

# Deloitte.



## ¿Qué es lo que sigue para un manejo totalmente autónomo?

Opiniones de los consumidores sobre la tecnología avanzada de los vehículos

Perspectivas sobre México del Estudio Global de Deloitte del consumidor automotriz



# Estudio global del consumidor automotriz

## En el camino con los consumidores

### Principales hallazgos

- El atractivo para los consumidores de todas las formas de automatización **ha disminuido** en los últimos 2 años
- No sólo la deseabilidad, sino la **voluntad de pagar** por las tecnologías avanzadas de vehículos también han **disminuido desde el 2014**, de MXN 29,452 en el 2014 a MXN 18,283 en el 2016
  - **Más de la mitad** de los consumidores en México **confían en que los fabricantes de automóviles no tradicionales** lleven la tecnología de manejo autónomo al mercado
  - Las tecnologías **que ofrecen capacidades de seguridad**, se clasificaron **como las características tecnológicas más preferidas**, mientras que la conectividad y las tecnologías de manejo autónomo se consideraron menos útiles
- **Más de 8 de cada 10 consumidores** temen que la piratería informática sea la mayor amenaza para el intercambio de datos. Sin embargo, una cantidad igual de consumidores también compartiría fácilmente su información personal con los fabricantes de automóviles si obtuvieran “beneficios significativos”
- **El 63% de los consumidores** en México nunca o raramente usa servicios de viaje compartido, mientras que casi un tercio los usa por lo menos una vez a la semana, principalmente para uso personal
- **El 54% de los consumidores** que utiliza servicios de viaje compartido, cuestiona la necesidad de ser el propietario de un vehículo en el futuro
- El rendimiento de la tecnología de baterías del mundo real sigue estando por debajo de las expectativas de los consumidores, con **52% de los consumidores** dispuestos a esperar un máximo de una hora para cargar completamente un vehículo, aunque los tiempos reales de carga son mucho más largos
  - **El 71% de los consumidores** quiere una distancia mínima **de 240 kilómetros** de un vehículo eléctrico con carga completa

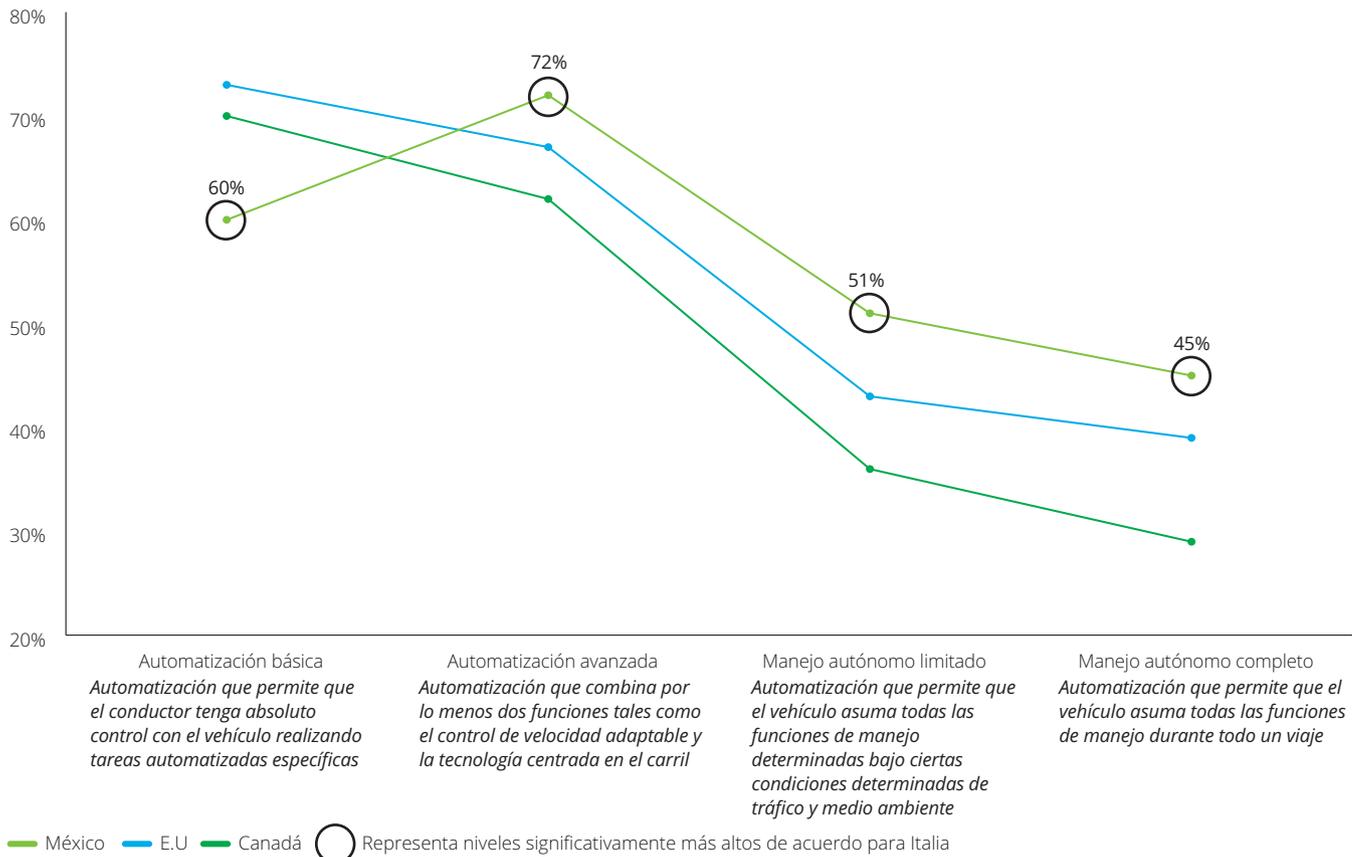


El atractivo de la automatización de los vehículos es mayor en comparación con los países vecinos



El atractivo de mayores niveles de automatización de vehículos para el consumidor es mayor en México que en los EE.UU. o en Canadá...

### Nivel de acuerdo de los consumidores con diferentes niveles de automatización, 2016



Nota: Se han agregado en uno solo el porcentaje de encuestados que estuvieron muy de acuerdo o de acuerdo.

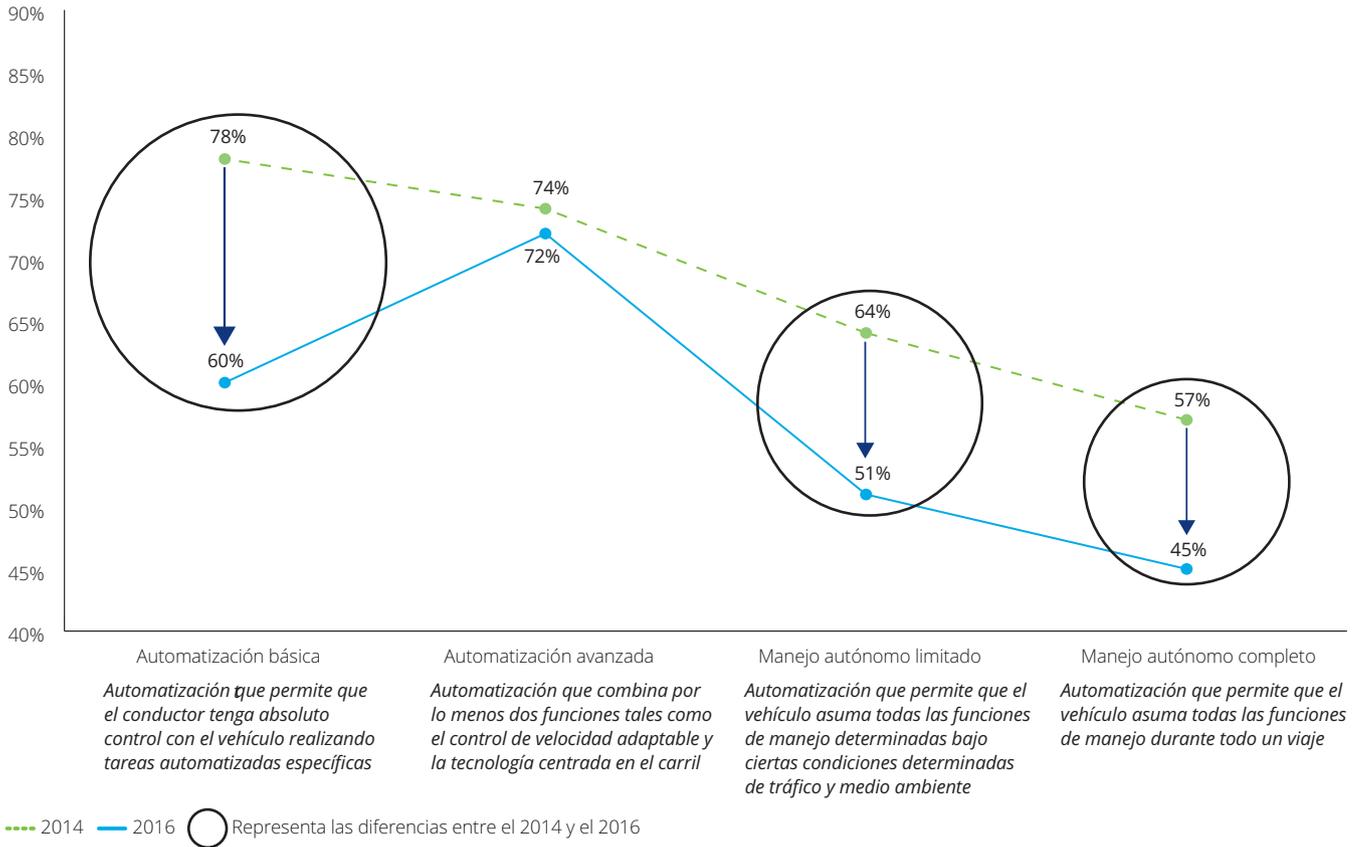
Tamaño de la muestra - [México: N = 1,228; Canadá: N = 1,220; EE.UU.: N = 1,722]

