Valor percibido y Mobility as a service: estudio de postmillennials Juanma Sánchez-Ortiz

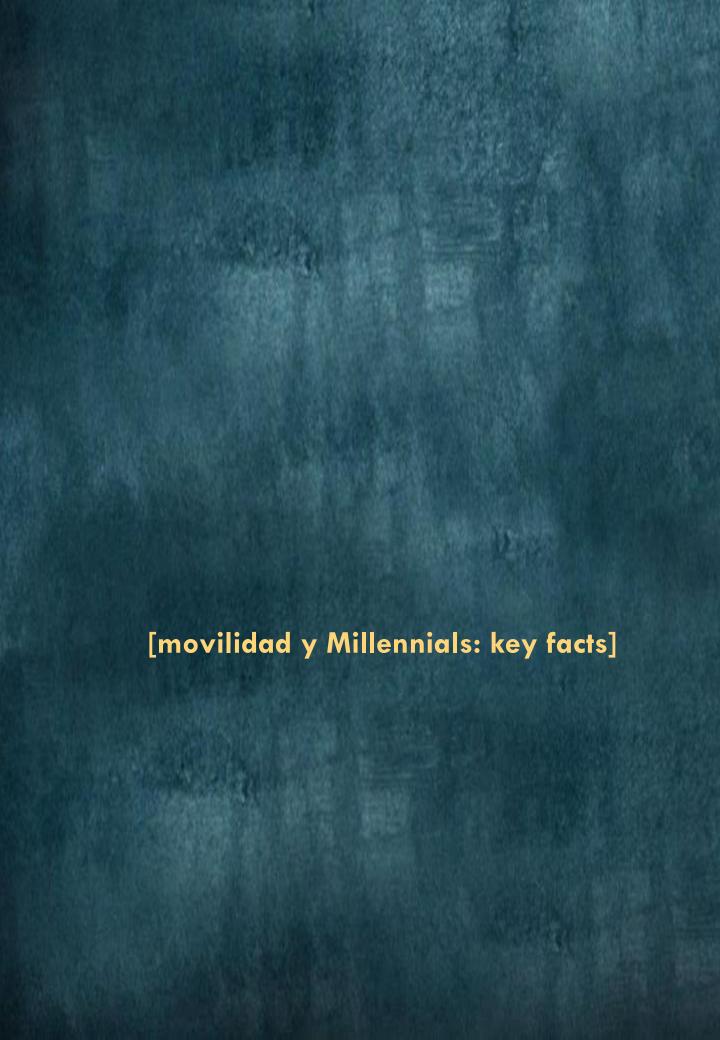
Carmen Valor (Dir.)





## índice

Movilidad y millennials: key facts	[4]
Informe técnico: método	[14]
Resultados	[18]
Insights y recomendaciones	[43]
Referencias	[46]
Anexo 1. Guion	[52]

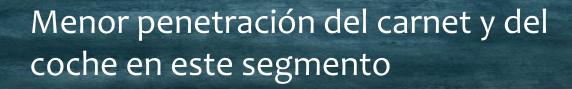




# Movilidad y millennials: key facts



- 1. ¿Posesión o acceso? Es situación temporal o cambio de mentalidad: ampliación de alternativas legítimas.
- 2. Cambio de mentalidad en la generación: cada generación tiene valores que lo marcan de por vida.
- Especialmente relevante la necesidad de control: afecta a su modo de búsqueda de información y preferencias en la experiencia de compra.
- 4. En España, la penetración de compra y uso de coche es menor en este segmento.
- 5. No está claro qué valoran en un coche y qué otros servicios esperan: de lo funcional a lo experiencial.
- 6. Disposición muy favorable al coche eléctrico: encaja con los valores de esta generación.
- 7. El futuro no depende solo de lo que hagan los Millennials: escenarios afectados por gobiernos y la industria.



Tendencia global entre los millennials a **conducir menos y usar menos** el coche

Los *millennials* conducen menos<sup>1</sup>, es menos probable que tengan carné de conducir<sup>2</sup>, y viajan menos y recorren menos distancia en coche propio (si lo tienen)<sup>3</sup>.

Dos tercios de los *millennials* se corresponden con el segmento de los *Young Ambivalents*, ya sea porque les sea indiferente tener coche (5%), porque no sea imprescindible tenerlo (25%) o porque no piensan comprarlo en un futuro próximo  $(30\%)^4$ .

#### Dos posibles razones: contextual o generacional



- Aumento del paro = disminución de los ingresos y de la riqueza<sup>5</sup>.
- Búsqueda de alternativas que se adapten a su presupuesto<sup>6</sup>: seminuevos<sup>7</sup>, plazos de pago más amplios<sup>8</sup>, entre otros.
- Cuando disponen de más dinero, compran coches de mejor gama<sup>9</sup>.
- Atributo esencial para la decisión de compra: precio<sup>10</sup>.
- Mayor carga de estudios: sin tiempo para carné de conducir<sup>11</sup>.
- Primera preocupación tras "salir del nido": dinero<sup>12</sup>.
- Tardía formación de la familia<sup>13</sup>.
- Cambio de la construcción social del coche: contaminación, causa de muchas muertes.
- El coche como lo conocemos desaparecerá



Pérdida de legitimidad del coche propio; aparición de otras opciones de movilidad que desplazan o restan legitimidad al coche.

<sup>1.</sup> Oakil, Manting y Nijland, 2016; Hopkins, 2016; McDonald, 2015. 2. Mohr, Kaas, Gao, Wee y Möller, 2016; Hopkins, 2016; Kilcarr, 2015; Sorensen, 2015. 3. Circella, Tiedeman, Handy, Alemi, Mokhtarian, 2016. 4. Goldman Sachs (2013) y Lew (2016). 5. Klein y Smart, 2017; Sweeney, 2016; Arison, 2015; McDonald, 2015. 6. Associated Press, 2017. 7. Irwin, 2018. 8. O'Hara, 2016. 9. Observatorio Cetelem, 2017. 10. Welch, 2004; Miller, 2006; Shivakumar, 2011 11. Sorensen, 2015. 12. Klein y Smart, 2017. 13. Sweeney, 2016; Oakil, Manting y Nijland, 2016; Oakil, Manting y Nijland, 2016; Sorensen, 2015; McDonald, 2015; Prince, 2016.



### ¿Tendencia estructural o contextual?

### Los Millennials son una generación diferente.

Características de los millennials	Causa de cada característica	
Sensibilidad al precio <sup>1</sup>	Crisis económica	
Búsqueda de flexibilidad financiera <sup>2</sup>	Crisis económica	
Desconfianza <sup>3</sup>	Crisis Económica; Crisis Política; Terrorismo	Ante un futuro incierto y un descontento generalizado con las instituciones, los millennials prefieren tomar sus decisiones y no sentir que se les quiere vender, tanto en un plano consumista como en el ámbito político. De la misma forma, prefieren ser ellos quienes se informen, en vez de dejarse en manos de un comercial. Quizás los atentados han aumentado esa desconfianza.
Necesidad de control <sup>4</sup>	Crisis Económica; Tercera Revolución Industrial	Quieren ser ellos quienes tomen la iniciativa individualmente. La revolución tecnológica ha facilitado esta capacidad de control.
Gusto por la inmediatez <sup>5</sup>	Crisis económica; Tercera Revolución Industrial	Al carecer de un futuro seguro, "aprovechan el momento". Asimismo, si bien se toman su tiempo para buscar (por su cuenta), una vez han tomado una decisión quieren ponerla en acción inmediatamente. La revolución tecnológica ha favorecido esta inmediatez en la resolución de las decisiones de compra.

Orientación a la eficacia y aprovechamiento de recursos, individualismo, autonomía e independencia, inmediatez, son características que definen a esta generación

<sup>1.</sup> Forbes, 2016, en O´Hara, 2016. 2. Barrie, 2016, en Lutz, 2016; MarketWatch, 2003. 3. Tucker, 2016, en Halper, 2016; Lutz, 2016; Helms, 2013, en Automotive News, 2013. 4. Quian, Soopramanien y Daryanto, 2017; Shivakumar, 2011. 5. <a href="https://motor.elpais.com/actualidad/si-eres-millennial-esta-es-la-mejor-manera-de-comprarte-coche/">https://motor.elpais.com/actualidad/si-eres-millennial-esta-es-la-mejor-manera-de-comprarte-coche/</a>.

## Spain is different?

En España, sin embargo, no se observa la tendencia a menor penetración del carnet de conducir

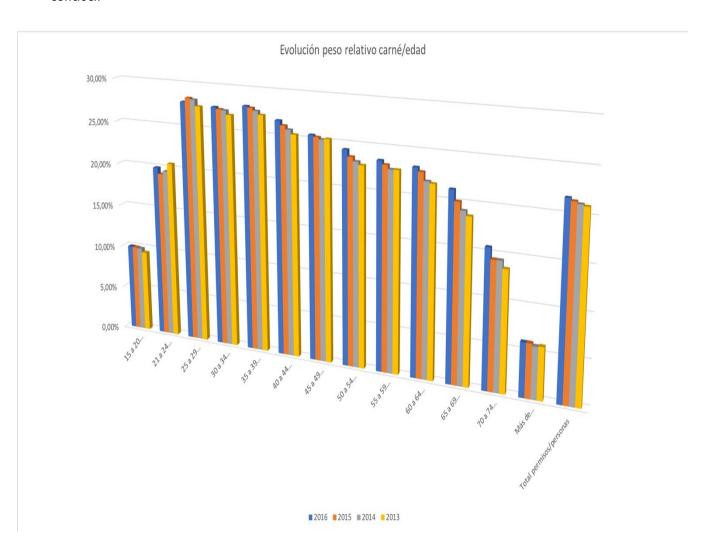


Gráfico elaborado a partir de INE (2016, 2015, 2014 y 2013) y DGT (206, 2015, 2014, 2013).



Pero la penetración del coche es menor que en otros segmentos, tanto en

### compra como en uso

- Solo un 36% de los compradores recientes estaba entre 18 y 35 años:
  - 10% entre 18 y 24 años.
  - 26% entre 25 y 34 años.
- Solo un 33% de los futuros compradores estarán entre 18 y 35 años:
  - 7% entre 18 y 24 años.
  - 26% entre 25 y 34 años.
- Mayor compra a partir de los 25 años, siendo la edad de mayor compra los 35-44 años. Entre 25 y 35 años compran utilitarios (29%), compacto (23%) o SUV (13%).

En el fin de semana, los jóvenes de 18 a 25 años aumentan su uso del coche, pero entre semana son el segundo grupo que menos lo utiliza, después de los mayores de 55 años<sup>3</sup>.

- En Madrid, el 43% de los usuarios diarios de coche está entre los 25 y los 40 años y solo el 16% entre los 18 y los 25<sup>4</sup>.
- En Madrid, el 48% de los usuarios de fin de semana está entre los 25 y los 40 años, siendo el siguiente grupo más numeroso el de los 18 a 25 años (23%)<sup>5</sup>.
- El 51% de las personas que han compartido coche alguna vez o que lo hacen frecuentemente son jóvenes de entre 18 y 30 años. El 35% tienen estudios superiores y el 56% son estudiantes<sup>6</sup>.
- Uso de movilidad compartida
  - O trayecto urbano:
    - Car2Go: en 2016 el 36% de los usuarios eran millennials<sup>7</sup>.
  - O trayecto interregional:
    - Blablacar<sup>8</sup>: servicio más utilizado de car pooling. En 2015 el 79% de sus usuarios eran jóvenes.

El coche no es un bien mitologizado y deseado. Prefieren comprar un teléfono móvil o tener Internet antes que un coche.

1. Coches.net y Schibsted Spain (2016). 2. Bluemove (2013). 3. Coches.net y Schibsted Spain, 2016. 4. Letón, 2013. 5. Centro de Demoscopia de Movilidad, 2017. 6. Bernárdez (2018). 7. 7. <a href="https://movilidadelectrica.com/las-cifras-car2go/">https://movilidadelectrica.com/las-cifras-car2go/</a>. 8. <a href="https://www.huffingtonpost.es/2015/03/07/blablacar-cinco-anos\_n\_6792052.html">https://www.huffingtonpost.es/2015/03/07/blablacar-cinco-anos\_n\_6792052.html</a>.



- Segmento Independientes<sup>1</sup>: 25-35 años, más femenino, con titulaciones superiores, sin ser el principal decisor de compra.
  - O Buscan:
    - Utilidad: que les permita llegar al trabajo/centro de estudios (69%).
    - Independencia (51%).
    - Disfrutar la conducción.
    - Fiabilidad.
  - Qué les influye:
    - Precio (54%; 33% entre 18 y 24 años²).
    - Diseño exterior (37%).
    - Accesorios estéticos (16%).



El segmento tiene una visión más funcional del coche: coche como máquina, despojado de significados identitarios. Menor implicación emocional.

### Micro momentos en la compra

Proceso de compra diferente marcado por cinco **micro momentos** 



El 43% de los jóvenes no se decantaría por el renting por no saber en qué consiste<sup>1</sup>.

