Ipsos Apeme

Estudo sobre perceções e expetativas no uso de veiculo elétrico

Resultados – *Fase Quantitativa*

Apresentação elaborada para Associação Portuguesa do Veículo Eléctrico

© 2012 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

COMPETE PROGRAMA OPERACIONAL FACTORES DE COMPETITIVIDADE · QREN QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICO NACIONAL PORTUGAL 2007.2013 · UNIÃO EUROPEIA Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

Objetivos e Metodologia

Enquadramento e Objetivos

No âmbito de um projeto para o desenvolvimento de uma campanha de sensibilização sobre eficiência energética mobilidade elétrica, a APVE considerou necessário a realização de um estudo de mercado que com o objetivo de conhecer as expetativas e perceções dos potenciais utilizadores de veículos elétricos.

Neste estudo, realizado junto de dois targets – condutores particulares e empresas com frota automóvel, foi recolhida informação sobre:

- caraterização do automóvel / frota existente
- caraterização da utilização do automóvel / frota existente
- aspetos valorizados no processo de compra de um automóvel novo
  - espontâneo
  - avaliação da importância de aspetos pré-definidos
- atitudes e perceções face ao automóvel elétrico e sustentabilidade
- grau de conhecimento sobre veículos elétricos
- consideração de compra de um automóvel elétricos e motivos
- atitudes face à compra e utilização de automóvel elétrico

Metodologia

Estudo *População*

Target: indivíduos de ambos os sexos, de idades compreendidas entre os 18 e os 65 anos, decisores na compra do automóvel que possuem

Amostra: 301 entrevistas a uma amostra representativa da população residente em localidades urbanas (de 30.000 ou mais habitantes)
Na seleção da amostra foi utilizado o seguinte procedimento:
- seleção do lar através de listas de telefone fixo
- seleção do individuo por método de quotas de sexo e idade

A composição da amostra foi a seguinte:

Região	%
Grande Lisboa	48
Grande Porto	23
Litoral	23
Interior Norte	2
Sul	4

Idade	%
18 a 34 anos	31
34 a 44 anos	23
45 a 65 anos	46

Sexo	%
Masculino	49
Feminino	51

Metodologia

Estudo *Empresas*

Target: empresas que possuam frota com veículos ligeiros de passageiros e de mercadorias, com sede em Lisboa.
Na empresa foi entrevistado o responsável pela gestão da frota

Amostra: 42 entrevistas
A amostra foi selecionada de forma aleatória a partir de uma base de dados adquirida à Coface Serviços Portugal

Recolha de dados

Entrevista telefónica com base em questionário estruturado elaborado pela Ipsos Apeme com base nos resultados da fase qualitativa e validado pela APVE antes do inicio dos trabalhos de campo.

Os trabalhos de campo decorreram entre 14 e 21 de Dezembro de 2012.

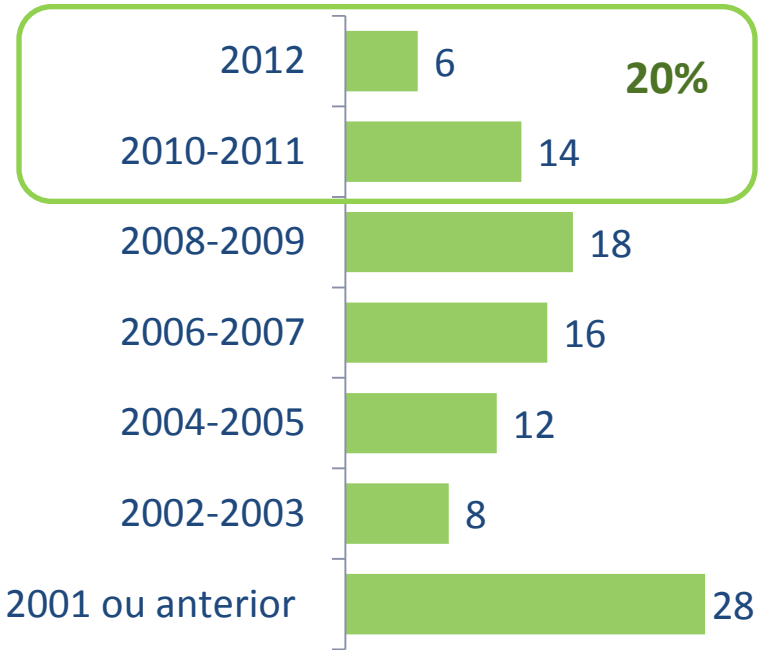
Apresentação de Resultados

População

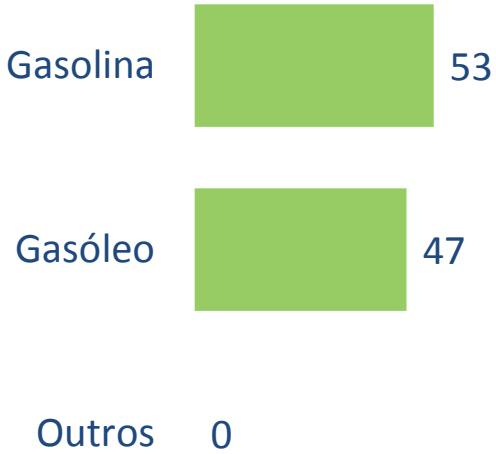
Caraterização do automóvel atual

Cerca de 20% dos entrevistados afirma ter adquirido um automóvel nos 3 anos.
O parque automóvel tem em média 8 anos de utilização, verificando-se um elevado número de automóveis com 11 ou mais anos.
Nenhum dos entrevistados possui automóvel com energias alternativas.

Ano de compra (%)



Tipo de energia / combustível (%)



P.1. Em que ano comprou o seu automóvel?
P.2. Que tipo de energia/combustível usa no seu automóvel?

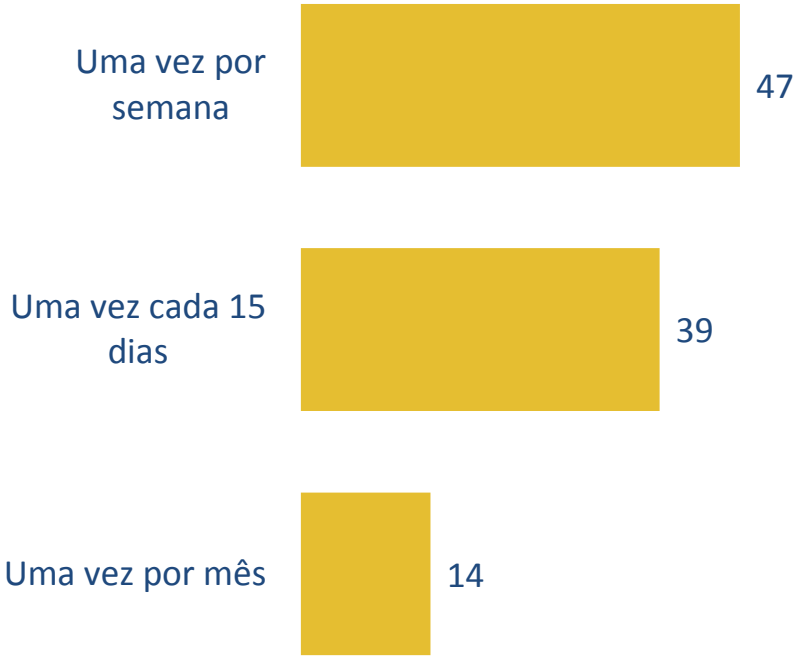
Base: Total (301)

A utilização do automóvel

A maioria dos entrevistados utilizam o automóvel diariamente.
O abastecimento também tende a ser frequente, com cerca de metade dos entrevistados a referirem que abastecem todas as semanas.

Frequência de uso (%)

Frequência de abastecimento (%)



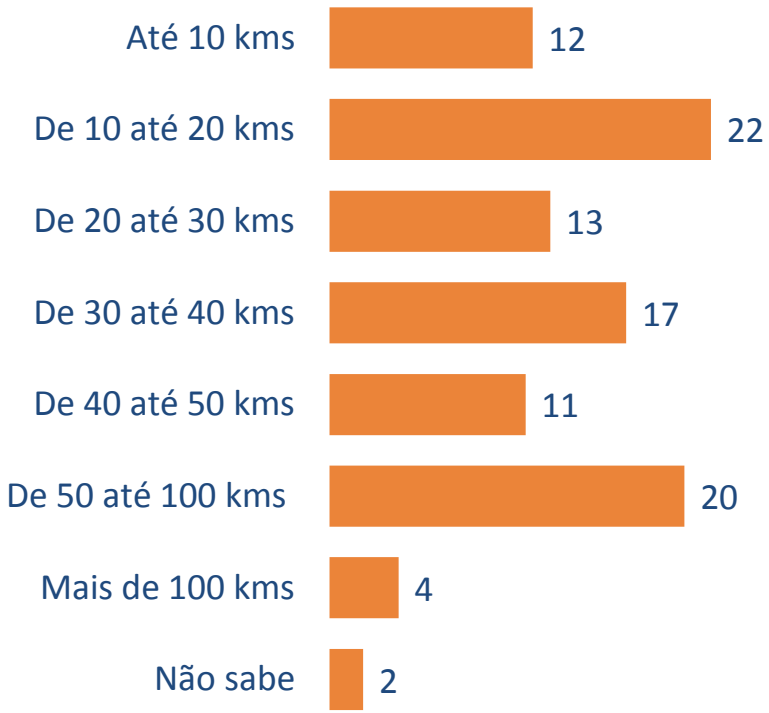
P.3. Com que frequência usa o seu automóvel?

Base: Total (301)

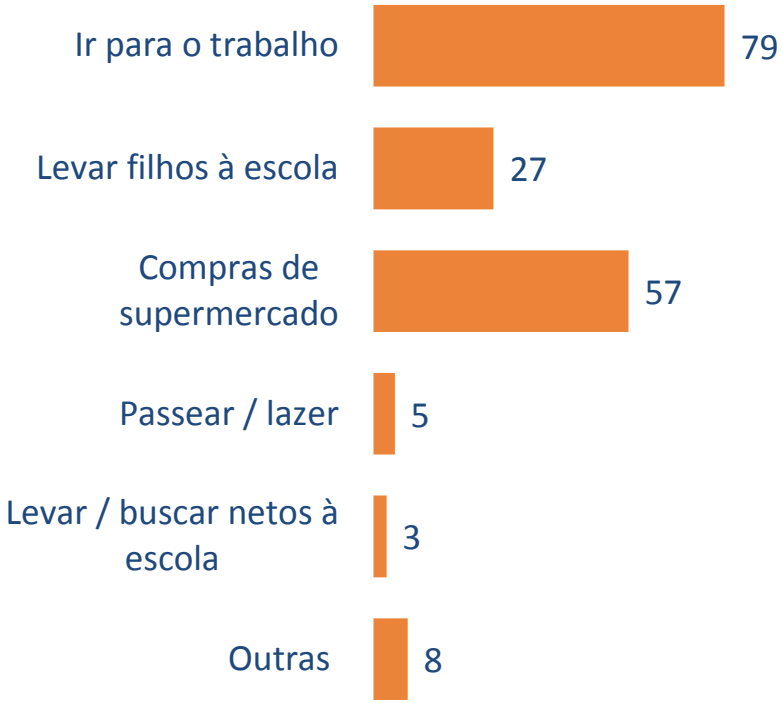
A utilização do automóvel nos percursos diários

O tipo de percurso mais comum é a deslocação para o trabalho .
No entanto, verifica-se uma grande diversidade de distâncias percorridas no dia a dia.

Quilómetros feitos por dia (%)



Situações de uso (%)



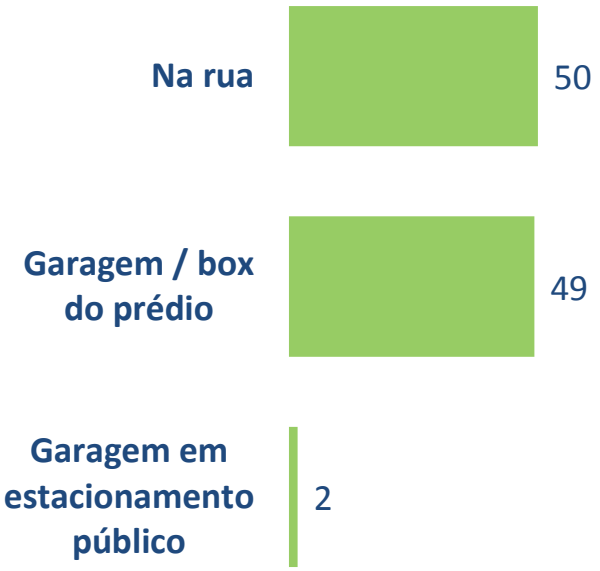
P.5.a) Quantos quilómetros faz por dia?
P.5.b) Em que tipo de percursos / situações usa o seu carro diariamente?

Base: Usa diariamente (208)

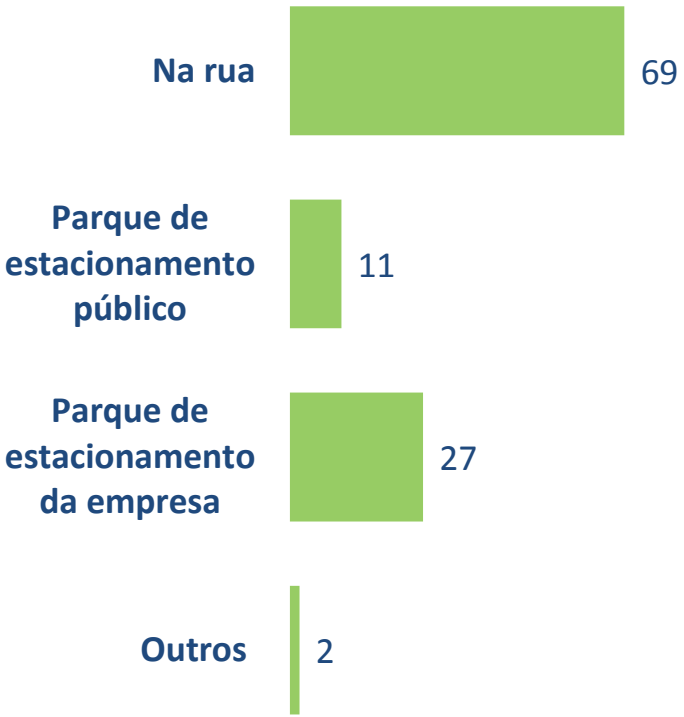
Locais de estacionamento do automóvel

A rua mantém um papel importante no estacionamento, quer quando se está no trabalho, quer quando se está a trabalhar.

