

Arpo

La Revolución de la Movilidad



El nuevo
escenario de
la movilidad,
desde la
perspectiva
del millennial.

1. ¿Cómo me apetece moverme hoy? p. 11
2. Tendencias, marcas y servicios que pisan fuerte en movilidad p. 19
3. ¿Qué esperan los jóvenes de la movilidad en los próximos años? p. 31
4. Reflexiones finales p. 51



Millennials 21-39 años
(10 personas, hombres &
mujeres)

En diferentes momentos
vitales: viviendo en casa de los
padres, independizados, con y
sin hijos, en etapa universitaria
(estudiantes) y trabajando

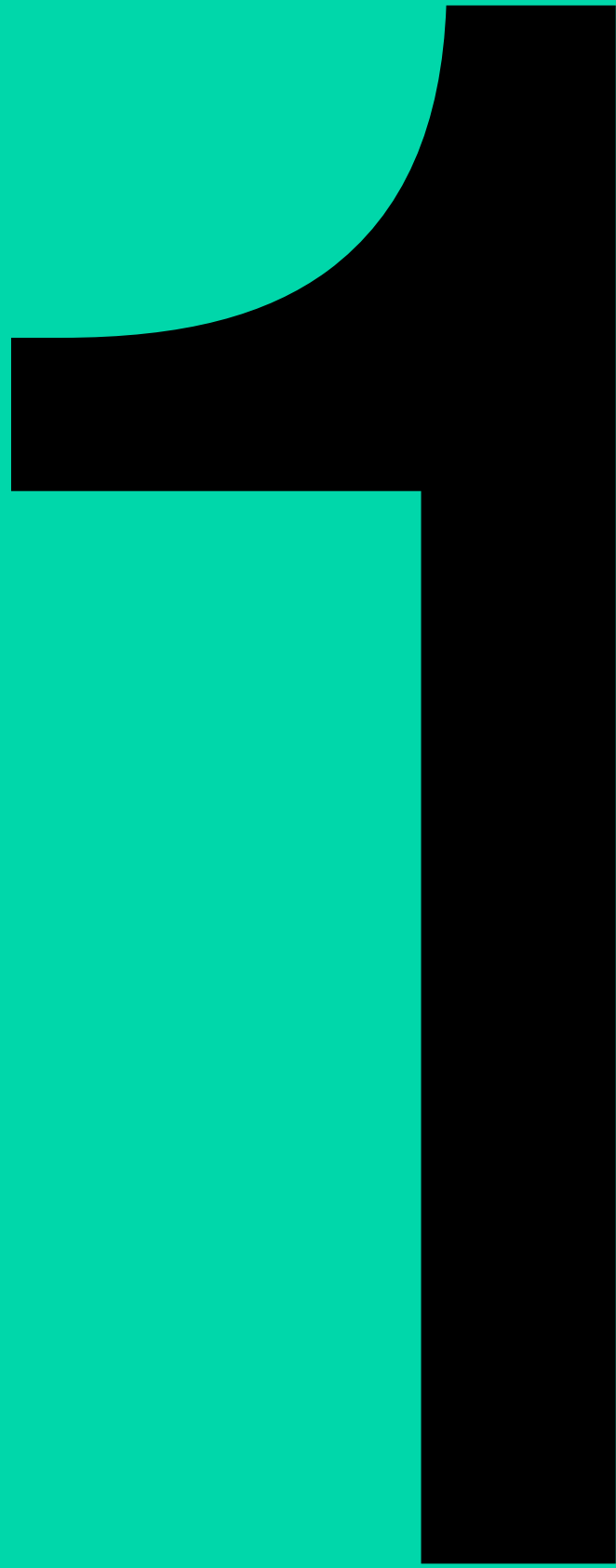
Madrid, Barcelona, Sevilla

Usuarios de diferentes medios
y soluciones de movilidad:
vehículo propio, car sharing,
sharing de bicis, patinetes,
motos y scooters, transporte
público, viajes compartidos,
trenes de larga distancia,
aviones. Personas que viajan
tanto dentro como fuera de
España.

