

MOTOR 2025

EL COMPORTAMIENTO
DE LOS CONDUCTORES
ESPAÑOLES EN
**EL SECTOR DE
LA MOTO**



 elobservatoriocetelem.es
 bnpparibas-pf.es
 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

OBSERVATORIO
Cetelem



ÍNDICE

- 03 El Observatorio Cetelem**
María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.
 - 04 Editorial**
Liliana Marsán,
Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.
 - 05 Entrevista a nuestros expertos**
Jorge López, Director Mobility Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance España
 - 07 Entrevista a nuestros partners**
07 Jose Correia Luis, Presidente de Anesdor.
09 Víctor González, Director General de Yamaha España.
10 Ramón Bosch, Director General en Kawasaki Motor Europe.
 - 11 Evolución de las matriculaciones
de motos en España**
 - 13 Mi moto actual**
 - 15 Compras realizadas en los últimos 12 meses**
 - 21 Mi marca y mi concesionario**
 - 23 Mi proceso de compra**
 - 27 Mi futura moto**
 - 34 La moto eléctrica**
 - 39 Renting**
 - 42 Motosharing**
 - 43 Los puntos clave**
 - 45 Ficha técnica**
-

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Un año más El Observatorio Cetelem es fiel a su cita con el mundo del motor español y nos acercamos al automóvil, la moto y el caravaning, analizando los hábitos de los consumidores españoles y cómo se acercan a la decisión de compra de estos productos de movilidad. No debemos olvidar que hablamos de desembolsos importantes ya que una caravana o un coche son los mayores gastos que podemos tener después de la compra de un inmueble.

No solo el motor español, sino también internacionalmente, se encuentran en una situación compleja. No solamente tenemos delante la transición hacia nuevas motorizaciones, hecho que hemos analizado ya en varias ocasiones, sino que hay que añadir las derivadas geopolíticas que afectan a este sector. Las recientes



políticas de aranceles que se han planteado o la irrupción en el mercado de los fabricantes de China. Si a esto le añadimos las presiones regulatorias o la situación económica, nos enfrentamos a un panorama de complejidad poliédrica.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, uno de los líderes del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento, también en el sector de la automoción donde tenemos un importante protagonismo, se comparten, periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía.

Para mí, por lo tanto, es un placer compartir, nuevamente, estas páginas con todos vosotros e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados. ■

EDITORIAL

Liliana Marsán | Responsable de El Observatorio Cetelem

Cada año tenemos una cita con el sector del motor en España. Desde El Observatorio Cetelem analizamos cómo el consumidor español se enfrenta a las decisiones de compra en los diferentes segmentos.

Si echamos la vista atrás al año 2024, las motocicletas han tenido un año bueno, con un incremento del 10%. El caravaning, por su parte, alcanza números cercanos al 2020 con un incremento de matriculaciones ligeramente superior al 22%.

Y finalmente, los beneficios de los grandes fabricantes de automóviles europeos cayeron casi un 45% en el pasado 2024. La situación del mercado automovilístico sigue afectada por la incertidumbre. A pesar de ello, las matriculaciones de turismos y todoterrenos en Europa alcanzaron un incremento del 0,8% con respecto al año anterior. Y aunque en Alemania, Francia o Italia los datos fueron negativos, en España hubo un crecimiento anual del 7,1%, superando ligeramente el millón de matriculaciones.



Si echamos un vistazo al renting, su crecimiento le lleva ya a suponer el 27,67%, en 2024.

Seguimos el tránsito progresivo hacia motorizaciones sostenibles pero el crecimiento de la electrificación sigue sin ser tan rápido en España como se esperaba, y los incipientes cambios geopolíticos abren nuevas incertidumbres en el horizonte.

La presencia progresiva de los fabricantes chinos, su fuerte competencia y la problemática de los aranceles, son otro campo de batalla sectorial.

Nos mantenemos en un panorama convulso. El 2025 ha comenzado con la problemática del Plan Moves, los efectos secundarios de las inundaciones valencianas, la esperanza del despegue de la electrificación o la incertidumbre de la normativa CAFÉ por las multas sobre emisiones.

Un año más, es pronto para dar respuesta a todas las incógnitas, pero, al menos, hemos encuestado a los conductores españoles sobre sus hábitos y tendencias de consumo respecto al mundo del motor y en estas páginas compartiremos esos datos que esperamos puedan disipar algunas dudas.

Desde El Observatorio Cetelem, como siempre, seguiremos en la brecha compartiendo puntualmente los resultados de nuestros informes y estudios.

Disfruten de la lectura. ■

ENTREVISTA

Jorge López Director Mobility Cetelem, BNP Paribas Personal Finance España

¿Qué te gustaría destacar tras un año como Director de la división Mobility de Cetelem, BNP Paribas Personal Finance España?

¡365 días dan para mucho! Me gustaría primero destacar el alto nivel profesional de los **equipos** de la **Dirección Mobility de Cetelem**, que han permitido que todo fuese fácil y pudiéramos centrarnos en los retos que teníamos para el 2024 y para los próximos años. Lo segundo, **los partners con los que Cetelem trabaja**. Es un lujo poder apoyar el desarrollo comercial de cada uno de ellos, con la personalización que se requiere para acompañar sus estrategias. En tercer lugar, **el ritmo de proyectos y desafíos** que, día a día, van apareciendo en un sector tan desafiante como este, y en un momento de fuerte transformación.

El sector del automóvil está en un momento importante con muchos cambios en relación con la electrificación de los vehículos, las nuevas normativas, ¿Cuál es tu opinión sobre este tema?

Desde Cetelem acompañamos a nuestros partners en este proceso de cambio del sector, con una propuesta de soluciones financieras que se adapten a las necesidades de los diferentes segmentos de clientes.

En el segmento de vehículo nuevos estamos en un momento de especial impor-

En este momento de cambios de hacia la electrificación, muchos clientes están buscando soluciones flexibles que les permita ir adaptando y seleccionado qué tipo de vehículo precisan hoy, y tener la flexibilidad para poder elegir que tipo de vehículo pueden precisar mañana.



tancia. Por una parte, por la transición tan rápida hacia la electrificación, con diferentes estrategias por parte de las diferentes marcas y, por otra, por la entrada de nuevos fabricantes que llegan al mercado con una interesante propuesta de precio, diseño y tecnología.

También observamos fuertes cambios relativos al vehículo seminuevo-usado, donde los especialistas compiten por proponer a las familias una propuesta de valor de diferentes gamas de vehículos en función de sus necesidades. A la vez, podemos observar como las marcas redoblan los esfuerzos por fidelizar a sus clientes con productos flexibles con plazos de corta duración (de 3 a 5 años), y comercializar estos vehículos seminuevos que regresan a sus concesionarios a nuevos segmentos de clientes.

En el estudio de Motor del Observatorio Cetelem, no sólo analizamos el sector del automóvil, sino también el de la moto y el caravaning. ¿Qué nos puedes contar sobre la situación actual de estos sectores?

Ambos sectores acabaron 2024 con crecimientos, del +10% en el sector moto, y +11% en el sector caravanas comparado con el cierre del año 2023.

Las perspectivas son de crecimiento para los próximos años, concretamente en el sector moto apoyado en la nueva movilidad, principalmente en las grandes ciudades, donde hay cada vez más restricciones y más atascos, y en el sector caravaning su crecimiento está apoyado en la nueva forma de disfrutar de la flexibilidad de hacer un turismo diferente y adaptado a los gustos y necesidades de estos clientes.

Ante estos cambios respecto al sector de la movilidad, en Cetelem, se trabaja en fórmulas para acompañar al sector, para ayudarle a crecer y para llegar cada vez a más clientes con fórmulas de financiación a su medida. ¿Qué nos puedes contar al respecto?

En los últimos 4 años, en Cetelem hemos experimentado una aceleración en la estrategia de nuestros partners para ganar la fidelidad de sus clientes.

Esta fidelidad empieza a fraguarse desde el momento que un cliente contacta con una marca o con un concesionario gracias a una muy buena gestión en el proceso de venta del vehículo y ofrecimiento de soluciones de financiación al cliente.

Continúa en el momento de la entrega del vehículo, un momento único en el que el cliente ve culminado uno de sus sueños, "estrenar su nuevo vehículo". Y se refuerza en cada momento de contacto en el ciclo de relación entre la marca/el concesionario y el cliente en la posventa, momentos en los que el cliente pone en valor todo aquello que fue comentado en el proceso de venta por el vendedor.

En este momento de cambios hacia la electrificación, muchos clientes están buscando soluciones flexibles que les permita ir adaptando y seleccionado que tipo de vehículo precisan hoy, y tener la flexibilidad para poder elegir que tipo de

vehículo pueden precisar mañana. Tanto las fórmulas de financiación **Multiopción**, como **Renting** son soluciones flexibles que permiten a los clientes decidir qué hacer transcurridos los plazos de duración que hayan contratado con cualquiera de estos productos.

En tu opinión, y basándote en tu experiencia, ¿Cuáles son los principales retos de cara a los próximos años?

Desde mi punto de vista, varios son los retos a los que los sectores automóvil, moto y caravaning se van a tener que enfrentar en los próximos años, pero principalmente al sector automóvil.

El primero de ellos, es el **cliente**, cada vez más exigente, y con una oferta de producto muy amplia, por lo que todas las marcas deberán de proponer vehículos y servicios de gran calidad, y personalizados a cada tipo de clientes, con propuestas de financiación que ayuden a la toma de decisión de compra del cliente.

Otro reto es la velocidad a la que avanza la **tecnología**, motorizaciones, tipos y duraciones de las baterías, conectividad, conducción semiautónoma o autónoma... y la llegada de la Inteligencia Artificial, que va a exigir a todos los fabricantes a poner lo mejor de si mismos por estar en la vanguardia, ofreciendo una buena propuesta de valor sus clientes.

Luego tenemos las **normas y reglamentos**, que establecerán el nuevo marco de juego sectorial, y que exigirá a las marcas y también a los concesionarios adaptarse lo más rápido posible para no caer en incumplimientos y en posibles sanciones.

Y, por último, desde mi punto de vista, se mantiene un alto nivel de **incertidumbre** ante los posibles cambios que se puedan producir en un mercado cada vez más **globalizado**, que puede generar **oportunidades** para aquellas marcas o concesionarios que sepan anticipar los mismos.