Em casa (%)



No trabalho (%)

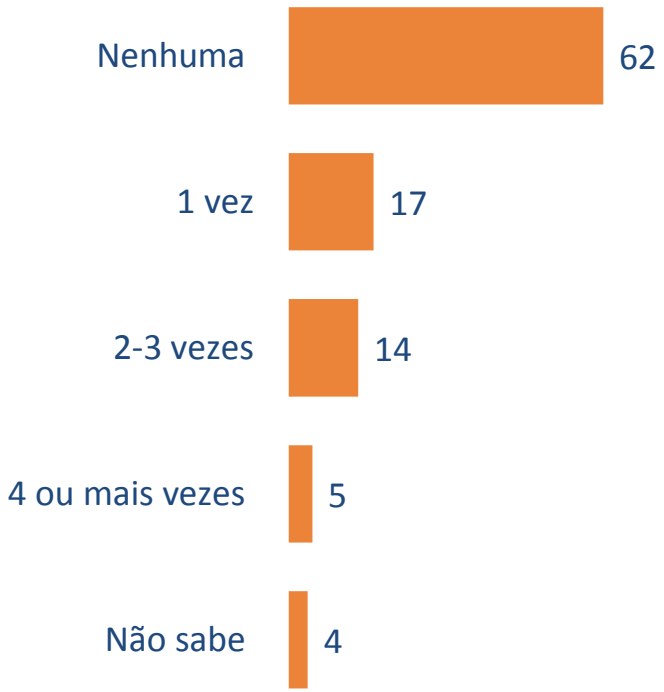


P.4. Quando está em casa, onde é que estaciona o seu automóvel? Base: Total (301)
P.5d) Durante o dia, onde é que costuma estacionar o seu automóvel? Base: Utiliza diariamente (208)

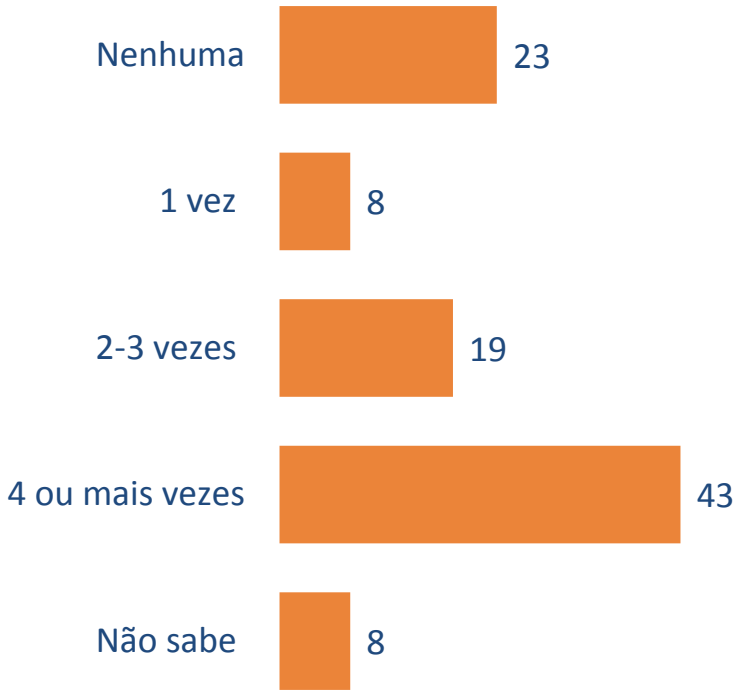
A utilização do automóvel em percursos superiores a 160 km

A utilização do automóvel para percursos superiores a 160Kms parece estar fundamentalmente associada a viagens de lazer, turismo ou férias, já que a sua frequência tende a esporádica.

No último mês (%)



No último ano (%)



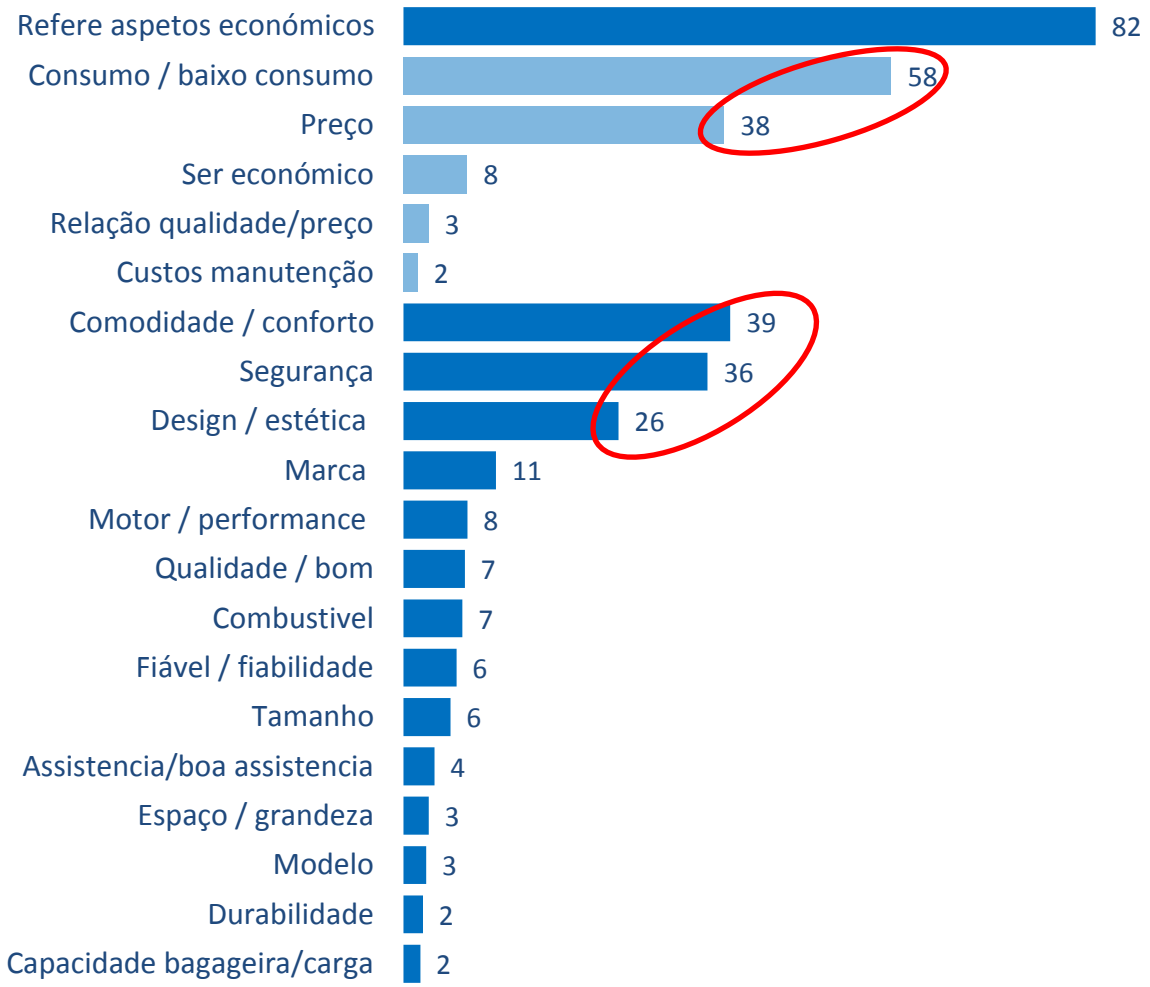
P.6.a) Pensando no último mês, quantas vezes utilizou o seu automóvel em percursos de mais de 160 km?
P.6.b) E no último ano, quantas vezes utilizou o seu automóvel em percursos de mais de 160km?

Base: Total (301)

Aspetos importantes na compra de um automóvel novo
- Referências espontâneas

A compra de um automóvel novo é principalmente condicionada por aspetos de cariz económico, entre os quais o consumo parece assumir especial importância

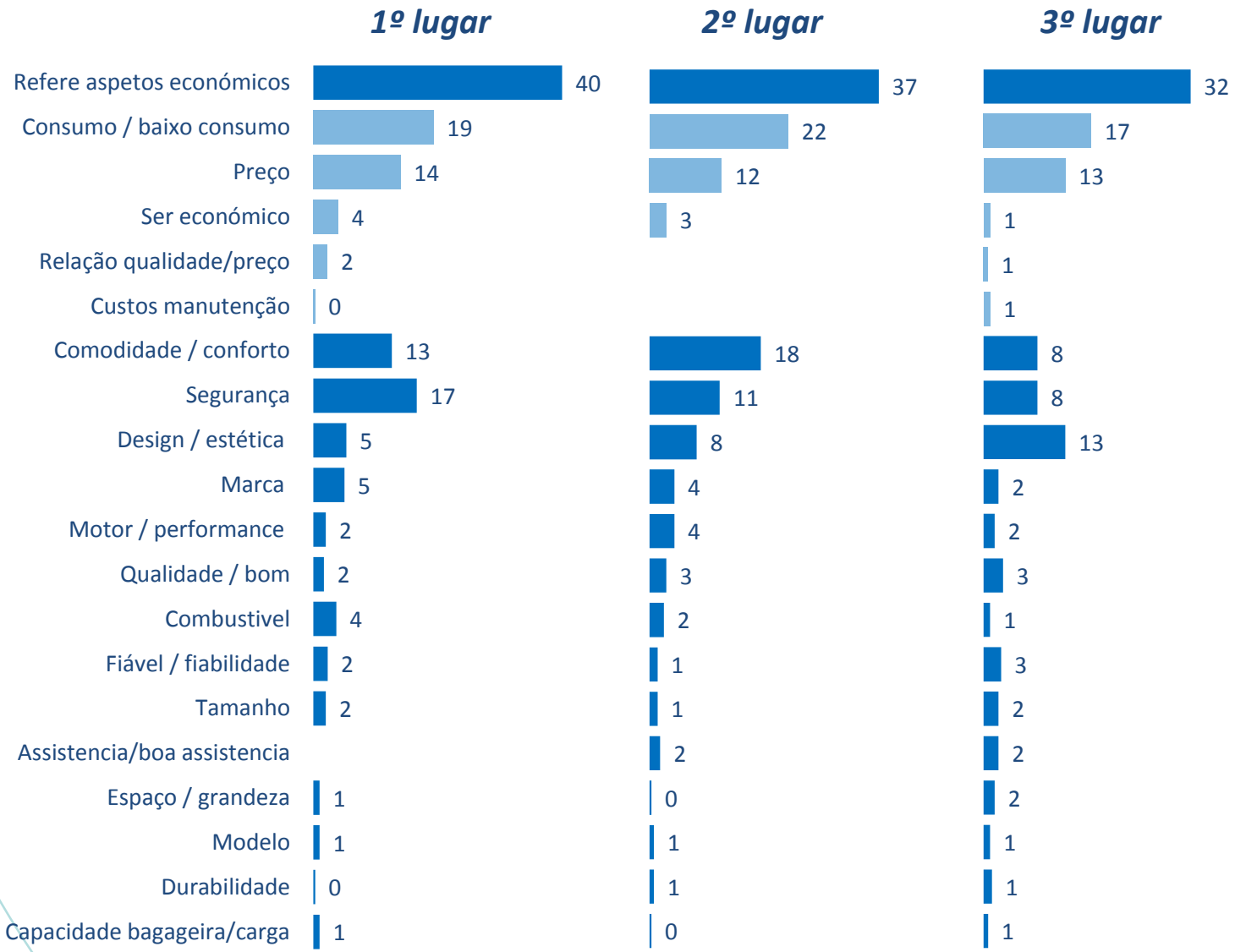
Total



P.7.Diga-me, por favor, qual é o aspeto mais importante a ter em conta na compra de um automóvel novo? E, em 2º lugar? (Não sugerir)

Base: Total (301)