Obtener insights sobre usos, actitudes y expectativas de este target en relación a la movilidad y las marcas:

¿Qué
significa
para ellos y
qué esperan
de ella en el
futuro?

¿Cómo me apetece
moverme hoy?



El movimiento es un rasgo vital en el ADN del millennial.

Arpo Contexto

Este nuevo concepto de movilidad no gira únicamente en torno al “¿dónde tengo que ir?”, sino que incorpora un elemento fundamental: “¿cómo me apetece llegar?”

La revolución de los últimos años en la movilidad ha potenciado esta esencia, expandiendo aún más sus posibilidades...

Un escenario más dinámico, espontáneo, diverso, emocional y “on demand” que conecta plenamente con la realidad del millennial. Las reglas del juego están cambiando en accesibilidad e inmediatez (disponibilidad en el “aquí” y el “ahora”), en eficiencia

(adaptación “ad hoc” a las cambiantes motivaciones y necesidades a lo largo del día: agilización, ahorro de tiempo y esperas), en disfrute (componente divertido, imprevisible, lúdico y vivencial).

“De la movilidad actual valoro la gran cantidad de medios que tenemos ahora y que hacen posible hacer siempre lo que más te apetezca: si un día no te apetece conducir, vas en el transporte público leyendo tranquilamente. Si un día tienes menos tiempo coges una moto, bici o patinete de alquiler y te plantas enseguida en cualquier sitio. Tú decides y haces lo que te apetece en cada momento.”



Tres grandes claves para entender este fenómeno...

Tecnología

Aparición de apps, servicios y herramientas digitales que han transformado la movilidad colocado al usuario en el centro de la toma de decisiones y facilitándole su día a día.

Liberación del medio

Inclinación del joven hacia el uso vs. la posesión. Auge del sharing y soluciones puntuales de movilidad (como ausencia de dependencia o ataduras a un determinado medio de transporte).

Intermodalidad

La posibilidad de combinar diferentes y sucesivos medios para hacer el mismo trayecto convierte los desplazamientos en algo menos rutinarios y mecánicos. La elección propia rompe la monotonía, imprime disfrute y hace que moverse sea divertido, relajante, desestresante según el momento y la necesidad.

Los desplazamientos de largo recorrido también se han transformado, permitiendo a los millennials reconocerse como una generación apasionada por viajar, tanto a nivel nacional como internacional.

Interconexión

Avance en infraestructura, conexiones y rutas entre ciudades y países. Las fronteras físicas se diluyen y los desplazamientos son más directos frente al pasado.

Democratización

Para todos (low cost, promociones, viajes compartidos para amortizar gastos).

Inmediatez

El entorno digital permite dedicar menos tiempo a gestionar y planificar desplazamientos, hacerlo con menor antelación (incluso a "última hora") y focalizarse más en disfrutar la experiencia.



Tendencias, marcas y servicios que pisan fuerte en movilidad.



Normativa

Nuevas leyes europeas, protocolos de regulación, etiquetas energéticas, restricciones a la movilidad, prohibición de vehículos de gasolina y diésel en los próximos años.

Sostenibilidad

Concienciación hacia el impacto medioambiental y el cambio climático, búsqueda de eficiencia, relevancia de los efectos de la polución no solamente en el medio ambiente, sino también en la salud.

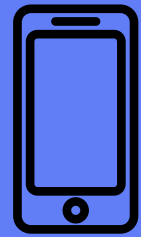
Diseño Urbanístico y Planificación de espacios públicos

Importancia creciente del peatón y el ciclista: aceras, carril bici, espacios y más, cierre de calles al tráfico, descongestionamiento del centro urbano, dotación de nuevos servicios; sharing, renting, puntos de recarga, conectividad.