Fuente: Estudio global del consumidor automotriz de Deloitte 2016 y 2014



...sin embargo, el interés de los consumidores en la automatización vehicular ha disminuido en los últimos dos años en México

### Nivel de acuerdo de los consumidores con los distintos niveles de automatización



Nota: Se han agregado en uno solo el porcentaje de encuestados que estuvieron muy de acuerdo o de acuerdo.

Tamaño de la muestra - [2014: N = 465, 2016: N = 1,228]

Fuente: Estudio global del consumidor automotriz de Deloitte 2016 y 2014



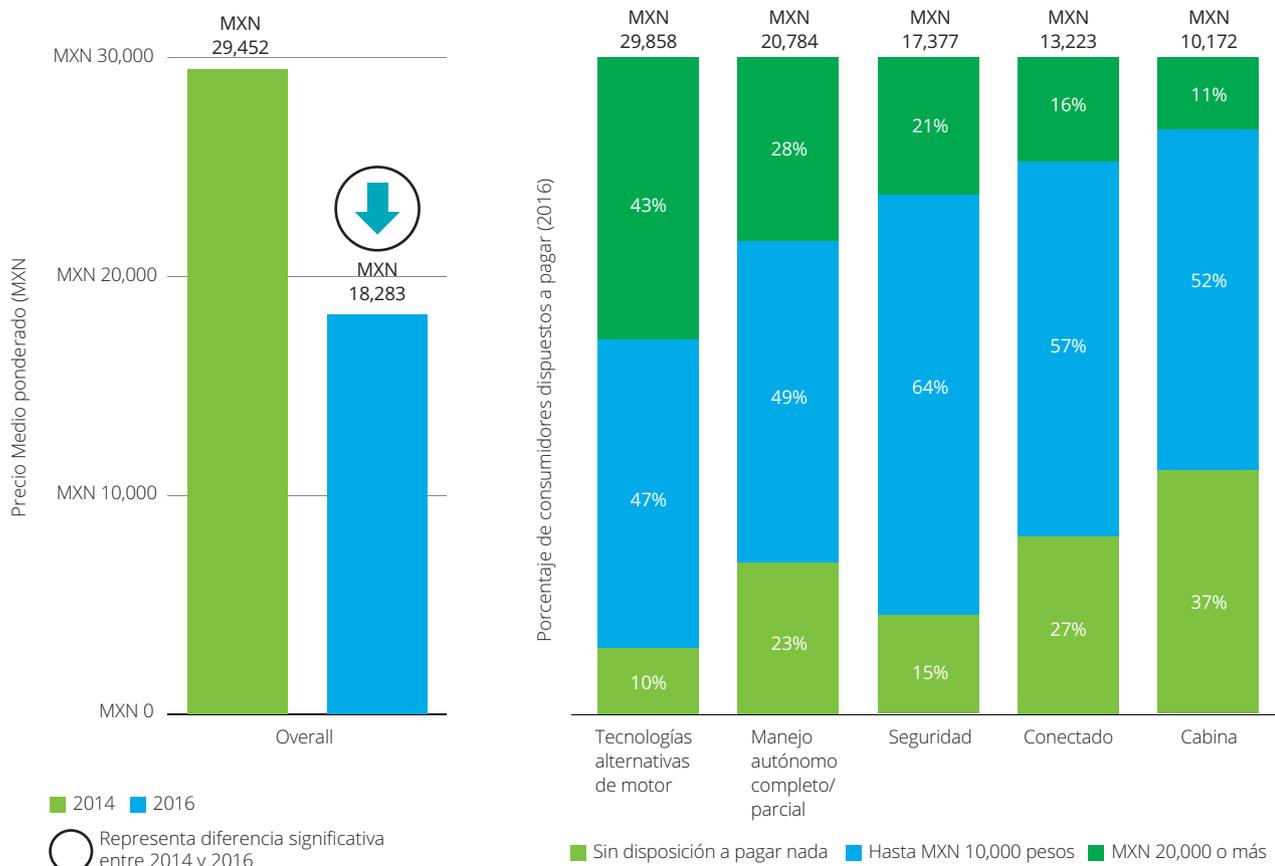
No sólo el interés, sino la disposición de pagar por las tecnologías avanzadas de vehículos también ha disminuido desde el 2014...



## La disposición de pagar disminuyó en el 2016 en comparación con el 2014

Incluso para la seguridad relacionada con las características, los puntos de precios declarados son relativamente bajos

**Precio medio esperado y la disposición de los consumidores para pagar por el tipo de tecnología, 2016 y 2014**



Tamaño de muestra - [2014: N= 474, 2016: N= 1,244]

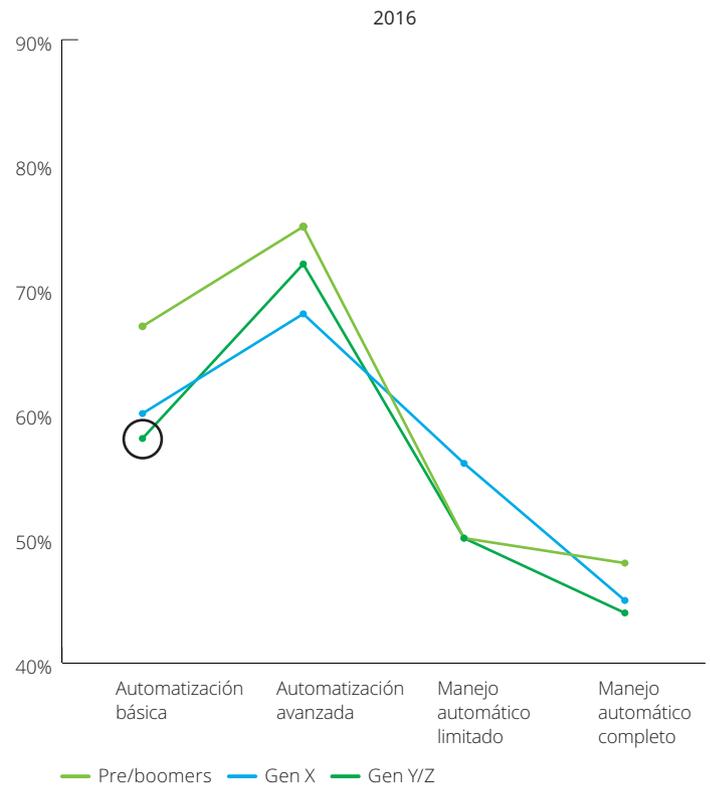
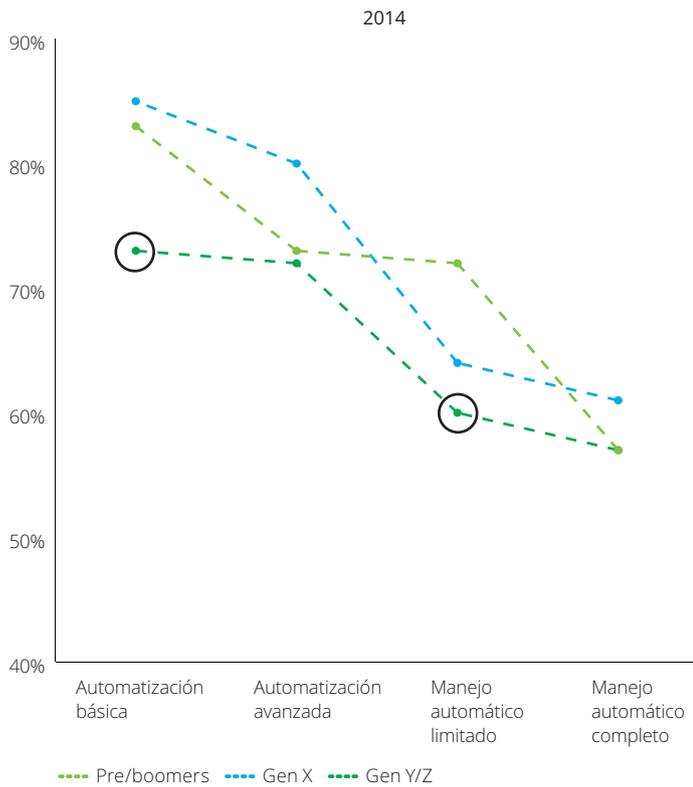
Fuente: Estudio global del consumidor automotriz de Deloitte 2016 y 2014.

