

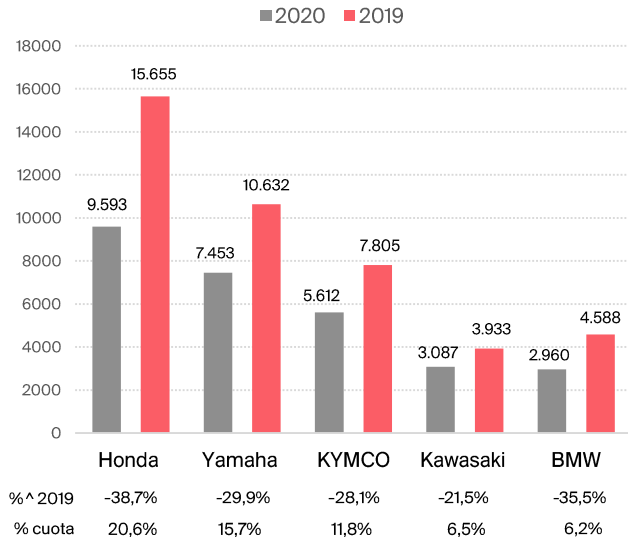
COVID-19 Y MOVILIDAD URBANA

Rueda de Prensa

25 junio, 10 h.

MERCADO

2020



Período: **01/01-19/06** (semana 25)

Mercado: **motocicletas** (>50 cc)

Segmento: **scooter + marchas**

Canal: **particular**

Total mercado: **-23.265 uds.** (-33,3%)

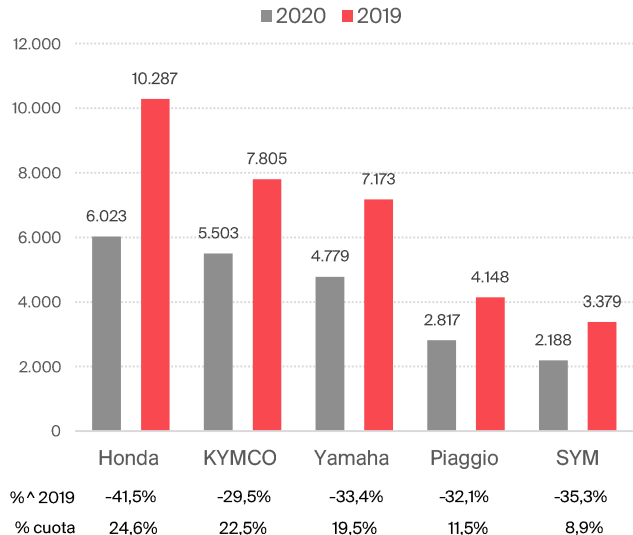
- 46.675 uds. (2020) vs. 69.940 uds. (2019)

Resumen:

- Canales 'Empresas' + 'Alquiler' suman otras 6.000 uds. no matriculadas durante la pandemia.
- *Stock* existente mercado supera la demanda.
- Dificultad fin de serie EURO 4 en diciembre 2020.
- KYMCO estima 5.400 uds. sobre *stock* por encima del margen fin de serie EURO 4.

MERCADO

2020



Período: **01/01-19/06** (semana 25)

Mercado: **motocicletas** (>50 cc)

Segmento: **scooter**

Canal: **particular**

Total mercado: **-13.835 uds.** (-36,1%)

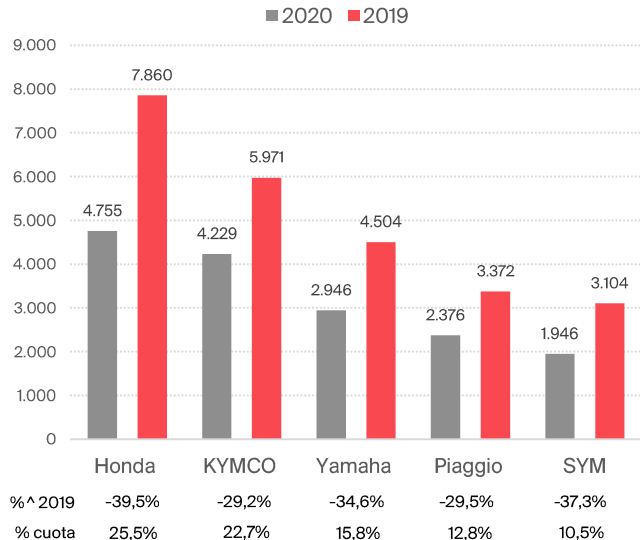
- 24.488 uds. (2020) vs. 38.323 uds. (2019)