Aspetos importantes na compra de um automóvel novo - *Referências espontâneas*

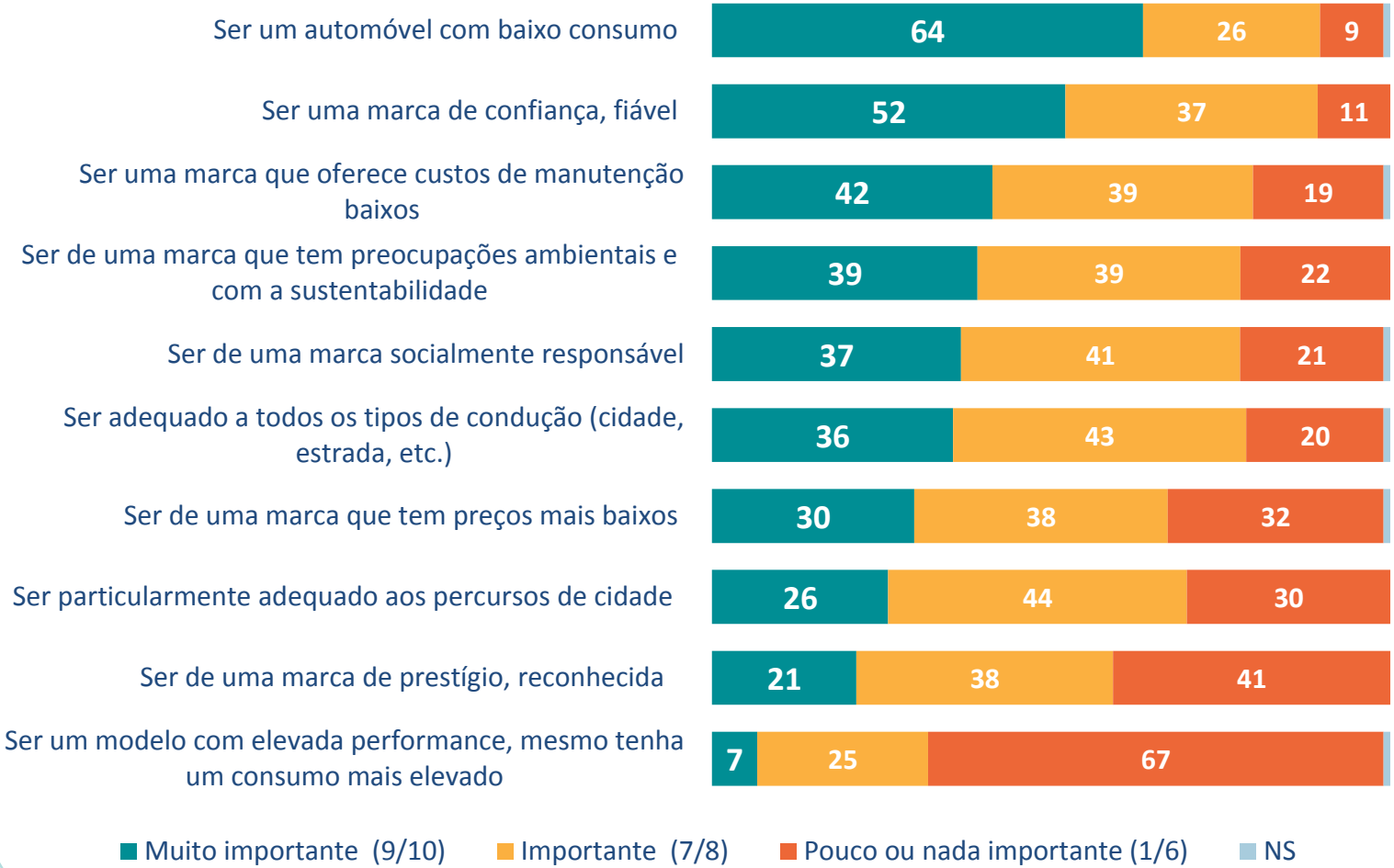


P.7.Diga-me, por favor, qual é o aspeto mais importante a ter em conta na compra de um automóvel novo? E, em 2º lugar? (Não sugerir)

Base: Total (301)

Aspetos importantes na compra de um automóvel novo
Avaliação de atributos

O *baixo consumo* é de fato o principal aspeto a ter em conta na compra de um automóvel novo.
As questões ambientais parecem assumir alguma importância, muito embora os entrevistados não tenham feito essa referência de forma espontânea.

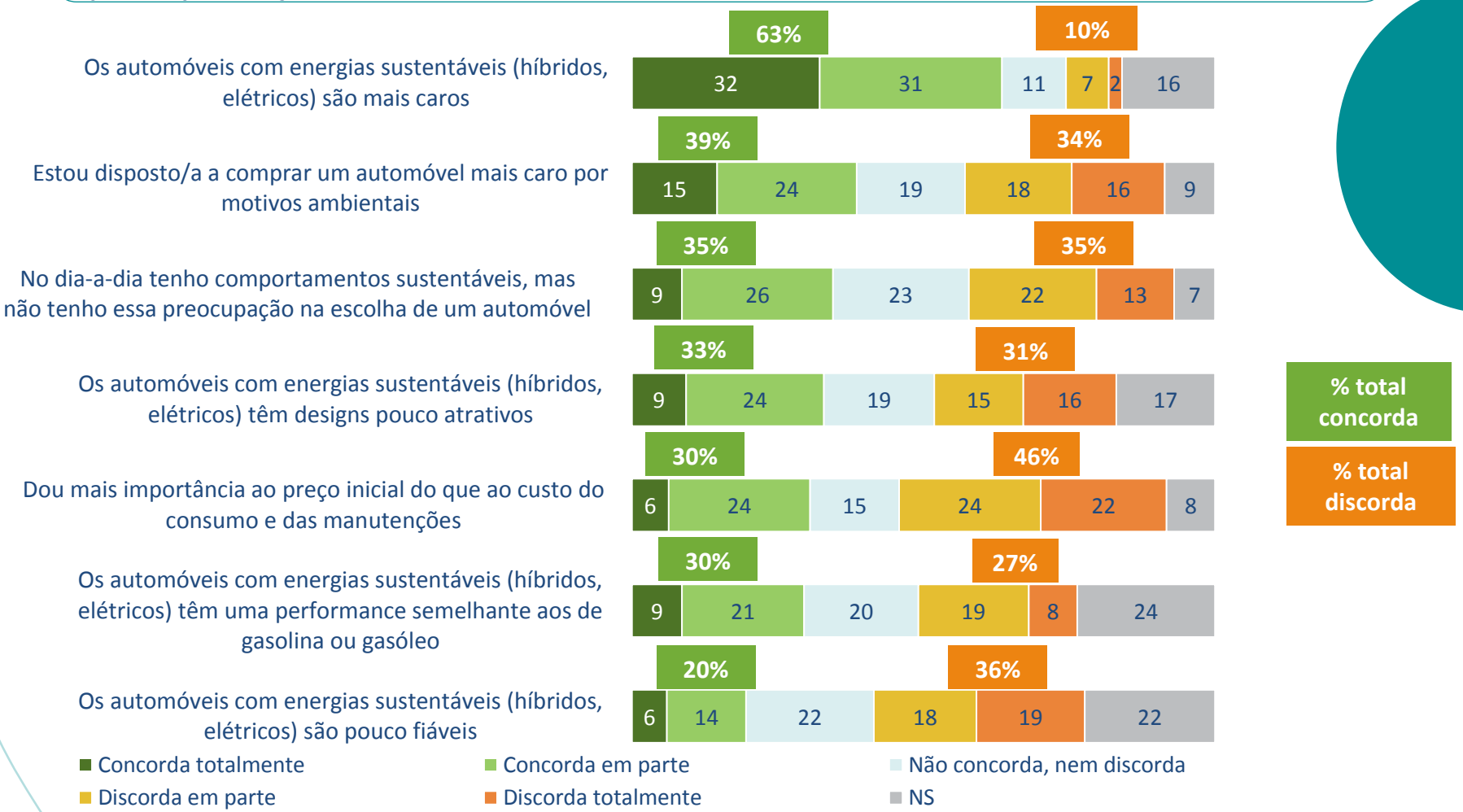


P.8.Vou ler-lhe uma série de aspetos que podem ou não ser importantes na compra de um automóvel novo e gostaria que me dissesse até que ponto concorda ou não com cada uma dessas frases.

Base: Total (301)

Atitudes e perceções face ao automóvel elétrico

Para além da ideia de que o automóvel elétrico é mais caro, opinião expressa pela maioria dos entrevistados, a perceção existente é ainda difusa – atratividade do design, performance e fiabilidade polarizam as opiniões. Por outro lado, os entrevistados verifica-se ainda alguma resistência em alterar comportamentos de forma a optarem por soluções mais sustentáveis .

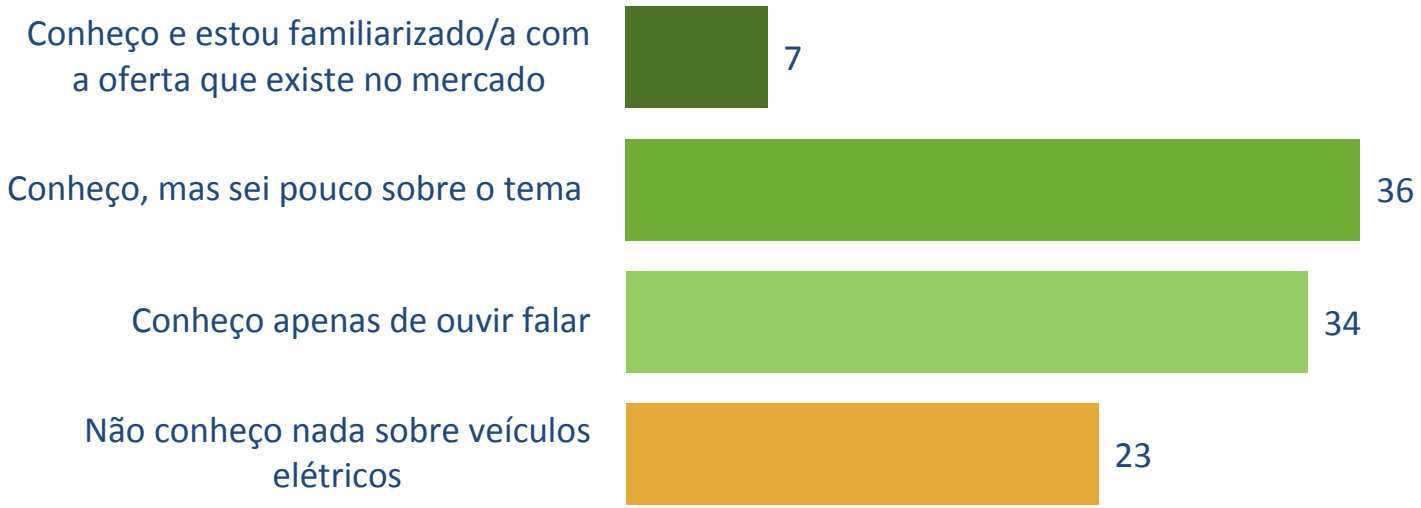


P.9. De seguida vou ler-lhe uma série de frases que outras pessoas nos disseram e gostaria que me dissesse até que ponto concorda ou não com cada uma das frases.

Base: Total (301)

Conhecimento sobre veículos elétricos

O conhecimento sobre veículos elétricos é manifestamente insuficiente, apenas 7% dos entrevistados referem ter familiaridade com a oferta que existe no mercado.
A grande maioria (70%) apenas ouviu falar ou sabe um pouco sobre este tema.
Neste contexto, a falta de conhecimento / familiaridade será a primeira barreira a ultrapassar.



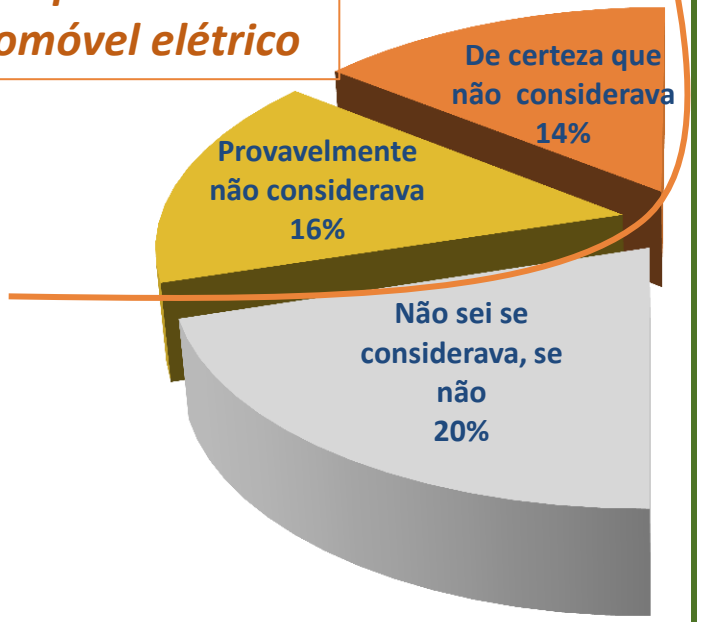
P.10.Qual das seguintes frases melhor descreve o que sabe sobre veículos elétricos?

Base: Total (301)

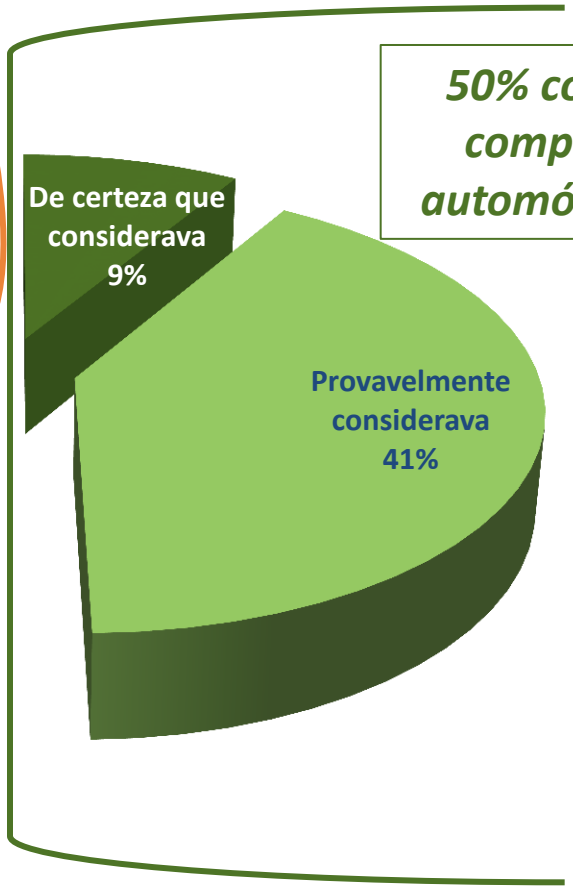
Consideração de compra de um automóvel elétrico

É, no entanto, interessante verificar que 1 em cada 2 dos entrevistados que referem ter algum conhecimento sobre a oferta de veículos elétricos se manifesta de forma positiva quanto à consideração de compra futura de um veiculo elétrico.