COVID-19

Solo traslados indispensables, se evitan medios masificados, se tiende más a lo privado e individual: coche, bici, moto, patinete... Preferencia de movimientos "de superficie" y al aire libre, menos desplazamientos colectivos de larga duración (avión, tren).





Apps

Las aplicaciones han llegado para quedarse por su inmediatez, comodidad, eficiencia y personalización de servicios de movilidad.



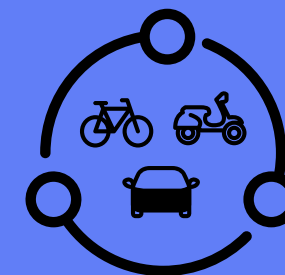
Ahorro

El joven apuesta fuerte por aquellas soluciones que le permitan ahorrar el máximo tiempo y dinero.



Movilidad híbrida

Como primer paso hacia la movilidad eléctrica, y solución para sortear las restricciones al diésel y la gasolina.



Sharing & Renting

Concienciación hacia un uso más responsable, económico, sostenible y circular del transporte.

No todas las marcas y servicios actuales han sabido conectar con el joven. Los mejor valorados por parte del Millennial son:



El vehículo eléctrico accesible a todos: autonomía, sostenibilidad y facilidad



La libertad de movimiento en la gran ciudad



Referente de tecnología, innovación y avance para el joven a la hora de moverse



Musts para planificar y hacer un uso "smart" del transporte público



Ahorro, posibilidad de socializar y contribución al medio ambiente



La solución de referencia especialmente en ocio nocturno

“Lo de esperar a que llegue el bus ya no se lleva.”

“Las apps de mapeo te salvan la vida porque no tienes que perder el tiempo esperando y te mueves de manera más rápida y eficaz. No conozco a nadie de mi edad que no tenga una app de estas, esperar a que llegue el bus ya no se lleva.”



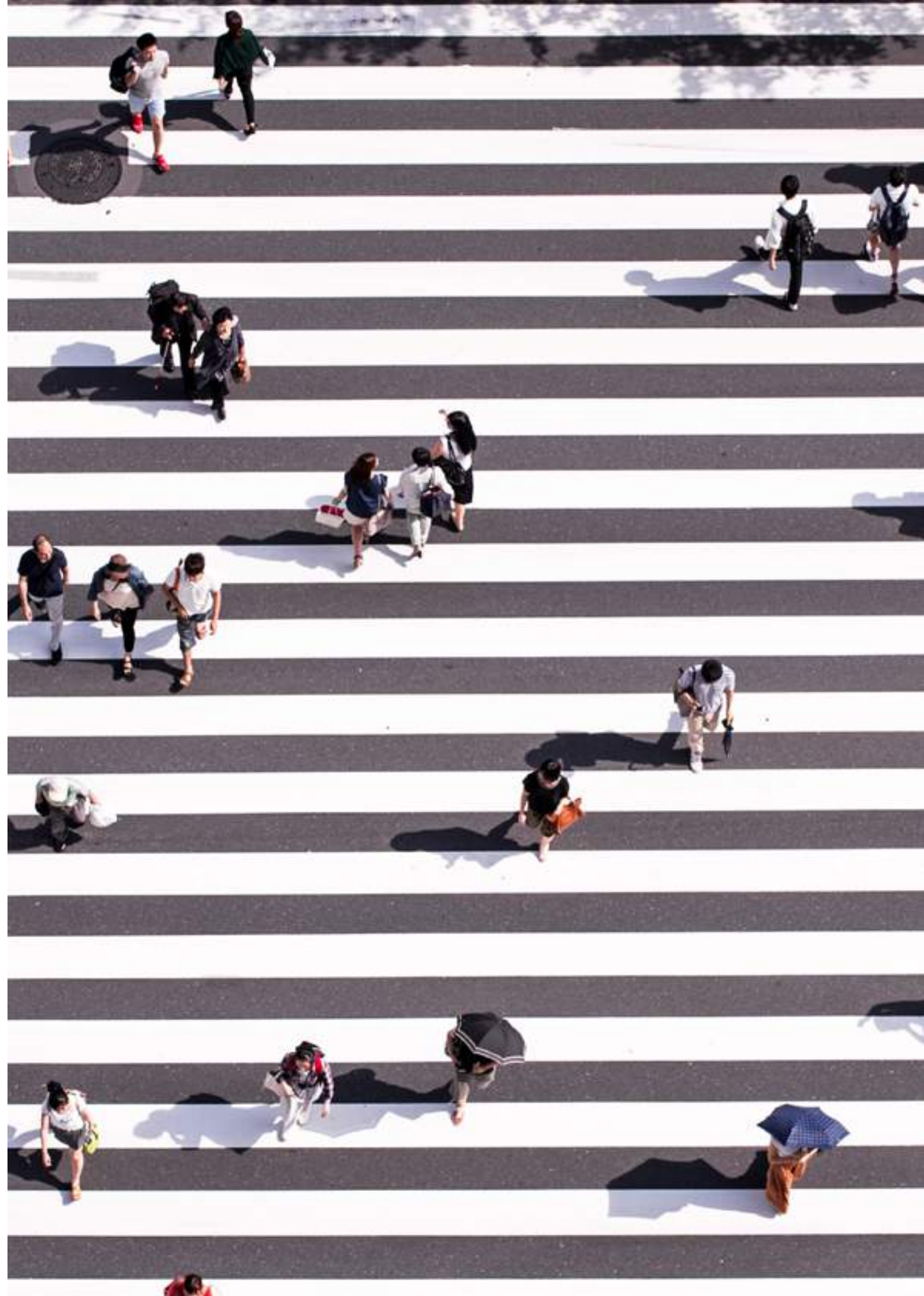
¿Qué esperan los jóvenes de la movilidad en los próximos años?