ENTREVISTA

Jose Correia Luis Presidente de Anesdor

¿Cómo valorarías el año 2024 en relación con las ventas del sector de la moto y el vehículo ligero?

Los datos del pasado año 2024 fueron muy positivos para el sector, con un crecimiento del 10% y un total de 247.927 matriculaciones. Hay que tener en cuenta que, si bien los datos fueron positivos durante todo el año, en la recta final del 2024 contamos con el factor del cambio normativo, por el cambio de Etapa Euro, que provocó ofertas comerciales excepcionales y un cierto número de automatriculaciones que se están vendiendo ahora a comienzos de 2025.

El desarrollo de la electrificación en motos no puede ser igual que en los coches. Los coches tienen mucho espacio para ubicar las baterías, y no es el caso de la moto.

El mercado lleva más de diez años mostrando una tendencia positiva, de manera que la moto y los vehículos ligeros están ganando peso en la movilidad. Son cada vez más los usuarios que valoran las ventajas que aportan estos vehículos en diferentes aspectos (económico, ahorro de tiempo en desplazamientos, descongestión del tráfico, reducción de emisiones...). Ahora es necesario que las diferentes administraciones valoren también los beneficios que aportan estos vehículos en la movilidad y a la hora de regular tengan en cuenta sus particularidades.



En 2022, la moto era el vehículo eléctrico con mayor penetración en España (el 8,5% de todas las motos vendidas en nuestro país eran 100% enchufables). ¿Cuál es la situación de la moto y el vehículo ligero eléctrico en 2025?

En 2025 el mercado eléctrico ha empezado creciendo ligeramente respecto al año anterior. Pero lamentablemente la situación del mercado eléctrico de la moto es peor de lo que era entonces, principalmente porque las políticas de la Administración se están olvidando de la moto.

Es necesaria una revisión profunda de los planes de incentivo: se debería cubrir bien toda la gama de vehículos, no solo una parte; hay que facilitar la burocracia, que la ayuda llegue al usuario directamente en el momento de la compra y homogenizar las ayudas en todo el territorio. Además, es también importante atender el despliegue de infraestructura de recarga, muy escasa para las motos y vehículos ligeros.

También hay que comprender que el desarrollo de la electrificación en motos no puede ser igual que en los coches. Los coches tienen mucho espacio para ubicar las baterías, y no es el caso de la moto. Además, la moto debe ser ágil y pesar poco, por lo que las baterías deben ser pequeñas y esto limita la autonomía.

La electrificación de la moto se está centrando primero en los scooters y motos más urbanas. Por delante está el reto en las motos de prestaciones más altas en las que los combustibles renovables pueden ser un complemento inteligente para solucionar el problema.

¿Qué nos puedes contar sobre la llegada de la Euro5+ y el vacío legal en el etiquetado ambiental?

Desde el 1 de enero de 2025 solo pueden matricularse motos y vehículos ligeros que cumplan con la homologación de la Etapa Euro5+, etapa que no se ve reconocida en el Real Decreto que regula las etiquetas ambientales de la DGT como tampoco lo está la anterior Etapa Euro5. Todos los vehículos que cumplen con estas homologaciones se encuentran en un vacío legal, a pesar de que son más eficientes que los turísticos con etiqueta ECO, y están recibiendo la etiqueta C sin cobertura legal que lo justifique.

Este Real Decreto no se ha actualizado desde su entrada en vigor, y en este tiempo no han salido nuevas etapas Euro de turismo, pero sí de la categoría L como hemos comentado.

Este error en la asignación de etiquetas conlleva que tanto la regulación de las Zonas de Bajas Emisiones de la mayoría de los municipios, como las diferentes políticas de incentivos discriminen a la moto y al vehículo ligero.

Desde Anesdor, ¿cuáles creéis que son los retos del futuro para vuestro sector?

Uno de los retos más importantes es seguir trabajando para que la moto tenga su espacio y relevancia en las políticas que despliegan las administraciones públicas. Es importante que las administraciones entiendan que las motos no son bicis, ni tampoco coches, por lo que requieren ser reguladas atendiendo a sus particularidades.

La seguridad vial siempre ha sido absoluta prioridad para nuestra industria, por lo que la reducción de siniestralidad en las vías es un aspecto en el que trabajar no solo a futuro, sino en el presente. Para ello hay tres pilares destacados: la tecnología, que depende de la industria y que ya está invirtiendo mucho para producir vehículos más seguros; la educación, en la que algunas marcas del sector y la propia ANESDOR llevan años potenciando la formación post carnet y esperamos trabajar junto con la Administración para lograr una mayor inversión en este tipo de formación y concienciación; y las infraestructuras, que dependen de la Administración, y que es necesario que se realicen mejoras en las vías contando con la moto y sus usuarios.

Otro gran reto es el rejuvenecimiento del parque que ahora mismo tiene una edad media de 17,8 años. Las motos modernas son más eficientes ambientalmente y también son más seguras. Es necesario trabajar junto con las administraciones en abordar medidas que faciliten la adquisición de vehículos nuevos más seguros y más sostenibles. ■



La reducción de siniestralidad en las vías es un aspecto en el que trabajar no solo a futuro, sino en el presente.

ENTREVISTA

Víctor González Director General de Yamaha España

¿Cómo valorarías el año 2024 en relación con las ventas del sector en general y en concreto de Yamaha?

El sector de las dos ruedas ha experimentado una notable recuperación, alcanzando niveles de plena disponibilidad de producto. La oferta ha logrado satisfacer la totalidad de la demanda, impulsando un crecimiento del mercado superior al 10%. En este entorno positivo, Yamaha ha destacado con un crecimiento excepcional del 30% frente al año anterior, lo que refleja un resultado extraordinario para la marca.

Es importante señalar que este incremento en la oferta ha intensificado la competencia, lo que se ha traducido en ofertas atractivas para los consumidores. Por otra parte, la subida de los tipos de interés no parece haber impactado sustancialmente en las operaciones financiadas.

En relación con la electrificación del mercado ¿Cuál es tu opinión sobre la situación actual? y ¿Cuál es la situación de Yamaha en este segmento?

El mercado de vehículos eléctricos de dos ruedas está experimentando una tendencia a la baja, incluso más pronunciada que la del sector del automóvil, con una caída superior al 40%. Este descenso significativo se atribuye principalmente a la casi total desaparición



de la demanda de flotas por parte de las empresas de "sharing". Preocupantemente, no se vislumbran signos de recuperación a corto plazo. No obstante, nuestro modelo eléctrico mantiene una sólida cuota de mercado, a pesar de la contracción del sector.

¿Cuál es tu opinión respecto a la situación actual del parque de motos?

Actualmente, el 16,8% de todos los vehículos matriculados en el país son motos, un indicador claro de su creciente popularidad. Este auge se debe, en gran medida, a la evolución de la movilidad urbana. Las dos ruedas se consolidan como una de las soluciones más eficientes para desplazarse en ciudades congestionadas, ofreciendo ventajas

significativas en términos de agilidad, facilidad de estacionamiento y reducción de tiempos de desplazamiento. Además, contribuyen a descongestionar nuestras ciudades, disminuyendo la presión sobre las infraestructuras viales.

¿Tenéis previsto en Yamaha algún lanzamiento para este año 2025?

La entrada en vigor de la etapa EU5+ ha significado en Yamaha la renovación tecnológica de la mayoría de nuestros modelos más importantes. Ocho modelos clave se presentan como novedad en este 2025. Además muchos de ellos, incorporan el revolucionario sistema Y-AMT, un sistema que permite ajustar las características de cambio de marchas de la moto según las preferencias del piloto y las condiciones de la carretera en cada momento, pudiendo elegir entre un cambio manual accionado con los dedos o uno totalmente automático.

Las dos ruedas se consolidan como una de las soluciones más eficientes para desplazarse en ciudades congestionadas, ofreciendo ventajas significativas en términos de agilidad, facilidad de estacionamiento y reducción de tiempos de desplazamiento.

ENTREVISTA

Ramón Bosch Director General en Kawasaki Motor Europe

¿Cómo valorarías el año 2024 en relación con las ventas del sector de la moto en general y en concreto de Kawasaki?

Ha sido un buen año, con un crecimiento del 11,4%.

Debido al final de series se auto matricularon muchas unidades los dos últimos meses, esto refleja un crecimiento a Empresas del 26%, pero el grueso sigue siendo ventas a particulares y aquí el crecimiento es del 10,5% esta evolución refleja lo sano que sigue el mercado, tendencia que esperamos mantener durante el 2025.

En Kawasaki la evolución esta por encima de la media del mercado con un crecimiento del 17,4%, evolución que esperamos mantener durante el 2025.

La renovación de modelos claves, como la Z900 y contar con una gran red de concesionarios nos facilitara mantener esta positiva tendencia.

¿Cuál es la situación actual del parque de motos? ¿Crees necesaria una renovación de este como ocurre en el sector del automóvil?

La renovación del parque es algo que debería de ser prioritario. Los últimos años se ha hecho mucho hincapié en el medioambiente, la renovación del parque seria la manera mas eficiente para fomentar la reducción de emisiones, sin ser necesario cambiarlas por EV para tener una importante reducción de emisiones, las motos actuales comparándolas con media de antigüedad del parque ya ofrecen una reducción de emisiones muy por encima de los objetivos marcados.



La renovación del parque seria la manera mas eficiente para fomentar la reducción de emisiones, sin ser necesario cambiarlas por EV

Pero mas importante es por motivos de seguridad y de esto no se habla al centrar todo el mensaje en el Medio ambiente, el 47,5% de las motos que se vendieron durante 2024 tienen mas de 11 años, muchas de ellas sin ningún tipo de ARAS, ni los básicos como el ABS, y siguen siendo el grueso de nuestro parque. Esto afecta claramente a seguridad de hoy de nuestros conductores, así como a las emisiones que será difícil de reducir de una manera clara si no se atiende este problema.

En relación al mercado de segunda mano, ¿Cuál es la situación en el sector de la moto?

Lo hemos comentado anteriormente, es un mercado muy activo con un crecimiento del 4% pero con un grueso de

transacciones de unas motocicletas muy viejas, aquí manda el precio, en muchos casos es primera moto y no es lo mejor empezar con una moto con muchos años y sin ningún tipo de ARAS.