Pero los fabricantes de automóviles,  
encontrarán buenas noticias entre  
los consumidores más jóvenes



El atractivo de la automatización de vehículos es menor entre las generaciones más jóvenes, en particular en la generación Y/Z.

**Porcentaje de consumidores que está de acuerdo o muy de acuerdo con los diferentes niveles de la automatización, por generación, 2014**



○ Representa una diferencia significativa con Pre/boomers

○ Representa una diferencia significativa con Pre/boomers

Tamaño de muestras - [2014: Pre/boomers, N= 123; Gen X, N= 93; Gen Y/Z, N= 250]

[2016: Pre/boomers, N= 235; Gen X, N= 300; Gen Y/Z, N= 694]

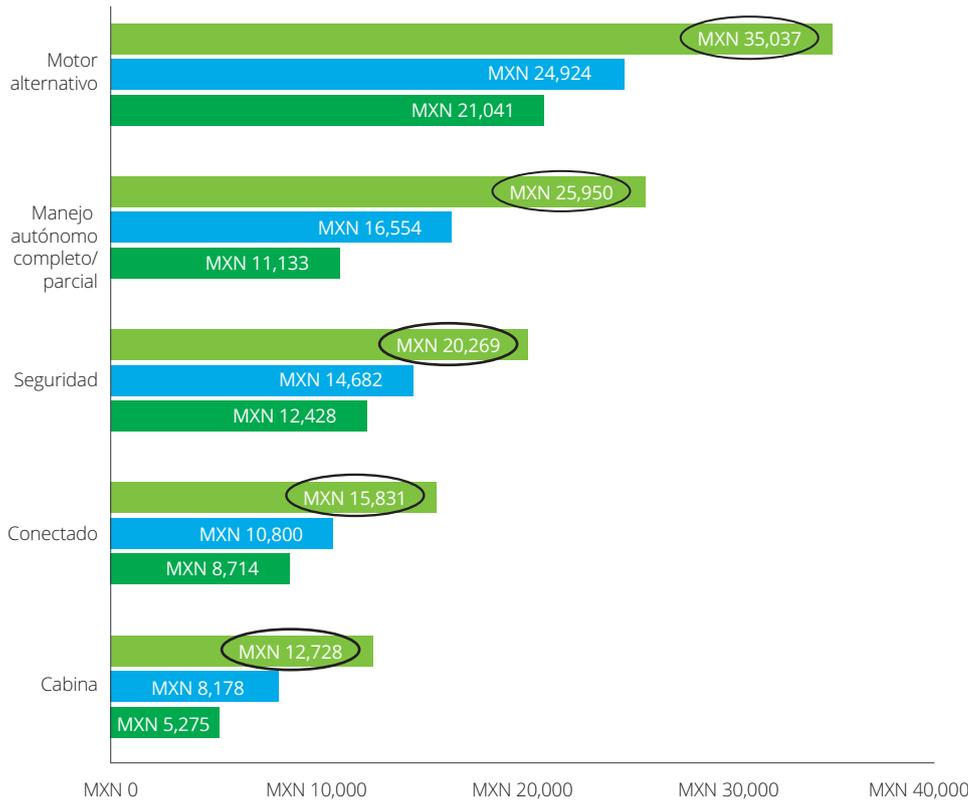
Año de nacimiento de varias generaciones - Pre/boomers: Antes de 1964; Generación X: 1965-1976; Generación Y/Z: 1977 y posteriores

Fuente: Estudio global del consumidor automotriz de Deloitte 2016 y 2014.



Sin embargo, la generación Y/Z está dispuesta a pagar más por todas las tecnologías de los vehículos que las generaciones mayores

**Precio medio ponderado de las tecnologías por generación (peso mexicano)**



■ Generación Y/Z ■ Generación X ■ Pre/boomers

○ Representa diferencia significativa con otras generaciones

**Precio promedio de todas las tecnologías**

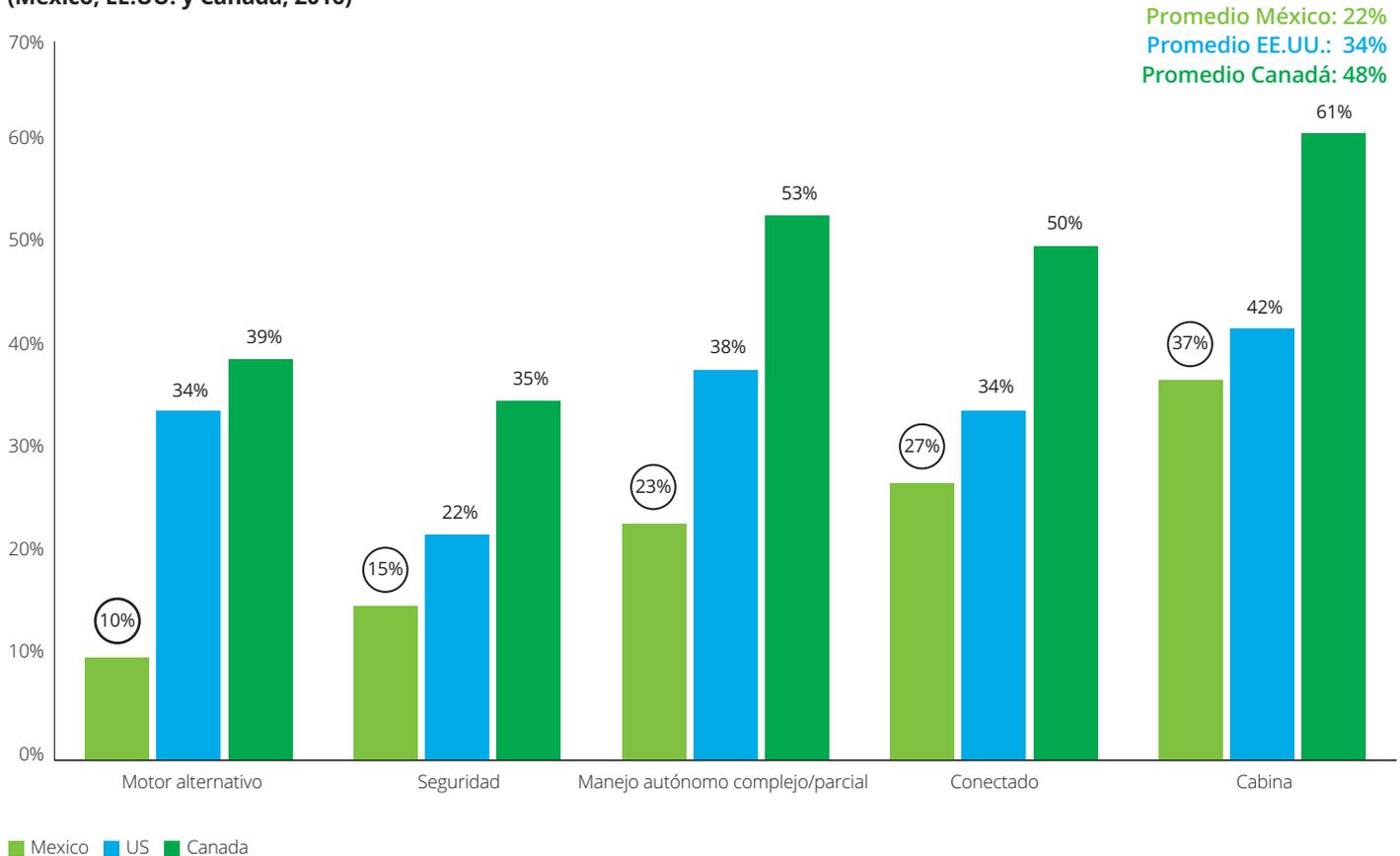


\*Diferencia de precio promedio



...con una mayor proporción de consumidores en México dispuestos a pagar por las tecnologías de los vehículos futuros, en comparación con los EE.UU. o Canadá

**Porcentaje de consumidores que no quiere pagar nada por el acceso a características avanzadas de la tecnología (México, EE.UU. y Canadá, 2016)**



○ Significativamente más bajo que EE.UU. y Canadá

Tamaño de la muestra - [México: N= 1,244; Canadá: N= 1,258; US: N=1,759]

Fuente: Estudio global del consumidor automotriz de Deloitte 2016 y 2014.