Los millennials esperan un cambio de mentalidad profundo en la sociedad, instituciones y marcas en los próximos años respecto a la movilidad...

... ya que trasciende a ámbitos como la salud o el cuidado del planeta, siendo una pieza clave para el futuro de esta generación y generaciones futuras.

“El principal cambio, en mi opinión, va a ser de mentalidad, de forma de ver las cosas. Estamos empezando a darnos cuenta que cuidando nuestro planeta, el sitio en el que vivimos, podemos estar más sanos y vivir incluso más felices.”

“La forma en la que nos movemos determina nuestra calidad de vida presente y futura. Tenemos la obligación moral y social de preservarla optando por ir a pie o en bicicleta siempre que podamos, inclinarnos por el transporte público o apostar por la movilidad eléctrica siempre que esté a nuestro alcance. Cambiar todos el chip e ir todos a una.”



Como servicio

Desde una oferta completa de soluciones que permitan al usuario manejar de manera eficiente y eficaz todos sus desplazamientos.

Las marcas y empresas como agentes relevantes en los próximos años desde la creación de servicios en respuesta a las nuevas necesidades y a una movilidad más holística.

Eléctrica y autónoma

Sin combustible, limpia, sostenible, sin ruidos... y más automatizada: vehículos autónomos, asistidos, conectados, sin conductor.

Mayor avance y desarrollo del mundo eléctrico a nivel de infraestructuras, autonomía en carretera, puntos de recarga y abaratamiento de precios. Posibilidad de integrar mapas para una conducción automática.

Tecnológica

Conectada digitalmente, inteligente, gestionada por plataformas y apps agregadoras de servicios (búsqueda, información, reserva, pago, acceso a diferentes modalidades de transporte...).

Se visualizan alianzas de compañías de transporte, energía y movilidad con grandes tecnológicas como Google o Samsung para crear plataformas de servicio integral al usuario.

Accesible y colaborativa

Soluciones y servicios sencillos, económicos, al alcance de todos que se puedan compartir fácilmente entre varios usuarios, que se paguen solo por uso y sin complicaciones asociadas.

