
Ns/Nc	5,8%	3,3%	2,3%	9,3%	4,0%	4,0%	5,4%	1,1%	2,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Confianza en Internet	Dif. Interanual							
	19 vs 06	19 vs 07	19 vs 08	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Si confiaria	264,4%	122,1%	144,9%	290,3%	150,6%	127,9%	74,4%	-18,1%
No confiaria	-56,2%	-50,6%	-53,1%	-54,8%	-52,4%	-50,6%	-42,0%	63,0%
Ns/Nc	-60,2%	-29,5%	1,5%	-75,2%	-42,2%	-42,5%	-57,2%	105,2%
Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

7 - Fuente de información (potenciales)

Fuentes de Información	Evolución Temporal						
	2008	2009	2010	2013	2015	2017	2019
Internet	11,5%	24,0%	20,6%	41,9%	69,2%	94,1%	98,9%
Revistas, anuncios en papel y centros especializados	13,2%	28,0%	8,8%	33,9%	21,2%	26,5%	26,6%
Amigos / Familiares	39,1%	29,3%	52,9%	22,6%	34,6%	14,7%	11,7%

Fuentes de Información	2019	Dif. Interanual					
		19 vs 08	19 vs 09	19 vs 10	19 vs 13	19 vs 15	19 vs 17
Internet	98,9%	760,7%	312,2%	380,5%	135,9%	43,0%	5,1%
Revistas, anuncios en papel y centros especializados	26,6%	101,2%	-5,0%	201,4%	-21,5%	25,5%	0,5%
Amigos / Familiares	11,7%	-70,1%	-60,1%	-77,9%	-48,2%	-66,2%	-20,4%

8 - Compradores que han financiado su vehículo

2019	Profesional	Particular	Total	➔	Profesional	Particular
Lo compré con financiación	38,4%	18,5%	28,4%		19,1%	9,3%
Lo compré sin financiación	56,4%	76,3%	66,4%			

2017	Profesional	Particular	Total	➔	Profesional	Particular
Lo compré con financiación	29,2%	14,1%	21,3%		14,0%	7,3%
Lo compré sin financiación	56,1%	748,4%	67,7%			

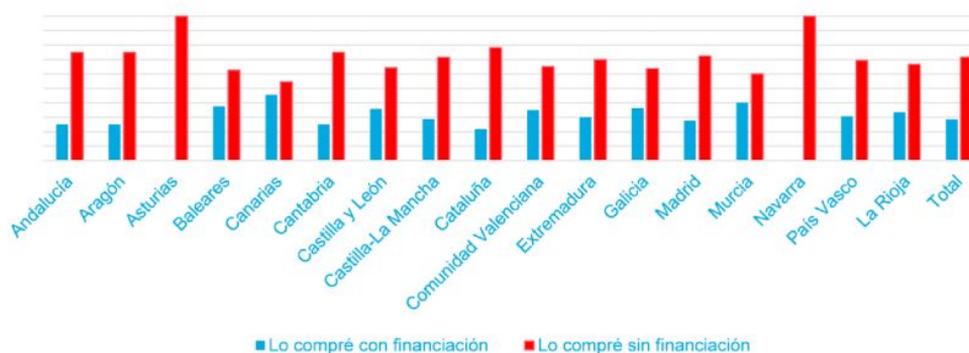


9 - Relación de los kilómetros del vehículo con relación a la antigüedad del mismo

2019	Menos de 1 año	1 - 2 años	3 - 4 años	5 - 7 años	Más de 8 años	NS/NC
Kilómetro 0	30,4%	30,4%	21,7%	13,0%	4,3%	0,0%
Menos de 50.000 Km.	14,3%	18,2%	28,6%	22,1%	16,9%	0,0%
Entre 50.000 y 100.000 Km.	1,5%	4,6%	40,0%	20,0%	32,3%	1,5%
Más de 100.000 Km.	0,7%	0,7%	2,1%	24,8%	71,0%	0,7%
NS/NC	0,0%	3,8%	19,2%	23,1%	46,2%	7,7%
Total	6,0%	7,7%	18,2%	22,3%	44,6%	1,2%

2017	Menos de 1 año	1 - 2 años	3 - 4 años	5 - 7 años	Más de 8 años	NS/NC
Kilómetro 0	64,3%	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%
Menos de 50.000 Km.	5,1%	30,5%	25,4%	27,1%	11,9%	0,0%
Entre 50.000 y 100.000 Km.	0,0%	1,3%	18,8%	23,8%	51,3%	5,0%
Más de 100.000 Km.	1,7%	0,8%	4,2%	20,2%	71,4%	1,7%
NS/NC	0,0%	2,4%	9,5%	20,2%	57,1%	10,7%
Total	3,9%	7,3%	12,1%	21,3%	50,8%	4,5%

10 - Comparativa de la forma de pago según la comunidad autónoma



La comunidad autónoma en el que más porcentaje se compra con financiación es Canarias con un 45,5%. Por el contrario, en Asturias y Navarra el 100% se compra sin financiación.

CCAA	Lo compré con financiación	Lo compré sin financiación
Andalucía	25,0%	75,0%
Aragón	25,0%	75,0%
Asturias	0,0%	100,0%
Baleares	37,5%	62,5%
Canarias	45,5%	54,5%
Cantabria	25,0%	75,0%
Castilla y León	35,7%	64,3%
Castilla-La Mancha	28,6%	71,4%
Cataluña	21,7%	78,3%
Comunidad Valenciana	35,0%	65,0%
Extremadura	30,0%	70,0%
Galicia	36,4%	63,6%
Madrid	27,6%	72,4%
Murcia	40,0%	60,0%
Navarra	0,0%	100,0%
País Vasco	30,8%	69,2%
La Rioja	33,3%	66,7%
Total	28,4%	71,6%



Príncipe de Vergara, 74, 2ª planta. MADRID
www.ganvam.es

Depósito legal:

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni su transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del titular del copyright.

Textos: Eva Palomares

Coordinador del proyecto:



Digitalización:



Copyright: 

Edición: 2019-2020

BO
ĜANVAM