

Adevinta

Spain

Análisis sobre el proceso de compra de moto.

¿Qué tienen en cuenta los usuarios a la hora de comprar?



Tipo de informe
Proceso de compra





¿Qué tienen en cuenta los usuarios a la hora de comprar moto?

Este estudio centra su atención en el sector de las motos para analizar cómo es su proceso de compra. **¿Cuál es el perfil del comprador? ¿Qué características son clave a la hora de adquirir una moto? ¿Y las principales barreras?**

Universo

Individuos de 18 años y más residentes que hayan comprado una moto en los dos últimos años y personas que están en proceso de compra de una moto.

Metodología

Este estudio se ha realizado mediante entrevista autoadministrada online (CAWI) con un cuestionario semiestructurado de una duración aproximada de 20 minutos.

Además, este trabajo se ha elaborado de acuerdo con la norma ISO 20252 y el código de conducta CCI/ESOMAR y garantizando el absoluto anonimato de las respuestas de los entrevistados que serán utilizadas únicamente en la confección de tablas estadísticas.

Fecha

Diciembre de 2021-enero de 2022

Muestra

Para la elaboración de este estudio se han realizado un total de 600 entrevistas (400 compradores de motos y 200 futuros compradores).

El error muestral, para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo $p=q=50\%$, es de $\pm 4\%$ para 600 entrevistas.

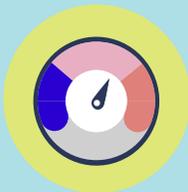
Insights principales



Entre los compradores de motos hay un 56 % de hombres y un 44 % de mujeres y entre los futuros compradores, los hombres son un 62 % y las mujeres, un 38 %.



La mitad de los compradores de motos la consideran su vehículo principal y únicamente el 27 % la comparte con otra persona.



Los compradores de motos suelen renovar su vehículo cada 5,4 años y recorren de media 8.270 km.



Precio, fiabilidad y modelo son los factores más relevantes en la elección de una u otra.



El ahorro de tiempo y los problemas de aparcamiento en la ciudad son los principales motivos de compra de este tipo de vehículos.



El 50% de las personas que están pensando comprar disponen en la actualidad de una moto. Cuatro de cada diez la utilizan para ir a su trabajo o centro de estudios.



2 de cada 3 compradores o futuros compradores se plantean adquirir una moto eléctrica.

Resumen

Este estudio de análisis del proceso de compra de una motocicleta analiza cuestiones como los elementos que determinan la compra de una moto, las características para escoger un modelo determinado o el tiempo medio de uso antes de comprar un nuevo modelo.

La muestra comprende dos grupos: compradores y futuros compradores de motos. El perfil de la muestra de este estudio revela que hay **una proporción ligeramente superior de hombres** tanto en compradores como en futuros compradores.



En el caso de los **compradores**, son el **56 % de hombres** frente al **44 % de mujeres**. La edad media es de 36 años.



En el caso de los **futuros compradores**, son el **62 % de hombres** frente al **38 % de mujeres**. La edad media es de 40 años.

Para los compradores, estos son los principales significados asociados a la moto:



Fiabilidad



Independencia

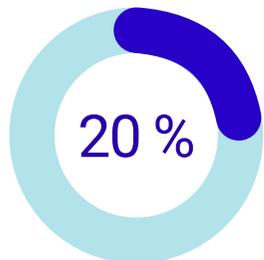


Disfrute

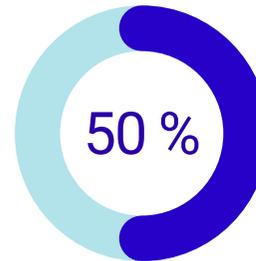
Los **compradores de scooter** buscan en mayor medida **beneficios funcionales** frente a los **compradores de motos**, que se decantan más por **aspectos emocionales**.

¿Cómo son los compradores?

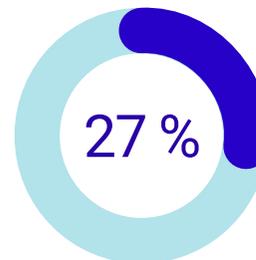
Aproximadamente, **8 de cada 10 compradores ha tenido previamente una moto**. La media total es de 1,6 motos previas. Los compradores suelen renovar su vehículo cada 5,4 años y habiendo recorrido una media de 8.270 km.



El 20 % de los compradores escogieron el scooter



Para el 50 % de los compradores, la moto es su vehículo principal



Solo el 27 % la comparte con otra persona

Los compradores de motos dedican una media de tres meses a consultar información antes de efectuar la compra.



Factores principales en la elección de una moto



30 %
precio



27 %
fiabilidad



26 %
modelo

¿Cuáles son los desencadenantes de la compra?



Mientras que la adquisición de un scooter se suele basar más en la necesidad funcional (transporte rápido y ágil), **la moto presenta un componente significativo en la emoción y la diversión del vehículo** (hacer rutas, curvas, viajes).

En ese sentido, conviene resaltar que **el 46 % de los motoristas que ya habían tenido una moto antes han adquirido su nuevo vehículo de la misma marca** y que la mitad de los compradores se consideran clientes fieles.

La información y el liderazgo de motos.net

Modelos, marcas, diseño, consumo y, sobre todo, como acabamos de ver, fiabilidad y precio. Los compradores buscan toda esa información a través de diferentes fuentes:



37 %

videos de Youtube



34 %

webs especializadas



36 %

amigos y familiares



33 %

páginas oficiales



36 %

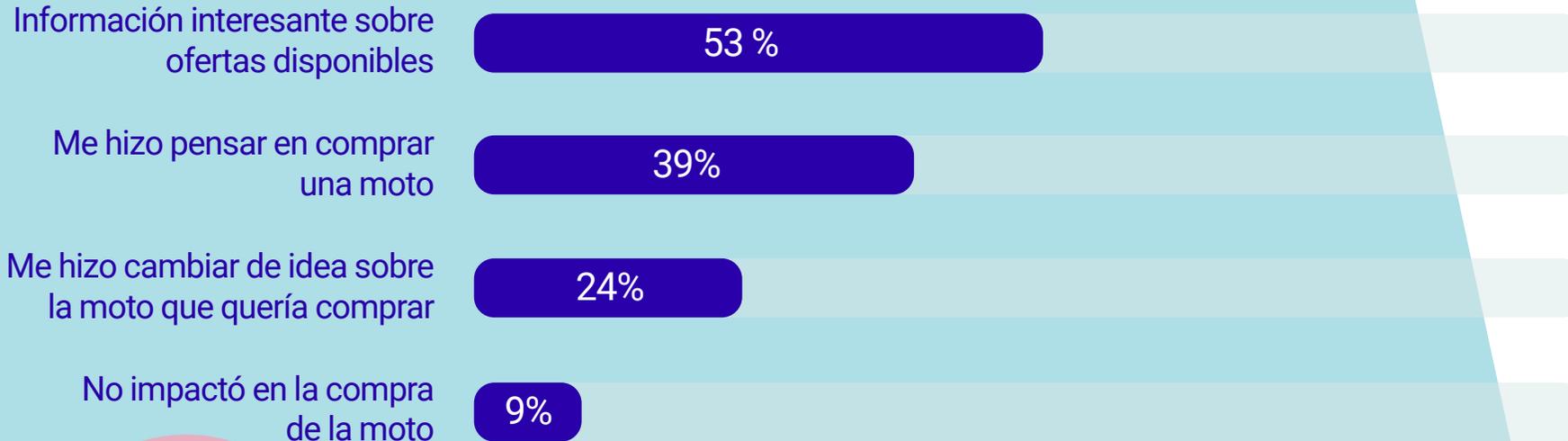
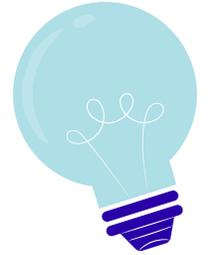
concesionario o tienda



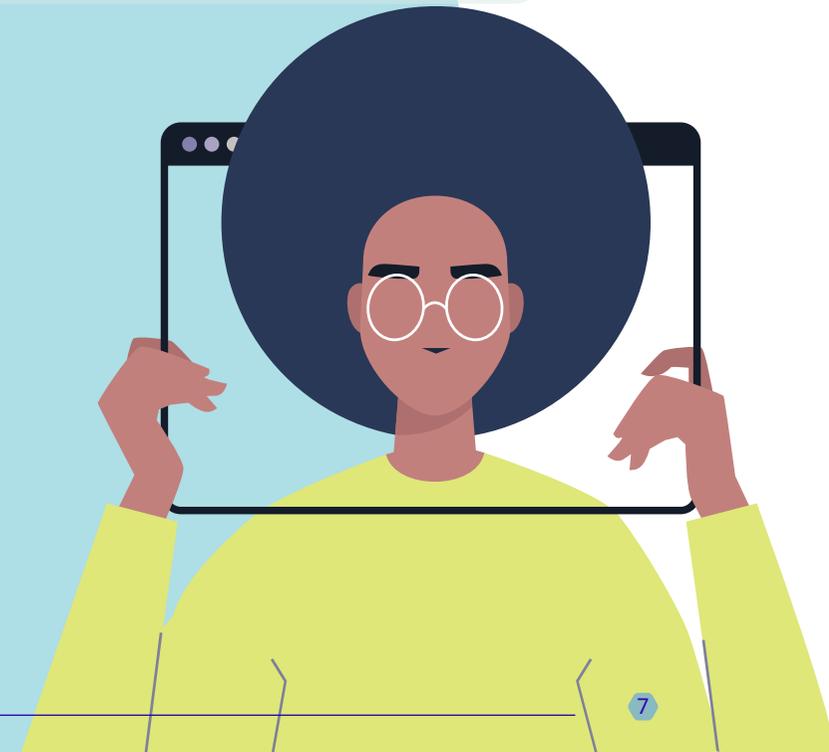
Pero incluso antes de eso, todos los compradores parten de una percepción previa sobre el mercado de las dos ruedas, una imagen moldeada en parte por la publicidad: **un 39 % de quienes adquirieron una moto en 2021 recuerda haber visto publicidad de la marca.** Es un porcentaje muy elevado si tenemos en cuenta que, de media, se debaten únicamente entre dos o tres modelos.

Los anuncios logran una buena valoración por parte de los compradores de moto porque gracias a ella han logrado una información que consideran interesante sobre las ofertas disponibles. Solo uno de cada diez (**el 9 %**, para ser precisos) **declara que la publicidad no le afectó en la compra.**

La publicidad



En ambas vertientes de la comunicación —la informativa y la publicitaria—, destaca [motos.net](#). **El 69 % de los compradores que visitaron alguna web especializada durante el proceso de compra eligió [motos.net](#).** Es por tanto una fuente de información bien valorada por la audiencia y, en consecuencia, una atractiva plataforma publicitaria para las marcas.



El futuro de la compra de motos

Entre aquellas personas que están planteando comprar una moto en el futuro, la mitad ya dispone en la actualidad de una moto. Cuatro de cada diez la utilizan para ir al trabajo o al centro de estudios.

El 76 % de los futuros compradores creen que finalmente acabarán adquiriéndolo.

Dentro de las futuras adquisiciones, **el 66 % de los encuestados** (tanto compradores como futuros compradores) **se plantean comprar en el futuro una moto eléctrica.**



Las barreras principales para **no plantearse la compra** de una moto eléctrica son que **no tienen autonomía suficiente**, que el **precio es elevado** y **no tienen posibilidad de recargarla en su domicilio.**

Factores principales por los que considerar comprar una moto



Ahorro del tiempo



Problemas de aparcamiento



Medio de transporte barato



Adevinta Spain

fotocasa [habitaclia](#) [InfoJobs](#)

[coches.net](#) [motos.net](#) [milanuncios](#)