¿Cuáles son las características tecnológicas que les parecen más útiles a los consumidores mexicanos?  
**Seguridad...Seguridad...Seguridad**



¿Y las tecnologías avanzadas que prefieren los consumidores mexicanos? Se trata de seguridad (y de los componentes básicos de la automatización de los vehículos) así como de la eficiencia del combustible...

	Rango	Tecnología que...	Categoría
Muy útil	1	Reconoce objetos en el camino y evita choques	Seguridad
	2	Informa al conductor sobre situaciones de manejo peligrosas	Seguridad
	3	Bloquea al conductor de situaciones de manejo peligrosas	Seguridad
	4	Permite el uso de combustibles alternativos	Medio Ambiente
	5	Toma medidas en caso de emergencia médica o de accidente	Seguridad
	6	Permite el apagado remoto del vehículo robado	Seguridad cibernética
	7	Previene el robo al restringir el acceso no autorizado	Seguridad cibernética
	8	Ayuda a mejorar la eficiencia de combustible	Eficiencia de combustible
	9	Reduce el impacto en el medio ambiente	Medio Ambiente
Moderadamente útil	10	Diagnostica y envía notificaciones de mantenimiento	Conectividad
	11	Permite el uso de materiales ligeros avanzados	Eficiencia del combustible
	12	Permite la comunicación vehículo a vehículo y comunicación en el camino	Conectividad
	13	Previene la piratería de los sistemas del vehículo	Seguridad cibernética
	14	Monitorea la salud física del conductor	Seguridad
	15	Automatiza tareas para comodidad y practicidad	Comodidad

Nota: Los puntos de quiebre para la mayoría, las tecnologías moderadas y las menos preferidas se derivan sobre la base del porcentaje de veces en que una tecnología está clasificada como la mejor.

Tamaño de la muestra - [N= 1,250]



...mientras que las características de la tecnología conectada y de los vehículos autónomos son lo que menos resuena con los consumidores

	Rango	Tecnología que...	Categoría
Menos útil	16	Permite la información operacional interactivo del vehículo	Comodidad
	17	Permite el modo "piloto automático" de alta velocidad, larga distancia y autopista	Vehículos autónomos
	18	Asiste al conductor para que maneje con seguridad	Rentabilidad
	19	Permite controles interiores con manos libres	Comodidad
	20	Permite capacidades completas de manejo sin conductor	Vehículos autónomos
	21	Cuenta con una configuración ajustable disponible para mejorar el rendimiento del vehículo	Rendimiento
	22	Permite actualizaciones de <i>software</i> remotas/ automáticas del vehículo	Conectividad
	23	Permite el uso de aplicaciones de teléfonos inteligentes a través del tablero del vehículo	Conectividad
	24	Permite el modo urbano de "piloto automático" a baja velocidad	Vehículos autónomos
	25	Permite el uso de pintura auto reparadora	Misceláneos
	26	Paga automáticamente las cuotas de estacionamiento y de peaje	Servicios asociados
	27	Ayuda en la localización, la reservación y la navegación hacia un lugar de estacionamiento	Servicios asociados
	28	Proporciona notificaciones cuando hay un lugar de interés cerca	Servicios asociados
	29	Permite que el conductor controle los sistemas domésticos automatizados	Servicios asociados
	30	Proporciona a los pasajeros entretenimiento personalizado durante el manejo	Comodidad
	31	Permite al cliente personalizar los vehículos	Misceláneos
	32	Ayuda a administrar las actividades diarias	Comodidad

Nota: Puntos de quiebre para la mayoría, tecnologías moderadas y menos preferidas se derivan en base al porcentaje de veces que una tecnología es la mejor. Tamaño de la muestra - [N = 1,250]

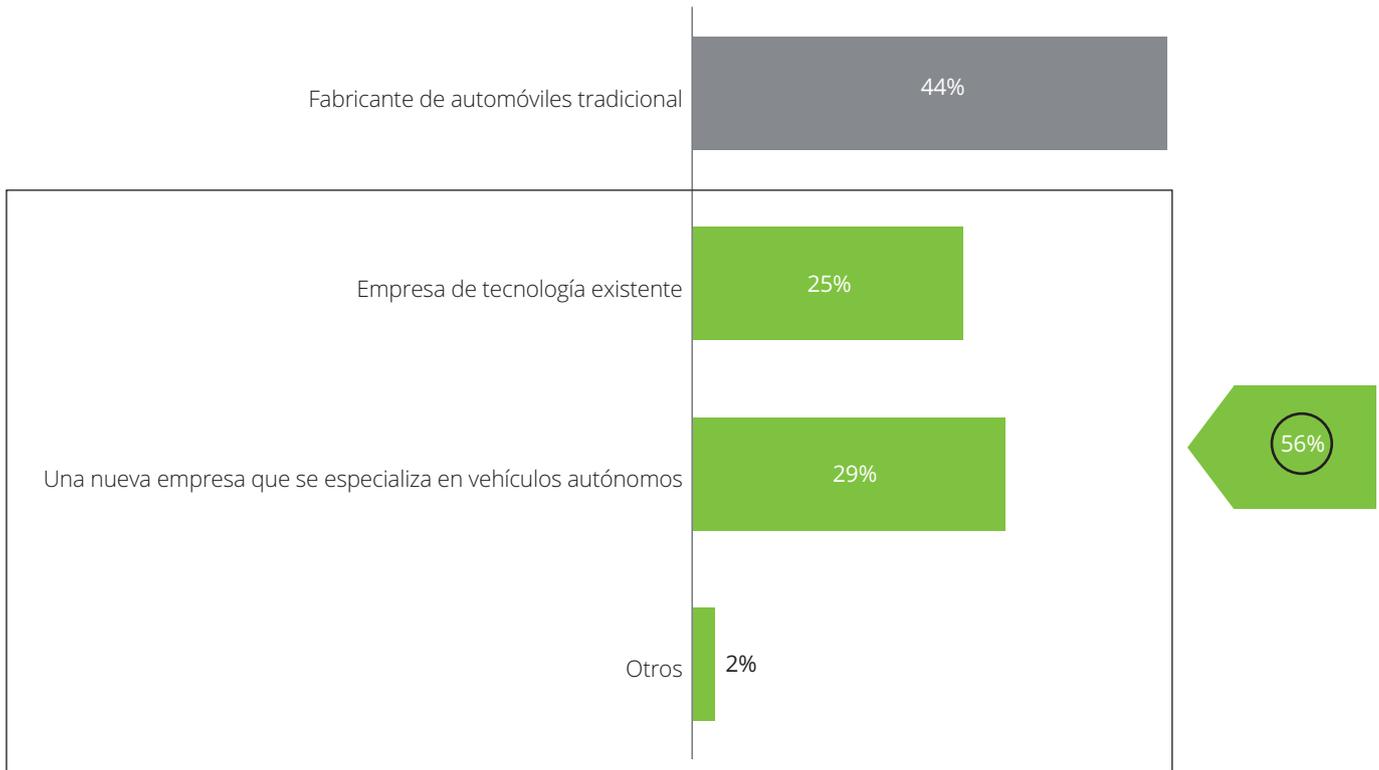


Los consumidores en México confían en un fabricante automotriz no tradicional para llevar la tecnología de manejo autónomo al mercado



Más de la mitad de los consumidores en México confían más en los fabricantes de automóviles no tradicionales para que lleven los vehículos totalmente autónomos al mercado

**Tipo de empresa en la que los consumidores confían más para llevar al mercado la tecnología totalmente autónoma**



○ R Representa la diferencia significativa con el fabricante de automóviles tradicional

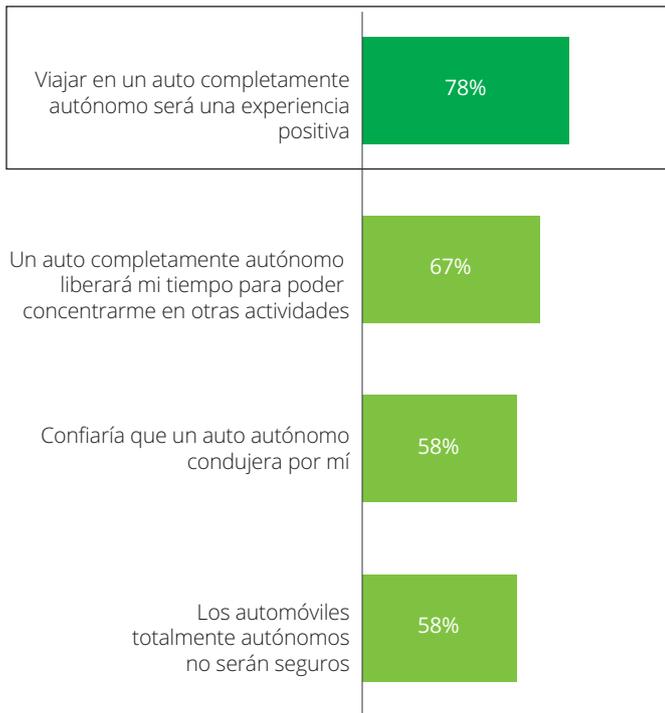
Tamaño de la muestra - [N= 1,246]

Lo que destaca como regla es la seguridad individual, pero, ¿cómo se sienten los consumidores respecto a los automóviles de manejo autónomo?

