



El Vehículo de sustitución: demanda real del cliente, impacto en el negocio y oportunidades de desarrollo

Una visión compartida, desde
la experiencia del conductor y
la perspectiva del profesional
del taller

abril de 2026

Organiza



En el marco de



Socios



Patrocinadores





Metodología.

Estudio de metodología cuantitativa estadísticamente representativo de los dos targets de análisis.



Conductores



Target: conductores de vehículos con capacidad de decisión para llevar el coche al taller.



Diseño muestral: muestreo aleatorio sistemático con un tamaño de 345 entrevistas, con un margen de error general del $\pm 5,7\%$, para una $p=q=0,5$ y un nivel de confianza del 95,5%.



Trabajo de campo: encuesta telefónica por el método CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), con un cuestionario estructurado de una duración aproximada de 5,20 minutos, entre los días 6 y 23 de marzo de 2026.



Talleres de reparación



Target: talleres de reparación de vehículos en España. Unidad informante: jefe de taller, gerente o propietario.



Diseño muestral: muestreo aleatorio simple con un tamaño de 401 entrevistas, con un margen de error general del $\pm 5,0\%$, para una $p=q=0,5$ y un nivel de confianza del 95,5%.

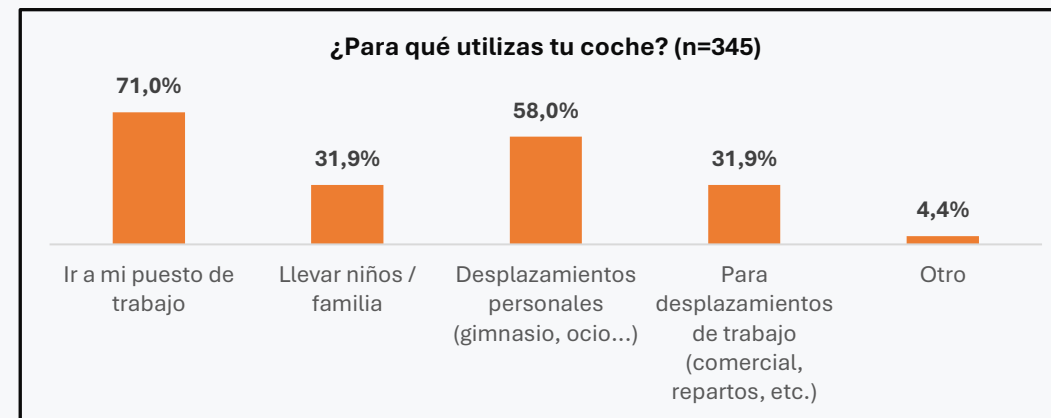


Trabajo de campo: encuesta telefónica por el método CAWI (Computer Assisted Telephone Interviewing), con un cuestionario estructurado de una duración aproximada de 7,10 minutos, entre los días 11 y 30 de marzo de 2026.

El cliente no deja el coche en el taller; deja su vida en pausa...

El coche no es transporte. Es agenda, trabajo y rutina.

Base de la necesidad: alta dependencia y uso intensivo del vehículo.



75% usa el coche a diario

66 km
media al día

71%
lo usa para trabajar

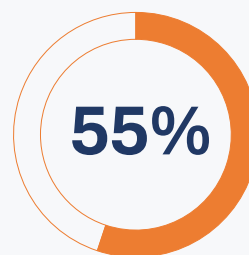
Cuando el coche entra en taller, cambia la vida diaria del cliente.

La necesidad ya existe. El acceso al servicio, no.

Más de la mitad ha vivido una reparación prolongada; solo una minoría accedió a vehículo de sustitución.



Porcentaje que ha dejado su coche en el taller más de un día, en el último año (n=345)



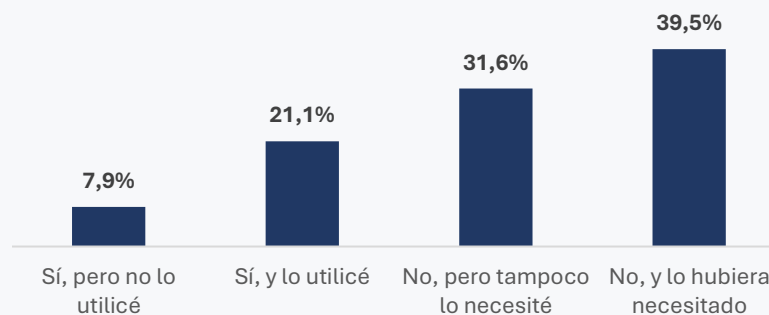
35% dejó su coche 2 días o más en el taller