Incorporar **crítica** (**review**) en la propia web del servicio, en blogs, foros y redes sociales, preferiblemente **en formato vídeo**<sup>2</sup>. Estos son los formatos preferidos y más **creíbles** para recibir la información.

Buscan y compran de otra manera: no están alfabetizados en coches, usan los medios ganados para informarse y no quieren complicarse mucho.

<sup>1.</sup> Forbes, 2016, en O´Hara, 2016. 2. Barrie, 2016, en Lutz, 2016; MarketWatch, 2003. 3. Tucker, 2016, en Halper, 2016; Lutz, 2016; Helms, 2013, en Automotive News, 2013. 4. Quian, Soopramanien y Daryanto, 2017; Shivakumar, 2011. 5. <a href="https://motor.elpais.com/actualidad/si-eres-millennial-esta-es-la-mejor-manera-de-comprarte-coche/">https://motor.elpais.com/actualidad/si-eres-millennial-esta-es-la-mejor-manera-de-comprarte-coche/</a>.



# Movilidad y millennials: key facts



#### La compra de vehículos

A pesar de que la prueba del vehículo sigue siendo esencial y que el concesionario es el sitio donde más compras se cierran (multimarca en jóvenes de 18-24 años)<sup>1</sup>, el **uso de las nuevas tecnologías como forma de cerrar la compra cada vez tiene más aceptación**<sup>2</sup>.

- El 97% de los jóvenes entre 18 y 24 años utilizan **Internet** como medio de búsqueda de información si quieren comprar un coche (la media general es un 86%)<sup>3</sup>.
- Segunda mano<sup>4</sup>:
  - los jóvenes son los que más solicitan certificados de daños estructurales (21%) y de cargas (26%).
  - forma de adquirir un modelo deseado fuera de su alcance de primera mano.

#### Uso de **tecnología digital** también para **optimizar** tiempos de transporte.

- El 56% de los españoles entre 18 y 30 años utiliza apps para gestionar su movilidad cuando no está conduciendo<sup>5</sup>. En Madrid, la cifra asciende al 71%.
- Consultan información en tiempo real a través de apps para comprobar cuál es la estación para transbordar al comprobar el tiempo de espera real de los servicios de conexión en sus teléfonos móviles<sup>6</sup>.
- La preferencia por la financiación es mayor en los jóvenes de entre 18 y 24 años, que suelen optar por pedirla a su banco habitual<sup>7</sup>.
- Interés por pack de servicios del mismo proveedor: financiación + seguro de automóvil + servicio de mantenimiento<sup>8</sup>.

#### Buena disposición al acceso frente a la propiedad

- Los más propensos al renting son estos jóvenes<sup>9</sup>, lo cual denota una necesidad de facilidades de pago y un desinterés por la propiedad del vehículo.
- El 64% de los jóvenes entre 18 y 30 años está convencido que el pago por uso es la tendencia del futuro<sup>10</sup>.

Integran la tecnología en toda su vida, también en la movilidad. Buena disposición al acceso.

Tecnología+acceso=movilidad compartida

1. Observatorio Cetelem, 2018. 2. Centro de Demoscopia de Movilidad, 2017. 3. Observatorio Cetelem, 2018. 4. Coches.net y Schibsted Spain (2016). 5. Herrero et al., (2016). 6. Foro de Movilidad (2018). 7. Observatorio Cetelem, 2018. 8 Idem. 9. Idem. 10. Foro de Movilidad (2018).



#### Disposición favorable al VE

Siguiente coche (50%)<sup>1</sup> o primer coche<sup>2</sup>.

Encaja con los valores y circunstancias de la generación:

- Aspecto económico: a largo plazo es más barato (menores costes de mantenimiento y energéticos)<sup>3</sup>.
- Compromiso ecológico<sup>4</sup>.
- Transit accessibility<sup>5</sup>: los millennials dependientes económicamente tienen peor acceso a las infraestructuras de tráfico, de manera que optan por transporte público y/o sharing. En ambos está penetrando el VE.
- Autonomía (km) reducida: los millennials tienden a vivir en zonas densamente pobladas, donde el coche es menos necesario (y al utilizarse, se necesita poca autonomía) y a recorrer menos distancia en coche.
- ¡Experiencia directa<sup>6</sup>! la disposición aumenta cuando se ha probado el VE. El car sharing es una oportunidad para facilitar dicha prueba.



- En 2012, el VE era considerado el más environmentally friendly por un 82% de los españoles, por encima del 71% de los europeos, y solo por debajo de los portugueses (83%)<sup>7</sup>.
- En 2017, 8 de cada 10 españoles estaban convencido de que el VE es la solución ideal para las ciudades 8.
- Solo un 5% de los españoles ha probado un VE. Principales barreras9:
  - Red de carga inexistente.
  - Coste de adquisición.
  - Poca autonomía.

El VE tiene una mayor legitimidad que el vehículo tradicional. Sin embargo, falta un ecosistema para poder desplegar su valor: visibilización pública, sistema de recargas, sistema de ayudas.

1. Hensley, Knupfer y Pinner, 2018. 2. Qian y Soopramanien, 2011. 3. Linares, 2018. 4. Hensley, Knupfer y Pinner, 2018; Gallagher y Muehlegger, 2011; Oliver y Rosen, 2010; Kahn, 2007. 5. Klein y Smart, 2017. 6. Sierzchula et al., 2014; Schuitema et al., 2013. 7. Comisión Europea (2013). 8. Foro de Movilidad (2018). 9. Comisión Europea (2013). Foro de Movilidad (2018).



# Movilidad y millennials: key facts

#### Movilidad y medio ambiente

- El número de jóvenes que ha dejado de utilizar el coche por motivos medioambientales (con una frecuencia alta, media o baja) ha descendido desde 2012 a 2016<sup>1</sup>:
  - O De 18 a 24 años: ha pasado de 20,2% a 14,8% (reducción del 26.73%)
  - O De 25 a 34 años: ha pasado de 33,4% a 24,6% (reducción del 26,34%).
- En 2015, el peso relativo de quienes a la hora de comprar un coche/moto tenían en cuenta que fuera el menos contaminante:
  - O De 18 a 24 años:
    - Habitualmente: 16%.
    - Algunas veces: 15,5%.
  - O De 25 a 34 años:
    - Habitualmente: 33,8%.
    - A veces: 13,6%.
- Se aprecia un menor compromiso ecológico en la franja menor de los jóvenes (18 a 24 años)<sup>2</sup> que en la franja superior. En línea con esto el 73,1% de los jóvenes entre 18 y 24 años tienen claro que su próximo coche será de gasolina. Sin embargo, tienen interés en adquirir un VE en los próximos años<sup>3</sup>.
- El grupo más reticente a comprar un vehículo ecológico es el de 18 a 30 años, principalmente por la desconfianza en ese tipo de coche y por el precio. Sin embargo, a largo plazo apuestan más por el vehículo eléctrico que sus mayores<sup>4</sup>.
- En 2017, solo un 3% de los europeos compró un vehículo eléctrico (coche, moto o bicicleta)<sup>5</sup>.

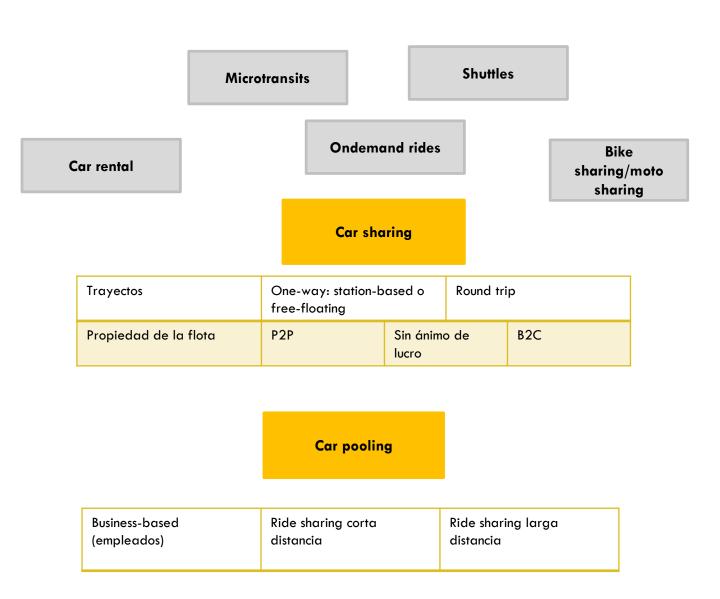
Pese a la retórica, los jóvenes no están más concienciados con el medio ambiente.

Siguen buscando funcionalidad y experiencia, antes que medio ambiente.

No están dispuestos a sacrificar valor personal por valor comunitario.

1. CIS (2016 y 2012). 2. CIS (2015). 3. Observatorio Cetelem, 2018. 4. Centro de Demoscopia de Movilidad, 2017. 5. Comisión Europea (2017). Barómetro Especial 468. Attitudes of european citizens towards the environment.

## Shared mobility systems



<sup>1.</sup> Sheenan et al., (2014)





### Informe técnico: método

#### Este estudio se plantea los siguientes **objetivos**

- O **Entender la relación de los jóvenes con el coche:** legitimidad del vehículo en propiedad frente al modelo de acceso; motivos y frenos para la compra y alternativas a la compra.
- Examinar la disposición hacia ofrecer tu coche para ser compartido (modelo P2P car sharing) y en qué condiciones. Poner especial atención en si hay o no vinculación emocional con el coche y cómo se gesta.
- Averiguar qué servicios añadidos o alternativos a los actuales buscan los jóvenes, con especial atención a la disposición hacia soluciones integradas de movilidad y configuración de la experiencia ideal.
- O Averiguar qué atributos valoran más en un coche; qué atributos se les ofrecen que no les generan valor, con especial foco en el VE.

#### Para conseguirlos se emplearon entrevistas en profundidad

- Público objetivo: residentes en la Comunidad de Madrid, entre 18 y 30 años.
- Muestreo intencional buscando variabilidad por: sexo, edad, estatus socioeconómico, lugar de residencia (almendra vs. suburbio vs. zona rural), posesión de coche, carnet de conducir, situación familiar. A medida que se fue haciendo el análisis se buscaron otros factores: uso de transportes, conocimiento de coches, distancia al trabajo, etc.
- Entrevistas realizadas: 18. En la entrevista 12 se alcanzó saturación
- 50-90 minutos de duración; en el sitio de elección del entrevistado.
- Entrevistas grabadas y transcritas en su totalidad. Análisis y recogida de datos en proceso iterativo.
- Guion con tres partes (véase ANEXO 1).
- Descripción del informante y hábitos de movilidad
- Criterios por los que elige uno y otro
- Si tiene coche, recreación del proceso de compra
- Si no tiene, cómo sería su coche ideal
- 2
- Notoriedad y valoración de diferentes vehículos dirigidos al segmento, especial atención a modelos eléctricos (usando imágenes como estímulo)
- 3

Valoración de modelos compartidos de movilidad:

- Modelo de P2P car sharing
- Modelo Maas y visualización de la aplicación Descripción de un trayecto ideal



Número entrevista/n ombre	Sexo	Edad	Residencia	Status socioeconómi co	Carne t	Coche propio	Ha probado car sharing	Ha probado VE
1. Pablo	М	22	Madrid almendra	Medio-alto	No	No	Sí	Sí
2. Jorge	М	21	Madrid fuera de almendra	Medio-medio	Sí	No	Sí	No
3. Mijail	М	25	Madrid en la frontera de almendra	Medio-medio	No	No	Sí	No
4. Marta	F	24	Población 20 km de Madrid	Medio-alto	Sí	Sí (compartido en familia)	Sí	No
5. Fran	М	23	Madrid almendra	Medio-alto	Sí	Sí	Sí	Sí
6. Gabriela	F	21	Población a 10 km de Madrid	Medio-alto	Sí	Sí	Sí	Sí
7. Eva	F	27	Población a 40 kn de Madrid	Medio-medio	Sí	Sí	No	No
8. Ana	F	27	Población a 60 km de Madrid	Medio-medio	Sí	Sí	No	No
9. Alfredo	М	29	Población a 30 km de Madrid	Medio-medio	Sí	Sí	No	No
10. Menasa	М	34	Límite de almendra	Medio-bajo	Sí	Ya no	Sí	No
11. Alex	М	27	Población a 15 km de Madrid	Medio-medio	Sí	Sí	No	No
12. Pedro	М	26	Almendra	Medio-medio	No	No	No	No
13. Manuel	М	23	Almendra	Medio-medio	Sí	No	No	No
1 <i>4</i> . Almudena	F	30	Población a 25 km de Madrid	Medio-alto	Sí	Sí	No	Sí
15. Gabriel	М	29	Madrid, fuera de almendra	Medio-medio	Sí	Sí	Sí	No
16. Carolina	F	24	Población a 5 km de Madrid	Medio-medio	Sí	Sí (familiar)	No	No
17. María	F	24	Población a 10 km de Madrid	Medio-bajo	Sí	Sí		

Sí

Sí (familia)

