

Consumo

El camino hacia el vehículo autónomo

Expansión (España)

Juan Ramón García

20 agosto 2018

“En Manhattan, un automóvil vacío estaba apoyado contra un bordillo de Broadway. Un hombre pisó el estribo pero no se aproximó a los mandos. Los peatones se quedaron boquiabiertos al escuchar que la máquina sin chófer arrancaba su motor, cambiaba de marcha y se alejaba de la acera para adentrarse en el tráfico denso.” Así comenzaba un artículo sobre el primer “automóvil sin conductor”, un Chandler 1926, firmado en... ¡1925!

Aunque el interés por el vehículo autónomo es contemporáneo al desarrollo del automóvil, su despliegue nunca ha estado tan cerca. En primer lugar, porque la tecnología ya está disponible, como han demostrado algunos fabricantes y empresas tecnológicas en pruebas piloto. Y en segundo lugar, porque los beneficios potenciales de la implantación de la movilidad autónoma aúnan los intereses de productores, consumidores y sector público. En particular, se prevé que la difusión del vehículo autónomo reduzca los costes de transporte, tanto por la mejora de la eficiencia en los desplazamientos como por el descenso del gasto en combustible; disminuya la siniestralidad; amplíe el tamaño del mercado en la medida que facilite la accesibilidad al automóvil a la población no motorizable hoy en día; fomente nuevos servicios de movilidad; condicione la planificación urbanística al reducir el espacio destinado a aparcamiento; y contribuya a la descarbonización de la economía al incentivar la electrificación de las flotas.

Una condición necesaria para acelerar la adopción del vehículo autónomo es incrementar su atractivo para la sociedad, como sucede con cualquier otra innovación tecnológica. Al respecto, las encuestas que analizan la percepción de los consumidores sobre la movilidad autónoma no obtienen resultados concluyentes. Dependiendo del país, el momento de realización del estudio y las características de los entrevistados, los resultados oscilan entre el 53% de los conductores europeos que considera adquirir un automóvil autónomo en el futuro y el 73% de los estadounidenses que declara sentirse atemorizado ante la posibilidad de utilizarlo.

Las cifras para España son menos benévolas. Si bien el 54% de los conductores manifiesta interés en el vehículo autónomo, tan solo el 13% planea comprar uno. Ante la posibilidad de elegir entre conducción tradicional o autónoma, ocho de cada diez optarían por la primera.

Aunque las encuestas de opinión ofrecen una visión puntual del sentimiento de una población sobre la movilidad autónoma, presentan algunas carencias que merman su utilidad como herramientas de seguimiento de la confianza, como su escaso tamaño muestral y su falta de recurrencia. Para superar estos inconvenientes, un estudio reciente de BBVA Research utiliza la base de datos global de eventos, idioma y tono (GDELT, por sus siglas en inglés), que recopila información en tiempo real de los medios de comunicación sobre millones de temáticas y permite construir indicadores de sentimiento o atractivo.

Los resultados sugieren que las reticencias de los consumidores españoles ante la movilidad autónoma se fundamentan en la percepción de inseguridad. Aunque el consenso sobre los efectos beneficiosos de la implantación del vehículo autónomo para la accidentalidad es amplio, los eventuales fallos de seguridad y la participación en accidentes de tráfico, como el sucedido el pasado mes de marzo en Arizona, deterioran su atractivo. Si bien se detecta un interés creciente y una corriente de opinión favorable, la percepción social de la movilidad autónoma se resiente con cada suceso que cuestiona la seguridad en la conducción, sobre todo si ponen en riesgo vidas humanas. A diferencia del escándalo del dieselgate en septiembre de 2015, que ha tenido repercusiones negativas y permanentes sobre el atractivo de los automóviles diésel, el impacto sobre la opinión pública de los percances con vehículos autónomos ha sido, hasta el momento, transitorio.

Estos resultados sugieren que los consumidores han asimilado los fallos de seguridad de los vehículos autónomos durante la fase previa a su implantación. Pero a la vista de las consecuencias de la pérdida de confianza en los automóviles diésel, la transigencia de la población puede desaparecer si los percances se generalizan a medida que el despliegue de la movilidad autónoma avance. En consecuencia, la industria de la automoción y las autoridades no deberían bajar la guardia si aspiran a que la conducción autónoma sea una realidad cien años después del primer ensayo.

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

INTERESADOS DIRIGIRSE A:

BBVA Research: Calle Azul, 4. Edificio La Vela – 4ª y 5ª planta. 28050 Madrid (España). Tel.:+34 91 374 60 00 y +34 91 537 70 00 / Fax:+34 91 374 30 25 - bbvaresearch@bbva.com www.bbvaresearch.com