GAP ENTRE NECESIDAD

Y DISPONIBILIDAD

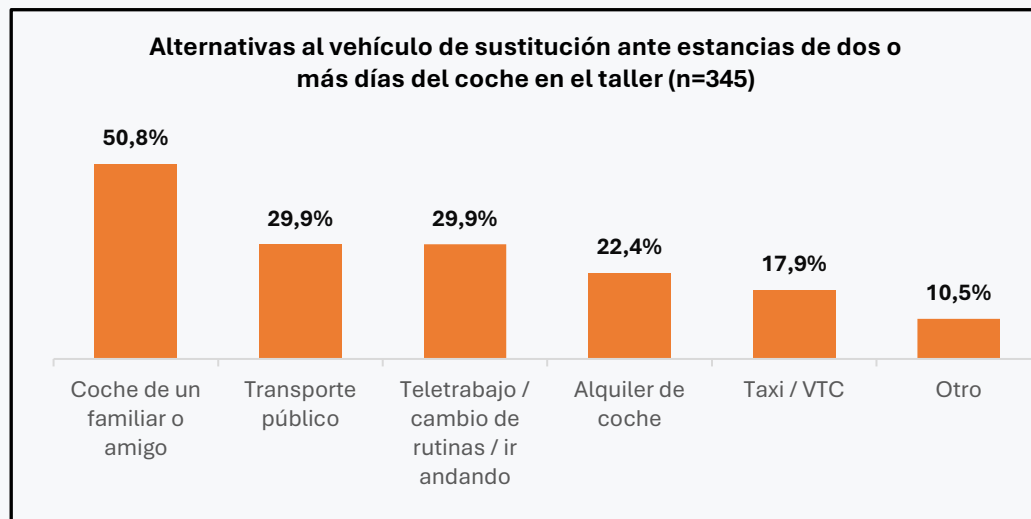
40% no accedió a VS, necesítándolo

Acceso al vehículo de sustitución en el taller (n=190)



El cliente se apaña... pero no olvida la fricción.

Cuando no hay VS, improvisa con soluciones menos eficientes y más incómodas.



● **Taxi o VTC**

más coste y dependencia



● **Familia / amigos**

menos autonomía



● **Transporte público**

más tiempo e incertidumbre



● **Cambios de rutina**

mal sabor de boca con el taller

Resolver no siempre significa satisfacer.

La gran desconexión del sector

El cliente sí valora el vehículo de sustitución; el taller todavía lo percibe como secundario.



Conductores

61,2%

lo considera importante

33% lo considera recomendable

65,7%

Influye en la elección del taller

27% lo prefiere, aunque no influye en la elección



Talleres de reparación

5,1%

lo considera importante

40% lo considera nada o poco importante

6,3%

Influye en la elección del taller

94% cree que influye poco o nada

El mito del precio: el cliente prioriza la movilidad

El VS vale más que un descuento cuando evita parar la rutina.

78%

prefiere vehículo de
sustitución
antes que descuento en la
reparación

La comodidad supera al incentivo
económico inmediato.

64%

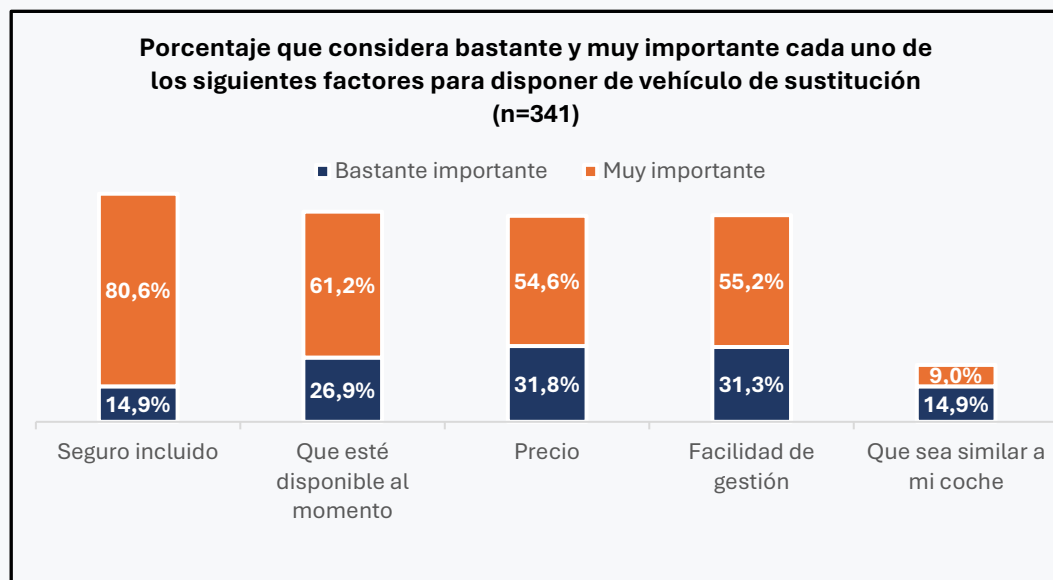
estaría dispuesto a
pagar
entre 10€ y 20€ / día

El freno no es pagar algo; es que
el servicio merezca la pena.



Qué valora de verdad el cliente

Disponibilidad, facilidad y transparencia pesan más que la equivalencia del coche.



LO QUE VALORA DE VERDAD

RANKING DE LO QUE EL CLIENTE MÁS VALORA

01 Seguro claro



02 Disponibilidad inmediata



03 Precio razonable



04 Facilidad de entrega



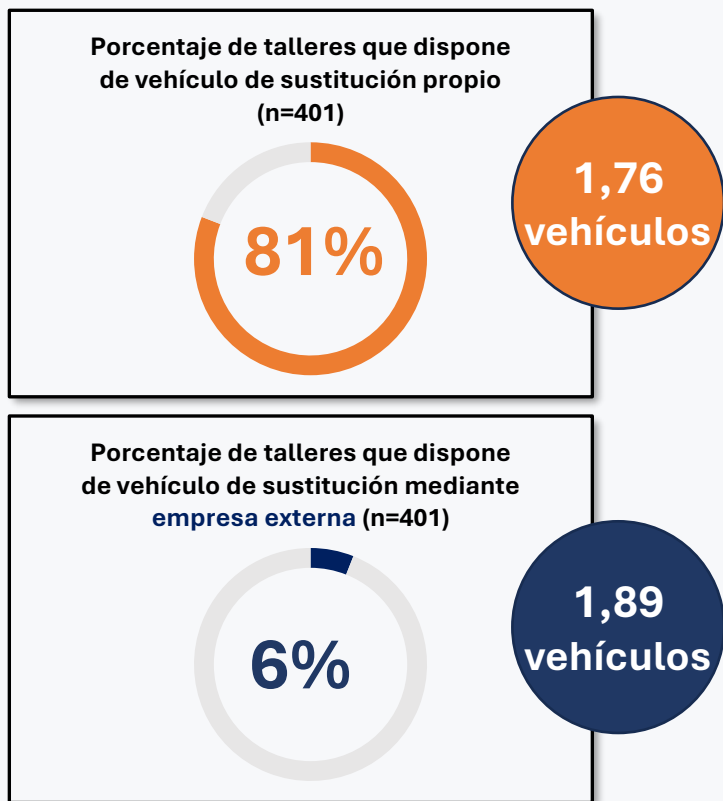
05 Vehículo funcional



No busca el mismo coche. Busca una buena solución.

El taller tiene intención... pero con un modelo desadaptado

Pocos vehículos, sobre todo en propiedad, y una rentabilidad percibida baja.



Lectura de negocio

- La mayoría opera con uno o dos vehículos.
- Predomina la propiedad frente al renting.
- El coste existe, pero el problema mayor es la gestión.
- Así el servicio se ofrece de forma reactiva, no estratégica.



La disponibilidad del servicio es alta, pero limitada en su capacidad real de cobertura

La movilidad del cliente es lo que importa

Motivo por el que el cliente va al taller.

El cliente va al taller porque tiene necesidad de que su movilidad no se vea comprometida

Aseguramos la movilidad del cliente con una reparación de calidad, rápida y poniendo los medios, para que mientras dura la reparación, no la pierda.

El taller tiene que pasar de ser un reparador a convertirse en un centro de movilidad para sus clientes.

Una marca se construye con una experiencia cliente homogénea y al mejor nivel.

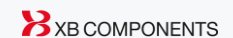
Una red no solo compite solo reparando mejor. Compite atendiendo mejor.



Un Servicio de movilidad con una flota adecuada
es más fácil ponerlo en valor



El reto de la red es asegurar que sus talleres no solo reparan bien, sino que entregan la mejor experiencia, de forma homogénea y adaptado a la demanda del cliente.



Leaseway convierte la movilidad en una ventaja competitiva



Interpretación: menos inversión, menos riesgo, mejor servicio.

1 Sin inversión inicial

Elimina la inmovilización de capital que puede limitar otras inversiones productivas.

2 Coste reducido

Mensualidad + Seguro para Vehículo de Sustitución.

3 Gestión simplificada

Contablemente es un gasto y reduce riesgo de las multas.

4 Flota Actualizada y Mayor flexibilidad

Renovación cada 2 o 3 años y adaptación del nº de unidades al final del contrato.

5 Gestión de la agenda de la flota en coordinación con la agenda del taller.

Gracias a EASYWAY



No se trata solo de tener coches; se trata de poder cumplir siempre y de que la flota aporte rentabilidad al taller.



Se trata de reparar coches,
pero también de **no**
detener la vida del cliente.

La demanda existe.
La oportunidad, también.
Ahora toca activarla.

¿Queremos que la red
sea recordada solo por
reparar bien o, además,
por resolver de verdad
la movilidad del
cliente?

MUCHAS GRACIAS

Organiza

En el marco de



Socios



Patrocinadores