Resumen:

- El segmento Scooter es el 52,4% del mercado total de motocicletas, canal 'particular'.
- Hasta la semana 11 (inicio Estado de Alarma en marzo) acumulaba un fuerte crecimiento del **36,4%**.
- Este segmento acumula el mayor *stock* del mercado y es el más impactado en el fin de serie EURO 4.

MERCADO

2020



Período: **01/01-19/06** (semana 25)

Mercado: **motocicletas** (>50 cc)

Segmento: **scooter 125 cc.**

Canal: **particular**

Total mercado: **-10.129 uds.** (-35,2%)

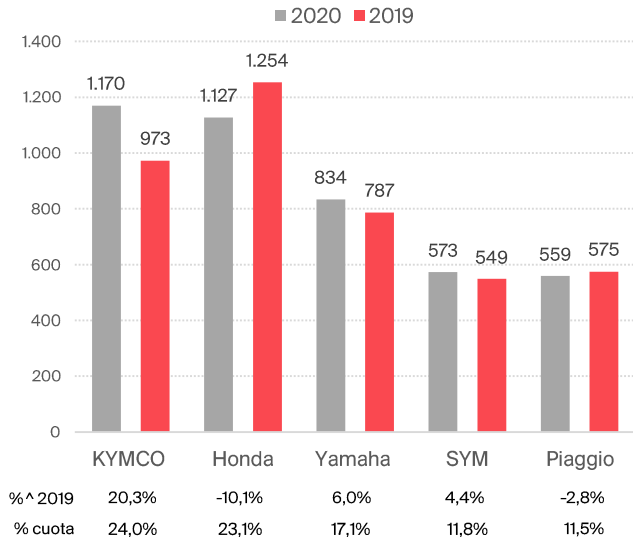
- 18.630 uds. (2020) vs. 28.759 uds. (2019)

Resumen:

- Scooter 125 cc es el segmento de mayor volumen del mercado, con diferencia.
- La suma de Honda y KYMC0 alcanza el 48,2% del mercado.
- 3 marcas del ranking trabajan casi en exclusiva en este segmento.
- Para Honda y Yamaha, este segmento representa el 49,6% y el 40,2% de sus ventas.

MERCADO

JUNIO



Período: **01-19/06** (semanas 23-25)

Mercado: **motocicletas** (>50 cc)

Segmento: **scooter 125 cc.**

Canal: **particular**

Total mercado: **+68 uds.** (1,4%)

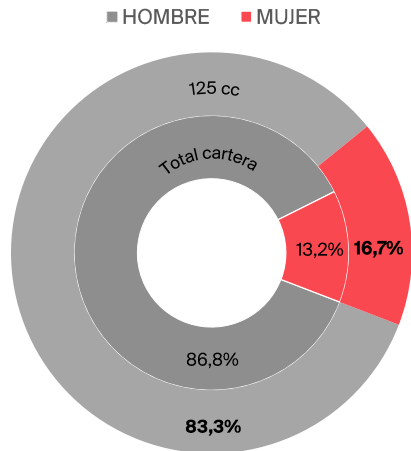
- 4.871 uds. (2020) vs. 4.803 uds. (2019)

Resumen:

- La desescalada desde el 1 de junio (semana 23) ha supuesto un leve repunte en las ventas, no obstante, el crecimiento semanal es exponencial.
- El crecimiento consolidado de junio se estima en +10%.
- KYMCO obtiene el mayor crecimiento y cuota mercado en esta vuelta a la actividad.

KYMCO

CLIENTES



Período: **2019**

Canal: **particular**

Total muestra: **15.703 clientes** (91,5% matriculaciones)

Representación mujeres

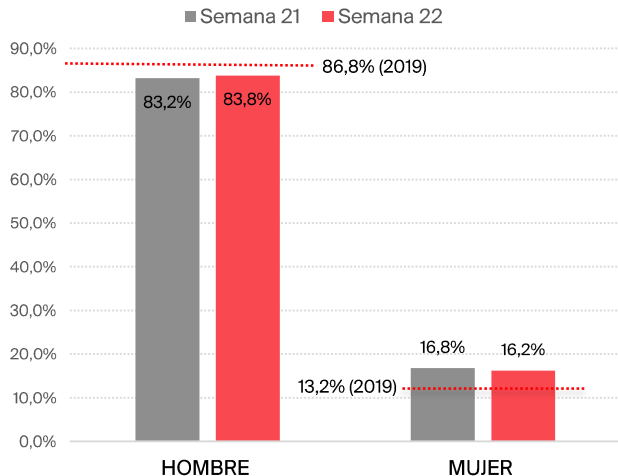
- Total cartera: 13,2%
- Sólo 125 cc: 16,7%.

Resumen:

- Con una cartera femenina del 13,2% (2019), KYMCO es probablemente la marca de sector con la mayor cuota de público femenino.
- En 2016, el público femenino era del 11,05%.
- Este incremento se observa particularmente en el segmento scooter 125: movilidad urbana.

KYMCO

CLIENTES



Período: **18/5 – 31/5** (semanas 21-22)

Segmento: **todas las cilindradas**

Canal: **particular**

Total muestra: **721 clientes** (97,2% matriculaciones)

Alza representación mujer vs media 2019:

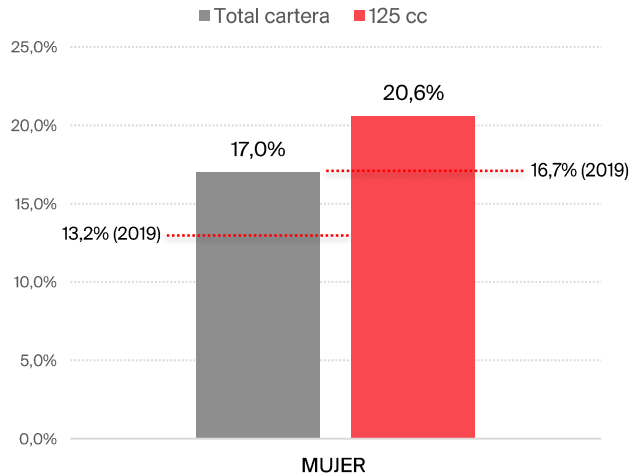
- Semana 21: **+3,6 p.p.**
- Semana 22: **+3,0 p.p.**

Resumen:

- Inicio de las diferentes FASES de la desescalada. Restrictiva en provincias de mayor volumen de ventas (Barcelona, Granada, Madrid, Málaga, Valencia, etc.).
- Observamos un importante incremento del público femenino.

KYMCO

CLIENTES



* El desvío entre las matriculaciones de las semanas 23-25 y los datos de propietarios obedece a retrasos en la recogida por las circunstancias del confinamiento.

Período: **1/6 – 19/6 (semanas 23-25)**

Segmento: **todas las cilindradas**

Canal: **particular**

Total muestra: **1.694 clientes** (111% matriculaciones)*

Alza representación mujer vs media 2019:

- Total: **+3,8 p.p.**
- 125 cc: **+3,9 p.p**

Resumen:

- Desde junio, con equidad en la apertura del comercio minorista entre las provincias, el aumento progresivo de las ventas ha sido constante (diapositiva 4).
- El porcentaje del público femenino en nuestra cartera no sólo no ha caído (efecto previsible por mayor masa de ventas), sino que su incremento es un valor relevante en comparativa con las semanas anteriores (menores datos matemáticos).

ENCUESTAS

¿COVID-19?

“¿La situación de Coronavirus ha influido en su decisión de compra?”

Período: **2/6 – 23/6**

Perfil: **nuevos propietarios KYMCO**

Selección: **max. 72 h. desde compra**

Territorio: **nacional** (sin ponderar peso provincial)

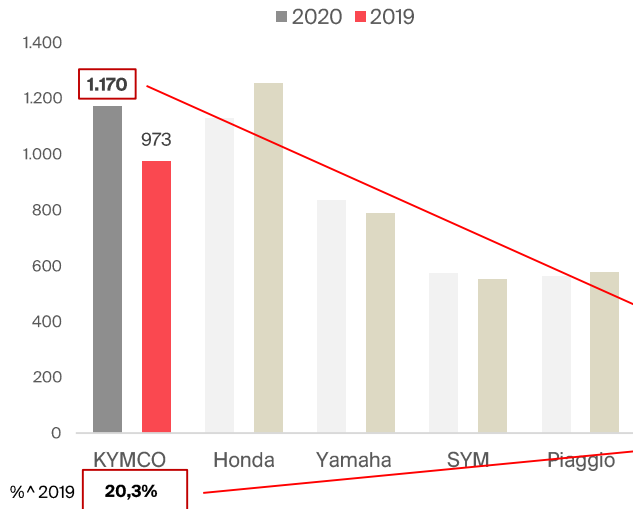
Recogida de datos: **telefónica** (RR.HH. propio).

Tipología encuesta: **pregunta cerrada**

Total muestra: **389 clientes** (33% matriculaciones)

ENCUESTAS

¿COVID-19?



Período: **2/6 – 23/6**

Perfil: **nuevos propietarios KYMCO**

Selección: **max. 72 h. desde compra**

Territorio: **nacional** (sin ponderar peso provincial)

Recogida de datos: **telefónica** (RR.HH. propio).

Tipología encuesta: **pregunta cerrada**

Total muestra: **389 clientes** (33% matriculaciones)

Resultado:

Importante: se computa sólo las respuestas afirmativas 'Sí', descontando interpretaciones subjetivas.

- **SÍ: 51 muestras (13,1%).**
- **NO: 338 muestras (86,88%).**

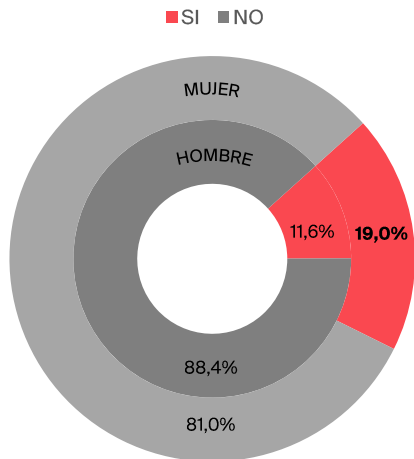
¿**1.017 uds.** sin efecto COVID-19?*

¿**4,5% de crecimiento** sin efecto COVID-19?*

* Suposición de escenarios no matemáticos.

ENCUESTAS

¿COVID-19?



Período: **2/6 – 23/6**

Perfil: **nuevos propietarios KYMCO**

Selección: **max. 72 h. desde compra**

Territorio: **nacional** (sin ponderar peso provincial)

Recogida de datos: **telefónica** (RR.HH. propio).

Tipología encuesta: **pregunta cerrada**

Total muestra: **389 clientes** (33% matriculaciones)

Resultado:

Importante: se computan sólo las respuestas afirmativas 'Sí', descontando interpretaciones subjetivas.

- **Sí: 1 de cada 5 mujeres** (19%)
- **Sí: 1 de cada 10 hombres** (12%)

KYMCO

CLIENTES

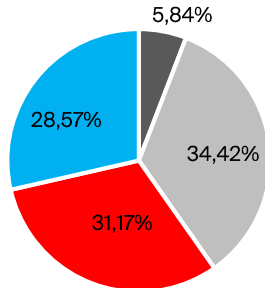
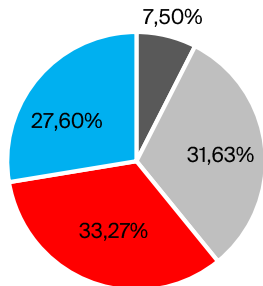


Perfil público femenino período DESESCALADA vs. cartera 2019:

- <25 años: **-1,7 p.p.**
- **25-35 años: +2,8 p.p.** (mayor volumen actual)
- 36-45 años: **-2,1 p.p.** (mayor volumen 2019)
- >46 años: **+1,0 p.p.**

2019

Desescalada 2020



■ <25 ■ 25-35 ■ 36-45 ■ >46

■ <25 ■ 25-35 ■ 36-45 ■ >46



Kymco.es