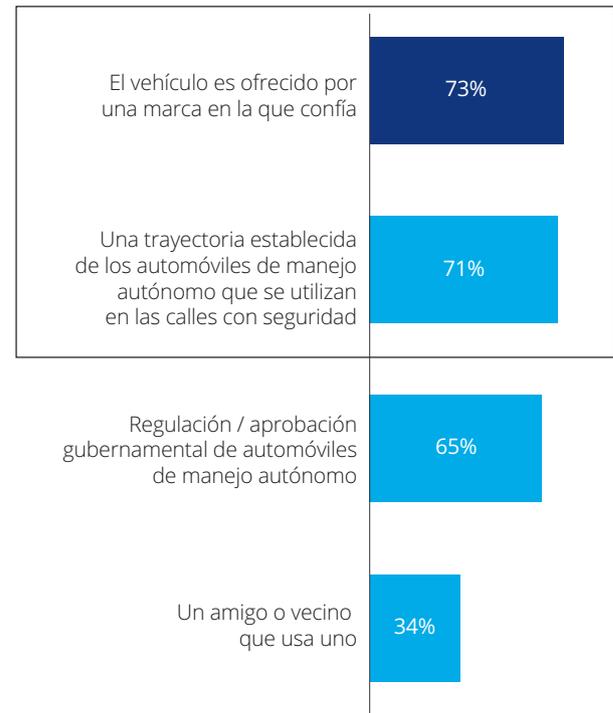


El 78 por ciento de los consumidores considera que los automóviles de manejo autónomo son una experiencia positiva y están dispuestos a probar si se les ofrece una marca en la que confíen y con un historial de seguridad establecido

### La opinión de los consumidores sobre los vehículos autónomos



### Factores que hacen que los consumidores viajen en vehículos totalmente autónomos



□ Represents significant differences with other consumer opinions

Nota: Se han agregado en uno solo el porcentaje de encuestados que estuvieron muy de acuerdo o de acuerdo

Tamaño de la muestra - [N= 1,196]

Nota: Porcentaje de encuestados que dijeron "mucho más probable" o "más probable" se han agregado juntos

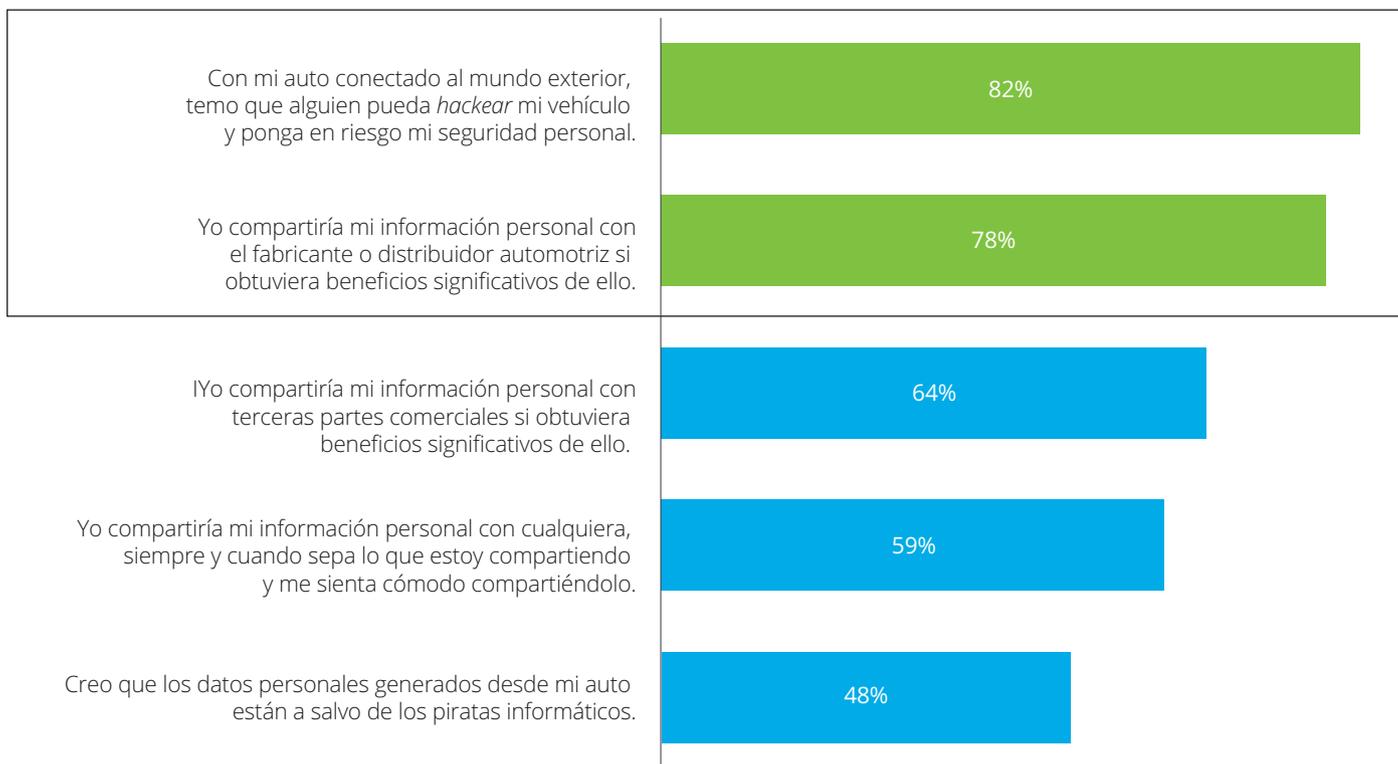
Tamaño de la muestra - [N= 1,154]

A los consumidores también les preocupa la seguridad de sus datos...



Más de 8 de cada 10 consumidores le temen a la piratería informática como la principal amenaza de compartir datos. Un igual número de consumidores compartirían de buena gana su información personal con los fabricantes de automóviles si obtienen “beneficios”.

### Opinión del consumidor sobre el uso compartido de datos personales y la privacidad



Representa diferencias significativas con otras opiniones de los consumidores

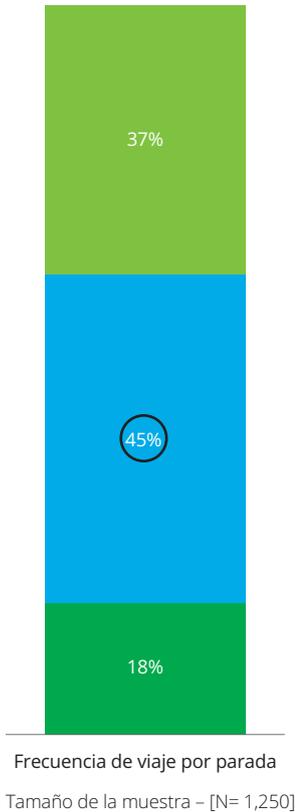
Nota: Se han agregado en uno solo el porcentaje de encuestados que estuvieron muy de acuerdo o de acuerdo

Tamaño de la muestra - [N= 1,190]

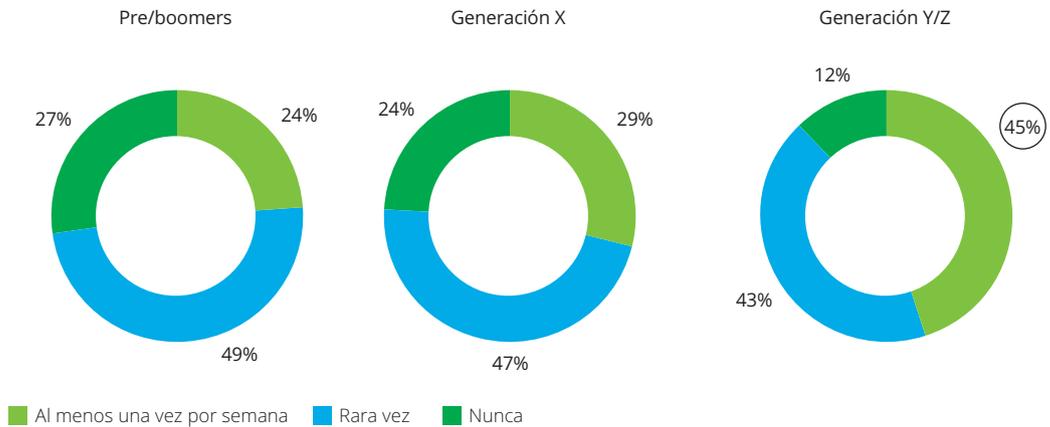
# Los viajes compartidos, un riesgo para los mexicanos propietarios de autos



El 63 por ciento de los consumidores en México nunca o rara vez\* usan servicios de viaje compartido...