En nuestra entrevista del 2023 nos hablaste sobre el lanzamiento en Kawasaki de dos modelos eléctricos para el carnet A1/B: la eZ y la eNinja, ¿Cuál ha sido su evolución en estos meses? ¿Y la motocicleta híbrida de la que también nos hablaste?

La motocicleta eléctrica no ha tenido el mejor año, al contrario de la evolución general las EV tienen una caída del 36,4%, concentrada en empresas y alquileres, el parque de Sharing ya esta consolidado y no han tenido renovación este año.

Pero en particulares también desciende un 9%.

En este contexto no ha sido el mejor año para lanzar nuestras Z e1 y Ninja e1.

Respecto a las nuevas Híbridas, tenemos un gran producto, que no dudamos de su conveniencia, pero necesitamos tiempo para dar a conocer esta nueva tecnología y que el mercado la tenga como una opción clara de compra. seguimos trabajando en ello pues cubre unas importantes necesidades del mercado, pero necesitaremos más tiempo. ■

EVOLUCIÓN DE LAS MATRICULACIONES DE MOTOS EN ESPAÑA

Evolución de las matriculaciones de motos (en nº de unidades)

	2023	2024	Variación respecto a 2023 en %
CICLOMOTORES	14.701	13.463	-8%
Scooter	11.445	9.299	-19%
Cambio	3.012	3.967	+32%
Sin segmento	244	197	-19%
MOTOCICLETAS	199.120	222.105	+12%
Scooter	110.468	117.126	+6%
Carretera	80.353	94.116	+17%
Campo	8.144	10.719	+32%
Sin segmento	155	144	-7%
OTROS VEHÍCULOS LIGEROS	11.618	12.359	+6%
Triciclos	4.041	3.744	-7%
Cuadriciclos	7.436	8.557	+15%
Sin segmento	141	58	-59%
TOTAL	225.439	247.927	10%

Fuente: Anesdor

El mercado total de motos (incluyendo otros vehículos ligeros) alcanzó las 225.440 matriculaciones con un aumento del 11% respecto a 2022. Si

tenemos en cuenta la clasificación por los diferentes segmentos, las motocicletas con 199.120 unidades matriculadas son las que más peso tienen

con un crecimiento del 13%. Los ciclomotores, en cambio, presentan una bajada del 7% con 14.701 unidades.

Evolución de las matriculaciones de motos (en nº de unidades)

	2023	2024	Variación respecto a 2023 en %
CICLOMOTORES	14.701	13.463	-8%
Gasolina	10.014	11.015	+10%
Eléctrica	4.687	2.448	-48%
MOTOCICLETAS	199.120	222.105	+12%
Gasolina	190.610	216.698	+14%
Eléctrica	8.510	5.407	-36%
TOTAL	213.821	235.568	+10%

Fuente: Anesdor

A continuación, abordamos los resultados de la encuesta realizada a conductores españoles, donde pretendemos mostrar los aspectos más relevantes

en lo que a hábitos y comportamientos de compra en el sector de la moto se refiere. Agradecemos la colaboración de Anesdor (Asociación Nacional

de empresas del sector de dos ruedas) en la elaboración del contenido de dicha encuesta.

MI MOTO ACTUAL



Entre los españoles encuestados que tienen o pretenden comprar una motocicleta o ciclomotor en los próximos 2 años, nos encontramos con que un 77% posee actualmente una moto, 4 puntos porcentuales más que en las declaraciones de 2024.

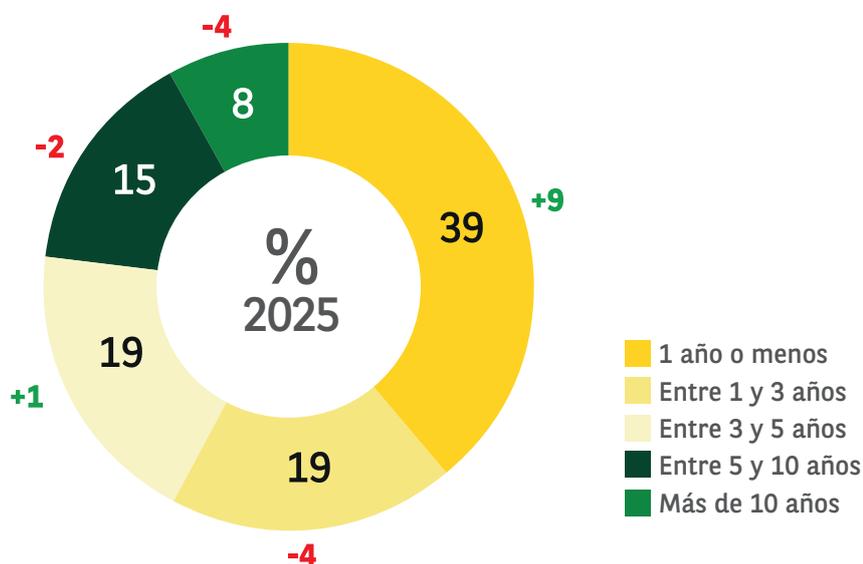
¿Qué tipo/s de ciclomotor o motocicleta tienes? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

El 59% de los españoles encuestados que poseen actualmente una motocicleta o un ciclomotor, dice tener una moto tipo Scooter, seguidos del 38% que afirma tener una moto de carretera y por último el 12% que posee motos de campo. Este año aumentan los conductores de motos de campo en detrimento de los conductores de motos de carretera.

¿Cuándo compraste tu ciclomotor o motocicleta actual? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

El 19% (-4 puntos respecto al año anterior) de los conductores españoles encuestados afirma haber comprado su moto entre hace 1 y 3 años

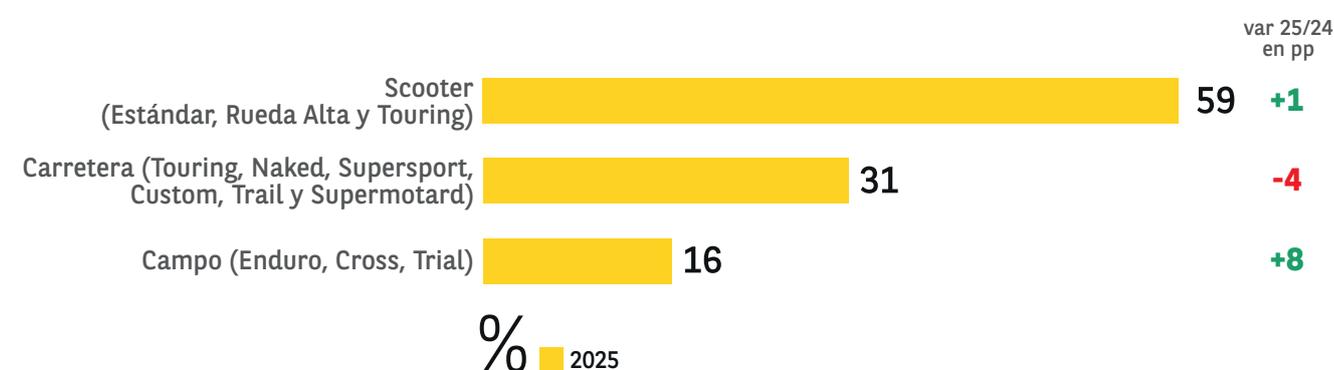
(aquellos mayores de 55 años están por encima de la media un 37% de menciones). El 39% afirma haberla comprado en el último año, con un

aumento de 9 puntos porcentuales respecto a 2024.



COMPRAS REALIZADAS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

¿Qué tipo de ciclomotor o motocicleta compraste en los últimos 12 meses?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Entre los conductores encuestados que compraron su moto durante el último año, el 59% adquirieron una moto tipo Scooter, con un aumento de un punto porcentual respecto a 2024.

Los conductores de 18 a 24 años son los que más se animaron a comprar este tipo de motos con un 72% de menciones.

El 31% compraron motos de carretera descendiendo en 4 puntos respecto al año anterior, y las motos de campo alcanzan el 16% aumentando en 8 puntos porcentuales.

¿Dónde adquiriste la/s motocicleta/s / ciclomotor/es que compraste en los últimos 12 meses? (% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
En un concesionario o tienda multimarca	38%	-2
En un concesionario o tienda monomarca	34%	+7
En un compra-venta de segunda mano	26%	0
Internet	6%	-3
En un taller o agente	4%	0
A través de una empresa de renting o leasing	4%	+1
En otro tipo de establecimiento	1%	-1

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

En cuanto al tipo de establecimiento donde adquirieron su moto, el 38% de los encuestados responde que la ha comprado en un concesionario o tienda multimarca, seguidos del 34%

que lo ha hecho en un concesionario monomarca (aumentando en 7 puntos porcentuales). En tercer lugar, con un 26%, encontramos a los consumidores que han comprado su

moto en un compraventa de segunda mano, manteniendo el porcentaje del año anterior.

¿Cuánto te gastaste en la compra de tu ciclomotor o motocicleta? (Respuesta abierta numérica)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

El gasto medio realizado por aquellos que compraron algún tipo de moto en 2024 fue de 7.853€, lo que supone un aumento del 58% respecto al año anterior.

¿Qué medio/s de pago utilizaste para la compra de tu ciclomotor o motocicleta? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

El medio de pago más utilizado por los compradores de ciclomotor o motocicleta ha sido el pago en efectivo con un 68% de menciones. El 31% optó por la financiación, destacando los encuestados de más de 55 años con un 41% de menciones.

Entre aquellos que financiaron, destacar que el tipo de financiación más solicitada fue la ofrecida en el concesionario con un 50% de menciones frente al 53% del año anterior, mostrando un ligero descenso de 3 puntos porcentuales. El crédito demandado a su banco habitual aumenta de un 30% a un 35%.

Dentro del 4% que optó por el renting, encontramos un 84% que lo contrató con la opción que ofrece el concesionario y un 16% con la opción a través del banco.