30% não considera a compra de um automóvel elétrico



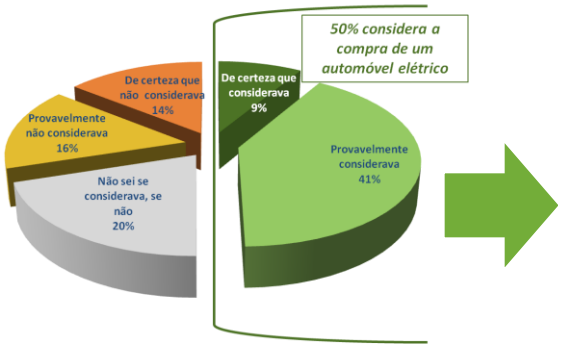
50% considera a compra de um automóvel elétrico

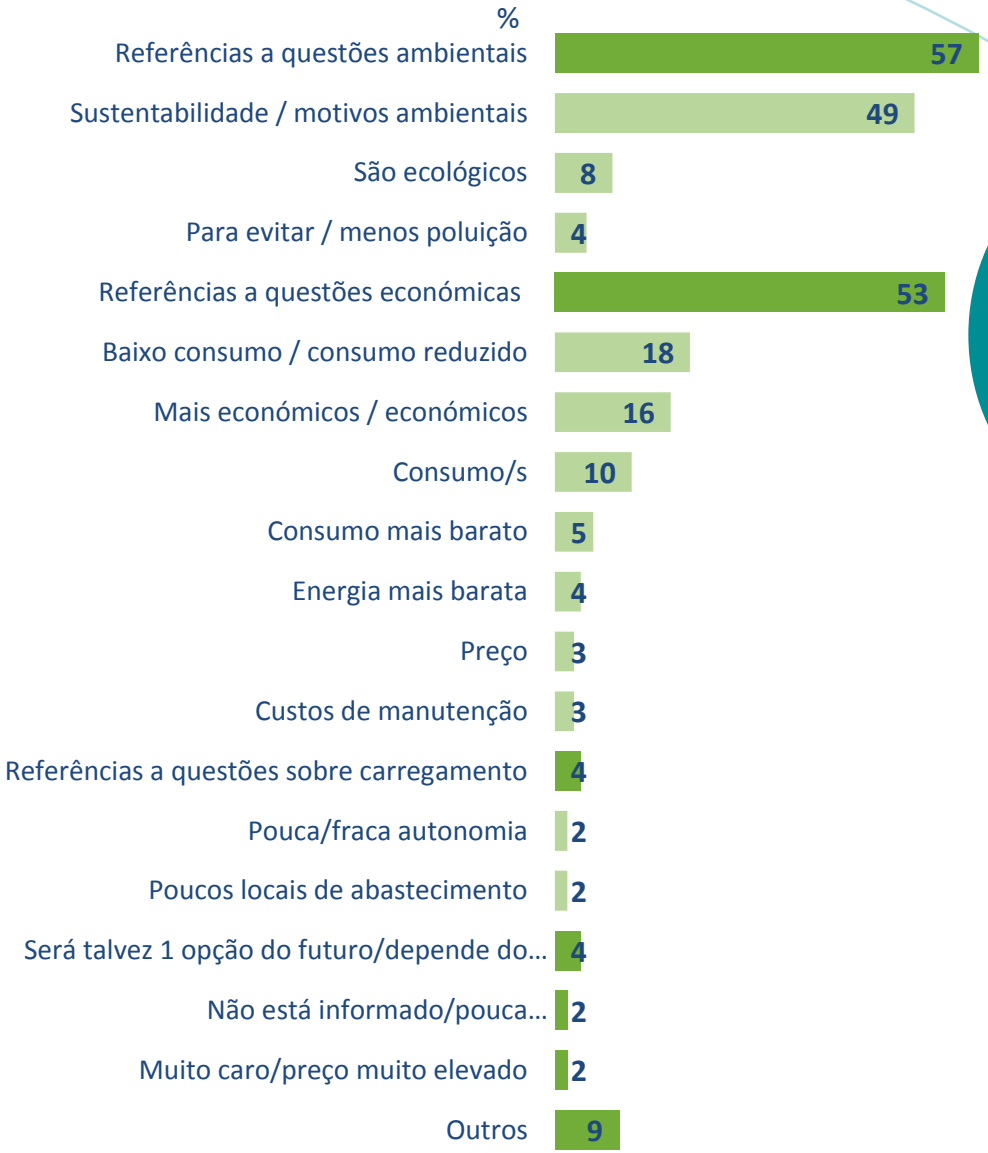


P.11. Se estivesse a considerar a compra de um automóvel novo, até que ponto consideraria comprar um automóvel elétrico?

Base: Tem conhecimento sobre veiculos elétricos (231)

Motivos porque consideraria comprar um automóvel elétrico





A consideração de compra é motivada fundamentalmente por duas questões:

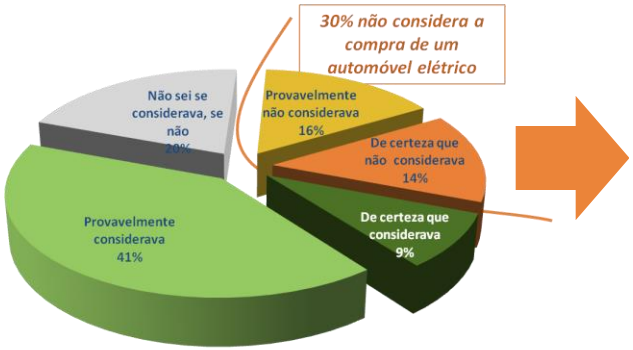
★a ambiental, que como observamos é um aspeto que não surge de forma espontânea e que, portanto, parece ser a racionalização de um comportamento "politicamente correto"

★ e a económica, que mais uma vez se centra no aspeto do consumo

P.11a. Porque motivos diz que [de certeza / provavelmente considerava]? Que outros motivos?

Base: De certeza / provavelmente considearava comprar (115)

Motivos porque não consideraria comprar um automóvel elétrico



As barreiras à compra prendem-se com aspetos como:

★ o carregamento de baterias, quer pela autonomia, quer pelo número reduzido de postos de abastecimento,

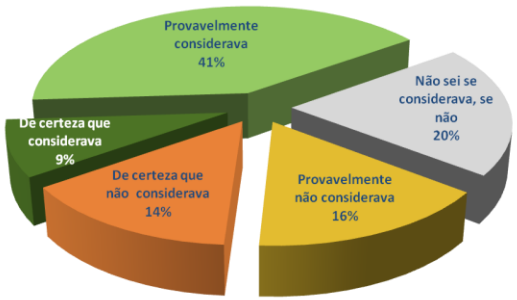
★ e de tecnologia e performance do automóvel elétrico, que está ainda aquém do expectável.

A falta de informação é também uma barreira a ter em atenção.

P.11a. Porque motivos diz que [de certeza / provavelmente não considerava]? Que outros motivos?

Base: De certeza / provavelmente **não** considearava comprar (69)

Motivos porque não sabe se consideraria comprar um automóvel elétrico



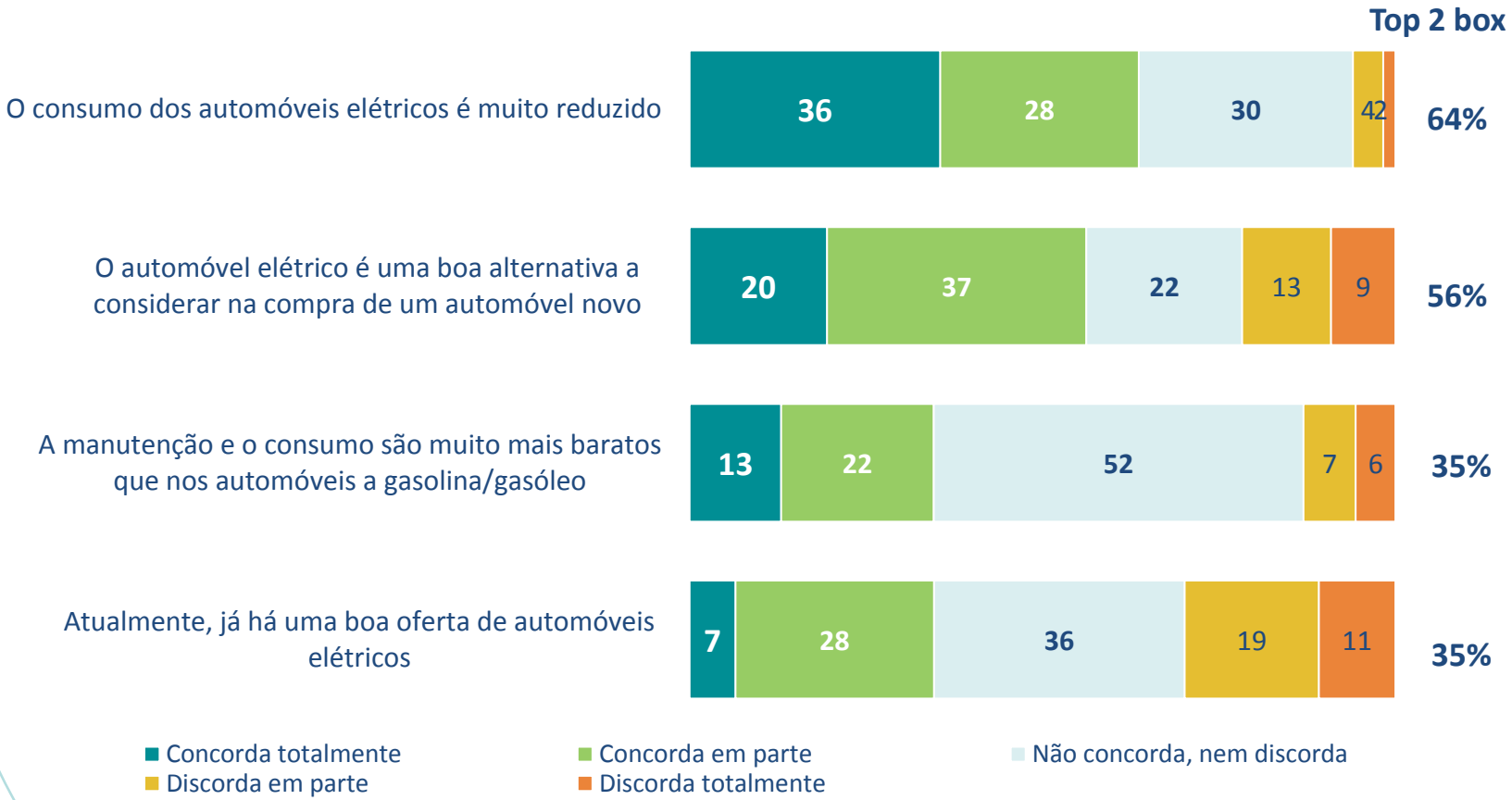
A falta de informação é o principal motivo pelo qual os entrevistados não conseguem formar uma opinião quanto à possível compra de um automóvel elétrico.

P.11a. Porque motivos diz que [não sabe se considerava ou não]? Que outros motivos?

Base: Não sabe se consideraria ou não (47)

Atitudes face à compra e utilização de automóvel elétrico (1/2)

Os condutores têm a perceção de que a utilização do automóvel elétrico é mais barata, em particular pelo consumo reduzido.
Pode ser considerado como uma boa alternativa na compra de um automóvel, muito embora a oferta existente no mercado não seja ainda muito valorizada.

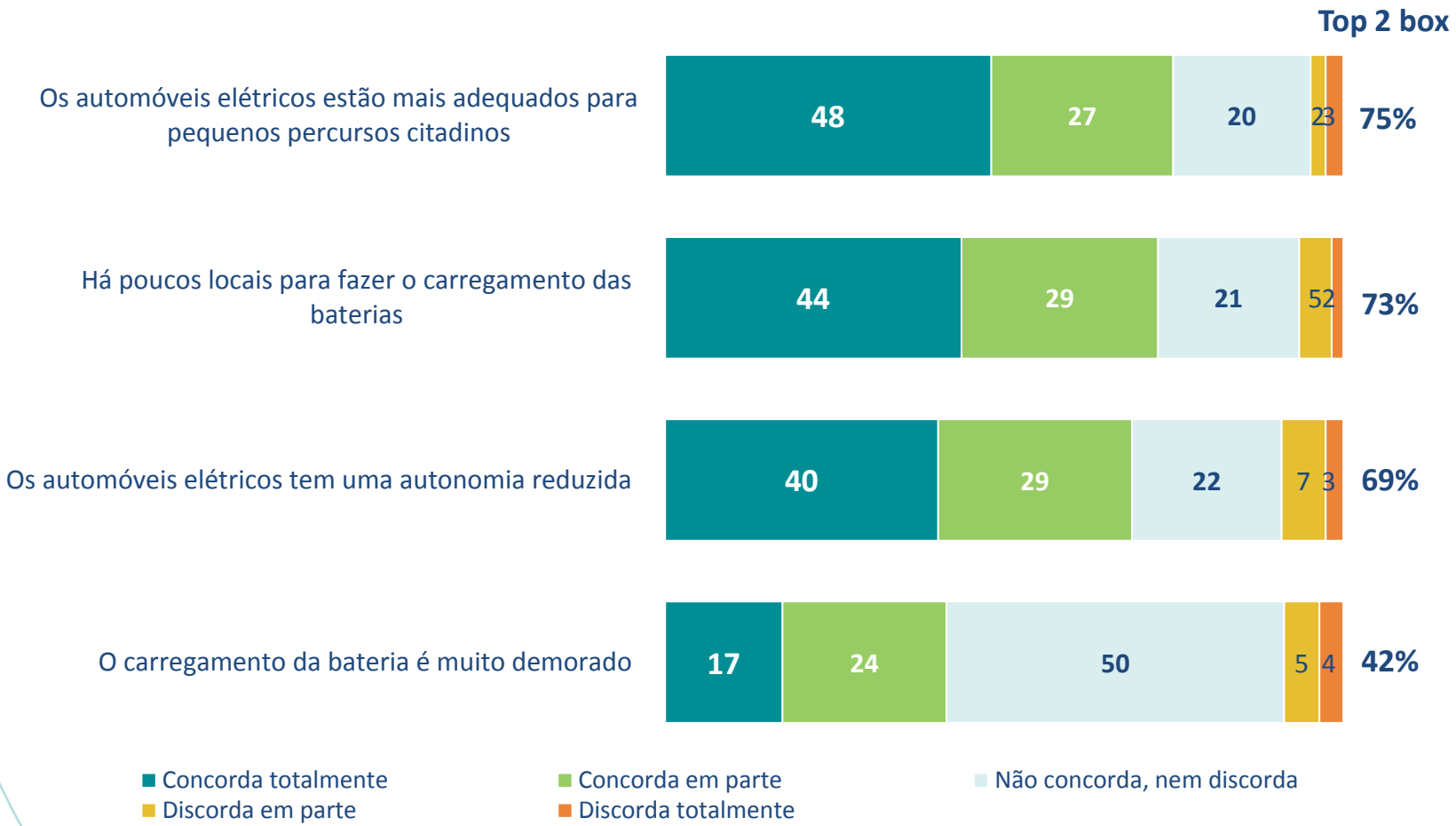


P.12. De seguida vou ler-lhe uma série de frases que outras pessoas nos disseram sobre a compra e utilização de automóveis elétricos e gostaria que me dissesse até que ponto concorda ou não com cada uma das frases.