No (en

EEUU sí)

Νo

23

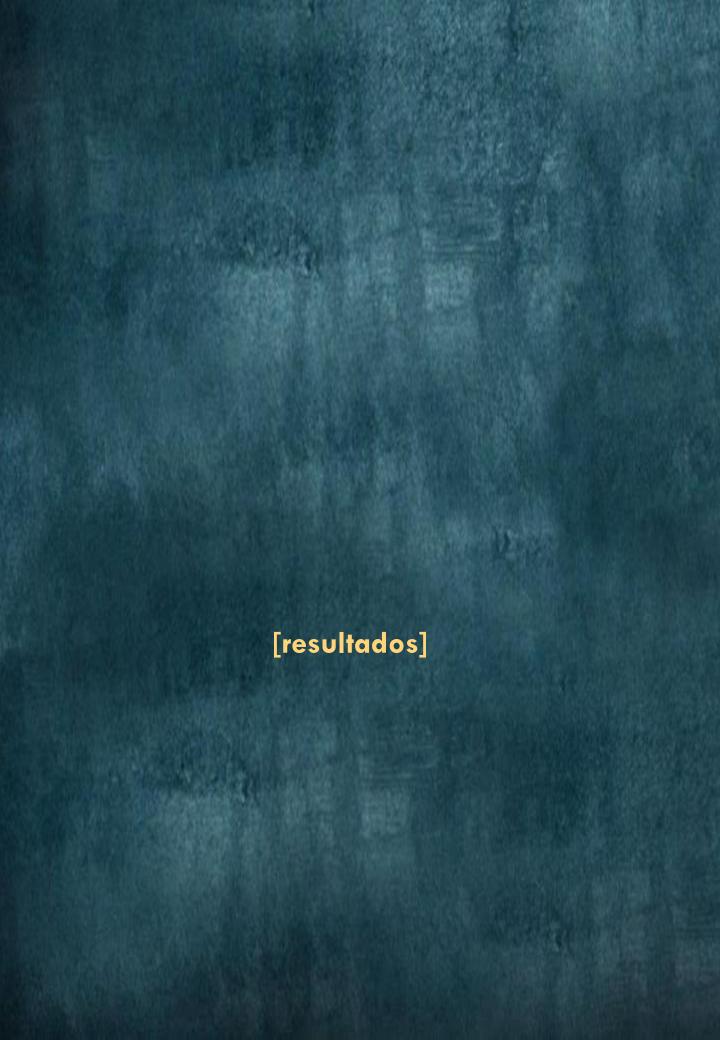
Población 10

km de Madrid

Alto

18. Beltrán

М



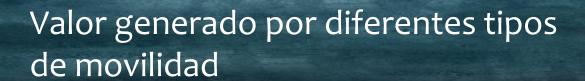


### Ampliación de las posibilidades de movilidad

Emergen nuevos tipos basados en acceso pero no todos están presentes en los tipos de desplazamiento.

El modo de transporte basado en acceso más antiguo es el transporte público colectivo. Emerge como el marco de referencia con el que se comparan las demás opciones.

	Uso colectivo y masivo basado en acceso	Uso individual basado en acceso	Uso individual (propi edad)	Uso colectivo pero no masivo y basado en acceso
urbano	Tren Metro Autobús	Coche (car sharing, sea B2C o P2C - Social car-) Moto Patinetes Bicicleta	Coche Moto Bicicleta Patinete	
interurbano	Tren Metro Autobús	Solo Social car	Coche Moto	
interregional	Tren Autobús Avión		Coche	Blablacar (car pooling/ride sharing)



## Cada medio de transporte genera o destruye diferentes formas de valor

	Valor funcional: efectividad y eficacia	Valor identitario: el producto o la marca me ayuda a construir mi identidad hacia mí y hacia los otros	Valor ético: el producto o la marca me ayuda a cuidar a los demás o al planeta	Valor experiencial: experiencia de uso y experiencia estética	
Transporte púbico colectivo	Precio asequible. Tarifa plana con el abono para ilimitados desplazamientos. Lo más rápido (frecuencia, disponibilidad, distancia).	Modo de transporte del estudiante, del que tiene más tiempo que dinero, del preocupado por el medio ambiente.	Reduces congestión, haces una ciudad mejor con menos coches, menos contaminación y menos estrés.	Cómodo: te olvidas, te despreocupas. Aprovechas el tiempo (te sientas, te aíslas). Ves el paisaje, disfrutas. Es menos estresante que	
Tra		Destruye valor: la climato retrasos, el precio	conducir un coche y menos peligroso que las bicicletas.		
Car sharing	Facilita aparcamiento. Suficientes vehículos en almendra. Autonomía	Innovador, Smart	Reduces congestión, haces una ciudad mejor con menos coches, al usar VE reduces contaminación.	No me preocupo de averías, de cargarlo No me ato a nada.	
		Destruye valor: hay q conducirlo, inseguridad s			
Transporte individual basado en propiedad	Autonomía Mi espacio, mi sitio. Más seguridad gracias a los gadgets.	del trayecto, disponibilio		No tengo que socializar ni compartir el espacio. No tengo estrés de planificar cómo me desplazo ni movilizo a la familia/amigos.	
Transporte basado en	De	estruye valor: el estrés de co falta de aparcamiento, la circulación de diésel, el co mantenimiento (	s restricciones a la oste de compra y		



## Cada medio de transporte genera o destruye diferentes formas de valor

	Valor funcional	Valor identitario	Valor ético	Valor experiencial
Bicicletas o patinetes	Haces ejercicio Es perfecto para trayectos cortos. No hay que aparcar	calzada con coches y te No es tan barato: el coste del metro. Si la bici es p Inseguridad sobre si	e de un trayecto es simil	ente. ar al oar.
Car pooling (Blablacar)	Se concierta rápidamente el desplazamiento. Es barato (pero similar al autobús).	las prefer acondicion inseguridad s	Puedes conocer a gente nueva.  tener que socializar, so rencias de otros (música, ado, etc.), siempre hay sobre cómo transcurrirá re todo entre mujeres.	aire cierta



### Valor del transporte público colectivo

- El segmento está muy habituado a utilizar transporte público colectivo, incluso aquellos que tienen que hacer grandes distancias. Por ejemplo, Ana hacía diariamente Miraflores de la Sierra-Ciudad Universitaria. Es el tipo de transporte característico de la categoría "estudiante": tienen tiempo y no tienen dinero.
- El abono joven da una tarifa plana para infinitos trayectos. Una vez pagado el abono, el usuario entra en modo "amortización": los trayectos se hacen en transporte púbico para amortizarlo.
- Mientras se tiene el abono joven, se percibe que el gasto en transporte es pequeño. Entonces, se utiliza en combinación con otras modalidades como taxi. El car sharing no les merece la pena comparado con el transporte público, excepto si no hay opción de transporte público o es más lenta.
  - Me descargué la aplicación para cotillearlas, un poco, ¿sabes?, por encima yyy nunca lo he cogido pero porque al final no se ha dado porque mira, es lo que te digo al final, si te sacas el abono, ya es como, vale tengo el abono, voy en metro. O sea es como que, ya teniendo esa opción, ya la descartan. Eva
- El transporte público es percibido como el medio más rápido para desplazamientos dentro de almendra o en las cercanías de almendra. Percepción unánime de que con el coche tardas más y te estresas más. Esta percepción de estrés se extiende al car sharing ya que sigues teniendo que conducirlo por el centro y aparcarlo. El modelo de pricing basado en minutos acrecienta esta inseguridad sobre cuánto se pagará finalmente porque no hay control sobre el tiempo de desplazamiento.

Y a mí me relaja casi más porque... Mira, hoy por ejemplo que he tenido que coger el coche, me he agobiado porque estaba esperando al bus y digo "no, no voy a llegar". He cogido el coche y me he agobiado casi más de no encontrar aparcamiento. O sea me he agobiado de meterme en Madrid y no saber cómo manejar la situación porque... también es un espacio un poco grande y si te empiezas a callejear te puedes perder, eeh, acabas pagando una barbaridad en parking. Marta

Yo sé que la gente lo utiliza porque tengo amigos que lo utilizan, son gente que no tiene abono, que vive fuera y que a lo mejor dice "pos mira voy a aparcar el coche donde sea", o coge un autobús y luego ya si me tengo que hacer desplazamientos me muevo en otros transportes. Eva



# Valor generado por diferentes tipos de movilidad

### Valor del transporte público colectivo

- Sin embargo, esta valoración positiva está determinada por las frecuencias de tránsito, la disponibilidad de medios cerca de los puntos de ida y regreso, y la distancia a recorrer.
- Básicamente, el lugar de residencia estructura estas diferencias: vivir en Madrid o fuera de Madrid lleva a elegir un medio u otro.
  - Hay una opinión general de que no compensa tener coche propio si vives y trabajas en Madrid. De hecho, Menasa, casado y con dos hijos pequeños, ha decidido vender el coche porque en un mes lo usó solo un día. Mantiene su moto pero para desplazamientos familiares usarán transporte público, car sharing o, en caso de urgencia, taxi o Cabify.

Porque creo que el transporte público funciona muy bien. Eeeh la desventaja es si tienes que hacer trasbordos y se te alarga un poco más, perooo es que no lo veo necesario [tener coche]. Y encimaa por el centro, en las zonas residenciales que han hecho nuevas no puedes ir de ninguna manera. Por lo tanto, el coche solo te vale de Madrid hacia fuera. Menasa

- Esta disponibilidad de transporte público retrasa incluso la decisión de sacar el carnet de conducir, porque no es algo necesario.
- (...) ahora mismo no es una prioridad principal, para mi movilidad en el día a día. No usaría el coche para nada. El único momento en el que usaría el coche sería en verano (...) y al final es que yo sigo entrando dentro de la tarjeta transporte público, por 20 euros. Si es que por 20 euros te mueves por todo Madrid. Para mí es innecesario. Pedro
- Varios informantes que viven fuera de almendra reconocen que no tendrían vehículo en propiedad si hubiera transporte público disponible.
  - Si viviera aquí en Madrid no cogería el coche, porque entre el metro y el autobús es que está súper bien comunicado y tardas menos. Es que no te compensa. Marta
- Por eso, el transporte público en trayectos interurbanos no genera valor: se tarda mucho tiempo y no es barato. En cuanto se tienen ingresos, se compra un vehículo propio que se combina con el transporte público si se va a Madrid.
- También hay diferencias en la franja horaria: el transporte público por la noche no genera valor por la limitada frecuencia y cambio de rutas. Se combina con otros medios. Muchos reconocen no usar vehículo propio para poder consumir alcohol; otros prefieren renunciar a este consumo para poder volver con su coche.

Porque luego el volver de Madrid sea la hora que sea luego es un coñazo. Sea la hora que sea es... si es en transporte público tienes mínimooo, 40 minutos. Si coges un taxi, aparte de ser muy caro, tardas lo mismo que si te vas en tu coche, y te sale más barato. Entonces, siempre he preferido moverme en mi coche o en la moto. Alex



# Valor generado por diferentes tipos de movilidad

### Valor del transporte público colectivo

- La experiencia en el trayecto es valorada positivamente:
  - se aprovecha el tiempo para hacer otra cosa (en el coche se tiene la sensación de estar perdiendo el tiempo);
  - (...) a mí el transporte público me gusta bastante, la verdad. Eh, da tiempo también a hacer otras cosas. Yo a lo mejor estoy por la mañana en mi casa y tengo tanto sueño que no me apetece leer. En cambio, subo y voy en Metro y leo y vuelvo y leo todo lo que tenía previsto leer en el día. Jorge
  - aunque compartes con tanta gente, no estás obligado a socializar; es posible crear un espacio íntimo: puedes "ir a tu bola", como dicen los informantes, y arañar un tiempo para ellos;
  - es menos estresante que el coche: no tienes que estar pendiente de tráfico, accidentes o aparcamiento.

Pues es más estresante el coche que el autobús. [En el bus] vas leyendo. No te tienes que preocupar por si el de al lado va a meterse en tu carril o no. Fíjate. A veces yo, no siempre, perooo sí que es estresante a veces con el coche. Y eso que me gusta, perooo, pero sí. Ana

Además, reduce la contaminación. La relación entre el coche propio y la contaminación es mencionada espontáneamente por varios informantes, sobre todo mujeres.

Hace tiempo que ya en Madrid no lo puedo meter, ni lo intento, o sea, y sabiendo que no había restricciones. Es que desde mi casa veo Madrid centro, las cuatro torres, y siempre la cúpula esta gris, y es que me... Me da muchísima rabia. Almudena

Pero en el segmento de ingresos altos es frecuente oír que "da pereza coger el metro".

- Si el trayecto se hace con lluvia o frío, si las alternativas de transporte están lejos de su casa, o si van muy cargados, la experiencia empeora.
- Se valora positivamente que el abono transporte incluyera acceso a servicios de movilidad sin emisiones, como bicicletas o patines. Estarían dispuestos a pagar un poco más, pero prefieren que esté todo incluido en el abono. Esto es una evidencia más de que el modelo de pago en paquete por adelantado es lo mejor valorado por los participantes.