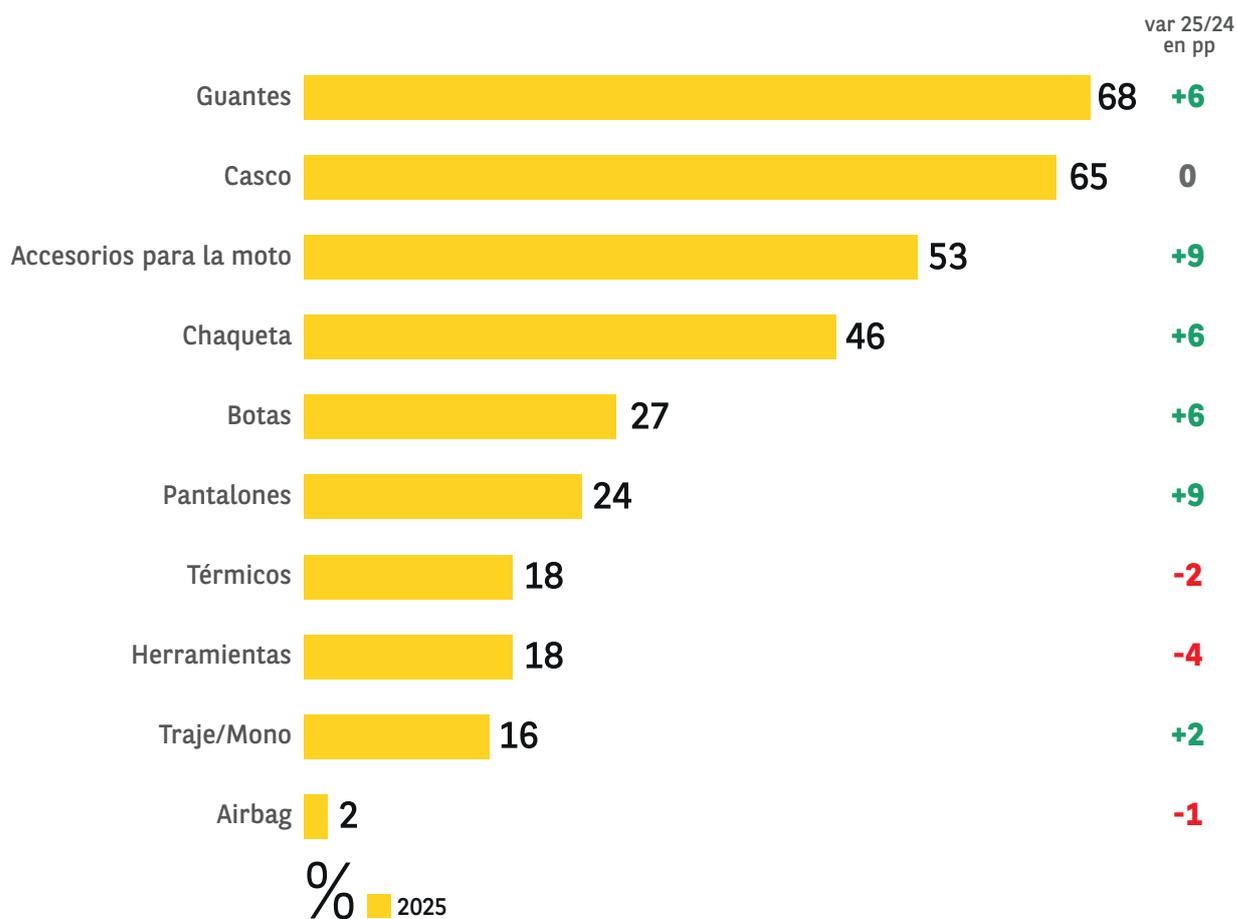


El 59% de los consumidores que tienen o pretenden comprar una moto en los próximos 2 años, afirma haber comprado accesorios para la moto en

los últimos 12 meses, lo que supone un aumento respecto al año anterior de 6 puntos porcentuales. Son los conductores de entre los 18 y 24 años

los que destacan por encima de la media en la compra de accesorios con un 69% de menciones.

¿Qué tipo de equipación o accesorios de moto compraste en los últimos 12 meses? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Entre el 59% de encuestados que afirman haber comprado accesorios en el último año, encabezan el ranking los que han comprado guantes con un 68%

de las menciones, seguidos por las compras de cascos con el 65% y accesorios para la moto con un importante 53%.

Desciende el porcentaje de compradores en herramientas, airbags y términos.

¿Dónde adquiriste la equipación o los accesorios para la moto que compraste en los últimos 12 meses?

(% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
En un concesionario o tienda multimarca	54%	+2
Internet	39%	+7
En otro tipo de establecimiento	17%	+8
En un compra-venta de segunda mano	11%	-1
En un concesionario o tienda monomarca	10%	-5
En un taller o agente	4%	-12
A través de una empresa de renting o leasing	1%	-3

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

En cuanto al tipo de tienda, el 54% de los que han comprado accesorios de moto afirma haberlos adquirido en un

concesionario o tienda física multimarca. El siguiente canal de compra preferido por los consumidores es

internet con un 37% de menciones, aumentando 7 puntos respecto a 2024.

¿Cuánto te gastaste en la compra de accesorios de motocicleta/ciclomotor??

(Respuesta abierta numérica)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

¿Qué medio/s de pago utilizaste para la compra de tu equipación o tus accesorios para la moto?

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Por otro lado, el medio de pago más utilizado a la hora de comprar accesorios para la moto ha sido el pago mediante tarjeta de débito con el 65% de las menciones. El pago en efectivo es el siguiente en el ranking con un 36% de declaraciones, descendiendo en 2 puntos respecto al año anterior.

El ranking de fuentes de información utilizadas por parte de los consumidores españoles a la hora de comprar cualquier producto relacionado con el sector de la moto no sufre variaciones respecto al año anterior. En los datos de este año vuelven a ocupar el primer puesto los que acuden al concesionario o tienda de motos

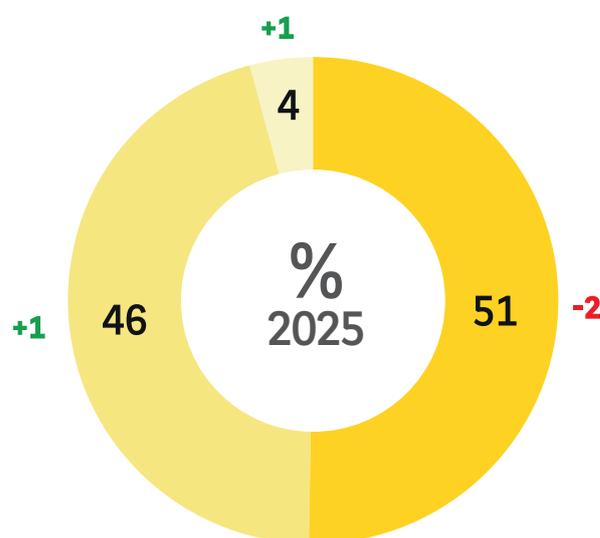
con un 45% y un descenso de un punto porcentual. Le siguen las consultas de blogs y foros de opinión en internet con un 44% (46% en los datos de 2024) y las opiniones de amigos y familiares con un 43% de menciones (mismo porcentaje que en 2024).

MI MARCA Y MI CONCESIONARIO

Casi la totalidad de los encuestados considera la marca importante a la hora de comprarse una motocicleta o ciclomotor, tan solo es el 12% el que la considera poco importante.

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo?

(% Respuesta única)



- Ambos tienen la misma importancia
- La marca de la motocicleta / ciclomotor es más importante que el concesionario o tienda donde la compré
- El concesionario o tienda es más importante que la marca de la motocicleta / ciclomotor

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Comparando la importancia que se le da a la marca y al concesionario, la opinión mayoritaria de los encuestados españoles es que ambos tienen la misma importancia con un 51%, 2 puntos por debajo del año anterior. Los que opinan que la marca de la moto es más importante que el concesionario o tienda donde la compran aumentan al 46%, destacando en este aspecto los consumidores de 18 a 24

años con el 61% de menciones. Por último, tan solo el 4% piensa que el concesionario o tienda es más importante que la marca.

A la hora de comprar una moto, el 63% prefiere escoger una o varias marcas y después ir a los concesionarios o tiendas que las vendan, 2 puntos más que el año anterior. En este aspecto destacan también los

jóvenes de 18 a 24 años con un 67% de menciones.

La gran mayoría de los conductores que optan por escoger antes la marca, siguen prefiriendo ir a varios concesionarios o tiendas para informarse y comparar precios antes de comprar la moto.

¿Cuáles son los motivos por los que optarías por comprar en un establecimiento concreto?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Igual que ocurría en los datos del año anterior, el precio con el 72% es el motivo principal por el que los con-

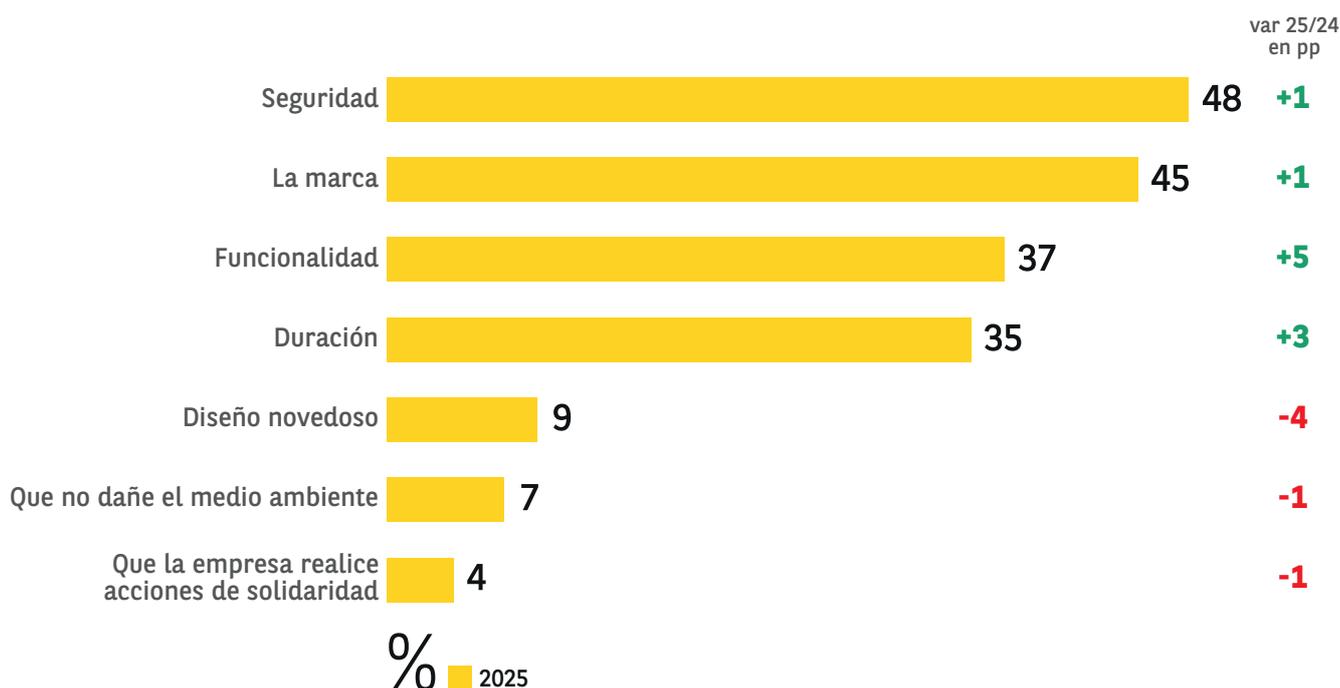
ductores optarían por comprar en un establecimiento concreto. Le siguen con un 50% el buen servicio de pos-

tventa, que aumenta en 4 puntos, y con un 35% la variedad de productos/marcas.