El uso de servicios de viajes compartidos por parte de los consumidores de la generación Y / Z es casi dos veces mayor que el de los pre / boomers



○ Representa diferencias significativas con otras generaciones

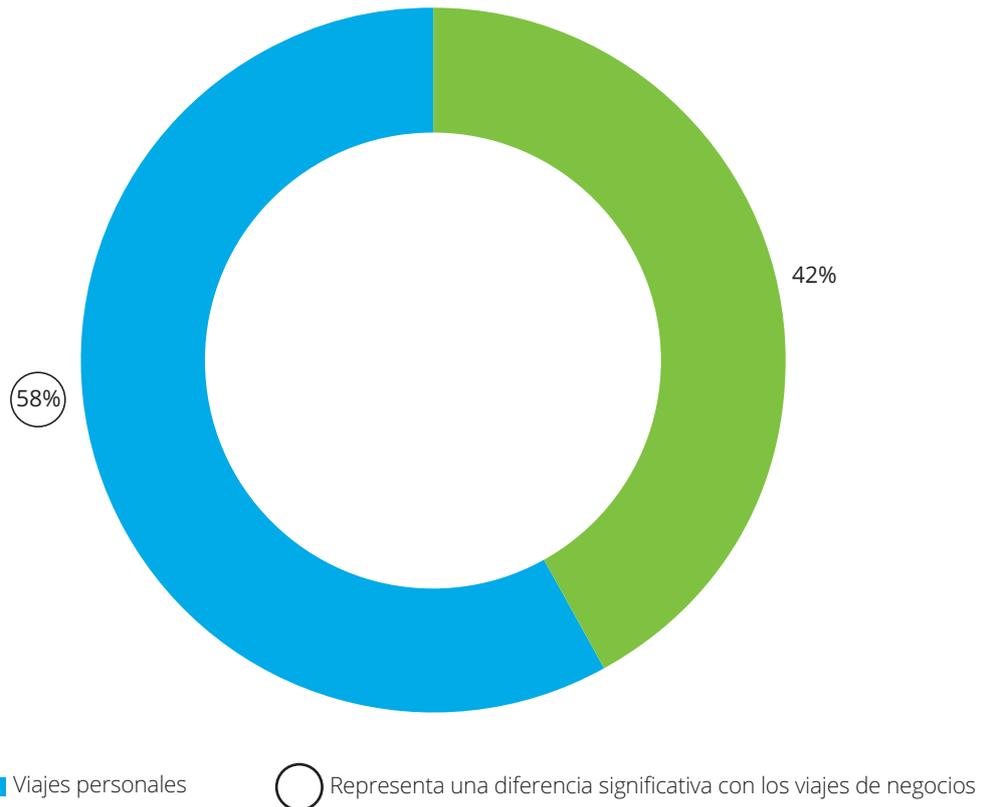
Tamaño de muestra - [Pre/boomers, N= 243; Generación X, N= 305; Generación Y/Z, N= 702]

\*\*El viaje compartido se define en este estudio como los servicios de compartir un auto donde los consumidores contratan un auto o conductor vía telefónica o de una aplicación.



## La mayoría de los consumidores que utiliza los servicios de viaje compartido lo utiliza para viajes personales...

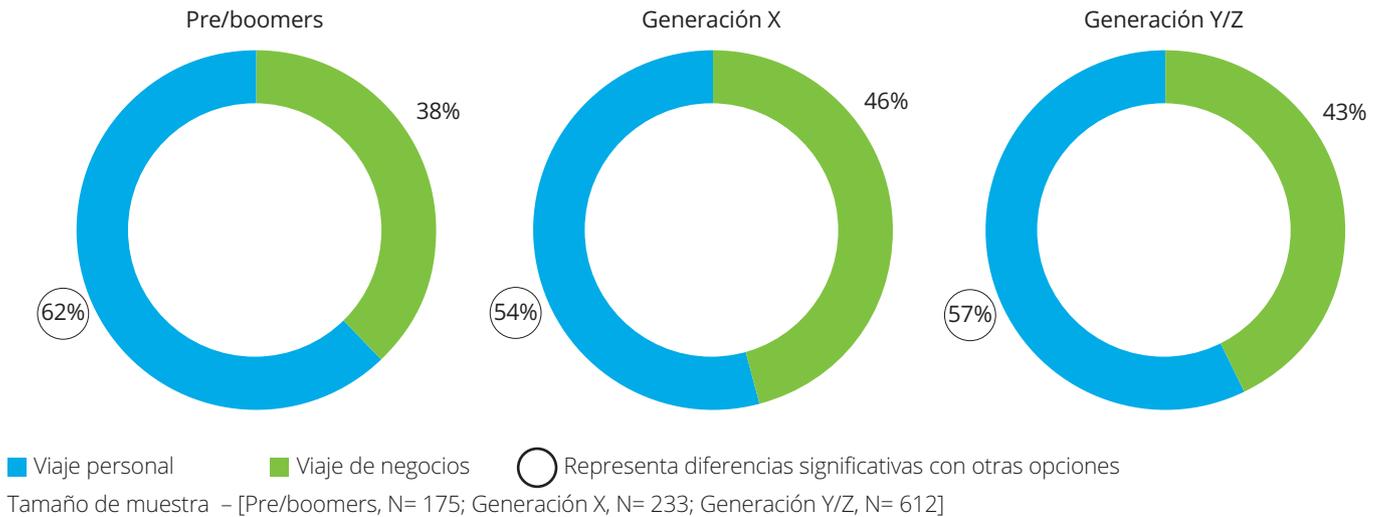
Porcentaje del uso de servicios de viajes compartidos por negocios en comparación con los viajes personales



Tamaño de la muestra - [N= 1,020]

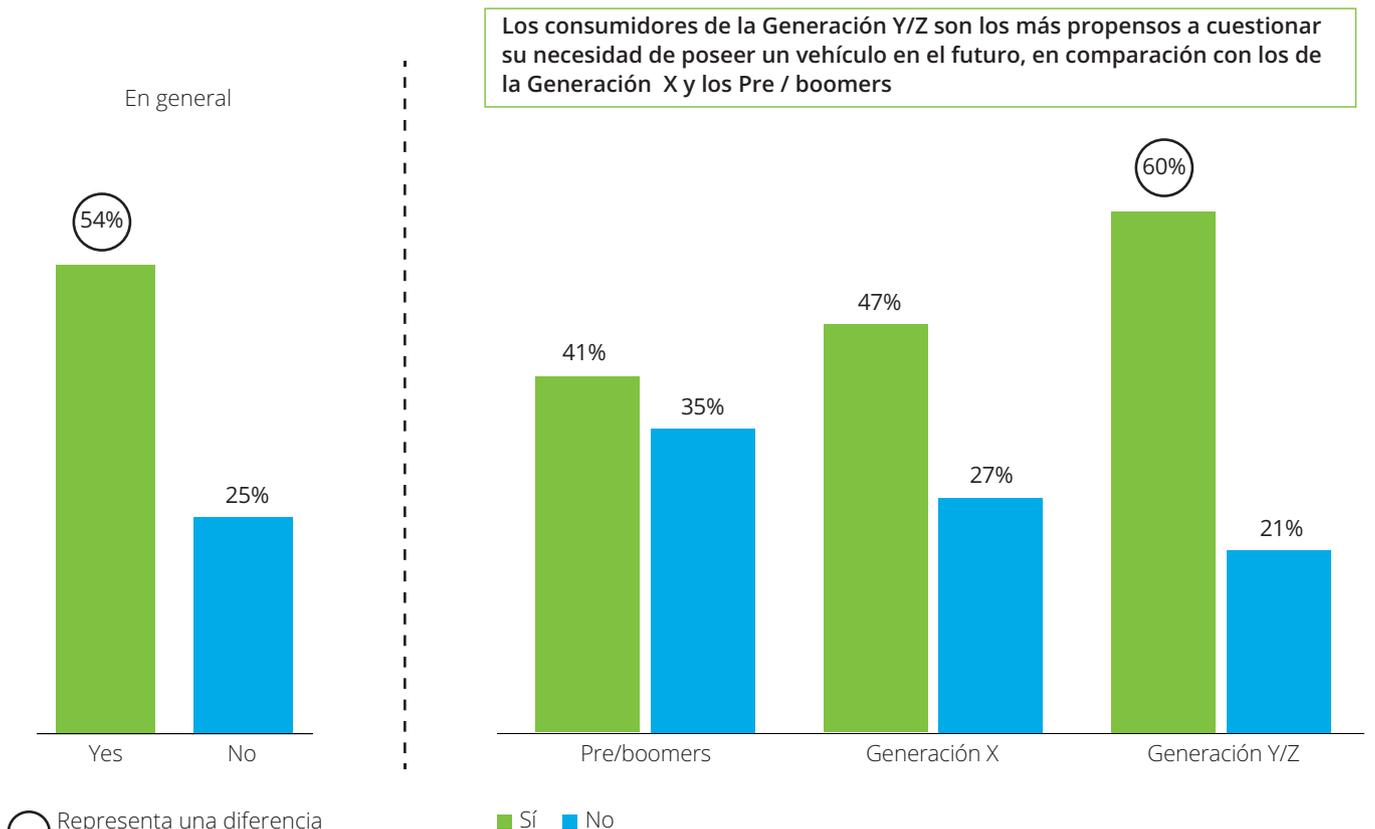
...y la tendencia es la misma entre generaciones

**Porcentaje de los consumidores que utiliza servicios de viajes compartidos, por generación**



## El 54 por ciento de los consumidores que utiliza servicios de viajes compartidos, cuestiona su necesidad de poseer un vehículo en el futuro

### Porcentaje de consumidores que cuestiona si poseerá un vehículo en el futuro debido al uso de servicios de viajes compartidos, México, 2016



○ Representa una diferencia significativa con la opción "No"  
Tamaño de la muestra - [N= 1,016]  
El resto del porcentaje de los consumidores no ha pensado en ello

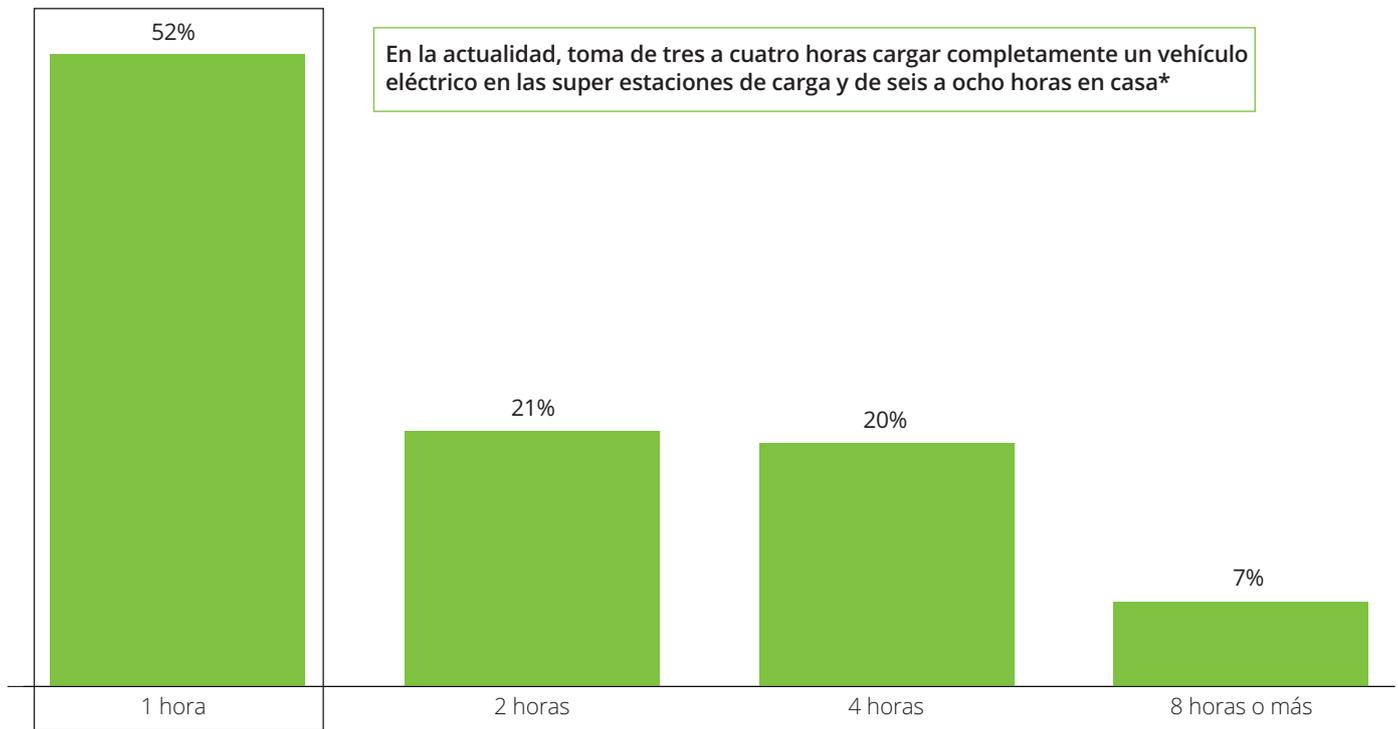
Tamaño de la muestra - [Pre/boomers, N=176; Generación X, N= 230; Generación Y/Z, N= 610]  
El porcentaje restante de los consumidores en cada categoría no ha pensado en usarlo.

La mayoría de los consumidores sigue siendo muy exigente cuando se trata de expectativas sobre el rendimiento del vehículo eléctrico...



Más de la mitad de los consumidores está dispuesta a esperar hasta una hora para cargar completamente un vehículo eléctrico con batería

**Porcentaje de consumidores que espera para cargar completamente el vehículo eléctrico**

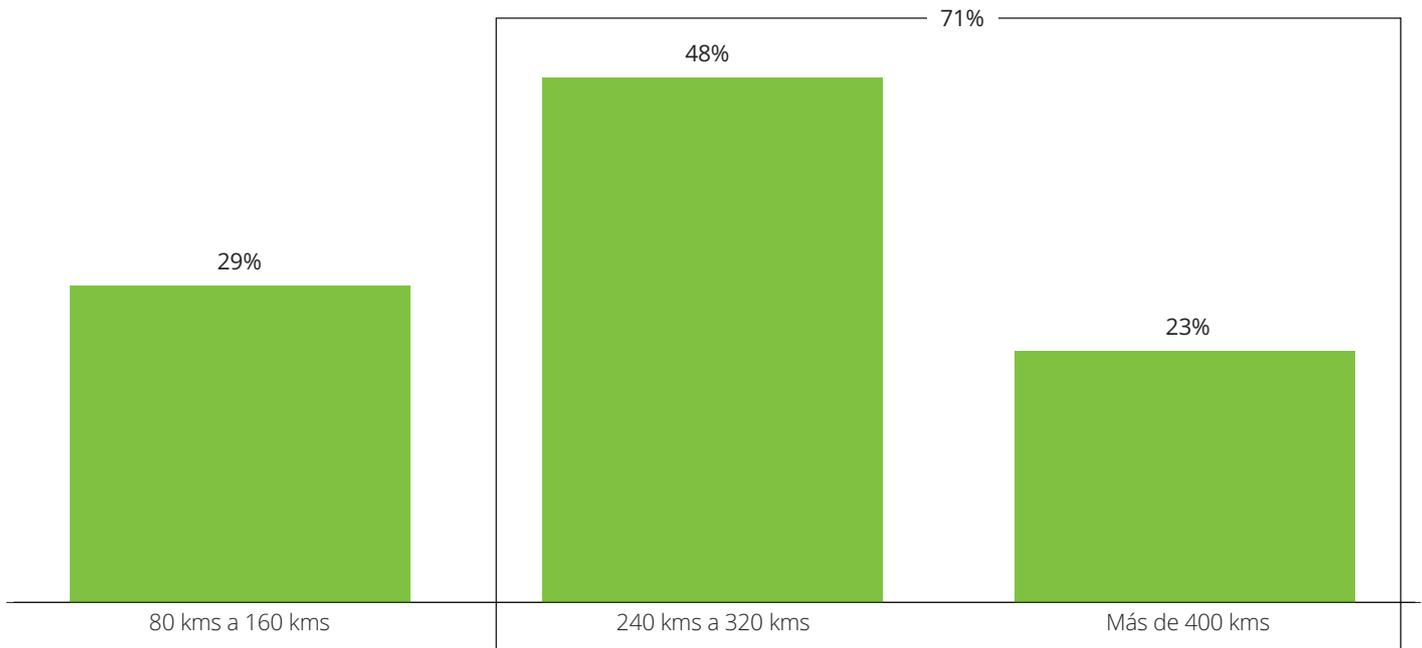


Tamaño de la muestra - [N= 1,245]