Base: Tem conhecimento sobre veicculos elétricos (231)

Atitudes face à compra e utilização de automóvel elétrico (2/2)

No entanto, é percecionado como um carro citadino, apresentando como pontos fracos a reduzida autonomia e a demora do carregamento da bateria.



P.12. De seguida vou ler-lhe uma série de frases que outras pessoas nos disseram sobre a compra e utilização de automóveis elétricos e gostaria que me dissesse até que ponto concorda ou não com cada uma das frases.

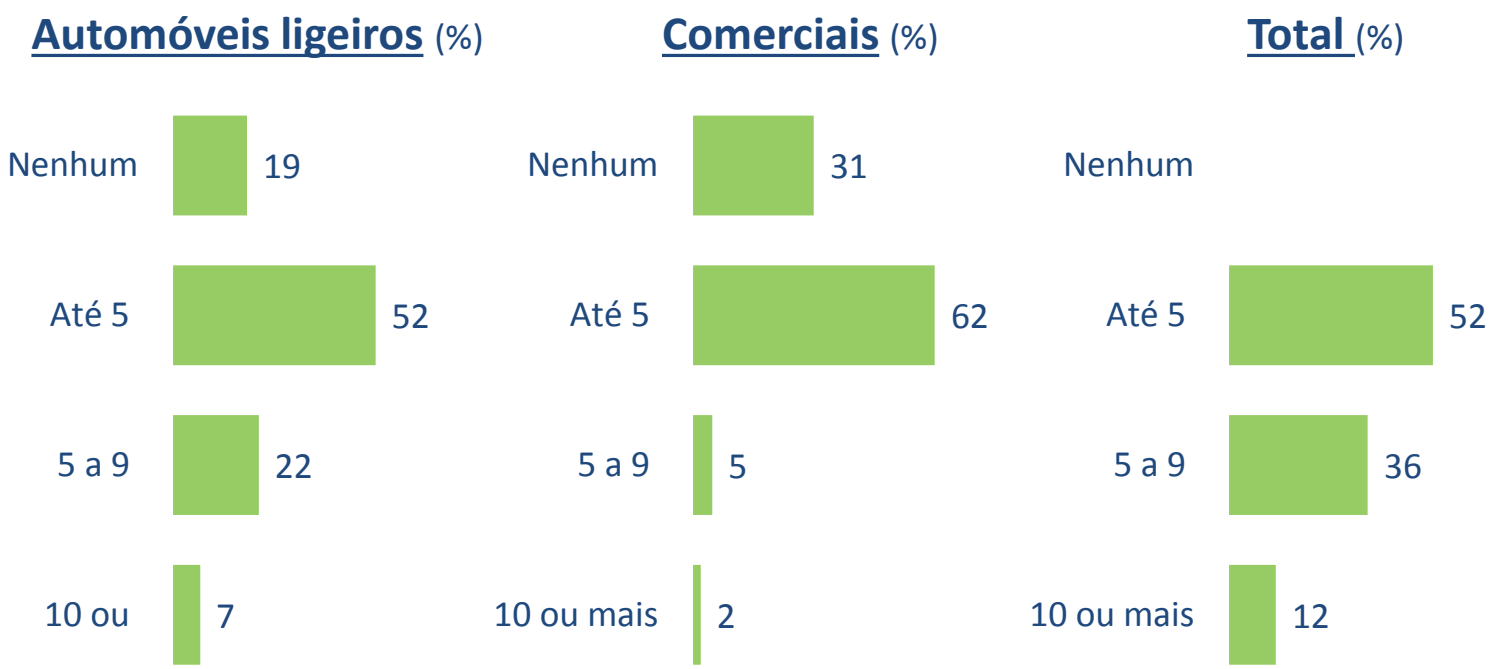
Base: Tem conhecimento sobre veicculos elétricos (231)

Apresentação de Resultados

Empresas

Caraterização da frota da empresa

As empresas participantes no estudo têm uma frota média de 5 automóveis.



Em média:	***4 ligeiros***	***2 comerciais***	***5 veículos***

Nota: apenas 1 empresa refere a posse de motos

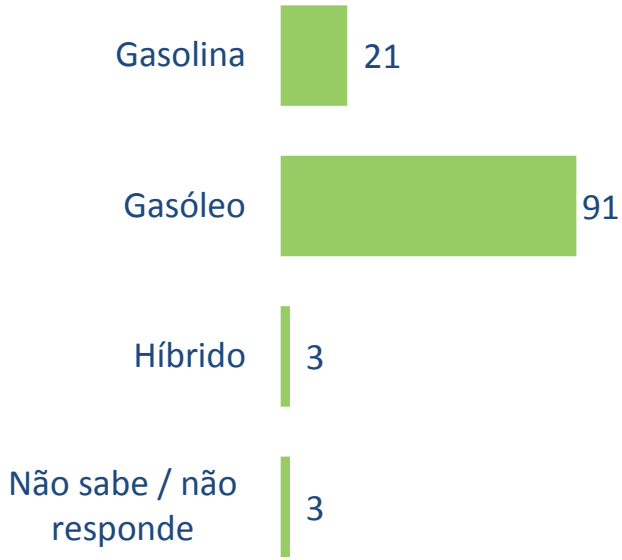
P.1. Quantos veículos tem a frota: automóveis ligeiros, automóveis comerciais e motos?

Base: Total (42)

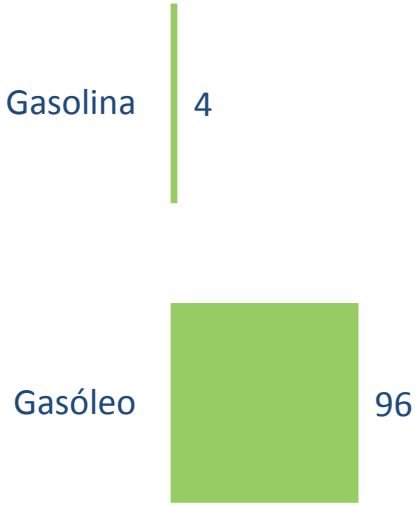
Combustível / energia usada pela frota

O combustível preferencial é o gasóleo.

Automóveis ligeiros (%)



Comerciais (%)

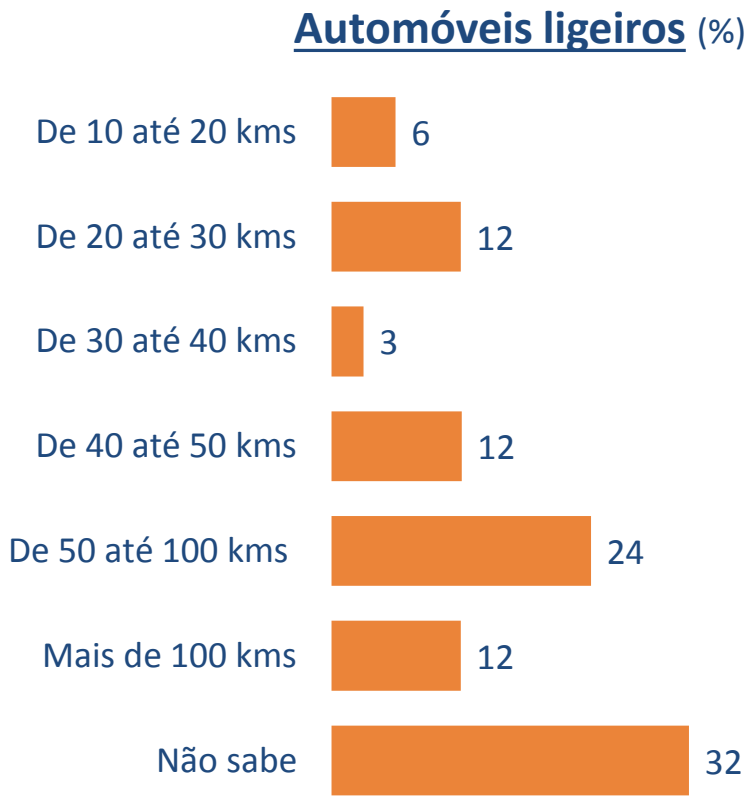


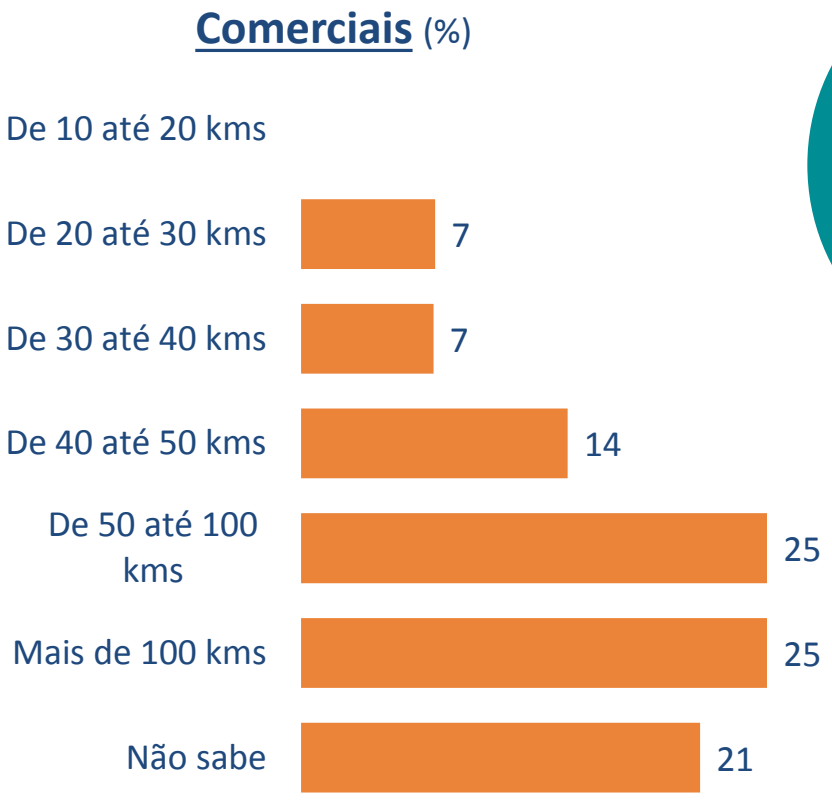
P.2. Que tipo de energia / combustível faz cada um dos veículos por dia?

Base: Tem automóvel ligeiro (34); tem comerciais (28)

Média diária de quilómetros por dia

Os automóveis ligeiros têm maior utilização em percursos mais reduzidos e , ao contrário, os comerciais percursos mais longos.
É ainda de sublinhar há um elevado desconhecimento do número médio de quilómetros efetuados por dia.





P.3 Em média, quantos quilómetros faz cada um dos veículos por dia?

Base: Tem automóvel ligeiro (34); tem comerciais (28)

Frequência de abastecimento

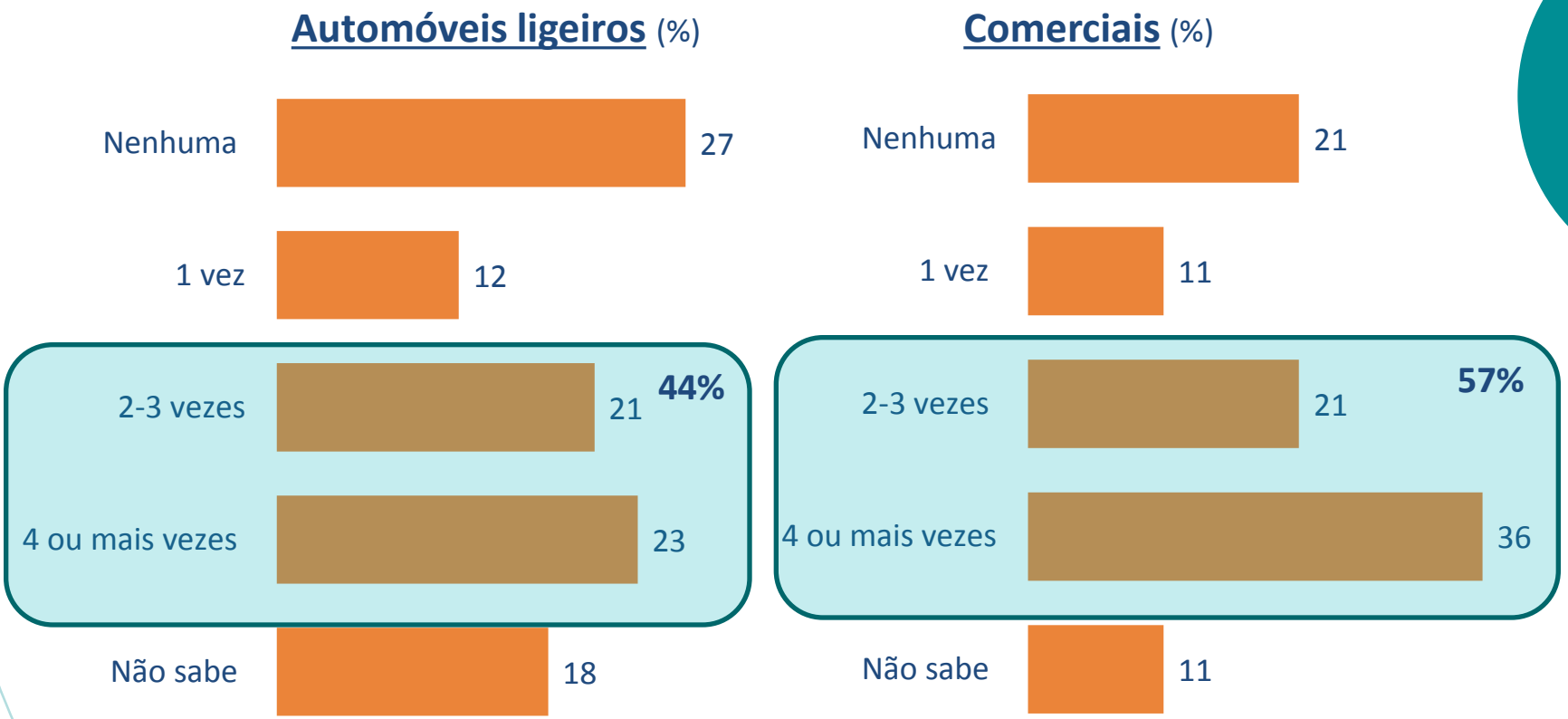
Ambos os tipos tendem a abastecer uma vez por semana.