MI PROCESO DE COMPRA

A la hora de comprar una moto, elige los dos aspectos que más valoras entre los siguientes:
(% respuesta múltiple - Máximo 2)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

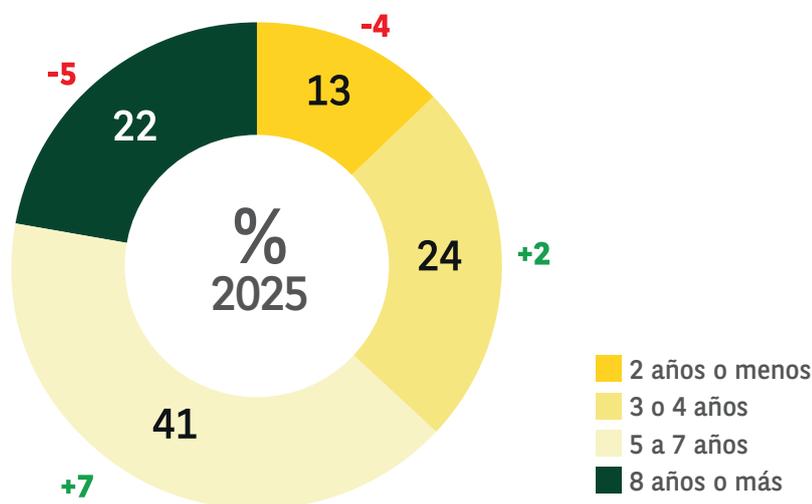
Los aspectos más valorados por los consumidores a la hora de comprar una moto son, en primer lugar, la seguridad con un 48%, la marca con un 45% de menciones y la funcionalidad con un 37%. Un diseño novedoso, que no dañe el medio ambiente

y acciones solidarias por parte de la marca, son los únicos aspectos que descienden su porcentaje de menciones respecto al año anterior.

La mayor parte de los consumidores, cuando se trata de comprar una

moto, tiene sus compras planificadas, y además, un 83% de los conductores nos dice que compraría una moto km 0 en lugar de una nueva, aumentando este porcentaje en 2 puntos porcentuales respecto al año anterior.

¿Cuál es, en tu opinión, el plazo óptimo de renovación de una moto? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

El plazo óptimo de renovación de una moto es de 5 a 7 años para el 41% de los usuarios. Los jóvenes de 18 a 24 destacan por encima de la media en este periodo de renovación con un 81% de menciones.

Para el 73% de los usuarios encuestados, la moto es un medio de transporte (un punto menos que en 2024). Con un 45% continúan los usuarios que consideran la moto como ocio (46% en 2024) y para un 25% es tan

solo una herramienta de trabajo (26% en 2024).



En cuanto a la edad hasta la que tienen intención de seguir conduciendo su moto, la mayoría de los usuarios (29%) cree que lo seguirá haciendo hasta los 65 años. Tan solo

el 13% (9% el año anterior) cree que seguirá conduciendo después de los 75 años.

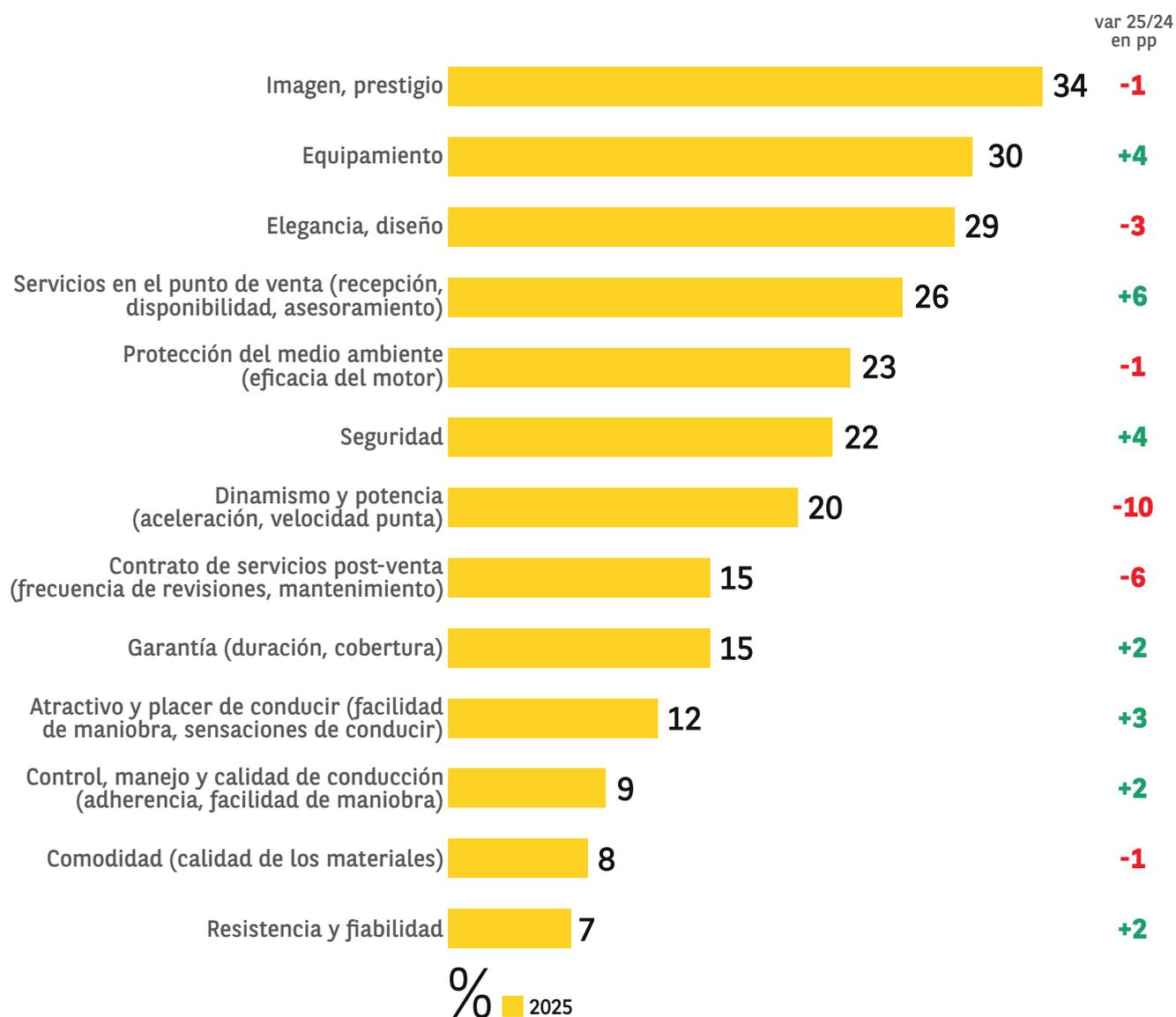
Un **87%** ^{+3pp} de los encuestados tendrá en cuenta el consumo de carburante a la hora de elegir su próxima moto

Igual que ocurría el año anterior, casi la totalidad de usuarios (92%) prefiere tener una moto en propiedad a utilizar el transporte público y alquilar motos en ocasiones puntuales.



Para acceder a precios más bajos en la compra de una moto, ¿en qué aspectos estarías dispuesto a reducir el nivel de las prestaciones?

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Para poder acceder a precios más bajos, los 3 aspectos en los que los usuarios estarían dispuestos a redu-

cir el nivel de las prestaciones son, en primer lugar, la imagen/prestigio (34%), el equipamiento (30%) y la ele-

gancia en el diseño (29%). El dinamismo y la potencia desciende en 10 puntos como aspecto prescindible.

MI FUTURA MOTO

Has dicho que tienes intención de comprar una moto en los próximos 12 meses.

¿Qué tipo/s de moto/s tienes pensado adquirir?

(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

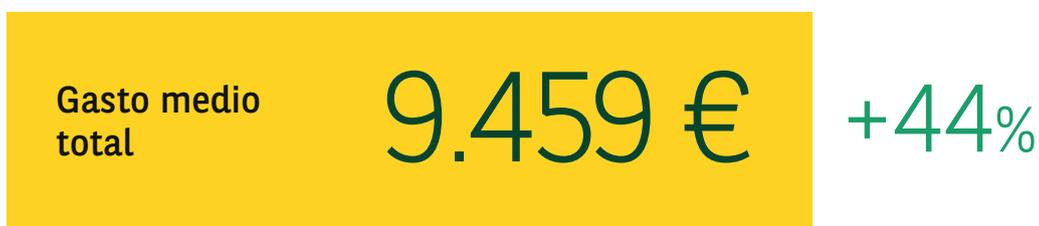
Entre los conductores que pretenden comprar una moto durante el próximo año (6%), encontramos a los que prefieren las scooters como primera opción con el 51% de las menciones (4 puntos porcentuales por

encima de la intención del año anterior), opción preferida por los usuarios de 45 a 55 años con un 59% de menciones. Casi al mismo nivel aparecen las motos de carretera con un 47%, aumentando en 2 puntos res-

pecto a 2024, y siendo las preferidas por los de 35 a 44 años. Por último, optarán por las motos de campo el 4% de los usuarios, estando los usuarios de 25 a 34 años por encima de la media con un 8% de menciones.

¿Cuánto dinero piensas destinar a la compra de tu próximo ciclomotor o motocicleta?

(Respuesta abierta numérica)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

El gasto medio total que pretenden realizar los consumidores encuestados es de 9.459€, un 44% más de lo que pensaban destinar el año anterior.

¿Dónde pretendes adquirir tu futura motocicleta/ciclomotor?

(% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
En un concesionario o tienda multimarca	56%	+3
En un compra-venta de segunda mano	30%	-5
En un concesionario o tienda monomarca	26%	+5
En un taller o agente	11%	-5
En Internet	9%	+4
A través de una empresa de renting o leasing	6%	+4
En otro tipo de establecimiento	5%	-4

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

El 56% de los usuarios pretende adquirir su próxima moto en un concesionario o tienda multimarca, destacando muy por encima de la media los usuarios de 45 a 54 años con un 62% de menciones. Aumentan respecto al año anterior los porcentajes de conductores que prefieren com-

prar su moto en concesionarios o tiendas multimarca y monomarca, a través de renting o leasing y en internet.

En cuanto al medio de pago, el pago en efectivo será el más utilizado, concretamente por el 55% de los

futuros compradores de motos (aumentando en un punto), seguido por los usuarios que optarán por la financiación, que aparecen con un 50%, descendiendo en un punto porcentual respecto al año anterior.



¿Cuánto dinero piensas destinar a la compra de accesorios de motocicleta/ciclomotor?
(Respuesta abierta numérica)



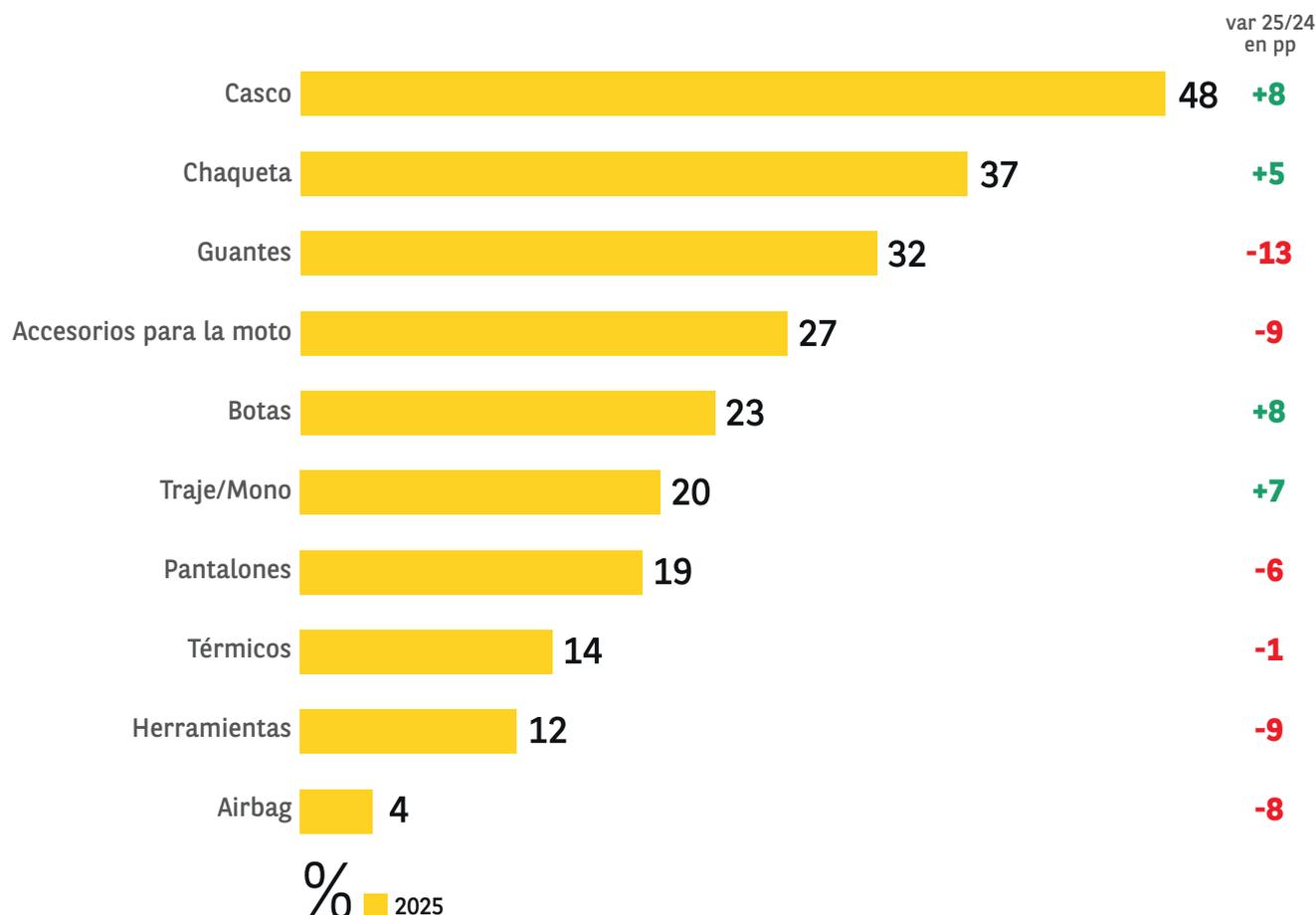
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

El 44% de los encuestados tiene intención de comprar accesorios de

moto o equipación durante este año, gastando una media de 173€, lo que

supondría un 4% más que la intención de gasto mostrada en 2024.

Has respondido que tenías intención de comprar equipación y/o accesorios de moto en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de accesorios tienes pensado adquirir?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

En cuanto a lo que tiene pensado comprar, los cascos con el 48% de las menciones, se encuentran en el pri-

mer lugar, seguido por las chaquetas con un 37%, y por los guantes con un 32%. Aumentan de forma importante

las intenciones de compra en las categorías de cascos, chaquetas, botas y trajes/monos.

¿Dónde pretendes adquirir la equipación y/o los accesorios de motocicleta/ciclomotor? (% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
En un concesionario o tienda multimarca	64%	0
En Internet	30%	-3
En un concesionario o tienda monomarca	16%	-6
En un taller o agente	13%	-3
En un compra-venta de segunda mano	12%	-6
En otro tipo de establecimiento	10%	+3
A través de una empresa de renting o leasing	3%	-1

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Si observamos el futuro lugar de compra de los accesorios de moto, los concesionarios o tiendas multimarca

volverán a ser los favoritos para los consumidores, así lo indica el 64% de los conductores. Con un amplio mar-

gen, encontramos las tiendas online con un 30%, seguido de un 16% los concesionarios o tiendas monomarca.

¿Qué medio/s de pago utilizaste para la compra de tu equipación o tus accesorios para la moto? (% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Tarjetas débito	64%	-3
Efectivo	35%	-4
Tarjeta de crédito fin de mes	21%	+3
Tarjeta de crédito revolving	6%	+2
Financiación ofrecida en el concesionario o tienda	5%	-3
Préstamo solicitado a mi banco o caja habitual	5%	+2
Préstamo solicitado a una Entidad Financiera especializada (Cetelem, Caixabank, Santander consumer)	1%	-3
Renting/Leasing	1%	0

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Con relación a los medios de pago que se utilizarán para las futuras compras de accesorios de moto, en

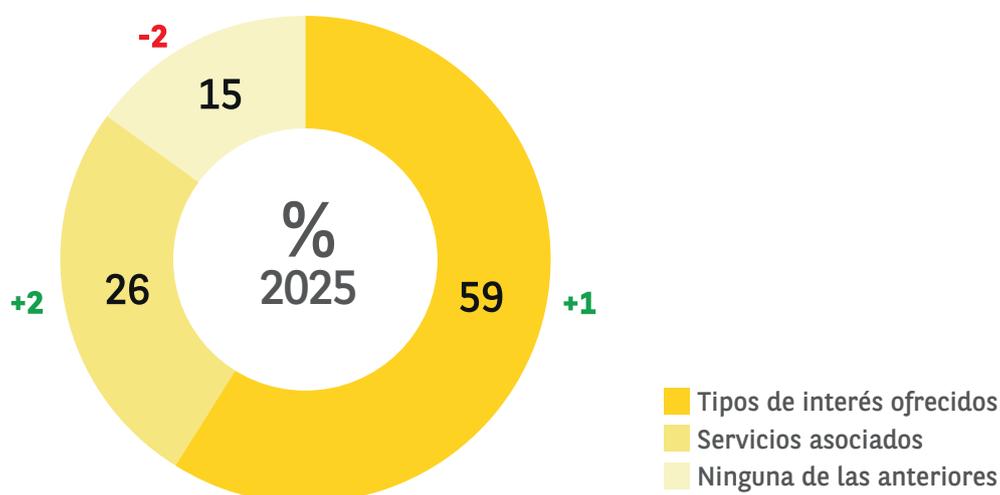
primer lugar, encontramos las tarjetas de débito con un 64%. El pago en efectivo (35%) y el pago mediante

tarjeta de crédito de fin de mes (21%) serán los siguientes medios de pago más utilizados.



Para el 72% de los usuarios encuestados la oferta de financiación es muy importante o bastante importante a la hora de comprar una moto. Tan solo para el 8% carece totalmente de importancia.

En caso de pedir un crédito para comprar una moto, ¿a cuál de las siguientes variables prestarías atención?
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Los tipos ofrecidos es la variable que más destaca para el 59% de los usuarios encuestados, sobre todo para los mayores de 55 años con un 66% de menciones.

Un **74%** de los encuestados considera interesante que el concesionario ofrezca un paquete de financiación + seguro de la moto + servicios asociados

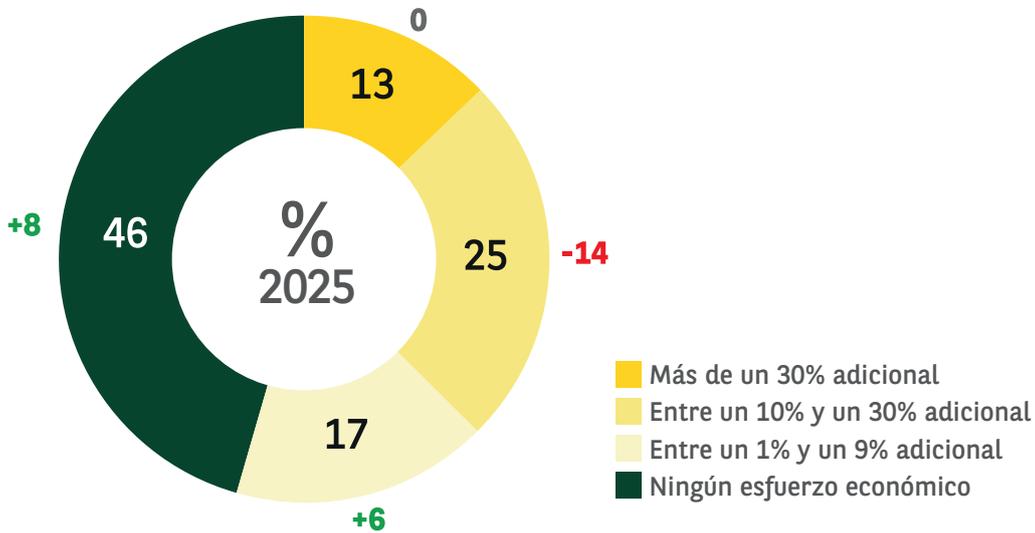
Un 74% de los conductores encuestados considera interesante la opción de que el concesionario o la tienda ofrezca financiación + seguro + servicios, destacando entre ellos los encuestados de 18 a 24 años con un 87% de menciones.

LA MOTO ELÉCTRICA



Los encuestados de 25 a 34 años destacan por encima de la media con un 26% de menciones.

¿Cuál sería el máximo esfuerzo económico que estarías dispuesto a asumir para adquirir una moto eléctrica en lugar de una moto de gasolina?
(% Respuesta única)



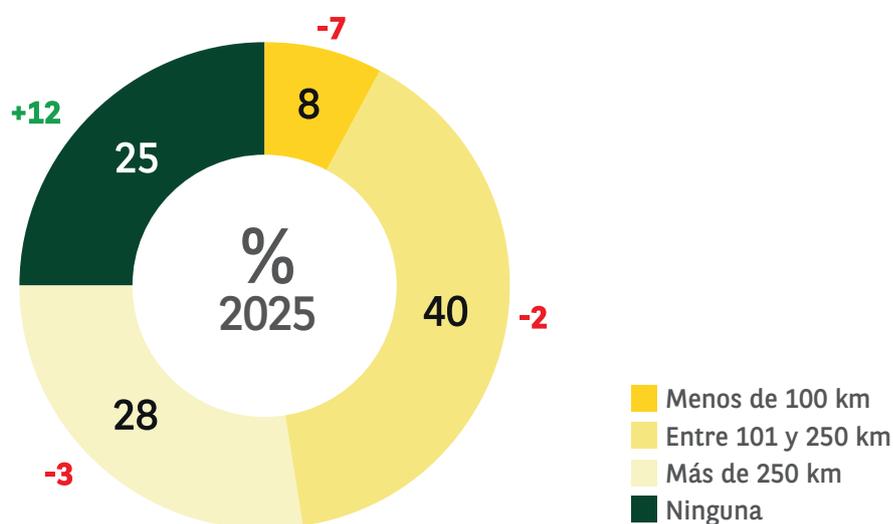
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Para el 25% de los conductores encuestados sería asumible un esfuerzo económico de entre un 10% y un 30% adicional para comprar una moto eléctrica en lugar de una de

gasolina. También encontramos con un 46% a los usuarios que no estarían dispuestos a realizar ningún tipo de esfuerzo adicional. De este modo, cada vez son menos los encuestados

que estarían dispuestos a realizar un mayor esfuerzo económico por comprar una moto eléctrica.

¿A partir de qué nivel de autonomía estarías dispuesto a comprar una moto 100% eléctrica?
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

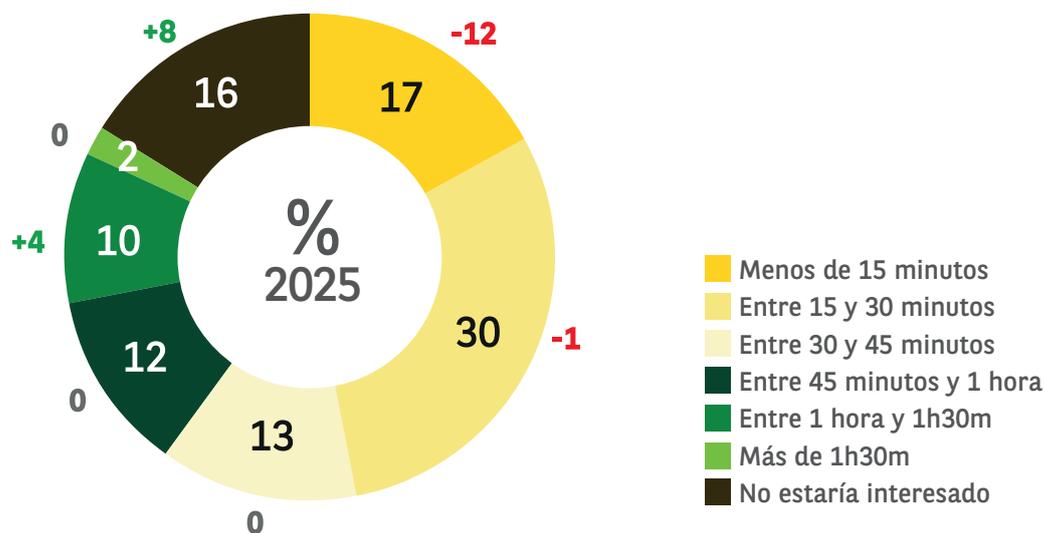
Para el 40% de los encuestados, el nivel de autonomía por el que estarían dispuestos a comprar una moto eléctrica debería ser de 101km a 250km como mínimo, tal y como ocurría el año anterior.



Casi la totalidad de los usuarios encuestados (83%) cree que la instalación de puntos de recarga en la vía pública es muy importante o bastante importante.

¿Cuál sería el tiempo de carga óptimo de la batería en un puesto de carga para que estés interesado en un vehículo eléctrico?

(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

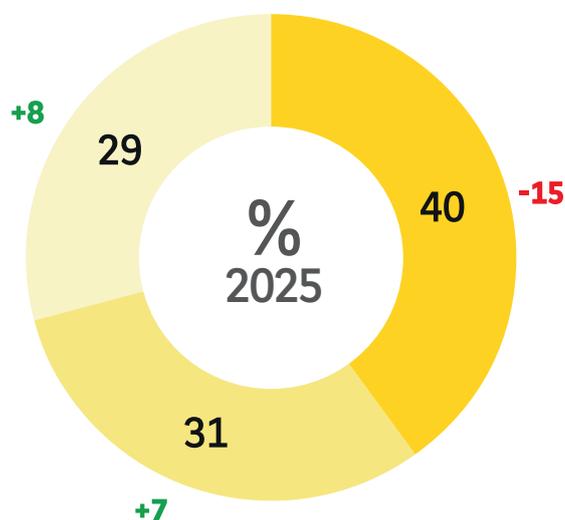
Para el 30% de los encuestados el tiempo de carga óptimo de la batería debería ser de 15 a 30 minutos. Muy de cerca están los conductores más exigentes con un 17%

para los que el tiempo de recarga debería ser inferior a los 15 minutos.



¿Cómo es de importante para ti la existencia de planes de incentivo para comprar una moto eléctrica?

(% Respuesta única)



- No hace que me plantee comprar una moto eléctrica en 2025
- No lo sé/ tengo dudas
- Hace que me plantee comprar un moto eléctrica durante 2025

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

En cuanto a los incentivos y ayudas para la compra de motos eléctricas, el 40% de los encuestados opina que el Plan Moves III no le hace plantearse la compra de una moto eléctrica en 2025. Son el 29% (+8 puntos respecto al año anterior) los que verían con buenos ojos la compra gracias a este plan.

Preguntando a cerca de la vida útil de las baterías, el 34% de los encuestados cree que es de 5 a 10 años, seguido por el 27% que opina que su duración es de 3 a 4 años y por el 15% que cree que durarán entre 1 y 2 años, aunque todavía hay mucho desconocimiento en este aspecto.

Para el 57% de los encuestados, las motos eléctricas permitirán reducir los costes de utilización en comparación con una moto de gasolina (55% el año anterior).

¿Cuál/es son los motivos por los que no comprarías una moto 100% eléctrica? (% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Es demasiado caro	49%	-3
La autonomía no es suficiente	48%	-1
No tengo confianza	37%	+15
Requiere mucho tiempo de recarga	33%	-4
No tengo con qué recargar la batería	29%	-7
Es menos potente que una moto térmica	18%	+3
Es peligroso (batería)	18%	+7

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Los motivos más mencionados para no comprar motos eléctricas según nuestros encuestados son, en primer lugar, el elevado precio de estas motos con un 49% (52% el año anterior), seguido por la poca autonomía

con un 48% (49% el año anterior) y por la falta de confianza con un 37% (22% el año anterior).

Para el 36% de los encuestados, la opción de usar una moto eléctrica

mediante un sistema de alquiler les resultaría interesante, destacando por encima de la media en este aspecto los encuestados de 25 a 34 años con un 47%.

RENTING

El 35% de los conductores conoce el renting a particulares para moto, destacando por encima de la media los jóvenes de 25 a 34 con un 48% de menciones. Pero tan

solo el 22% de los que han respondido que conocen el renting a particulares afirma haber adquirido su moto mediante este método.

Un **41%** ^{+6pp} de los encuestados estaría dispuesto a adquirir su moto a través de renting

Un 41% de los que han respondido que conocen el renting a particulares pero que no lo ha usado, estaría dispuesto a adquirir su moto mediante este método, 6 puntos más que el año anterior.



¿Cuáles crees que son los puntos positivos de adquirir tu moto a través de renting?

(% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Tanto las reparaciones, averías, mantenimiento, neumáticos y seguro están incluidos en la cuota	57%	-1
No pagar entrada, solo cuotas mensuales	53%	+13
Cambio de moto según las necesidades	39%	-8
La cuota de coste fijo te facilitará la planificación de los gastos	21%	+1
Se tiende a elegir las flotas más ecológicas y eficientes	12%	-2
Las motos suelen incluir más sistemas de seguridad que la media	4%	-1

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Los 3 principales puntos positivos de adquirir tu moto a través de renting son: en primer lugar, las reparacio-

nes y mantenimiento sin coste adicional con un 57%, seguido por la ausencia de cuota de entrada con un

53% (+15 puntos) y poder cambiar de moto según tus necesidades con un 39%.

Y, ¿cuáles crees que son los puntos negativos de adquirir tu moto a través de renting?
(% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
No poder cancelar el contrato o tener que abonar la penalización por cancelación	50%	+3
No ser el propietario de la moto, siempre el arrendatario	48%	-9
Si se sobrepasa el número de kilómetros recorridos establecidos, habrá una penalización	31%	-7
Las reparaciones que necesite la moto sólo se podrán hacer en algunos talleres que indique la empresa	31%	+9
No poder hacer modificaciones en la moto por cuenta propia	26%	+1

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Por otra parte, los 3 principales puntos negativos de adquirir tu moto a través de renting son: en primer lugar,

no poder cancelar el contrato o abonar la penalización con un 50%, seguido por no ser el propietario de

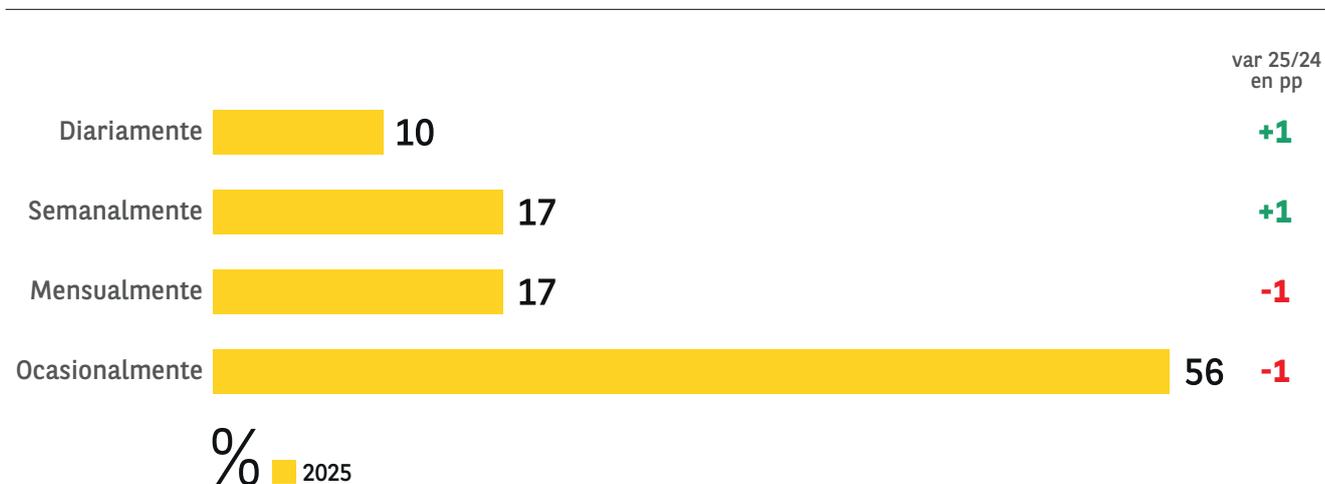
la moto con un 48% y por no poder sobrepasar un número de kilómetros establecidos con un 31%.



MOTOSHARING

Tan solo el 8% de los conductores encuestados ha utilizado el motosharing en alguna ocasión.

¿Con qué frecuencia usas este tipo de servicios? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2025

Preguntando por la frecuencia de uso, vemos que el 56% de los usuarios afirma utilizarlo de forma ocasional, el uso diario y semanal aumenta en 1 punto porcentual en ambos casos.

El 50% dice que solo utiliza el servicio de motosharing para desplaza-

mientos por ocio, seguido de un 29% que lo utiliza exclusivamente para ir y volver de casa al trabajo y un 21% que lo utiliza en ambos casos.

Si observamos los puntos positivos del motosharing, para el 48% de los usuarios de motosharing, el precio y ahorro de costes, se convierte este

año en la razón principal para utilizar este servicio, seguido por la ventaja de evitar atascos con un 36%, y no pagar aparcamiento con un 32%. El gasto medio realizado por los usuarios encuestados de motosharing es de 49€ al mes, un 23% menos que el año anterior.

LOS PUNTOS CLAVE

Compra 2024

el **13%** de conductores encuestados afirma haber adquirido una moto y/o accesorios **en los últimos 12 meses**

gastando una media de **7.853€** | **+58%** más que el año anterior (4.957€).

¿Qué tipo/s de ciclomotor o motocicleta compraste en los últimos 12 meses?
(%respuesta múltiple)

Scooter
Estándar, Rueda Alta y Touring

59%⁺¹

Carretera
Touring, Naked, Supersport, Custom, Trail y Supermotard

31%⁻⁴

Campo
Enduro, Cross, Trial

16%⁺⁸

Proceso de compra

Top 3 motivos para comprar en un establecimiento concreto

1 | Precio
72%⁰

2 | Buen servicio postventa
50%⁺⁴

3 | Variedad de productos/marcas
35%⁻³

Top 3 aspectos más importantes para comprar una moto

1 | Seguridad
48%⁺¹

2 | La marca
45%⁺¹

3 | Funcionalidad
37%⁺⁵

Intención de compra 2025

Moto o ciclomotor

La Scooter

51⁺⁴%

la opción más demandada por los conductores que compararan en este sector en 2025.

El gasto medio previsto es de

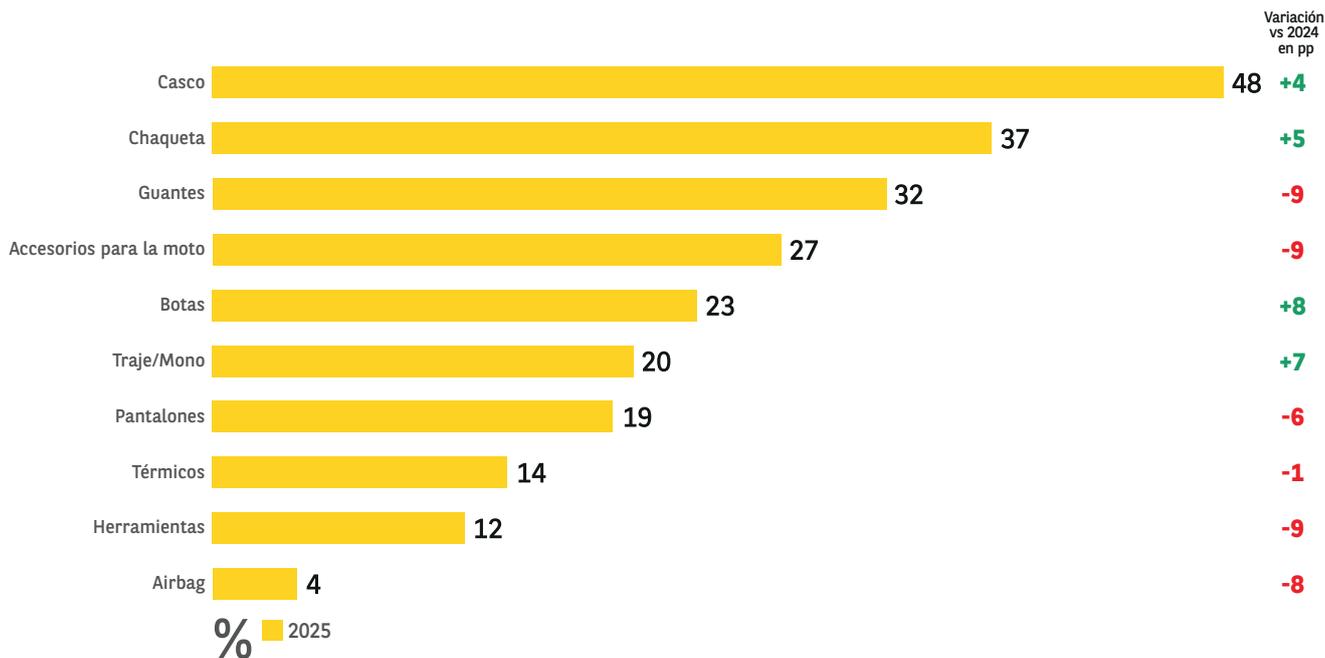
9.459€ | +44% más que lo declarado el año anterior

Accesorios

Se mantiene estable el porcentaje de conductores que tiene intención de comprar algún tipo de accesorio o equipación del sector moto.

con un gasto medio previsto de 173€ | +4% más que la intención de gasto mostrada el año anterior

Has respondido que tenías intención de comprar equipación y/o accesorios de moto en los próximos 12 meses. ¿Qué tipo de accesorios tienes pensado adquirir?
(%respuesta múltiple)



FICHA TÉCNICA

Motor 2025 El Observatorio Cetelem Sector Moto

Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

Universo:

Hombres y mujeres que hayan comprado un coche o moto en el último año o que tengan intención de comprar en los próximos dos años.

Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores.

Muestra:

Se han realizado 2.088 encuestas, representativas de la población. Datos CCAA representativos de España según censo INE.

Error Muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo $p=q=50\%$, el margen de error para datos totales es de un $\pm 2,53\%$.

Método muestreo. El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

Trabajo de campo:

Realizado del 6 al 21 de febrero de 2025 por la empresa CANAL SONDEO.

Motor 2024 El Observatorio Cetelem Sector Moto

Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

Universo:

Hombres y mujeres que hayan comprado un coche o moto en el último año o que tengan intención de comprar en los próximos dos años.

Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores.

Muestra:

Se han realizado 1.793 encuestas, representativas de la población. Datos CCAA representativos de España según censo INE.

Error Muestral:

Para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo $p=q=50\%$, el margen de error para datos totales es de un $\pm 2,53\%$.

Método muestreo. El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

Trabajo de campo:

Realizado del 1 al 20 de febrero de 2024 por la empresa CANAL SONDEO.



OBSERVATORIO
Cetelem