Cuando les pedíamos que nos contaran un trayecto ideal varios informantes relataron uno en transporte público, bien bus sin atascos bien tren. El transporte público está en el imaginario como el óptimo para los de ingresos medios, los que no les gusta conducir, y los más concienciados con el medio ambiente.



### Valor del transporte en propiedad

de movilidad

Coche es una inversión necesaria si vives fuera de Madrid donde la infraestructura de transporte público no es buena y no hay alternativas de acceso. Solo se emplea en trayectos fuera de Madrid o de otra ciudad hasta M-30.

Yo soy una zona B3, tengo uno cada media hora, pero es que por la noche no hay autobuses nocturnos, no, no hay. Solo los fines de semana. Tú imagínate, y esto para mí es muy problemático, ahora mismo tengo tiempo, tal. Me quiero quedar a cenar en Madrid. Estamos hablando de hasta una cena. No puedes. Porque el último autobús sale a las 11:30, desde Madrid, pero claro tienes que ir a Príncipe Pío, etc. Entonces, es una movida. Te obliga, o sea, con el transporte público que hay te obliga a tener un coche. En cuanto quieras hacer una actividad que se sale del horariooo de mañana o tarde ya te obliga a coger el coche. Entonces, claro. Tengo un coche porque es que lo necesito. Eva

Me compré un coche hace pues 3 años, casi 3 años, yy, bueno, lo que buscaba simplemente era lo de poder ser autosuficiente a la hora de moverme. Si tengo que ir hasta ese sitio pues voy. No tengo que pedirle a nadie que me lleve, ni tener que pedir un taxi, ni tener que buscar el autobús que va para allá o el metro que va para allá. Luego aparte por el trabajo que tenía antes porque yo era entrenador de fútbol y me tenía que estar moviendo de lunes a domingo de un campo a otro de fútbol. Entonces, al fin y al cabo, porque o tienes transporte propio o te es imposible compaginarlo porque no llegas a todos los sitios a los que tienes que llegar, a tiempo. Alex

Más que un símbolo identitario el coche es una herramienta para poder realizar otros proyectos. Confiere autonomía a la persona y más tiempo. Con todo, algunos informantes reconocen que el coche es un símbolo de estatus, que proyecta la clase social.

Con el coche tengo mucha tranquilidad, en el sentido de que tienes más libertad a la hora de desplazarte a cualquier sitio. Ana

Y en cuanto pude, pues cogí otra moto. Se gana en calidad de vida, vamos. [¿A qué te refieres con calidad de vida?] Calidad de vida, pues, una hora diaria de tiempo libre, más horas de sueño, más horas de estar en casa, de poder hacer lo que quieras, es mucho más cómodo. Menasa

A ver también es verdad que te da como un poco de prestigio si vas ahí con un cochazo ahí y todo el mundo lo, es como "miraaa qué coche tengo ahí", pues eso también, a ver, supongo que por esa parte también me gustaría. Yo qué sé. En plan, de presumir un poco [risas]. Aunque suena mal decirlo, a ver yo qué sé, si tienes un coche bueno y tal... pues también te gusta enseñarlo. Miguel

Pero esta necesidad de tener coche propio emerge de forma clara cuando se acaba el abono transporte. Mientras pueden tenerlo, no se plantean comprar un coche.

Si eso [el abono joven] se hubiera extendido, por ejemplo, hasta los 30, hablando un poco asíii hipotéticamente, quizá no me hubiese comprado el coche y hubieseee eeeh compartido el de mi padre para desplazamientos cortos. Por ejemplo, mi novio vive en Manzanares. No podría ir en autobús porque no hay combinación posible. Entonces ese trayecto sí que lo haría con él, con el coche compartido. Y no me hubiese comprado yo ninguno, evidentemente. Ana



# Valor generado por diferentes tipos de movilidad

### Valor del transporte en propiedad

- En la decisión de comprar coche se observan diferencias por clase social.
- Los informantes de medios sociales medio-medio o medio-bajo tienen que responsabilizarse de los costes de mantenimiento y adquisición del coche. Sin embargo, en el caso de los de medio social más alto este gasto es asumido por la familia. Esto hace que los primeros vivan el proceso de compra de un coche a regañadientes: no quieren gastarse el dinero en esto pero tienen que hacerlo si quieren tener vida social. El coste de gasolina y mantenimiento se vive como una atadura. Solo si es necesario se incurre en ella.

Es que ya te digo, como que no hemos... yo con mis amigos, con mis amigas no he hablado de "me voy a comprar un coche" o "lo primero que quiero hacer con mi vida es"... es que es lo último en mi vida, creo (...) me parece que un coche te ata, te ata, eeeh, a muchas cosas... Si me parece una esclavitud el hecho de comprarlo, imagínate el hecho de endeudarme para comprarlo. Ni de broma. Marta

[La moto] la compré con mi dinero. Tenemos una hipoteca. Yo no añadiría otra hipoteca. Alfredo

Si viviera en Madrid capital no me hubiese comprado un coche. Una moto a lo mejor, pero un coche en Madrid capital que tienes cuarenta mil cosas para moverte y no tienes que preocuparte de nada, no. Peroo aquí yo creo que sí, la gente de looos, del extrarradio, nos sentimos un poco como obligados a tener un coche, y más que nada porqueee, bueno, aquí, te estoy hablando por ejemplo deee personal, por ejemplo no hay médico por la noche. Si te pones malo, se pone tu padre malo, se pone alguien malo, tienes que coger el coche para ir al hospital. Entonces, claro. Ana

Los informantes de medios sociales altos suelen usar un coche familiar, que en la práctica es de uso exclusivo suyo, al haber más coches disponibles en la familia. La familia asume el gasto de compra, mantenimiento y combustible. Esto, unido a la limitada infraestructura de transporte en urbanizaciones, lleva al abandono del transporte público.

Eso si llevo mi coche pero cuando salgo por la noche me suelo llevar el eléctrico de mi padre entonces no tengo problema para aparcar porque claro no pagas. Ahora por ejemplo yo comparto el parking con mi primo pero hoy miércoles el sale más tarde que yo y le digo mira oye vete tú al parking y yo llevo el eléctrico y ahí lo aparco en la calle. Aa las siete y cuarenta que estoy aparcando a lo mejor hay sitios de sobra. Beltrán



# Valor generado por diferentes tipos de movilidad

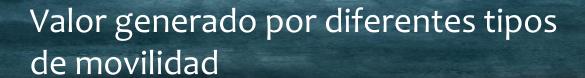
### Valor del transporte en propiedad

- Otra diferencia en función de la clase es la elección del primer vehículo. En segmentos medios se compra de segunda mano, porque es el informante quien lo paga. La mayoría lo compra sin financiación, con sus ahorros, o trata de financiar la menor cantidad posible. En segmentos de renta alta, se compra de primera mano y se considera un coche familiar, aunque haga uso de él un miembro de la misma.
- Varios informantes, solo varones, usan la moto como alternativa al coche: coste de compra y mantenimiento es muy inferior (Gabriel dice gastar más o menos lo que cuesta el abono mensual de adultos) y les da la misma conveniencia. Suele usarse usa en trayectos cortos, no medios (hasta 10 km). La moto genera valor funcional pero sigue siendo inviable para desplazamientos familiares y para desplazamientos de ocio.
- El coche propio es más utilizado para desplazamientos fuera de almendra. En trayectos hacia almendra, la clase social parece marcar diferencias.
  - En segmentos medios, si el trayecto es a la almendra, se emplea el coche para acercarse a Madrid y luego se combina con otro tipo (usualmente transporte público). Las limitaciones para aparcar, las restricciones a la circulación de los coches diésel (casi todos tienen diésel porque abarata los gastos de combustible), o el estrés de conducir en el centro son las razones de la multimodalidad.
  - Si el poder adquisitivo de la familia es alto se alquila una plaza de parking que resuelve el problema y el coche se emplea para ir al centro. O incluso se dispone de varios coches, uno eléctrico, para poder aparcarlo con facilidad.

Antes de los 26 años, cuando me dejaban el carné joven pues me desplazaba en autobús, que, evidentemente es lo mejor, yyy [risas] sobrepasamos los 26 años y ahora como tenía carné pues he tenido la oportunidad de comprarme un coche y bajo, pero no bajo a Madrid capital en coche. Suelo dejarlo en las afueras. Por ejemplo en Colmenar, cojo el tren, me desplazo desde Colmenar a Madrid en tren. O sea el centro, no, nunca, para nada en coche. Siempre lo dejo en los aledaños. Ana

Pero pagar el transporte público no siempre compensa si se viene de fuera almendra. Haciendo números, puede ser más barato usar el coche propio si no se tiene abono. La única razón para no usarlo por la noche es evitar el estrés de aparcar y poder tomar un par de cervezas. Sin embargo, varios informantes prefieren renunciar a las cervezas con tal de poder llevar su propio coche y no depender de otros.

Mis amigas cada vez, ellas disponen de coche también. Algunas más y algunas menos, y la que puede disponer de coche, como muchas veces no tienen el abono comprado, porque van en coche a todos sitios, al final no les compensa bajarse en bus, prefieren bajar, no beber nada y volverse, porque... y así no pagan, o sea lo que les cuesta el parking les cuesta menos que pagar lo que tengan que pagar porque no tienen ningún abono recargado, ¿no? O porque no tienen el del mes. Porque en Madrid está fenomenal el sistema este para gente joven, el abono transporte, a mí me cuesta por ser familia numerosa 16 euros. Es que los 16 euros casi te los gastas en un día, en un día y medio o dos de que bajes en autobús y metro. Cada viaje de metro son 1,50 y cada viaje en bus desde allí son 2,60. O sea que... haciendo cuentas, 8 euros mínimo en una tarde. Y en una tarde que solo hagas un trayecto de ida y en un trayecto de vuelta. Marta



## Valor del transporte individual basado en acceso

- Pocos informantes son usuarios habituales de sistemas de car sharing o de bike sharing. Todos lo ven una alternativa interesante, pero no lo usan porque no hay disponibilidad en su zona o porque ya usan el transporte público.
- Algunos han probado el car sharing para ver cómo era porque este modo de transporte es tendencia en el segmento.
- Si han pagado el abono transporte, ya no compensa pagar también por el car sharing; por eso, los entrevistados que dicen usarlo más son quienes no tienen abono transporte. El coste de trayecto en este sistema vs. transporte público compensa si no se tiene abono. También compensa si se compara con el taxi o con el coche privado. Es el caso de Fran: lo compara con taxi y coche privado, no con transporte público. Reconoce que es más cómodo que el coche porque no hay problema para aparcar y resulta más barato que el taxi (4-5 euros). Como Menasa, Fran vendió su coche y ya solo emplea plataformas de acceso, sean colectivas o individuales.

Y ahora mismo, con todos lo que han montado de... el transporte público, al final el problema que tiene Madrid es que es insoportable aparcar. Los parkings son muy caros. Entonces al final siempre para moverme por Madrid acabo cogiendo el transporte público o acabo cogiendo un Zity, un Wible, o acabo cogiendo un Cabify. Entonces al final tener coche como que tiene menos sentido. Las veces que he ido y he intentado entrar en el centro de Madrid, a veces me he estado una, hasta una hora para intentar aparcar. Entonces... son... por todo ese tiempo me parece prácticamente imposible ir por Madrid. Al final por eso, y porque mi coche era diésel todas las restricciones, problemas que le están poniendo al diésel, también es otra realidad. (...) Entonces por todas esas series de razones dije pues las veces que tenga que coger el coche se lo cojo a mis padres y ya está, pero para las veces que son... veces que... Fran

Pero el car sharing en Madrid sigue siendo percibido como estresante y hay cierta ansiedad en cuánto costará finalmente, ya que no hay control sobre el tiempo de desplazamiento. El sistema de pago por minuto genera esta inseguridad respecto a cuánto me costará finalmente; esta inseguridad es una barrera para usarlo.

Creo que me parece más cómodo el Metro, pero porque me agobia un montón no encontrar parking, no encontrar aparcamiento ahí. O sea en cuanto empiezo a salir y a callejear encima este tipo de servicios te cobran por minutos me parece. Entonces, yo sé, o sea, ha habido gente que me ha contado "pues he estado para encontrar aparcamiento con el cochecito este del Car2Go media hora", "bueno me ha costado el Car2Go la broma"... Dices, jolín, es que no sé si me compensa. Al final tardas lo mismo, pagas más y tampoco... tienes estrés y no vas, es lo que te digo, no vas sentado a tu bola, o sea tienes que estar pendiente del tráfico, de tal, de cual. Marta

Lo que sí me han dicho es que la gente con los coches suelen correr mucho porque al cobrarle por minutos les interesa mucho ahorrar minutos, pero bueno... Menasa

- Entre los usuarios más experimentados una queja es la desigual disponibilidad: tener que andar un trayecto largo para localizar un coche. Igualmente, otra barrera al uso es la limitada disponibilidad fuera de almendra o la imposibilidad de dejarlo aparcado en centros comerciales de las afueras.
- Con la moto se menciona otra barrera: la higiene. Hay resistencias a compartir el casco con desconocidos, porque es demasiado personal.
- Algunos informantes han usado Blablacar para28 ayectos interregionales. Una motivación para usarlo es el conocer gente diferente. Al mismo tiempo, tener que socializar es una barrera para otros.



### ¿Compartir el propio coche? No, gracias.



La disposición general es contraria a compartir el propio coche con desconocidos.

- A diferencia de la casa, no se sabe para qué y qué ha hecho con el coche. Solo se puede valorar limpieza, pero no si el usuario ha hecho una conducción de riesgo que haya podido afectar a la mecánica. Como razonan los informantes, si la mecánica está afectada, tu vida puede estar en peligro, además del daño que pueden hacerle al coche.
- Más allá de este riesgo funcional, para muchos el coche es su territorio, su espacio íntimo. Algunos informantes reconocen tener un vínculo más emocional con el vehículo y eso es una razón para no prestarlo.
  - Es que mi coche, ¿ves? Lo siento como algo mío que no me gustaría dejar. No sé. Es así. Ana
- Con todo, el principal motivo es el primero. La percepción de inseguridad y de riesgo es mucho mayor que cuando se presta una casa. El riesgo de daño o de pérdida es mayor: la casa no se puede robar y parece más raro que se pueda destruir. El coche sí.

Yoo, evidentemente, si voy a reservar en un hotel el nivel de confianza y seguridad está casi al 100%. Un Airbnb no cuando yo llegue diré a ver qué va a pasar aquí, ¿será como en las fotos? Vale. Pero no es tampoco una inseguridad incómoda, en cambio con los coches eso me parece un tema totalmente opuesto. En coche ya entra en mi personalidad en mi individualidad, en la seguridad que yo lleve con los coches, en la experiencia que yo he tenido con los coches. Entonces ya de allí me baso en decir que el coche es más incómodo. Jorge

En Madrid la gente no está muy acostumbrada a conducir moto, pues no creo que dejaría la moto a una persona que no conozco (...) Hombre si me pagan 50 euros a la semana, me lo pienso. Pero entonces miraría mucho la valoración del conductor; si es mi vehículo sí que quiero que el conductor tenga buena reputación. Alfredo

- Los sistemas tradicionales de reputación no sirven aquí para generar confianza. No hay sistema de evaluación de pares que pueda valorar correctamente el uso que se ha hecho del coche.
  - Y aparte con los conductores, tú no le ves cómo conduces. No sabes si el coche llega bien, no sabes si ha estado haciendo carreras con el coche. Si no les ha pasado nada tú no te vas a enterar. Pero tampoco es una puntuación que digas que te vas a enterar de algo. Menasa
- Tampoco un seguro es suficiente para compensar este riesgo. Aunque el seguro cubriría el gasto posible, no resolvería el estrés que conlleva lo que hay que hacer para prestarlo y para repararlo. No se prestaría a no ser que la necesidad económica fuera acuciante. Pero si tuvieran necesidad de dinero, se desharían de él.

Sí, pero ya no es solo que tenga un seguro que me lo arregle, sino en la comodidad, el papeleo, la burocracia, de ahora llevar el coche, ahora esto, ahora a esperar. Simplemente pudiendo ahorrármelo. Esa es mi preocupación. Por eso te digo, porque primero tendría que haber una necesidad económica. Luego ya sí me lo plantearía. Pero mientras no tenga la necesidad económica, no. Jorge

- Si se presta el coche, se destruye el valor principal que da el coche propio: autonomía. Ya no estaría disponible no solo durante el uso por parte del otro sino si le pasa algo.
  - No es que tenga un vínculo emocional con mi coche, es que dependo de mi coche. O sea ahora dependo de mi coche porque me da mucha pereza ir en transporte público. Yo a la universidad voy en coche, al gimnasio voy en coche. Cuando quedo con mis amigos voy en coche. Entonces... si me quedo sin coche, eeh, se me hace muy duro. Gabriela
- Disposición favorable si se comparte en pequeño grupo donde haya un verdadero control social, por los partes. Los informantes están dispuestos a un modelo de P2P ridesharing, pero no de car sharing. No hay modelos de ridesharing en trayectos urbanos-interurbanos.



# ¿Abandonar la propiedad y pasar al acceso? Mmm...



La valoración del concepto es ambivalente

Pero no sé si querría un coche mío propio, para mí. ¿Sabes? Para mí. Durante más tiempo. También es verdad que los coches ahora mismo están llenos de tecnología y cada cierto tiempo pues, va avanzando, y cada tres años sería como tener un coche nuevo, con nueva tecnología, más fácil de conducir oo, más eficiente, eeh, menos contaminante. Y todo eso. O sea que por un lado sí, y por otro lado no. (...) Es que volvemos a lo de antes de... es mi coche y puedo hacer lo que quiera con él. Yy, y no es mi coche. Que puedo hacer lo que quiera también, pero a lo mejor, sii, yo qué sé, tienes un accidente muy grave y el coche se va a la mierda te toca pagar más. O algo así. No sé. No sé, es que no sé. Gabriela

[Me parece interesante] pero tendría que ser pasado un tiempo y que yo estuviera seguro que esa fórmula o esa vía fuera lo suficientemente cómoda para dejar de pensar en tener un coche propio. Jorge

Tendría que salir barato, si no prefiero comprar. Alfredo

Si la idea es buena, no la critico, simplemente yo no la usaría, simplemente no la usaría. Carolina

Te quita todo el estrés asociado a mantenimiento, seguros, revisiones, etc.

He hecho cálculos y al final te incluye la gasolina, y al final sería ahorrarte seguro de todos los años. Serían unos 500 euros de ahorro al año. 500 euros, y la ventaja de que no me tengo que preocupar por un coche, ni por revisiones ni por ningún problema... Y aparcar, lo de aparcar lo llevamos fatal porque hemos llegado a tardar 25 minutos en aparcar. Menasa



- Da la oportunidad de probar diferentes modelos y acceder a marcas que no puedes poseer..
  - Vas a hacer un viaje, te puedes coger un Porche Panamera, que es un coche muy cómodo. Muy amplio. Que va a un sitio de montaña porque va a esquiar, pues coges un Porche Cayenne. Fran
  - Nunca llega a ser tuyo pero siempre tienes coche nuevo. Menasa
- Puedes usar coches eléctricos sin responsabilizarte de cargarlos o acceder a VE sin asumir el coste.



# Movilidad compartida y sistemas de acceso

# ¿Abandonar la propiedad y pasar al acceso? Mmm...



Se cree que si lo ofrecen comercialmente es porque la marca saca un beneficio de alquilar en vez de vender. En consecuencia razonan que tiene que compensar comprarlo y no alquilarlo. El posible margen que podría quedarse la marca sería como un descuento para el usuario.

Está claro que si eso es un servicio estará ganando el que da el servicio, no tú. Entonces o sea al final para ti como usuario igual es más rentable ahorrar durante un tiempo y comprarlo directamente yyy no sé compartirlo con alguien. Marta

No usaría un leasing ni un préstamo porque al final acabas pagando más. Alfredo

Me parece que todavía está un poquito caro el leasing. Me parece que sale todavía más económico comprar que hacer un plan de esos. Menasa

Su referencia es el modelo de *renting/leasing* que es valorado negativamente, por su alto precio y la percepción que no compensa.

Me gusta la idea pero eso lo hace gente que tiene un trabajo estable y gana dinero. Porque no todo el mundo se puede permitir pagar 300 euros al mes, por un coche, porque los que te dicen "no, 120 euros al mes", claro por un Fiat 500 de tres plazas. En el momento en que quieres un cochecito un poco más grande, (...) ya te vas a 280, 300 euros al mes. Más aparte la gasolina, más... Alex

Pero incluso perfiles con trabajo estable y recursos no quieren, de momento, esta forma de acceder al coche. Prefieren pagar y olvidarse. El renting/leasing viene acompañado de un clausulado que genera ansiedad, porque no están siempre seguros de estar cumpliéndolo.

Aunque no descarto en algún momento hacer un leasing o un renting, unnn, no sé, opciones de estas que te duran tres años, y luego un coche, eeh, te lo cambias, te lo compras, o... pero de momento no va a ser. (...) Si consigo un coche que yo crea que ya lo tiene todo y tal, pues que me satisface plenamente, prefiero comprarlo y a lo mejor ya olvidarme de "el año que viene pues a lo mejor pago 26.000, pago 30.000 o no sé qué, y lo tengo o no lo tengo". Almudena

Mientras el pago por acceso en transporte colectivo es bien valorada, porque se ve como una tarifa plana para un uso ilimitado, el sistema Maas se entiende como un alquiler. La analogía con el alquiler les predispone negativamente porque la idea de pagar mensualmente pero no llegar a poseer un vehículo privado no es aceptada.

Eh, a ver, digo el renting, porque eeh a largo plazo, el renting, en mi opinión, no es rentable. Es como, si compras una casa, a ver yo qué sé, los formatos, pero pienso que no es rentable estar de alquiler toda la vida, para luego no tener una casa. A largo plazo yo pienso que es más rentable comprar una casa o comprar un coche. Así lo vas a tener mucho tiempo, perooo, no sé. Creo que el leasing sí es la opción que me gustaría, porque ves cómo funciona el coche, si te gusta y al final lo compras. Eso por ejemplo me parece bien. Y además el coche no pierde valor, porque si te cansas al tiempo lo puedes vender y no pierde tanto valor, yo creo. Miguel





# ¿Abandonar la propiedad y pasar al acceso? Mmm...



Se pierde la seguridad asociada a la propiedad: tener un activo que justifique el haber pagado tantos meses por él. Si no se tiene el activo se siente que se ha tirado el dinero. Tener un activo supone que se puede vender y obtener dinero líquido por él.

Todos tenemos la conciencia de que es que yo cuando tenga mi casa quiero que sea mía, es que quiero haber pagado una hipoteca, no quiero pagar 20 años de alquiler y después sentir que con todo esto ahora podría estar en mi casa. Es verdad que la sensación de propiedad básicamente te da mucha seguridad. Jorge



Me gustaría más pagar mi coche propio y saber que un día, saber que puedo vender entonces puedo recuperar esa parte del dinero e invertirla en otro coche. Alberto

Yo creo que me gusta el sentido de propiedad, como tener algo mío, y que si quiero el día de mañana lo puedo vender, y que dure mucho tiempo, eeem, a ver creo que es una buena opción pero no para toda la vida. Sí que lo usaría ahora de joven, "ay sí, tengo un Smart. Lo voy pagando al mes", eso sí me gustaría. Está guay, me parece una idea innovadora, pero creo que a largo plazo me gustaría tener un coche en propiedad, que fuera mío y que yo hiciera con el coche lo que quisiera. Manuel

- También hay dudas sobre la disponibilidad de vehículos en el momento en que lo necesiten.
- Obliga a planificar el trayecto. Con un coche en propiedad no hay que pagar: decido irme y me voy. Con el sistema MaaS si no lo tengo conmigo ya, hay que localizarlo, recogerlo, etc.

Cuando el pago se encuadra como "abono" es bien valorado; si es percibido como "alquiler" se valora negativamente, como una manera poco inteligente de actuar o una manera de tirar el dinero.



### WTP y sugerencias de diseño

Los usuarios de coche saben cuánto se gastan al mes en gasolina y ese cálculo es usado como marco de referencia. Los usuarios de transporte público usan el coste del abono como marco de referencia. El WTP va desde 9.000 año con gasolina aparte (aunque si es recarga eléctrica se asume que se ocupará la marca) (Fran) a 50 euros al mes (Marta, Menasa). La respuesta más repetida es una tarifa mensual de entre 100 euros, pero sin más gastos extra que el combustible.



- Más dispuestos a pagar más los que les gusta conducir y probar coches y los de nivel socioeconómico alto.
- Para muchos informantes, la idea de pago mensual se vive como una hipoteca o una atadura, porque no se entiende como un abono sino como un alquiler. Se prefiere pagar de golpe y tener el activo a disposición. Para muchos informantes es atractivo si la cuota mensual es muy pequeña (30-50 euros). Se prefieren paquetes prepagados que pagos por kilómetros o por minutos.



#### Sugerencias de diseño para el interface

- Localización o disponibilidad con nube de puntos
- Filtros de búsqueda:
  - Trayecto: distancia, número de personas, con o sin bultos.
  - Tipo de vehículo: tamaño, puertas, maletero
  - Gama: platino, premium, normal y baja
  - Automático o manual
  - Modelos disponibles en cada gama
  - Ver comentarios de otros usuarios sobre los modelos
  - Combustible: gasolina, diésel, eléctrico
- Seguros
- Otras opciones: silla de niños, GPS, etc.
- Tu cuenta: cuánto has gastado ya, tarjetas o pay pal, etc.



# Movilidad compartida y sistemas de acceso

### WTP y sugerencias de diseño

#### Otras SUGErencias para añadir valor

#### Pricing

- Poder darse de alta por meses, no por años, e incluso por días: combinar sistemas de payas-you-go con pago por paquete.
- Tarifa mayor para el que más lo use: tarificación por kilómetros realizados. Por ejemplo, diferente tarifa por kilometro o tarifa plana, más un variable en función de los kilómetros realizados. Sin embargo, el no saber cuánto voy a pagar finalmente genera ansiedad a los informantes. Plantear un modelo de pre-pago, usando siempre como referencia el transporte público.
- Tarificación por gama de vehículos.
- Penalizaciones por mala utilización o por dejarlo en mal estado

#### Otros

- Ofrecer una plataforma realmente integrada que permita también combinar con transporte público. Por ejemplo, la Oyster card da acceso a car sharing systems, integrando el pago en la misma cuenta pre-pegada.
- Usar información en tiempo real de tráfico para darte el modo de movilidad más rápido para cada trayecto.
- Poder usarlo en la Comunidad de Madrid: ir a un centro comercial y dejarlo allí. No limitarlo a la almendra.
- Sistema free-floating, más que entrega en punto. Tiene que abrirse con la app. Muchos rechazan tener que ir a recoger y entregar a un punto fijado, porque les complica la vida. Sin embargo, para otros sería una garantía de servicio y calidad. Servicio realmente on demand sin planificar, porque no planifican los desplazamientos.
- Tiene que ser muy cómodo todo: desde la búsqueda hasta la devolución y los contratiempos. Tiene que verse que es la opción common sense: otra cosa sería tirar el dinero.

Yo siempre estoy a favor de que el consumidor pues sea el jefe, entonces, me gustaría que el consumidor no tendría que avisar, dar ningún tipo de aviso, en plan que el consumidor deja el coche, y la hora anterior dice "lo dejo", y así se entiende. Después, "ya lo he dejado en tal sitio". Miguel

Todo eso a mi disposición y tal, no sé si va a ser muy jaleo para la hora de recoger, dejar, hoy lo dejo aquí, hoy lo recojo allí, pero si se hace con más o menos, como lo que has dicho de vacaciones, tal, pues creo que puede ser bueno. Almudena





### Legitimidad del VE como entidad abstracta

Legitimidad MOľa: superioridad ética del VE debida a su gran valor diferencial.

- No genera polución. Algunos matizan que "desplaza la contaminación": no contamina en la ciudad, pero contamina donde se produzca la energía.
- No genera contaminación acústica. Es silencioso.

Legitimidad COGNITIVA: se da por supuesto que es la mejor forma de energía para los vehículos.

- Es "lo moderno"
- Es "el futuro"; "En 20 años todos llevaremos estos coches" (Jorge); "no hay otra"
- No está sometido a las restricciones de acceso al centro y a las zonas de bajas emisiones marcadas por el Ayuntamiento

#### Limitada legitimidad pragmática: no es funcional

- Coste de adquisición
- Coste de información
- Falta de sistema urbano de recargas
- Falta de autonomía
- Pérdida de la experiencia de conducción para el que le gusta conducir: acelerar y frenar, sin ruido de motor.
- Los que lo han probado, están contentos con el coche.



### Percepciones del VE

Los eléctricos me dan aún un poco de ansiedad. No sé. Si me quedo si electricidad, ¿dónde lo cargo? Yo sé que ahora hay muchaaas gasolineras que antes no había apenas yyy y con un, con un híbrido, sí que de 0 a 30 me parece que gastaaa electricidad. Y a partir de 30 empieza a quemar combustible, pero por aquí por ejemplo, eeen, en urbaniza, en terreno urbanizable no hay nada, no hay cargadores. Así quee, aquí sí queee, los pueblos todavía se tienen que modernizar un poco. En Madrid yo sí sé que hay. Me compraría un híbrido. Ya si pudiera comprarlo, me compraría un híbrido. Ana

Lo que pasa es que yo soy un enamorado del ruido, por decirlo de alguna manera. A mí me gusta que el coche suene. Que la moto suene. Que se le oiga cuando, que se te oiga cuando llegas. Alex

He ido en uno completamente eléctrico que no hace nada de ruido, yyy la sensación era muy rara. Al principio, o sea, me costó acostumbrarme aaa, hacerme, porque, primero que estás fuera en la calle, llega el coche y ni te enteras, porque no lo oyes, y dices "como esté en un paso de cebra distraído me lleva por delante", pero lo segundo es que te metes en el coche, se está moviendo y no sabes si se está deslizando o qué... Pero luego entras en otro coche y madre mía cómo suena. Me pareció cómodo, muy cómodo. Almudena

Ahora los nuevos que están sacando tienen más de 300 km de autonomía. El que nosotros tenemos tiene 130-150 y depende de la velocidad que vayas. Es un coche para moverte por Madrid, puedes estar todo el día moviéndote. si te mueves por, coges la m40, coges alguna autopista, a4, la a1, a6 y le das caña al coche gasta, gasta bastante al ir rápido y no tienes tanta autonomía pero si es para moverte por Madrid te sobra. Beltrán

Como entidad abstracta, el VE tiene un gran capital moral. Es la solución para los problemas urbanos de ruido y contaminación manteniendo el valor del coche privado (autonomía).

Sin embargo, la falta de legitimidad pragmática explica la limitada masa crítica. Esa masa crítica se toma como indicador de su viabilidad.

En situación de incertidumbre, la conducta de los demás nos informa de qué hacer. Pocas posibilidades de herding.



# Valoración desigual del VE como entidad concreta

- Pocos informantes reconocen los VE entre los presentados. La notoriedad sube entre los modelos que se emplean en sistemas de car sharing.
- Cuando evalúan VE específicos, se pierde el capital moral y entran en juego otros atributos generadores/destructores de valor funcional, identitario y experiencial.
- Los VE no tienen ningún distintivo específico que los diferencia del resto y los introduzca en una categoría aparte. Solo los informantes más expertos en coches los distinguen porque no tienen tubo de escape, las ruedas son verdes o tienen algo verde, estéticamente son diferentes (diseño ahuevado) y las ruedas son más finas.
- El no poder reconocerlos en una categoría separada es relevante porque, al crear una nueva categoría, se generarían también nuevos códigos de elección. Al no haber estos códigos, evalúan los VE con los atributos tradicionales. En esta evaluación, el VE pierde su ventaja diferencial, sobre todo, por su diseño.
- El desconocimiento y la falta de experiencia personal con el VE pueden explicar que usen estos otros atributos para valorar el vehículo.
- Aunque dicen que para ellos el coche es una "máquina", algo puramente utilitario y sin valor emocional, lo cierto es que al evaluar los coches presentados los relacionan con categorías sociales: "es de chicas", "es para gente de clase alta". Hay, pues, una construcción identitaria del coche que puede interactuar con el valor ético del mismo.

Los VE no tienen un distintivo que remita a la categoría. No se perciben como una categoría separada y se pierde el capital moral del que disfrutan. Hay grandes diferencias en los significados atribuidos a los VE concretos.

Cómodo de aparcar

Fácil de manejar

¡Eléctrico! Muy bien así tendrían que ser todos

Tiene fuerza a pesar de ser pequeño

Para viajes largos no. El motor se esfuerza demasiado haciendo muchos km

> Me compraría este coche si no dejaran entrar con gasolina en ciudad

Diseño feo. Es feo, ahuevado.

Por el diseño diría que es eléctrico, parece más moderno.

Es un coche de soltero, alguien sin familia

Es como no sé una niña de papá, una niña pija.

Es como más cuqui ¿no? Más de chica

Es un coche de madre. ¡O de abuela!

El mejor coche para Madrid centro. No consumes, no gastas, lo metes en cualquier lado...

[Este es para aquellos] más o menos concienciados del medio ambiente, que les da más igual, que no van a juzgar si es más viril o menos viril, o lo que sea, que buscan conducir tranquilos y a gusto con el medio ambiente, y aportar su granito de arena...

Es un coche bonito, aunque sea eléctrico. Compagina muy bien las dos cosas.

Coche ideal para Madrid

Bonita tapicería

Es un poco pijo...

Para alguien que quiere un coche bonito, llamativo, pero no quiere prestaciones



Es un coche de gente más rica, con más prejuicios para ir en transporte público.

Ya tengo 50 y me compro un coche para vacilar", y un coche familiar, entonces está ahí..

Me parece un coche muy caro

Caro de comprar y de mantener

Me parece muy caro

Este me parece de gente con dinero

Me parece carísiimo

Bueno para las vacaciones

Es para una persona con familia

Este es más familiar

Es un coche que te encuentras en el Mercadona

Es muy grande, me siento más segura en uno más pequeño

#### **Familiar**

Coche de señores, de adultos

Un coche normal, un sedán normal, para familia

Es el coche que le gusta a los padres, con morro delantero y maletero grande.



La batería es muy cara, como 15.000 y hay que cambiarla cada 30.000 km. Es un coche sin más, no me dice nada.

Es un poco choni ¿no?

Es grande y para aparcarlo...

Es bonito, está bien.

Lento y poco maniobrable

Es un coche muy feo Feo

Feísimo

Me parece feo, horrible. El más feo de todos.

El coche más feo del mundo

El diseño es feísimo. Parece el coche papal.

Parece más ligero, pero es más feo

No sé si es pequeño o grande

Tiene pinta de ser una birria por dentro, de no caber nada

Es lo malo de los eléctricos que son un poco feos. Los híbridos no tanto.



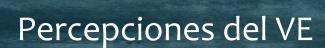
De potencia no va mal, pero es muy inestable. Da una seguridad nula si vas a más de 50 km.

Parece un maletero muy pequeño

Podría ser el coche de la madre de la familia. No están tan preocupadas por aparentar ni por fardar y les tira más lo ecológico.

Este es eléctrico, son los de Emov.

Parece cómodo, pero ¿qué autonomía tiene?.



El Smart no porque un coche para dos... hasta que no pasen muchos, muchos, muchos años, no lo veo funcional.

No me gusta, me molesta cuando lo veo aparcado.

Es un coche de urbanitas

Agobiante

No compraría un coche para dos, no le saco partido

Cómodo de aparcar Aparcarlo en Madrid es una gozada

Me parece más estable que el Citroën.

Tiene más potencia que otros.



No sé si se puede conducir con el carnet de moto

Yo este no lo compraría

Difícil darle a otro

Pequeño, más cómodo para aparcar

Bueno para aparcar, pero ¿qué hago con la compra?





# Key insights

### Key insights

Sobre la adopción de un sistema MAAS

- El transporte público crea más dimensiones de valor que los demás modos, especialmente para los preocupados por precio y medio ambiente. El sistema de *pricing* del transporte público contribuye a acrecentar este valor: el pago de una tarifa plana por uso ilimitado da una idea de value for money.
- El valor que genera el transporte público es tan alto y la percepción de mala experiencia de conducción en Madrid tal alta que un sistema MAAS parece que solo funcionaría dentro de almendra si se incorpora el transporte público al paquete de vehículos.
- El espacio que el transporte público no ocupa es el desplazamiento interurbano. En estos trayectos hay oportunidades de mejora con modelos de car sharing y de P2P ridesharing que actualmente no existen. Un modelo MAAS es atractivo precisamente para los que viven en poblaciones fuera de almendra.

#### Sobre la disposición a prestar el coche en modelos P2P car sharing

- Es unánime la disposición poco favorable hacia este modelo, por dos motivos: porque el coche no es un recurso sin usar (el que tiene vehículo propio lo usa a diario) y porque no confían en poder detectar un uso irresponsable del vehículo. Como consecuencia, el precio que demandan para compensar por la pérdida de uso funcional y por el riesgo asumido hacen el sistema inviable.
- Solo si se hubiera métodos objetivos que dieran información sobre la manera de conducir o sobre el uso que se ha dado al coche podrían funcionar los peer ratings y con ellos mejorar la confianza.
- Sin embargo, el primer problema quedaría sin resolver: el coche no es un activo sin usar en este segmento.

#### Sobre el VE

- El VE disfruta de una gran legitimidad moral. Cuando lo prueban, el valor percibido es muy alto en término de rendimiento, potencia, experiencia de conducción, etc.
- El coste del vehículo eléctrico es tan alto que está excluido de las opciones que barajan al comprar un coche.
- La legitimidad del VE está socavada por su falta de legitimidad pragmática. Si se cimenta bien este pilar, cabe esperar un despegue del VE. Esto exige una acción coordinada de diferentes agentes.
- Es fundamental una mayor comunicación del VE, tanto de la categoría (incluir un símbolo que los diferencie y que les sirva para disfrutar del capital moral que los diferencia del resto) como de cada coche en particular. El desconocimiento sobre posibilidades de carga, financiación, etc. es generalizado.



## Key insights

# Recomendaciones para el modelo de negocio

- El valor que genera el transporte público es tan alto y la percepción de mala experiencia de conducción en Madrid tal alta que un sistema MAAS parece que solo funcionaría dentro de almendra si se incorpora el transporte público al paquete de vehículos.
- Habría un mercado potencial fuera de almendra pero esto exige un esfuerzo logístico mayor para asegurar la disponibilidad.
- Para romper la ambivalencia el modelo tiene que ser:
- Effortless: simplificar la localización y acceso a los vehículos. Reducir el tiempo que se tarda desde que aparece la decisión de desplazamiento hasta que se encuentra la solución de desplazamiento.
- Hassleless: enfatizar que no hay cláusulas ocultas que pueden traer sorpresas en factura.
- Pricing que conduzca a la amortización. Si el coste mensual es superior a lo que se paga por un coche privado de segunda mano no les compensa. Proponerlo como "abono" y no como "alquiler": cada frame crea diferentes asociaciones, positivas o negativas, respectivamente.
- Co-creado: gestionar la **comunidad** para asegurar el valor. El valor va a depender de lo que hagan los otros con el coche. Invertir tiempo y esfuerzo en educar a los clientes en buenas prácticas. Usar incentivos como parte de este proceso de educación (premios y castigos económicos y simbólicos).
- Customizado: no hay un perfil único en cuanto al valor esperado. Conocer los perfiles con encuestas de clasificación al inicio y perfeccionar la clasificación con el uso de datos.
- Proponer diferentes modelos de *pricing* para adecuarse a los diferentes perfiles de uso: tarificación por kilómetros, por minuto y tarifa plana.
- Proponer diferentes **paquetes** de vehículos: para el perfil más funcional con disponer de un vehículo para ir del punto A al punto B es suficiente. Para otros, la posibilidad de probar coches es una motivación para usar el modelo y para pagar más por él.





#### Millennials y la relación con los coches

- 1. "Buying habits". (2017). Automotive News, 91(6766), 0039.
- 2. "Gen Y likes car shopping until the salespeople arrive" (2013). Automotive News, 87(6584), 34.
- 3. "Millennials Help Drive Credit Union Auto Lending" (2016). Credit Union Times, 27(3), 9.
- 4. Arison, G. (2015). "Yes, Millennials Do Buy Cars". TechCrunch.
- 5. Associated Press (Producer). (2017). "Car designed to appeal to the Millennial Generation [Streaming video]". Associated Press Video Collection database.
- 6. Bond Jr., V. (2016). "A new wave: Kia seizes on new Google ad function". Automotive News, 90(6751), 0020.
- 7. Cetelem (2017). "Observatorio Cetelem Auto".
- 8. Chang, H., Lai, H., & Chang, Y. (2007). "A measurement scale for evaluating the attractiveness of a passenger car form aimed at young consumers". International Journal Of Industrial Ergonomics, 37(1), 21-30. doi:10.1016/j.ergon.2006.09.014.
- 9. CIS (2016). "Frecuencia con la que ha dejado de utilizar el coche por razones medioambientales".
- 10. Danesin, A. (2017). "Modelling and Assessment of Sustainability in Transport Policies". Cátedra BP de Energía y Sostenibilidad. Instituto de Investigación Tecnológica. ICAI. Universidad Pontificia de Comillas.
- 11. Dean, D. H. (2010). "Rental experience and likelihood to purchase rental car insurance among young adults". Young Consumers, 11(3), 215-225.
- 12. Dempsey, A. (2016). Why Are Millennials Buying Fewer Cars? (Doctoral dissertation, The Ohio State University).
- 13. Finlay, S. (2011). "Millennials Misunderstood They are cautious, but not unwilling, vehicle buyers". Ward's Dealer Business, 45(9), 25.
- 14. Gabor, M. R. (2016). "Romanian Young Consumers Perception of Car Brands: A Personal Construct Theory Approach". Eurasian Journal of Business and Economics, 9(18), 17-39.
- 15. Goldman Sachs (2013). "Fortnightly Thoughts intern survey". Goldman Sachs. Obtenido el 11 de junio de 2018 de http://www.goldmansachs.com/ourthinking/pages/millennials/.
- 16. Halpert, J. (2016). Reaching the young: A perennial puzzle. Automotive News, 90(6707), 0025.
- 17. Hensley, R.; Knupfer, S., y Pinner, D. (2018). "Three surprising resource implications from the rise of electric vehicles". McKinsey Quarterly. McKinsey&Company.
- 18. Hertzke, P.; Müller, N.; Schenk, S., y Wu, T. (2018). "The global electric-vehicle market is amped up and on the rise". McKinsey&Company.
- 19. Hopkins, D. (2016). "Can environmental awareness explain declining preference for car-based mobility amongst generation Y? A qualitative examination of learn to drive behaviours". Transportation Research Part A: Policy & Practice, 94149-163. doi:10.1016/j.tra.2016.08.028.
- 20. Irwin, J. (2018). "Study: CPO cars, millennials a good match". Automotive News, 22(1), 0056.
- 21. Joe, R. (2013). "Nissan Takes Note with a versatile marketing strategy". Direct Marketing News, 35(11), 32-35.
- 22. Kilcarr, S. (2015). "To drive or not to drive". Fleet Owner Exclusive Insight, 9.
- 23. Klein, N. J., & Smart, M. J. (2017). "Millennials and car ownership: Less money, fewer cars". Transport Policy, 5320-29. doi:10.1016/j.tranpol.2016.08.010.
- 24. Kuhnert, F.; Stürmer, C., y Koster, A. (2017). "Five trends transforming the Automotive Industry". PwC.
- 25. Lavieri, P. S., Garikapati, V. M., Bhat, C. R., & Pendyala, R. M. (2017). Investigation of Heterogeneity in Vehicle Ownership and Usage for the Millennial Generation. Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board, (2664), 91-99.
- 26. Lew, G. (2016). "4 considerations for innovating the automotive industry". GFK Insights Blog. GFK. Obtenido el 11 de junio de 2018 de https://blog.gfk.com/2016/04/4-considerations-for-innovating-theautomotive-industry/.



- 27. Linares, L. (2018). Análisis para determinar si el uso frecuente del carsharing influye en la intención de compra de coches eléctricos (TFG, ICADE, Universidad Pontificia de Comillas).
- 28. Lutz, H. (2016). "Millennials' clout shifts buying habits, lending". Automotive News, 20(2), S052.
- 29. Martens, J. (2015). The role of the government and automotive industry in electric vehicle adoption: French case (Tesis, ICAI, Universidad Pontificia de Comillas)
- 30. McDonald, N. C. (2015). "Are Millennials Really the "Go-Nowhere" Generation?" Journal Of The American Planning Association, 81(2), 90-103. doi:10.1080/01944363.2015.1057196
- 31. Mikolajová, K., & Olšanová, K. (2017). "How to engage children into the world of traditional car brands? exploration of specific touchpoints between future buyers in the car industry and established brands". Central European Business Review, 6(3), 27-40.
- 32. Miller, S. (2006). "The MAD DASH". Brandweek, 47(15), 22-32.
- 33. Mohr, D.; Kaas, H-W.; Gao, P.; Wee, D., y Möller, T. (enero 2016). "Automotive revolution -perspective towards 2030. How the convergence of disruptive technology-driven trends could transform the auto industry". Advanced Industries. McKinsey&Company.
- 34. O'Hara, R. (2016). "Connecting With Millennials Is Easier Than You Think". Credit Union Times, 27(23), 10-11.
- 35. Oakil, M., Toasin, A., Manting, D., & Nijland, H. (2016). "Dynamics in car ownership: the role of entry into parenthood". European Journal of Transport & Infrastructure Research, 16(4).
- 36. Parkin, R.; Wilk, R.; Hirsh, E., y Singh, A. (2017). "2017 Automotive Industry Trends. The future depends on improving return on capital". strategy&. PwC.
- 37. Parment, A. (2013). "Generation Y vs. Baby Boomers: Shopping behavior, buyer involvement and implications for retailing". Journal Of Retailing & Consumer Services, 20(2), 189-199. doi:10.1016/j.jretconser.2012.12.001.
- 38. PRINCE, M. (2016). "Relax, People: Millennials and the Future of Cars". Autoweek, 66(19), 0006.
- 39. Qian, L., & Soopramanien, D. (2011). "Heterogeneous consumer preferences for alternative fuel cars in China". Transportation Research: Part D, 16(8), 607-613. doi:10.1016/j.trd.2011.08.005
- 40. Qian, L., Soopramanien, D., & Daryanto, A. (2017). "First-time buyers' subjective knowledge and the attribute preferences of Chinese car buyers". Journal Of Retailing & Consumer Services, 36189-196. doi:10.1016/j.jretconser.2017.01.004.
- 41. Sánchez, J. (2018). Las licencias VTC. Análisis jurídico de los taxis del siglo XXI (TFG, ICADE, Universidad Pontificia de Comillas).
- 42. Schreffler, E. (2018). "Better Integrating Travel Choices into Future Urban Mobility Systems: The Day the Highways Stood Still". Journal of Public Transportation, 21(1), 9.
- 43. Schwartz, D. (2018). "The real-world potential and limitations of artificial intelligence" (podcast). McKinsey Quarterly.
- 44. Shivakumar, D. (2011). "Imperatives of Innovation". Business Today, 20(25), 70-72.
- 45. Sorensen, C. (2015). "YOUNG AND CARLESS". Maclean's, 128(3), 34-36.
- 46. Sweeney, C. (2016). "Disruptors to shape auto industry's future". Rubber & Plastics News, 46(3), 0006.
- 47. Villwock-Witte, N., & Clouser, K. (2016). Mobility Mindset of Millennials in Small Urban and Rural Areas (No. MN/RC 2016-35). Minnesota Department of Transportation, Research Services & Library. Obtenido el 25 de junio de 2018 en http://www.dot.state.mn.us/research/TS/2016/201635.pdf.
- 48. Viveiros, B. N. (2015). "SOCIAL DRIVES MILLENNIALS TO FORD DEALERSHIPS". Promotional Marketing, 4.
- 49. Wang, Y. (2017). "Would You Buy A Car Online? Why Chinese Motorists Are Skipping The Dealership For Virtual Showrooms". Forbes.Com, 1.
- 50. Welch, D. (2004). "Not Your Father's...Whatever". Businessweek, (3874), 82-83.
- 51. WINTER, D. (2016, June). "Beware Millennial Stereotypes". Ward's Auto World. pp. 6-8.



### Referencias

- 52. Wisniewski, M. (2015). "USAA Launches New App to Help Millennials Save". American Banker, 118(F329), 0.
- 53. Young drivers: design matters. (2003). MarketWatch: Automotive, 2(3), 10-11.
- 54. Zipcar. 2015. "Millennial is a State of Mind: Millennial Survey Results." Obtenido el 25 de junio de 2018 en https://www.slideshare.net/Zipcar\_PR/zipcar2015-millennialmind-slideshare/1.
- 55. Zhong, L., & Lee, B. (2017). Carless or Car Later? Declining Car Ownership of Millennial Households in the Puget Sound Region, Washington State. Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board, (2664), 69-78.



#### Millennials y la relación con los coches: España



Coches.net y Schibsted Spain (2016). "El proceso de compra de un coche 2016". Obtenido el 2 de julio de 2018 en <a href="https://www.schibsted.es/wp-content/uploads/2017/11/Estudio-Completo-Proceso-compra-de-un-coche-2016.pdf">https://www.schibsted.es/wp-content/uploads/2017/11/Estudio-Completo-Proceso-compra-de-un-coche-2016.pdf</a>.

Cetelem (2018). "Observatorio Cetelem Motor 2018. Automóvil. 2007 vs 2018, crisis y recuperación". Obtenido el 3 de julio de 2018 en <a href="https://elobservatoriocetelem.es/2018/04/12/cetelem-consumo-motor-2018-automovil/">https://elobservatoriocetelem.es/2018/04/12/cetelem-consumo-motor-2018-automovil/</a>.

DGT (2016, 2015, 2014 y 2013). Censo de conductores.

INE (2016, 2015, 2014 y 2013). Censo de población.

Letón, A. (2013). "Cultura del coche en propiedad en la sociedad. Estudio sobre los hábitos de movilidad de los madrileños y su sostenibilidad". Bluemove y DOYMO.

cBRE Research (2016). Millennials: ¿son en realidad tan distintos?CBRE. España. Obtenido el 2 de julio de 2018 en <a href="https://www.cbre.es/~/media/cbre/countryspain/documents/research/spain/live-work-play-millennials.pdf">https://www.cbre.es/~/media/cbre/countryspain/documents/research/spain/live-work-play-millennials.pdf</a>.

Centro de Demoscopia de Movilidad (2017). "Los españoles ante la nueva movilidad". Autofácil, Pons y AutoScout24. Obtenido el 2 de julio de 2018 en <a href="http://www.ponsseguridadvial.com/wp-content/uploads/lll\_InformeNuevaMovilidad\_.pdf">http://www.ponsseguridadvial.com/wp-content/uploads/lll\_InformeNuevaMovilidad\_.pdf</a>.

CIS (2016). "Frecuencia con la que ha dejado de utilizar el coche por razones medioambientales".

CIS (2015). "Frecuencia de comportamientos respetuosos con el medio ambiente en los hábitos de compra: Al comprar un coche/moto tiene en cuenta que sea el menos contaminante".

CIS (2012). "Frecuencia con la que ha dejado de utilizar el coche por razones medioambientales".

Herrero Ruiz, F., Cascajo Jiménez, R., & Monzón de Cáceres, A. (2016, June). Identificación de las variables que afectan a la percepción de las transferencias en los viajes multietapa: focus groups en Madrid y Vitoria. In XII Congreso de ingeniería del transporte. 7, 8 y 9 de Junio, Valencia (España) (pp. 2306-2314). Editorial Universitat Politècnica de València.

OECD (2010). "Electric vehicles: a tentative economic and environmental evaluation". *International Transport Forum*.

Comisión Europea (2013). Eurobarómetro Especial 406. Attitudes towards urban mobility.

Comisión Europea (2013). Flash Eurobarometer 360. Attitudes of Europeans towards air quality

Bernárdez (2018). Análisis de viabilidad económica y futuro del carsharing eléctrico en España (TFM, ICAI, Universidad Pontificia de Comillas).

Bluemove (2013). "1. Cultura del coche en propiedad en la sociedad". Estudio sobre los hábitos de movilidad de los madrileños y su sostenibilidad.

Foro de Movilidad (2018). "V Radiografía de los hábitos de movilidad de los españoles". Alphabet.



### Referencias



#### **Shared mobility systems**

Akyelken, N., Banister, D., & Givoni, M. (2018). The sustainability of shared mobility in London: The dilemma for governance. Sustainability, 10(2), 420

Buliung, R., Soltys, K., Habel, C., & Lanyon, R. (2009). Driving factors behind successful carpool formation and use. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, (2118), 31-38.

Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. Organization & Environment, 27(3), 279-296.

Kamargianni, M., Li, W., Matyas, M., & Schafer, A. (2016). A critical review of new mobility services for urban transport. *Transportation Research Procedia*, 14, 3294-3303.

Köhler, J., Whitmarsh, L., Nykvist, B., Schilperoord, M., Bergman, N., & Haxeltine, A. (2009). A transitions model for sustainable mobility. *Ecological economics*, 68(12), 2985-2995.

Le Vine, S., Adamou, O., & Polak, J. (2014). Predicting new forms of activity/mobility patterns enabled by shared-mobility services through a needs-based stated-response method: Case study of grocery shopping. *Transport Policy*, 32, 60-68.

Shaheen, S. A., Chan, N. D., & Micheaux, H. (2015). One-way carsharing's evolution and operator perspectives from the Americas. *Transportation*, 42(3), 519-536.

Shaheen, S., Cohen, A., & Jaffee, M. (2018). Innovative Mobility: Carsharing Outlook. UC Berkeley Policy Briefs, doi:10.5072/FK2MW2H65J

Shaheen, S., Cohen, A., & Zohdy, I. (2016). Shared mobility: current practices and guiding principles (No. FHWA-HOP-16-022).

Shaheen, S., Chan, N., Bansal, A., & Cohen, A. (2015). Definitions, Industry Developments, and Early Understanding. Berkeley, CA: University of California Berkeley Transportation Sustainability Research Center. http://innovativemobility.org/wp-content/uploads/2015/11/SharedMobility\_WhitePaper\_FINAL.pdf.

Todas las imágenes fueron tomadas de Noun Project (<a href="https://thenounproject.com">https://thenounproject.com</a>).

[anexo 1. Guion]

#### [Anexo 1. Guion]

#### INTRODUCCIÓN/PRESENTACIÓN (5 minutos)

Presentación de los entrevistadores y del estudio.

Información sobre grabación y confidencialidad

**IMPORTANTE:** Cada vez que se le formule una pregunta, o se le presente una imagen, decirle que se tome unos minutos para pensar en la respuesta.

#### FASE 1: HÁBITOS Y CRITERIOS DE MOVILIDAD (10 minutos)

#### COSTUMBRES (en espontáneo)

¿Qué medios de transporte sueles utilizar?

¿Qué medio de transporte es el que más utilizas?

Si es el coche, ¿es uno propio o compartido?

#### ¿Por dónde te sueles desplazar?

¿Para qué te desplazas?

¿Qué alternativas al coche usas en diferentes tipos de desplazamiento?

¿Con qué frecuencia? ¿Qué distancia?

#### **CRITERIOS** (en sugerido)

¿Qué criterios te sirven para elegir esos medios de transporte frente a otros?

¿Varía el medio de transporte según para qué te desplaces y según dónde lo hagas?

¿Qué importancia le das al coste que os supone cada medio de transporte?

¿Influye en tu elección alguna medida política o las promociones de los que ofrecen el medio de transporte? (ej.: Plan PIVE, Plan MOVEA, abono joven 20 euros, ...)

#### FASE 2: PERCEPCIONES SOBRE EL COCHE PROPIO (25 minutos)

\*\*\* NOTA: INSISTIR EN QUE NO ES UN EXAMEN. NO HAY RESPUESTAS BUENAS/MALAS. TODAS SON IGUALMENTE VÁLIDAS.

#### A FAVOR O EN CONTRA DE LA POSESIÓN DEL COCHE EN GENERAL, Y ATRIBUTOS QUE INCIDEN EN ELLA.

¿Tienes coche propio o quieres tenerlo? ¿Por qué?

¿Qué atributos te resultan más importantes en un coche? (en espontáneo)

¿Qué importancia le das al <u>precio</u>, <u>coste de mantenimiento</u>, a si es nuevo el coche, lo que <u>consume</u>, lo que contamina, la seguridad, el <u>confort</u> y el diseño?

¿Cómo lo pagastes? Si necesitaras un coche ¿qué modelos de financiación o acceso al coche usarías?

### DISPOSICIÓN A COMPARTIR EL COCHE (MODELO AIRBNB), CON ESPECIAL ÉNFASIS EN LA INCIDENCIA DE LA VINCULACIÓN EMOCIONAL.

Si tienes o tuvieras un coche propio, ¿estarías dispuesto a alquilarlo o compartirlo, de una forma similar a la que aplica Airbnb para los pisos o casas?

¿Por qué sí o por qué no? ¿En qué situación sí? ¿En qué situación no? (en espontáneo)

¿Con qué condiciones lo compartirías? (en espontáneo)

¿Lo harías depender de un seguro, un sistema de reputación o un sistema de reviews? ¿Influiría en tu decisión acerca del "Airbnb de coches" la edad del coche, el precio, la manera de financiarlo (ej.: renting, leasing, etc), o el uso que le des (si más intenso o menos)? (en sugerido)

¿Dirías que tienes un vínculo emocional con tu coche o algún coche? ¿Qué ha hecho que se forme? ¿Esa vinculación emocional con el coche incidiría en tu decisión de compartirlo? Si es que sí, ¿de qué manera? Si no, ¿por qué?(en sugerido)

#### IMPORTANCIA DEL DISEÑO, CON ÉNFASIS EN LOS ELÉCTRICOS.

¿Qué te parecen estos modelos? ¿Qué te transmiten? ¿Puedes decir dos o tres palabras que te vienen a la cabeza cuando ves estos modelos? (Enseñar imágenes de: (enseñar Ford Fiesta, KIA Stinger, Renault Zoe, BMW i3, Nissan Leaf, Smart EQ Fortwo, Citroën C-Zero).

[Si no dice nada de VE] ¿Cuáles de estos modelos identificas como eléctricos? (enseñar Ford Fiesta, KIA Stinger, Smart EQ Fortwo, Citroën C-Zero, Renault Zoe, BMW i3, Nissan Lip).

#### [Anexo 1. Guion]

#### COCHE ELÉCTRICO - PERCEPCIÓN Y EXPERIENCIA.

¿Qué sabes del coche eléctrico?

¿Tienes un coche eléctrico? ¿Lo comprarías? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?

Si la respuesta fue sí, ¿qué atributos señalarías como determinantes a la hora de comprar un VE?

Si la respuesta fue sí, ¿qué lugares consultaste para informarse antes de comprarlo?

Si la respuesta fue no, ¿qué atributos echas en falta? ¿qué lugares consultaste?

¿Has conducido un coche eléctrico? ¿En qué situación: era tuyo, de un conocido, en servicios de car-sharing? ¿Cómo valorarías la experiencia?

Si lo probaste en un servicio de car-sharing, ête sirvió para tomar una decisión sobre si te gustaría comprar un coche eléctrico o no?

#### COCHE ELÉCTRICO - INCENTIVOS DE GOBIERNO Y FABRICANTES.

¿Conoces los incentivos que ofrece el gobierno para comprar un coche eléctrico? ¿Y los que ofrecen los fabricantes de coches? ¿Conocen las restricciones a la movilidad que impone el gobierno a los coches de combustible fósil? ¿Cuáles te influyen más? ¿Por qué? ¿Cuáles menos o nada? ¿Por qué? ¿Dónde buscaste o buscarías información sobre esas medidas?

#### FASE 3: ALTERNATIVAS A LA POSESIÓN TRADICIONAL (15 minutos) ALTERNATIVAS EXISTENTES A LA MOVILIDAD TRADICIONAL.

Si no podéis o no queréis tener coche propio, ¿qué alternativas os planteáis?

¿Habéis utilizado servicios de sharing como Uber o Car2Go? ¿Qué opinión os merecen? ¿Qué aportan que no tenga el coche propio? ¿Qué tiene el coche propio que no tengan ellos?

¿Se os ocurre alguna opción que permita tener un coche sin comprarlo?

¿Conocéis el leasing? ¿Y el renting? (Si no lo conoce, se explica)

¿Valorarías la posibilidad de contratar uno de esos servicios? ¿De qué dependería?

#### COCHE IDEAL.

\*\*\*NOTA: PEDIRLE QUE PLANTEE DOS TRAYECTOS DIFERENTES QUE VAYA A HACER (ej.: al trabajo y a su pueblo de vacaciones) IMAGINANDO QUE EL MEDIOS DE TRANSPORTE QUE USARÁ PARA ELLO ES UN COCHE (O VARIOS) [EXCLUIMOS TRANSPORTE PÚBLICO, AUTOBUSES PRIVADOS, TREN, AVIÓN, BICICLETA], INDICANDO SI ES COCHE PROPIO, RENTING, LEASING, VE, DE COMBUSTIBLE FÓSIL, CAR-SHARING, TRANSPORTE PÚBLICO,... DIBUJANDO EL VEHÍCULO EN CUESTIÓN. PUEDEN COMBINAR LO EXISTENTE CON NUEVAS IDEAS, O AÑADIR AQUELLO QUE LES SERVIRÍA PARA HACER UN VIAJE IDEAL.

Dar post-it para que escriba algo para mejorar.

Repartir lápices y hojas para que proceda a su diseño.

#### DISPOSICIÓN A LA MOVILIDAD INTEGRADA (MODELO NETFLIX).

¿Valorarías la posibilidad de contratar un servicio tipo "Netflix" que te permitiera disponer del coche que mejor se adaptase a cada momento o temporada del año? Si sí, ¿cómo lo configurarías? Si no, ¿por qué? Si quieres puedes dibujar cómo te imaginas una plataforma que te permitiera este servicio... (en espontáneo)

¿Utilizarías ese servicio si sirviera tanto para coger un Car2Go como para contratar un vehículo para hacer trayectos fuera de la ciudad, pagando una cuota fija? ¿Y una variable? Si esta última, ¿de qué la harías depender? (en sugerido)

¿Te gustaría que ofreciera la posibilidad de coger un coche grande o pequeño?

¿Si viajaras al extranjero, te gustaría que la misma app o el mismo servicio te permitiera disponer de un vehículo en el país de destino? (en sugerido)

¿Qué marcas de coches asociarías con este servicio? (en espontáneo)

¿Te imaginas a Smart ofreciendo este servicio? ¿Lo contratarías? ¿Y si además de Smart estuvieran implicadas otras empresas vinculadas como Mercedes Benz o Maybach (coche de gran lujo)? (en sugerido)

¿Cómo accederías a ese servicio? ¿Mediante una app, por Internet o presencialmente en un concesionario?

#### FASE 4: EXPERIENCIA IDEAL DE COMPRA PARA SOLUCIONES DE MOVILIDAD. APP O INTERFACE IDEAL PARA **SOLUCIONES DE MOVILIDAD.**

\*\*\*NOTA:PEDIR QUE DIBUJE UN BOCETO DE WEB O APP INDICANDO SUS DISTINTAS PARTES, EN FUNCIÓN DE LO **QUE PARA ELLOS** 

DALES UN TEMPLATE PARA QUE TENGAN TODAS LAS VARIABLES CLAVE EN CUENTA:

EN LA MARCA Y EN EL CONCESIONARIO

Facilita la búsqueda de información.

5 4

Muestre lo que les parezca relevante.

Fuera atractivo y les moviera a consultarla más.

Imagen 1. Ford Fiesta.



Imagen 2. KIA Stinger.



Imagen 3. Renault Zoe.



Imagen 4. BMW i3



### Imagen 5. Nissan Leaf



Imagen 6. Citroën Z-Cero



### Imagen 7. Smart Fortwo