Consolidación del renting como servicio de referencia en la gran ciudad y apuesta por soluciones compartidas de desplazamiento desde el ahorro económico y la sostenibilidad.

Organizada

Un ecosistema de movilidad, menos caótico y masificado, más estructurado y armónico, regulado, controlado, legislado, más eficiente y seguro.

Proyección de menor tráfico y saturación en las carreteras, reducción de accidentes, una movilidad mejor coordinada a todos los niveles.

“En el futuro habrá coches pero los usaremos mucho menos ya que habrá más opciones de sharing. Tampoco serán esencialmente privados, se compartirán más con otras personas.”

“Se facilitará la conducción sin atascos y se evitarán vehículos contaminantes invirtiendo en coches eléctricos y con conducción automática.”

“Yo apostaría por crear servicios baratos y accesibles para todos abaratando costes con apps y con la posibilidad de recoger a otras personas por el camino para compartir un mismo trayecto.”

“Espero que cambie mucho el panorama actual, que se fomente más el uso de bicis y patinetes y que la mayoría de medios sean eléctricos.”

“Se va a fomentar el uso de medios de transporte respetuosos con el medio ambiente, los gobiernos tienen que ayudar a implementarlos en la sociedad.”

“Empresas como Google en el futuro tendrán convenios con muchos transportes y desarrollarán apps súper completas para los nuevos medios de movilidad. También las energéticas tipo Naturgy van a impulsar mucho desde las renovables.”

“Los medios de transporte se irán uniendo y concentrando servicios para que las personas paguen únicamente por los que utilizan.”

“La concentración de personas en grandes ciudades hace inevitable repensar la forma en la que nos movemos, que simplemente no es sostenible. Y estas necesidades las van a saber leer mejor empresas como Cabify, BlaBlaCar...”

“Las empresas de tecnología van a empezar a meterse en este mundo sacando productos que atiendan a las nuevas necesidades de movilidad e incluso creando nuevas necesidades.”

“Poco a poco iremos dejando de tener vehículos en propiedad y alquilaremos todo más.”

Focalizando en las apps, se espera una progresiva tendencia a la integración de servicios. El ideal de app para el joven se proyecta como:

Una app gratuita que conecta todos los servicios de movilidad (incluyendo el transporte público), permite compararlos y sugiere los más eficaces en función de la necesidad.

Que incluye vehículos de conducción automática.

Todas las funcionalidades: información, mapeo, planificación, búsqueda, comparativa, precios, elección de servicios y extras, pago, sugerencias, fidelización, opiniones de otros usuarios, promociones y descuentos, alertas, incidencias, historial, preferencias, personalización, QR...

Que impulsa y "premia" el uso sostenible: acumulación de puntos, incentivos... al elegir alternativas eléctricas/híbridas.

Que posibilita cambiar de un uso individual a compartido sobre la marcha o a elección del usuario.

Reflexiones Finales



La movilidad se transforma hacia un escenario más dinámico, abierto y espontáneo que conecta plenamente con el millennial potenciando su esencia y ampliando sus posibilidades.

El futuro de la movilidad se visualiza desde una gestión digital y a través de plataformas/ apps integradoras de servicios y soluciones globales de movilidad.

Avanzamos a un concepto de movilidad como servicio en el que el usuario es protagonista y que incorpora elementos como la tecnología, la sostenibilidad o la posibilidad de compartir vs. la posesión de épocas pasadas.

Las marcas se consideran un agente clave en la evolución de la movilidad en los próximos años, tanto a la hora de responder a las nuevas necesidades con servicios y soluciones adaptativos como en su capacidad de concienciación hacia un cambio global de mentalidad.

Arpo

hello@arpo.es

Claudio Coello 22, 1a
28001 Madrid, Spain
+34 913 505 232
www.arpo.es

54

We
just
know