\*<http://www.ibtimes.co.uk/electric-cars-could-be-charged-just-15-minutes-using-new-intermediate-storage-system-1539999>

El 71 por ciento de los consumidores quiere una distancia mínima de 240 km de un vehículo eléctrico a carga completa

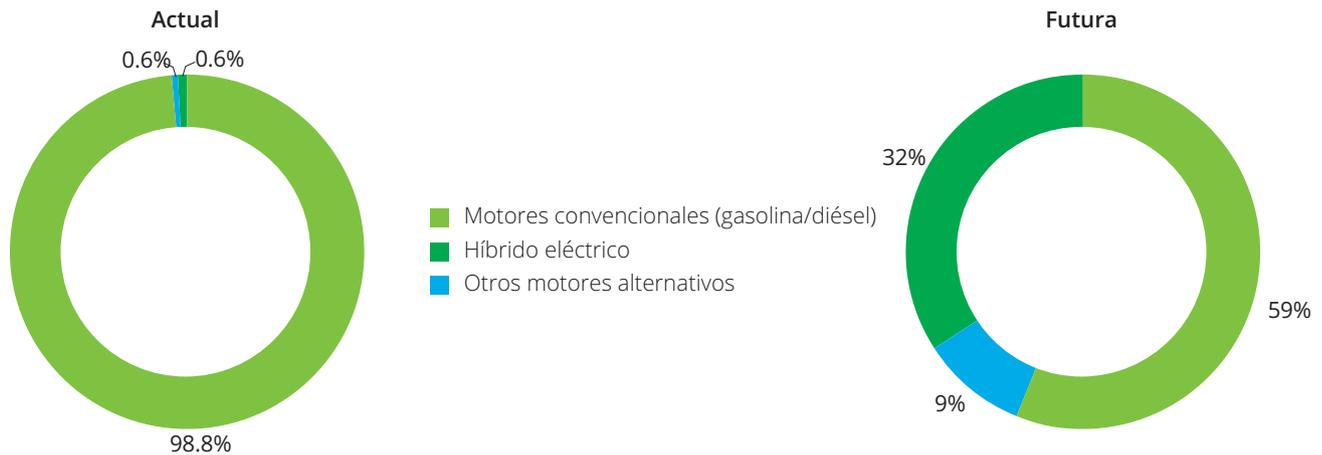
**El 71 por ciento de los consumidores quiere una distancia mínima de 240 km de un vehículo eléctrico a carga completa**



Tamaño de la muestra - [N= 1,246]

Aunque los motores convencionales van a ser la opción preferida incluso en el futuro, la aceptación de los motores alternativos va en ascenso, de una generación a otra

### Preferencias de motor



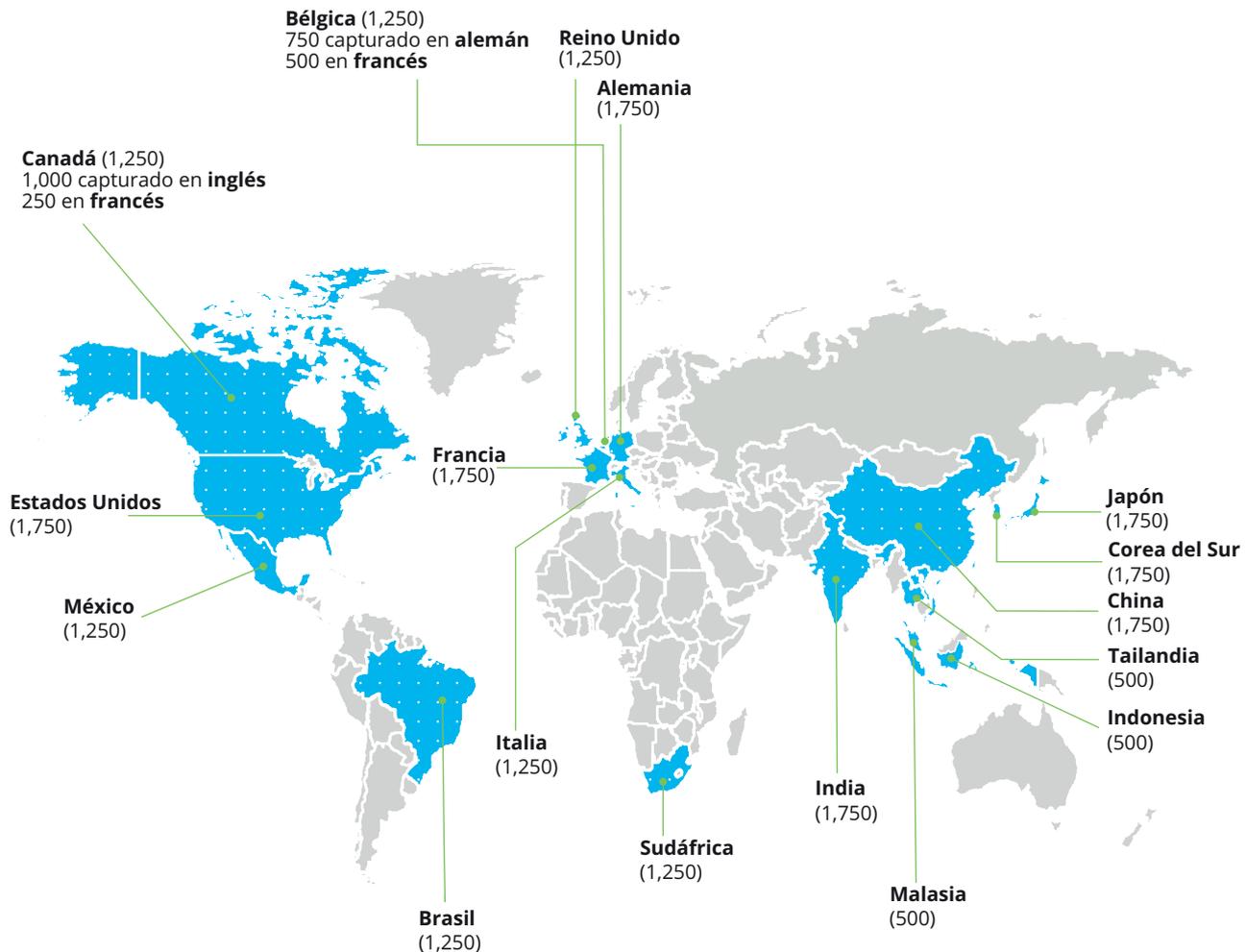
### Motores alternativos por generaciones



Tamaño de la muestra - [En general, N = 1,113; Pre boomers, N= 218; Generación X, N= 280; Generación Y/Z, N= 615]

## Acerca del Estudio Global del Consumidor Automotriz

El Estudio Global del Consumidor Automotriz encuestó a más de 22,000 consumidores en 17 países de todo el mundo



# Deloitte.

Deloitte se refiere a una o más empresas de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una empresa privada del Reino Unido, limitada mediante garantía ("DTTL"), su red de firmas miembro, y sus entidades relacionadas. DTTL y cada una de sus firmas miembro, están legalmente separadas y son entidades independientes. DTTL (también conocida como "Deloitte Global") no proporciona servicio a clientes. Favor de ver [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) para conocer más acerca de nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte ofrece servicios de auditoría, consultoría, asesoría financiera, gestión de riesgos, fiscales y servicios relacionados para clientes públicos y privados que abarcan múltiples industrias. Deloitte brinda servicios a cuatro de cada cinco empresas que aparecen en Fortune Global 500® a través una red conectada al nivel global de empresas miembro en más de 150 países, Deloitte lleva capacidades de clase mundial y servicios de alta calidad a los clientes, transmitiendo la comprensión que requieren para manejar sus más complejos retos comerciales. Para saber más acerca de la forma en la que los aproximadamente 245,000 profesionales de Deloitte logran un impacto que tiene importancia, favor de ponerse en contacto con nosotros vía Facebook, LinkedIn, o Twitter.

Esta publicación contiene solo información general, y nadie ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sus empresas miembros, o sus entidades relacionadas colectivamente, la "Red Deloitte") está, por medio de esta publicación, restando asesoría o servicios profesionales. Antes de tomar cualquier decisión o cualquier acción que pueda afectar sus finanzas o a su empresa, usted deberá consultar a un asesor profesional calificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte será responsable por cualquier pérdida sin importar que se sostenga que esté sustentada por cualquier persona que se apoye en esta publicación.

© 2017. Para informes, póngase en contacto con Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Diseñado y producido por *The Creative Studio* en Deloitte, Londres. J11124

© 2017 Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C. (versión en español)