P.4. Habitualmente, com que frequência os veículos são abastecidos?

Base: Tem automóvel ligeiro (34); tem comerciais (28)

A utilização dos veículos em percursos superiores a 160 km - *No último mês*

A utilização dos veículos em percursos superiores a 160 km revela alguma importância, em particular para os comerciais.

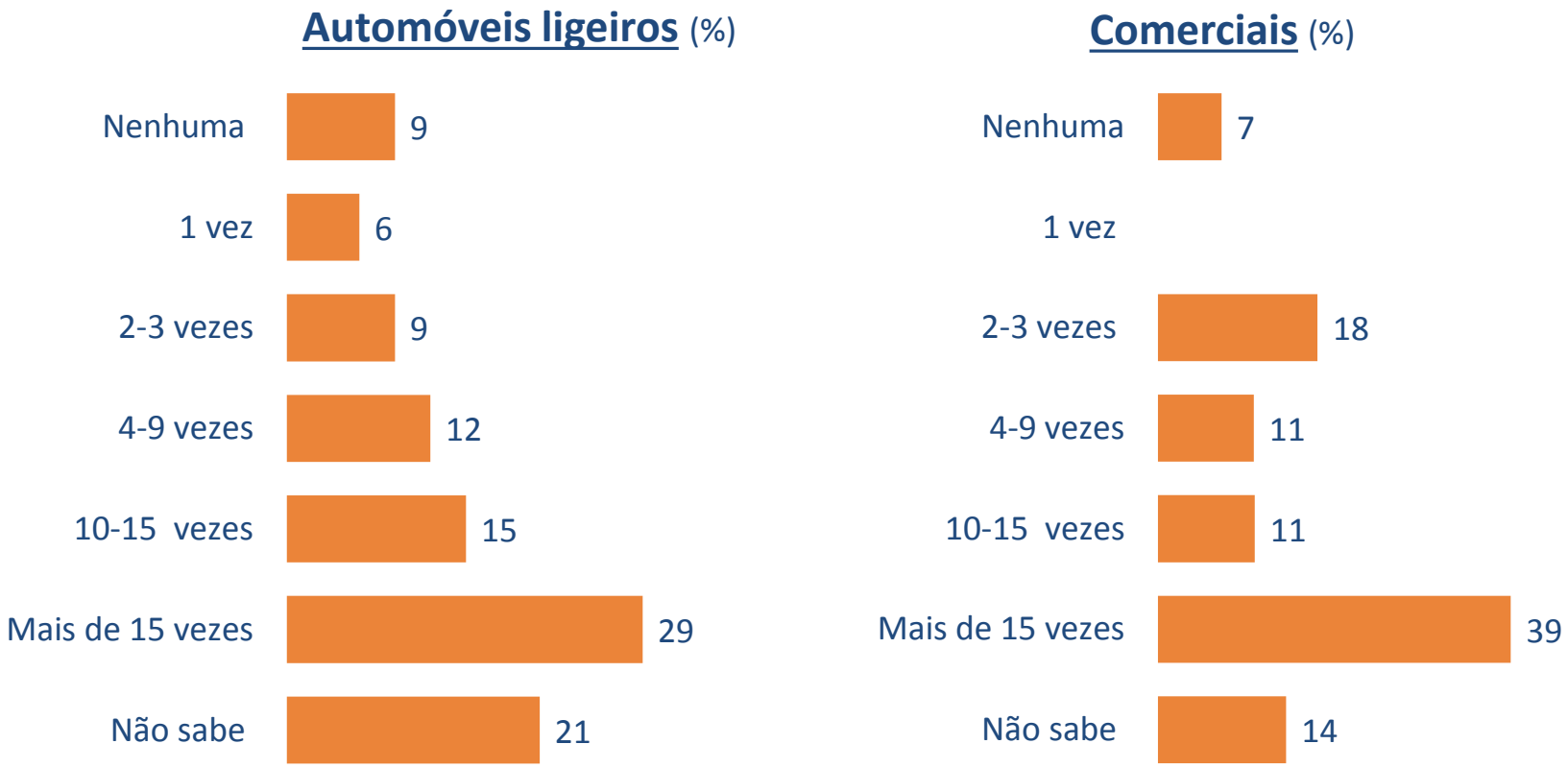


P.5.a) Pensando no último mês, quantas vezes houve a necessidade de se fazerem percursos de mais de 160 km?

Base: Tem automóvel ligeiro (34); tem comerciais (28)

A utilização dos veículos em percursos superiores a 160 km - *No último ano*

Uma parte importante destas empresas utiliza a frota em percursos superiores a 160 km com alguma frequência.



P.5.b) E no último ano, quantas vezes houve a necessidade de se fazerem percursos de mais de 160 km?

Base: Tem automóvel ligeiro (34); tem comerciais (28)

Aspetos importantes na compra de um automóvel novo
- Referências espontâneas

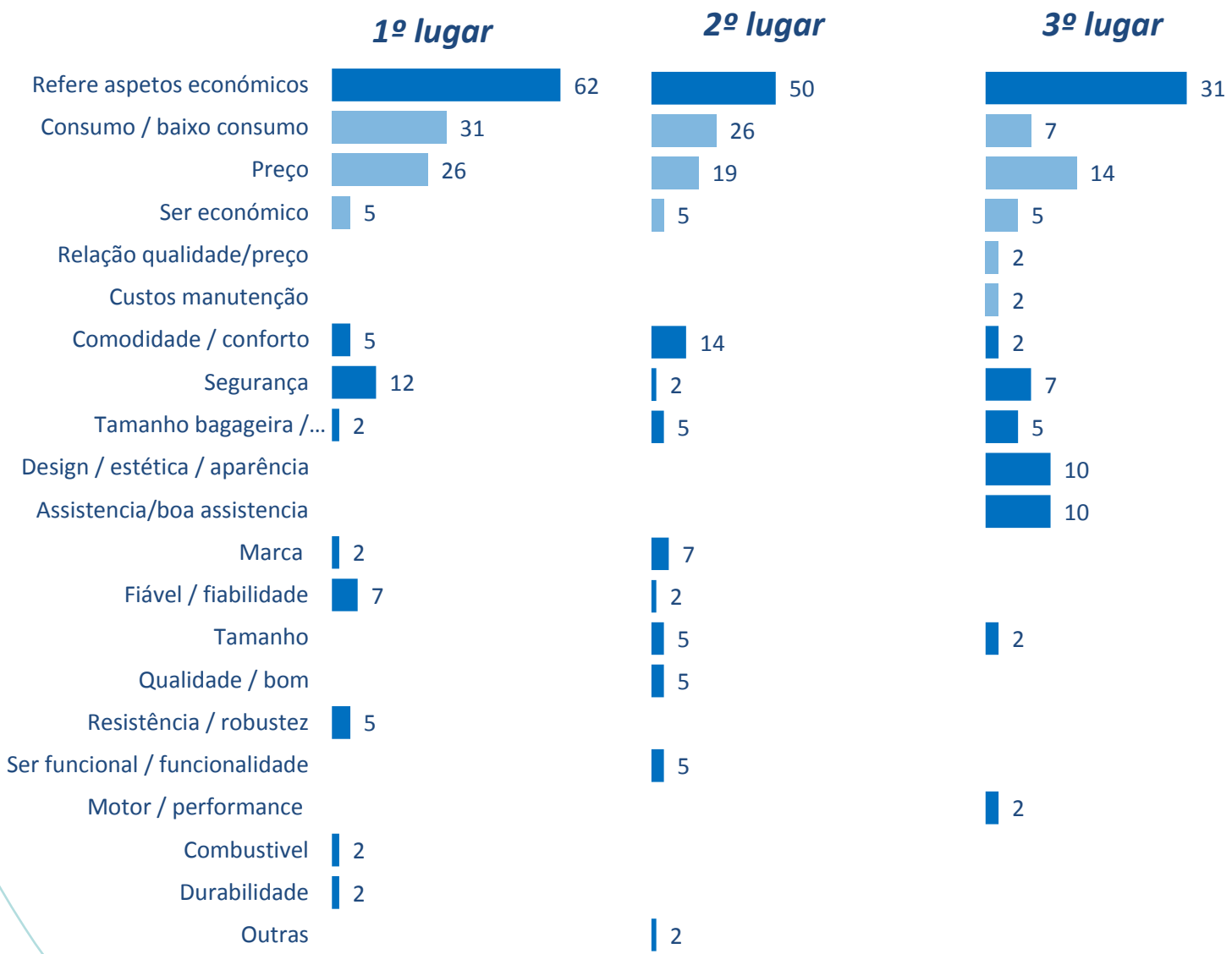
Para os gestores de frotas, a decisão de compra é feita fundamentalmente tendo em consideração o consumo e o preço. Todos os outros elementos são secundarizados.

Total

P.7.Gostaria, agora, que pensasse na compra de automóveis novos para a frota da sua empresa . Diga-me, por favor, qual é o aspeto mais importante a ter em conta na compra de um automóvel novo? E, em 2º lugar? (Não sugerir)

Base: Total (42)

Aspetos importantes na compra de um automóvel novo
Referências espontâneas

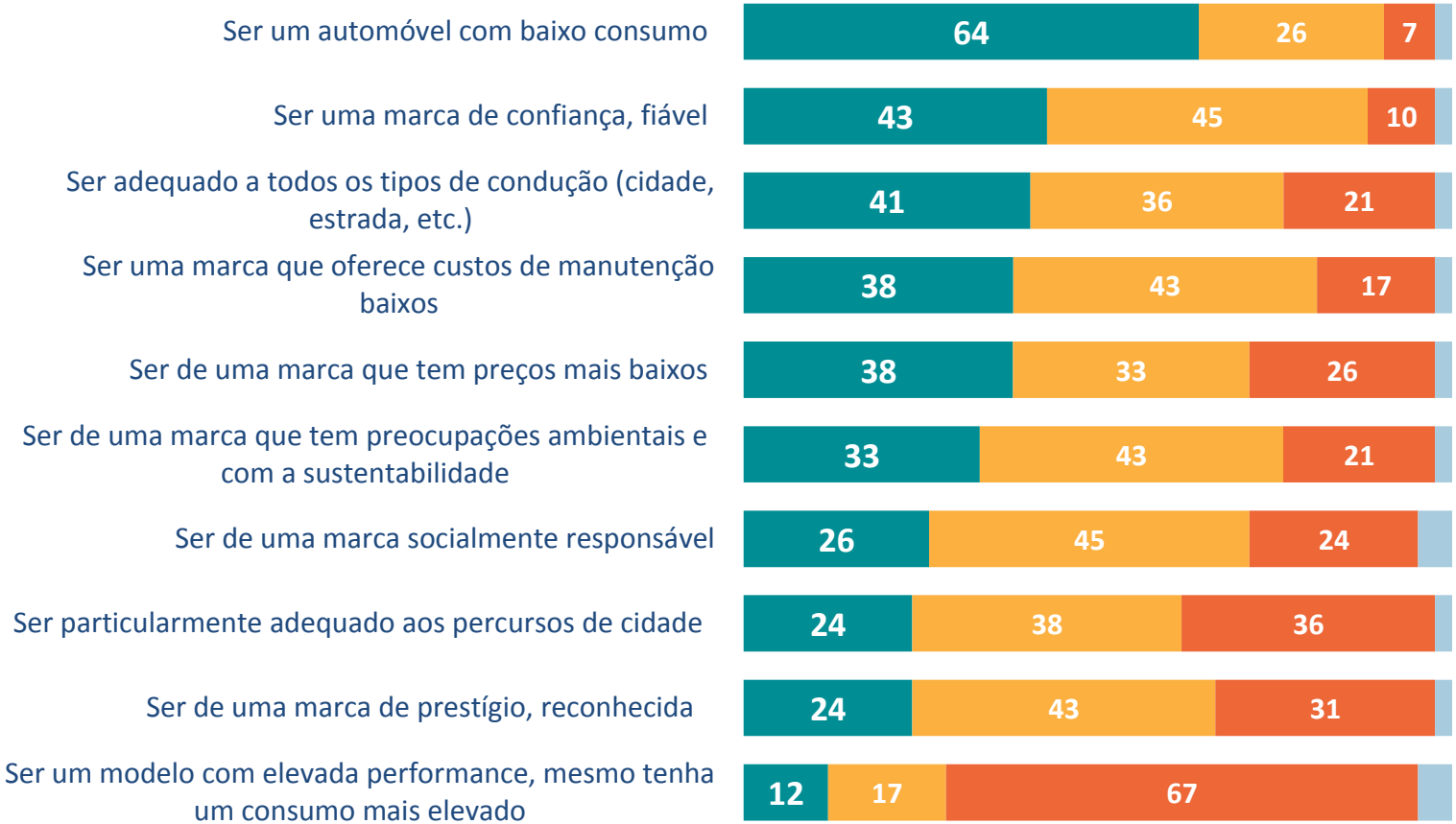


P.7.Gostaria, agora, que pensasse na compra de automóveis novos para a frota da sua empresa . Diga-me, por favor, qual é o aspeto mais importante a ter em conta na compra de um automóvel novo? E, em 2º lugar? (Não sugerir)

Base: Total (42)

Aspetos importantes na compra de um automóvel novo
Avaliação de atributos

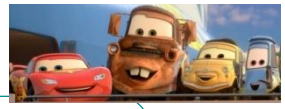
O *baixo consumo* é sem dúvida um critério fundamental, sendo também valorizados a confiança na marca, a adequação a todos os tipos de condução. A sustentabilidade é valorizada, mas tal como nos particulares, apenas quando a questão é sugerida.



