

Focus Group: “La movilidad en las PYMES”

Resultados de la Investigación cuantitativa y cualitativa

OCTUBRE-NOVIEMBRE-DICIEMBRE 2015

FICHA TÉCNICA

Estudio 1:

- Tipo de estudio: Cuantitativo
- Técnica empleada: Entrevista telefónica (sistema CATi), con una duración aproximada de 10-12 minutos.
- Target: 1. Autónomos
2. Micropymes (1-9 personas)
3. Pymes (10-249 personas)
- Muestra: 601 Entrevistas

Estudio 2:

- Tipo de estudio: Cualitativo
- Técnica Empleada: Entrevista telefónica abierta en profundidad, con una duración aproximada de 45 minutos.
- Target: 1. Autónomos.
2. Micropymes. (1-9 personas)
3. Pymes. (10-249 personas)
4. Influenciadores (concesionarios, asesores contables/fiscales... etc.)
- Muestra: 601 Entrevistas

PÚBLICO OBJETIVO

PERFILES DE PÚBLICO

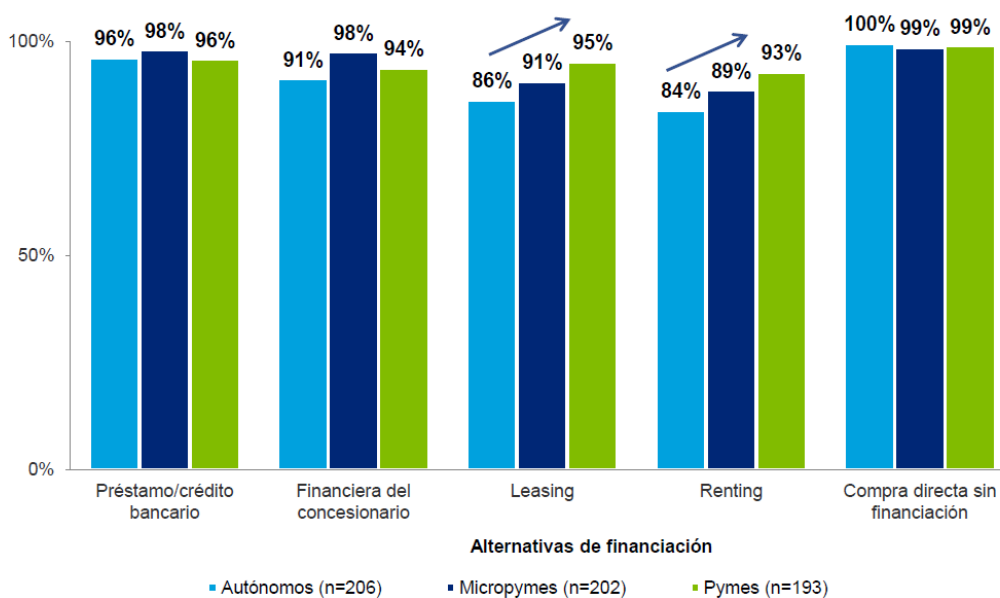
Existen dos grandes grupos en el target en relación con las alternativas para la adquisición de los vehículos:

- **FOCALICADOS EN PRECIO:** Buscan la solución de financiación más económico a costa de menos prestaciones (más presentes en las empresas de menor tamaño).
- **VALORADORES DE LOS SERVICIOS:** Conceden valor a los servicios asociados, a la atención y a la personalización (más presentes a medida que se incrementa el tamaño de las empresas)

CONOCIMIENTO DE LAS ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

Conocimiento de las alternativas de financiación

¿CONOCÍA USTED LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN EN EL MOMENTO DE ADQUIRIR LA FLOTA DE VEHÍCULOS DE SU EMPRESA? (P.8) – PORCENTAJE DE RESPUESTA AFIRMATIVA



Ante la pregunta de si conocen las diferentes alternativas de financiación a la hora de adquirir sus vehículos de flota, los resultados indican los siguientes resultados:

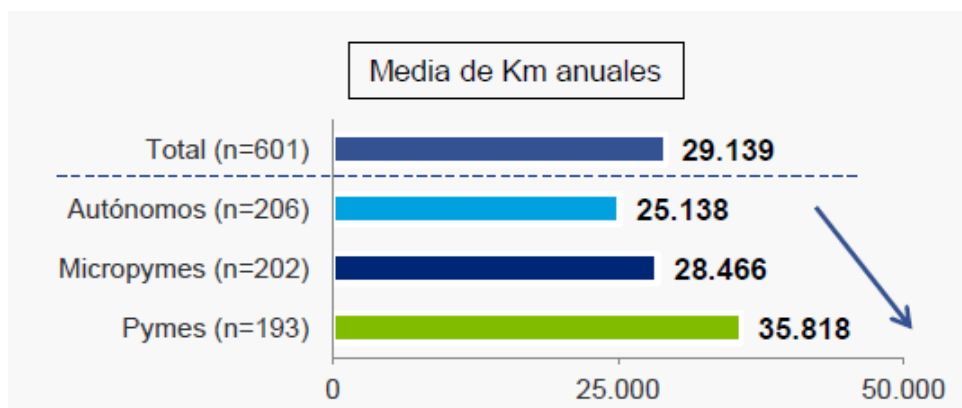
- El 99% conoce la compra directa sin financiación.
- El 98% conoce la alternativa del crédito bancario.
- En tercer lugar se conoce la financiera del Concesionario.
- En Cuarto lugar se conoce el Leasing con hasta un 95% de conocimiento en el sector pymes.
- En último lugar está el conocimiento del renting. Dentro de este, existe un menor conocimiento del renting entre las empresas del sector Comercio. Y, por su parte, las empresas de la Comunidad de Madrid declaran un mayor conocimiento que las empresas de otras comunidades.

VENTAJAS DE CADA SOLUCIÓN

PROPIEDAD	RENTING	LEASING
<ul style="list-style-type: none"> • Menor coste. • Oportunidades de compra. • Arraigo del concepto de propiedad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Costes de mantenimiento, impuestos, seguros incluidos. • Ventajas fiscales. • Libertad de elección. • Imagen. • Valor residual del vehículo bajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ventajas fiscales. • Vehículo en propiedad a la finalización.

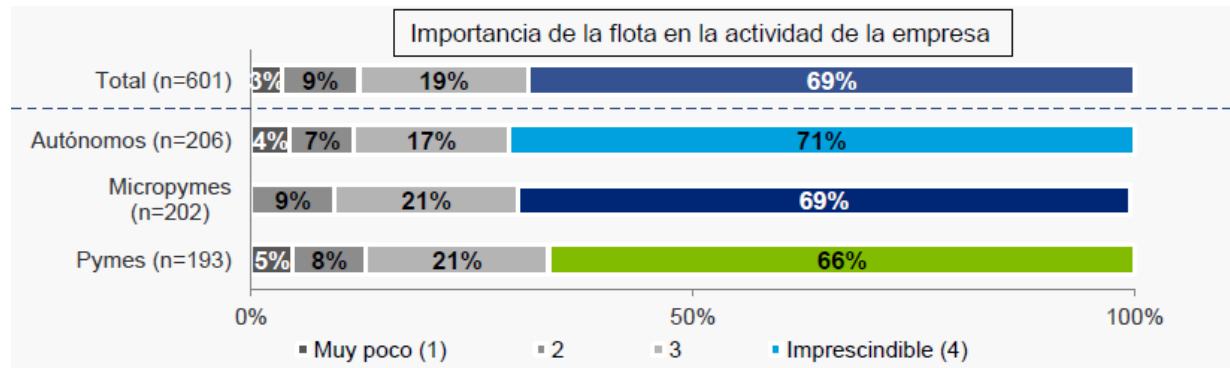
NECESIDADES DE MOVILIDAD EN KILOMETROS

La media anual de kilómetros recorridos por la flota de vehículos de las empresas entrevistadas es de casi 30.000 kilómetros anuales:



IMPORTANCIA DE LA MOVILIDAD

El 70% de las empresas indica que la movilidad es imprescindible para su negocio.

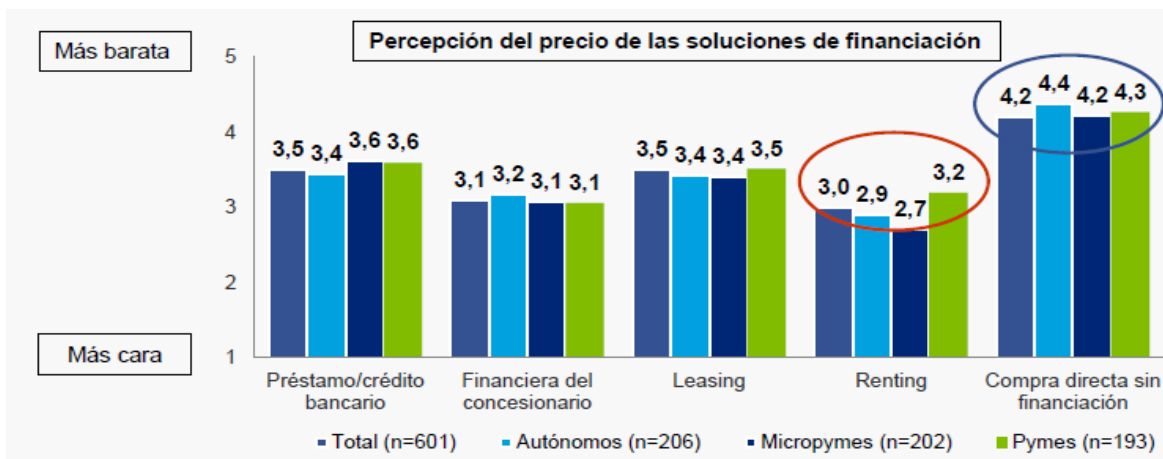


FRECUENCIA DE RENOVACIÓN

La frecuencia de renovación de los vehículos de las flotas de las empresas entrevistadas supera los **9,5 años**. Esta media de años de renovación es demasiado elevada y supone que este tipo de empresas necesitan **nuevos servicios de movilidad**.

PERCEPCIÓN DEL PRECIO

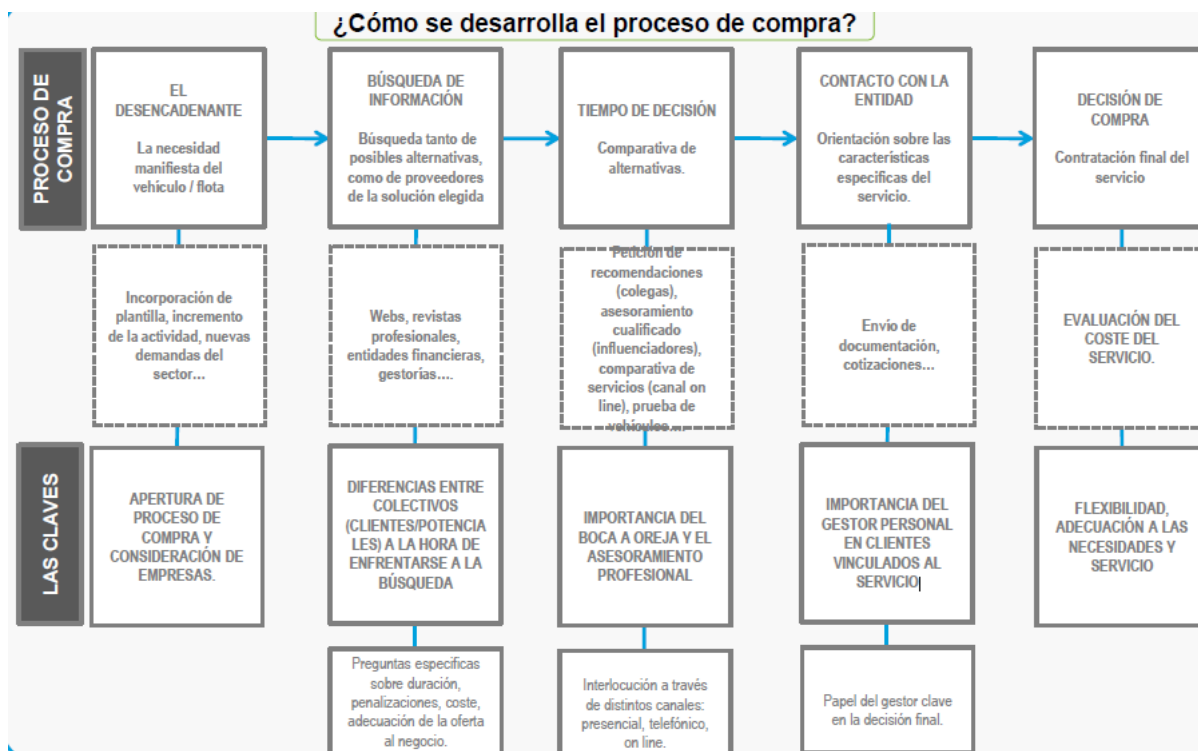
A continuación presentamos la percepción del precio en diferentes soluciones de financiación de un vehículo.



MÉTODOS DE FINANCIACIÓN

La alternativa de financiación más considerada a la hora de adquirir o contratar la flota de vehículos de la empresa es la compra directa sin financiación (65%). A continuación se sitúan en un nivel similar al leasing (37%), el préstamo/crédito bancario (34%) y financiera del concesionario (30%).

PROCESO DE COMPRA

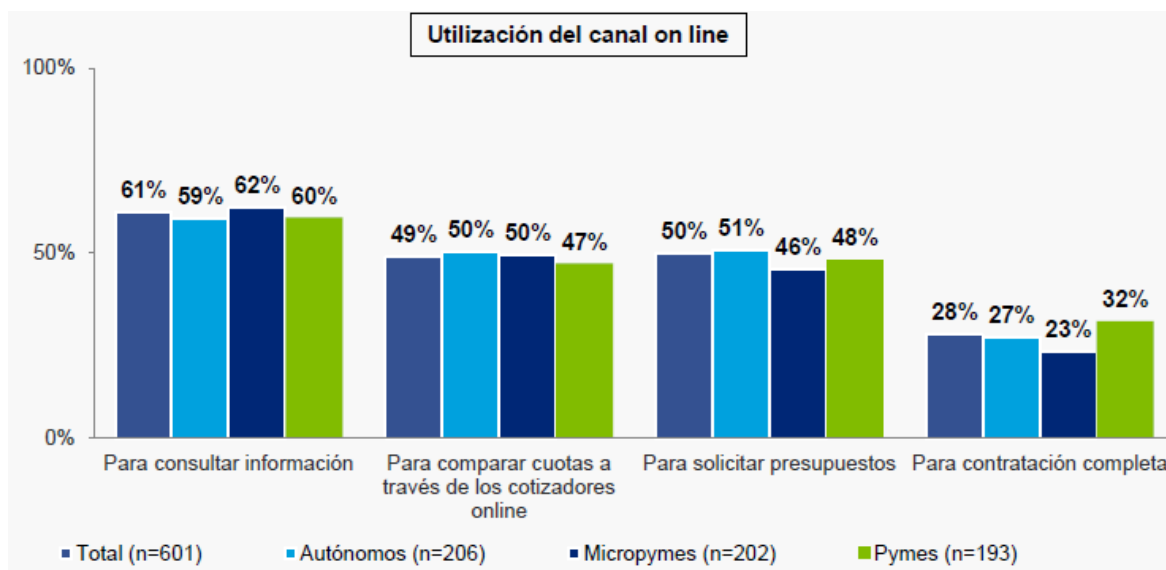


El tiempo que dedican las empresas en el proceso de compra o contratación de las flotas de vehículos es considerado mayoritariamente como el necesario (53%), algo más las pymes (61%) que micropymes (52%).

Un análisis global de los datos permiten afirmar que las empresas dedican un poco menos del tiempo necesario al proceso de compra y contratación de su flota de vehículos.

LA IMPORTANCIA DEL CANAL ONLINE

La difusión de información a través de internet juega un papel determinante en el incremento del conocimiento cualificado, puesto que es una fuente recurrente por las pymes para informarse sobre el sector.



Es fundamental que el canal online se implemente de forma completa, ya que va a ser utilizado para obtener información, realizar simulacros de contratación y solicitar presupuestos. La contratación, sin embargo, va a ser limitada, aunque tiene su público objetivo.

CONCLUSIONES

- En todos los tipos de empresa (autónomos, pymes y micropymes), la flota de vehículos es muy importante para la actividad económica de la empresa.
- Pese a que mayoritariamente declaran que le dedican el tiempo necesario al proceso de contratación y compra de la flota de vehículos, en general le dedican un poco menos de tiempo del necesario.
- A medida que se incrementa la dimensión de la empresa:
 - Aumenta el tamaño de la flota de vehículos
 - Aumenta la presencia de diferentes tipos de vehículos en la flota
 - Aumenta la media de kilómetros que recorre anualmente cada vehículo de flota
 - Desciende la frecuencia de renovación de los vehículos de la flota