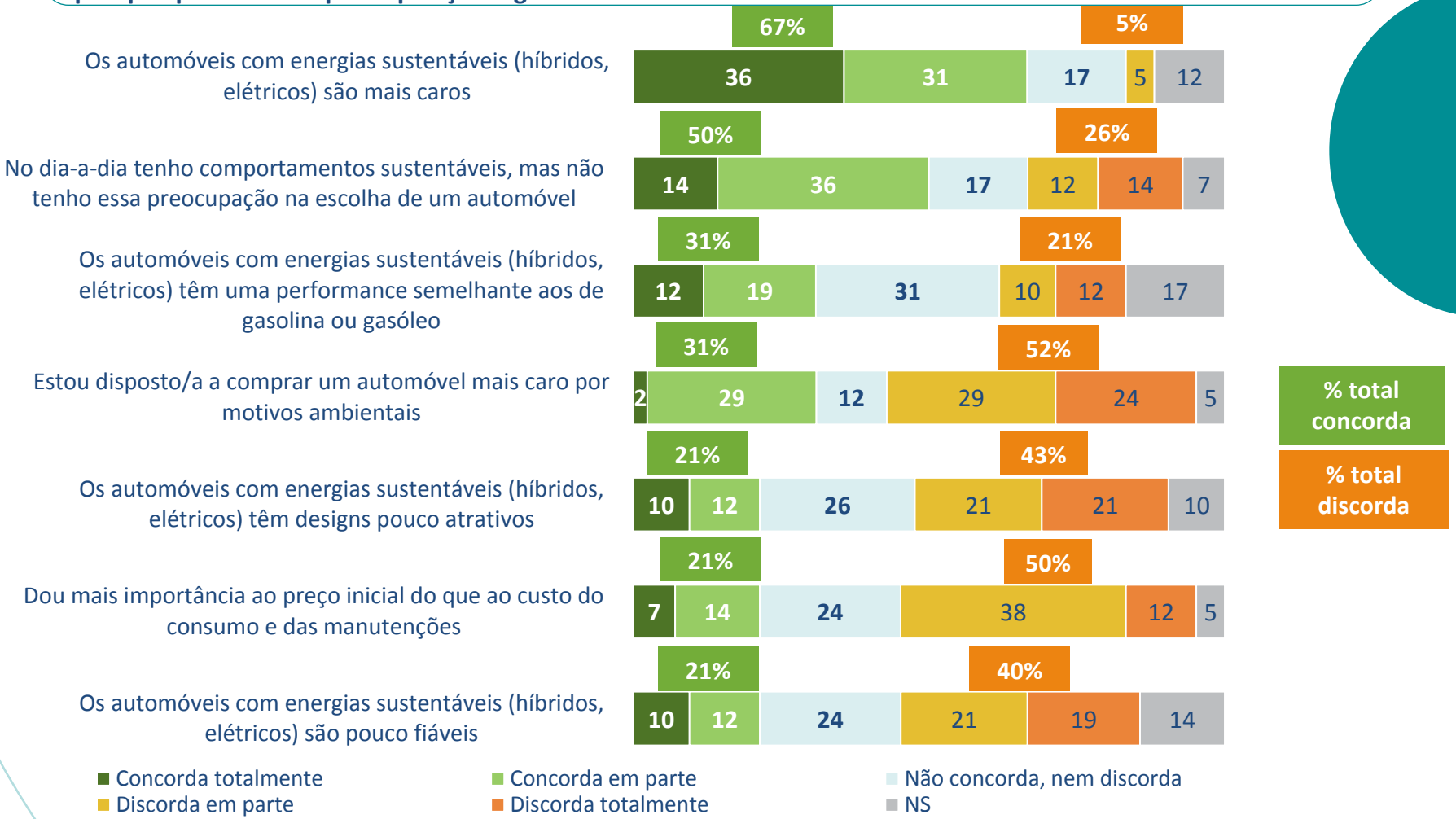
P.8.Vou ler-lhe uma série de aspetos que podem ou não ser importantes na compra de um automóvel novo e gostaria que me dissesse até que ponto cada um desses aspetos é importante para a sua empresa?

Base: Total (42)

Atitudes e perceções face ao automóvel elétrico



Os responsáveis por frotas também são claros quanto ao preço elevado dos automóveis elétricos, muito embora sejam tendam a ser mais favoráveis que os particulares quanto à fiabilidade e ao design.
A sustentabilidade não assume relevância na escolha do automóvel, quer porque não ser uma preocupação , quer porque não há a predisposição a gastar mais.

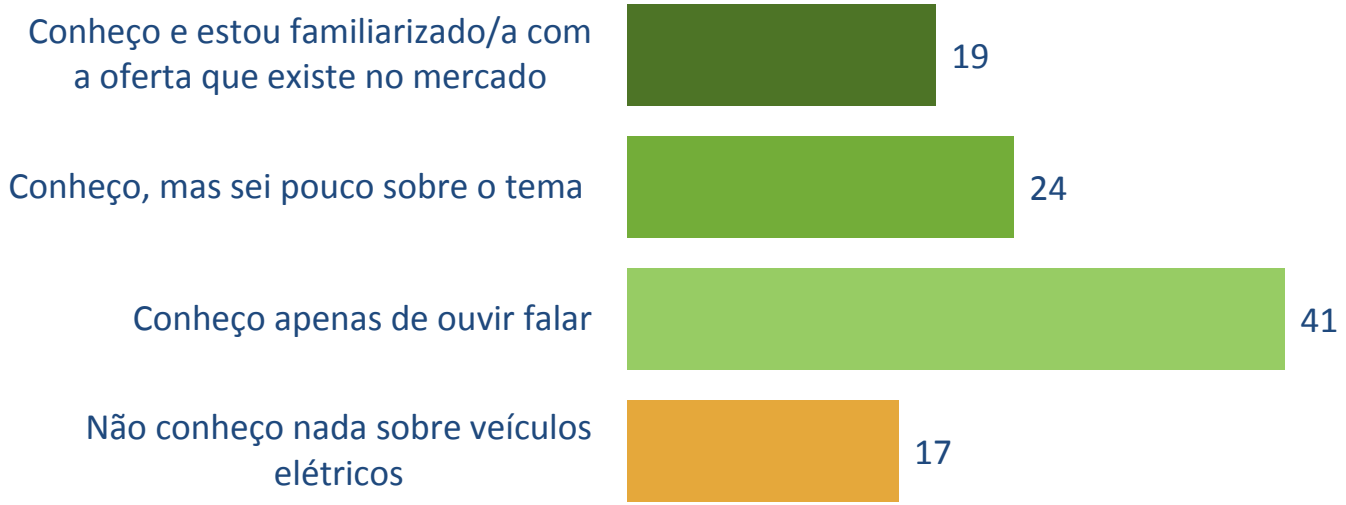


P.9. De seguida vou ler-lhe uma série de frases que outras pessoas nos disseram e gostaria que me dissesse até que ponto concorda ou não com cada uma das frases.

Base: Total (42)

Conhecimento sobre veículos elétricos

Os responsáveis pelas frotas não revelam ter conhecimento aprofundado sobre a oferta de automóveis elétricos existente no mercado.
Tal como observamos nos particulares, a maioria (65%) apenas ouviu falar ou sabe pouco sobre este tema.
Assim, também neste target é necessário antes demais melhorar o nível de conhecimento e familiaridade face ao universo do automóvel elétrico.



P.10.Qual das seguintes frases melhor descreve o que sabe sobre veículos elétricos?

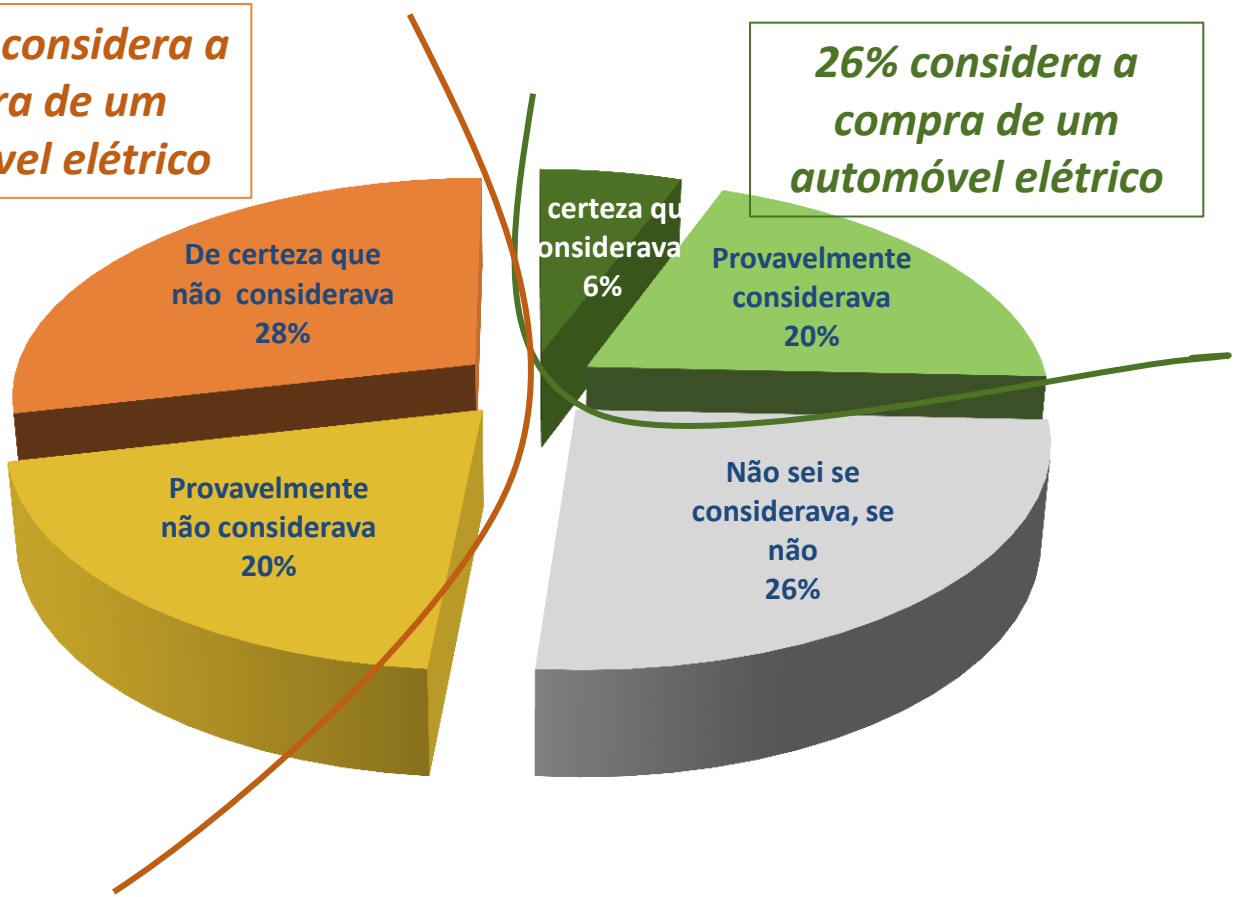
Base: Total (42)

Consideração de compra de um automóvel elétrico

A intenção de considerar a compra de um automóvel elétrico para a frota da empresa é fraca, verificando-se que 28% dos entrevistados afirmam que *de certeza que não considerava* esta possibilidade.

48% não considera a compra de um automóvel elétrico

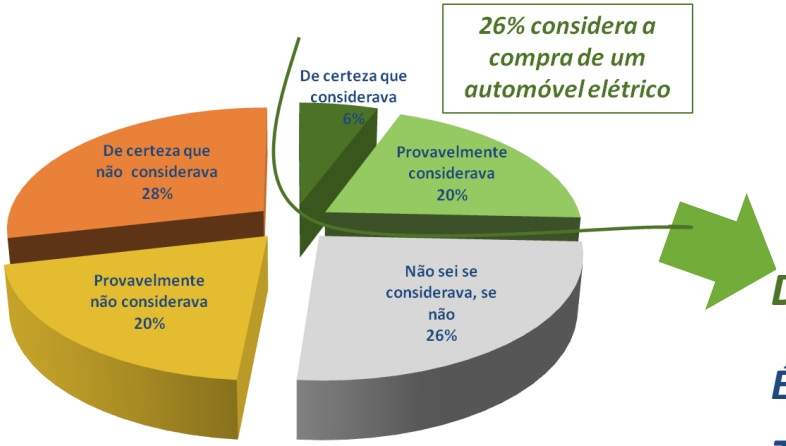
26% considera a compra de um automóvel elétrico



P.11. Se estivesse a considerar a compra de um automóvel novo, para a frota da sua empresa, até que ponto consideraria comprar um automóvel elétrico?

Base: Tem conhecimento sobre veicculos elétricos (35)

Motivos porque consideraria comprar um automóvel elétrico



De certeza considerava, porque ...

***É amigo do ambiente**, seguro e silencioso.*

***Tem baixo consumo** e devido a causas ambientais.*

Provavelmente considerava, porque ...

Nem todos tem uma autonomia suficiente e os com uma maior autonomia são muito caros.

São mais económicos.

O consumo reduzido.

Económico e tecnologia de ponta

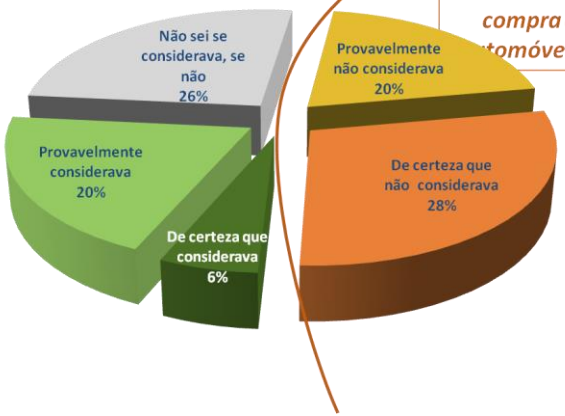
É mais económico e rentável

É mais ecológico e por serem mais económicos.

Nota: Base de análise muito pequena, pelo que apresentamos as respostas dadas pelos entrevistados

Base: Considera a compra (9)

Motivos porque não consideraria comprar um automóvel elétrico



48% não considera a compra de um automóvel elétrico

Provavelmente não considerava, porque ...

***Fraca autonomia** (2)*

Fraca autonomia, não são viáveis para uma empresa

Ainda não tem muita autonomia e os consumos médios não são credíveis.

***Não é uma viatura fiável** para se fazerem entregas, ao contraio do hibrido.*

Por causa dos preços elevados

Por não saber muito sobre automóveis elétricos (2)

De certeza que não considerava, porque ...

***Preço elevado**, pouca autonomia (2)*

São pouco fiáveis.

***Não confia** na tecnologia, faz viagens muitos grandes, de mais de mil kms*

Postos de abastecimentos são pouco comuns e tem autonomia fraca.

Não conhece bem a tecnologia e não se sente à vontade, na sua zona há poucos sítios para carregar

Poucos postos de abastecimento**, pouca autonomia, **lento, manutenção altíssima.

Porque são feios

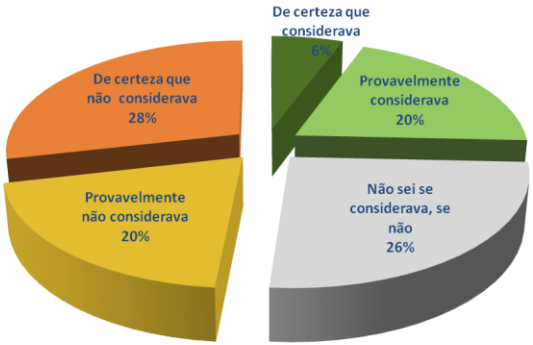
O carro elétrico não se adapta a nossa atividade

Porque adquiriu recentemente o veiculo

Nota: Base de análise muito pequena, pelo que apresentamos as respostas dadas pelos entrevistados

Base: Não considera a compra (17)

Motivos porque não sabe se consideraria comprar um automóvel elétrico



Não sei se considerava ou não, porque

Não tem conhecimento suficiente sobre o tema (3)

Não sei (3)

Nunca de falou disso.

Teriam de fazer uma primeira avaliação

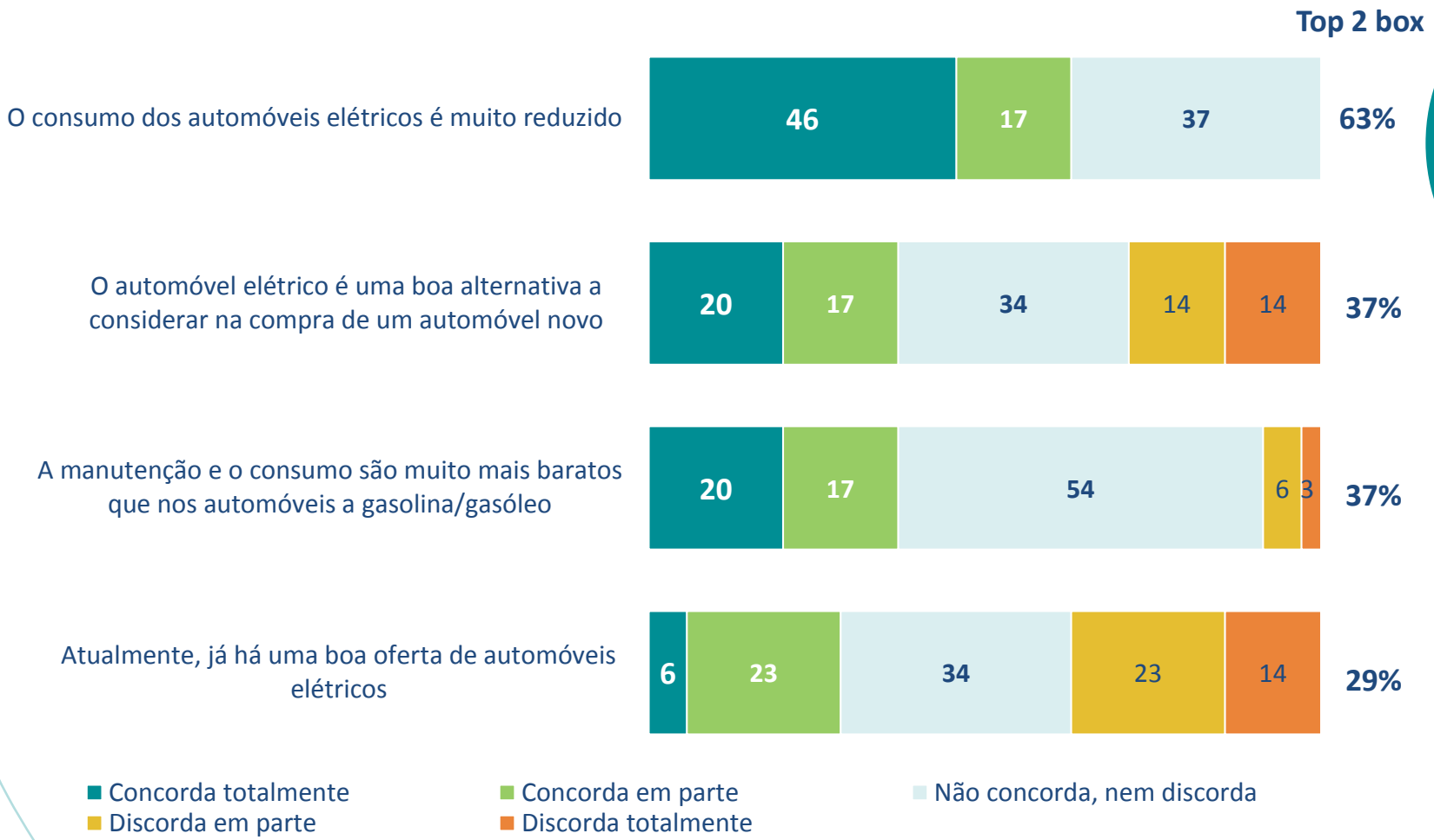
Há muitos fatores de preços e depende dos carros, teriam que ser daqueles com bateria interna e um motor de gasolina interna para carregar as baterias quando estas acabassem durante a viagem

Nota: Base de análise muito pequena, pelo que apresentamos as respostas dadas pelos entrevistados

Base: Não sabe se considera a compra (9)

Atitudes face à compra e utilização de automóvel elétrico (1/2)

Tal como os condutores particulares, os responsáveis pelas frotas são de opinião que o automóvel elétrico de consumo reduzido, muito embora não sendo necessariamente uma oferta mais barata em termos de manutenção. A oferta existente não é muito valorizada, pelo que o automóvel elétrico não se revela ser uma boa alternativa.

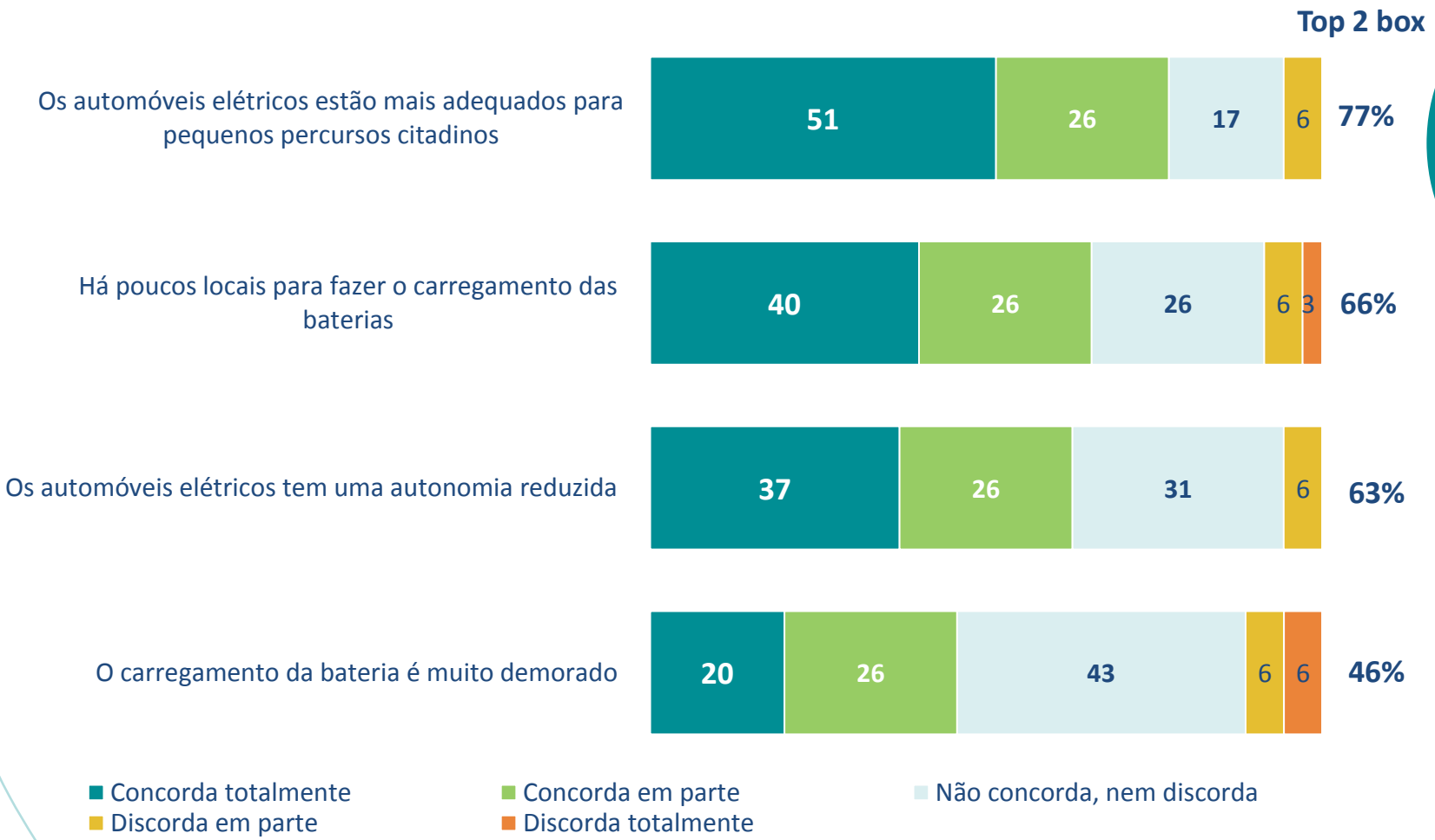


P.12. De seguida vou ler-lhe uma série de frases que outras pessoas nos disseram sobre a compra e utilização de automóveis elétricos e gostaria que me dissesse até que ponto concorda ou não com cada uma das frases.

Base: Tem conhecimento sobre veicculos elétricos (231)

Atitudes face à compra e utilização de automóvel elétrico (2/2)

O automóvel elétrico é percecionado como um carro citadino, apresentando como pontos fracos a reduzida autonomia e a demora do carregamento da bateria.



P.12. De seguida vou ler-lhe uma série de frases que outras pessoas nos disseram sobre a compra e utilização de automóveis elétricos e gostaria que me dissesse até que ponto concorda ou não com cada uma das frases.

Base: Tem conhecimento sobre veicculos elétricos (231)

Síntese de Principais Resultados

- Para ambos os targets – particular e profissional - , os aspetos de **natureza económica** são centrais no processo de decisão de compra de um automóvel novo, entre os quais a questão do **baixo consum**o assume especial relevo.

Aspetos como o conforto, segurança ou fiabilidade são remetidos para um segundo plano, sendo mais valorizados pelos condutores particulares.

- O tema da **sustentabilidade não surge de forma espontânea**, apenas assumindo importância quando sugerida aos entrevistados. Assim, num contexto de compra de um automóvel novo, a sustentabilidade não é um elemento relevante no processo de decisão, mas parece ser a expressão da racionalização de uma atitude do "politicamente correto".

- A **perceção face ao automóvel elétrico** é ainda algo difusa, especialmente para público em geral, mas também para os gestores de frotas, verificando-se que apenas o preço, considerado mais elevado, reúne consenso de uma maioria.

Outros elementos, como atratividade do design, a fiabilidade e performance tendem a ser polarizadores de opinião.

Esta perceção fragmentada resulta fundamentalmente da pouca familiaridade que os entrevistados, de ambos os targets, revelam ter sobre o tema automóvel elétrico.

Por outro lado, existem ainda alguma resistências à incorporação de comportamentos e atitudes mais sustentáveis neste contexto de compra de uso do automóvel.

• A consideração de compra de um automóvel elétrico, no futuro, parece reproduzir as reflexões que temos vindo a fazer sobre os resultados do estudo.

Por um lado, a consideração de compra de um automóvel elétrico surge fundamentalmente motivada por questões ambientais e económicas. No entanto, como verificamos, a sustentabilidade não é um elemento central do processo de compra, pelo que novamente, estamos perante a manifestação de um desejo, do que a realidade concreta.

Por outro, as barreiras à compra remetem para questões concretas, racionais, de insuficiência da oferta, como a autonomia das baterias, a rede de pontos de abastecimento, o desenvolvimento tecnológico.

Os resultados obtidos neste estudo permitem evidenciar o distanciamento dos públicos – particular e profissional – face ao universo do veículo elétrico, pelo que a primeira barreira a ultrapassar será a de facilitar o aprofundamento de conhecimentos e familiaridade face a esta realidade.

Este caminho no sentido do aprofundamento de conhecimentos, sublinhando o que de positivo o veículo elétrico tem para oferecer, irá conduzir necessariamente a uma consolidação das atitudes de perceções face ao veículo elétrico.

COMPETE
PROGRAMA OPERACIONAL FACTORES DE COMPETITIVIDADE

QREN
QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICO NACIONAL
PORTUGAL 2007.2013

UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional