

Car Sharing – ¿Cómo la investigación puede contribuir al éxito?

Abril 2009



Introducción

- Accent es una empresa internacional de investigación de mercados, especializada en estudios en el sector transporte:
 - Nuevos productos
 - Exploración cualitativa
 - Preferencias declaradas
- Número de estudios de demanda / desarrollo de producto:
 - Car sharing en UK
 - Alquiler de coches eléctricos en una principal ciudad Europea
 - Alquiler de bicicletas en Edimburgo



Métodos de Investigación para nuevos conceptos y productos

- La investigación resulta importante puesto que normalmente no se cuenta con información sobre la posible reacción del mercado – minimiza el riesgo
- Un acercamiento efectivo de la investigación abarca:
 - *Desk research* / talleres para buscar acuerdo sobre conceptos generales, definir el mercado objetivo, etc
 - Fase cualitativa para explorar el concepto en detalle y comprender las necesidades del mercado
 - Preferencias declaradas para estimar la demanda bajo distintos escenarios (i.e. tarificación, definición del producto etc.)

¿Qué son las Preferencias declaradas?

- Técnica que establece prioridades y valoraciones de los consumidores de atributos componentes de un producto o servicio
- También conocida como análisis conjoint/trade off
- Asume que las preferencias (y potencialmente el comportamiento) puede ser modelado
- ¿Cómo? ... Pidiendo a los entrevistados que elijan entre parejas de productos / servicios estadísticamente diseñados
- Lo ideal: mantenerlo simple y fácil de entender



Demanda de Car Clubs en UK (1)

- Estudio importante para el Departamento (o Ministerio) de Transporte de UK
 - En etapa inicial del concepto de car club
- Una investigación diseñada para :
 - Explorar si los car clubs serían exitosos en UK
 - Definir la naturaleza de los esquemas de funcionamiento del car club
 - Estimación de demanda



Demanda de Car Clubs en UK (2)

Investigación en tres fases:

1. Desarrollo del conceptos de car club UK

- *Desk research* o análisis de información existente
- Entrevistas en profundidad con operadores en Europa continental y empresas de alquileres de coches

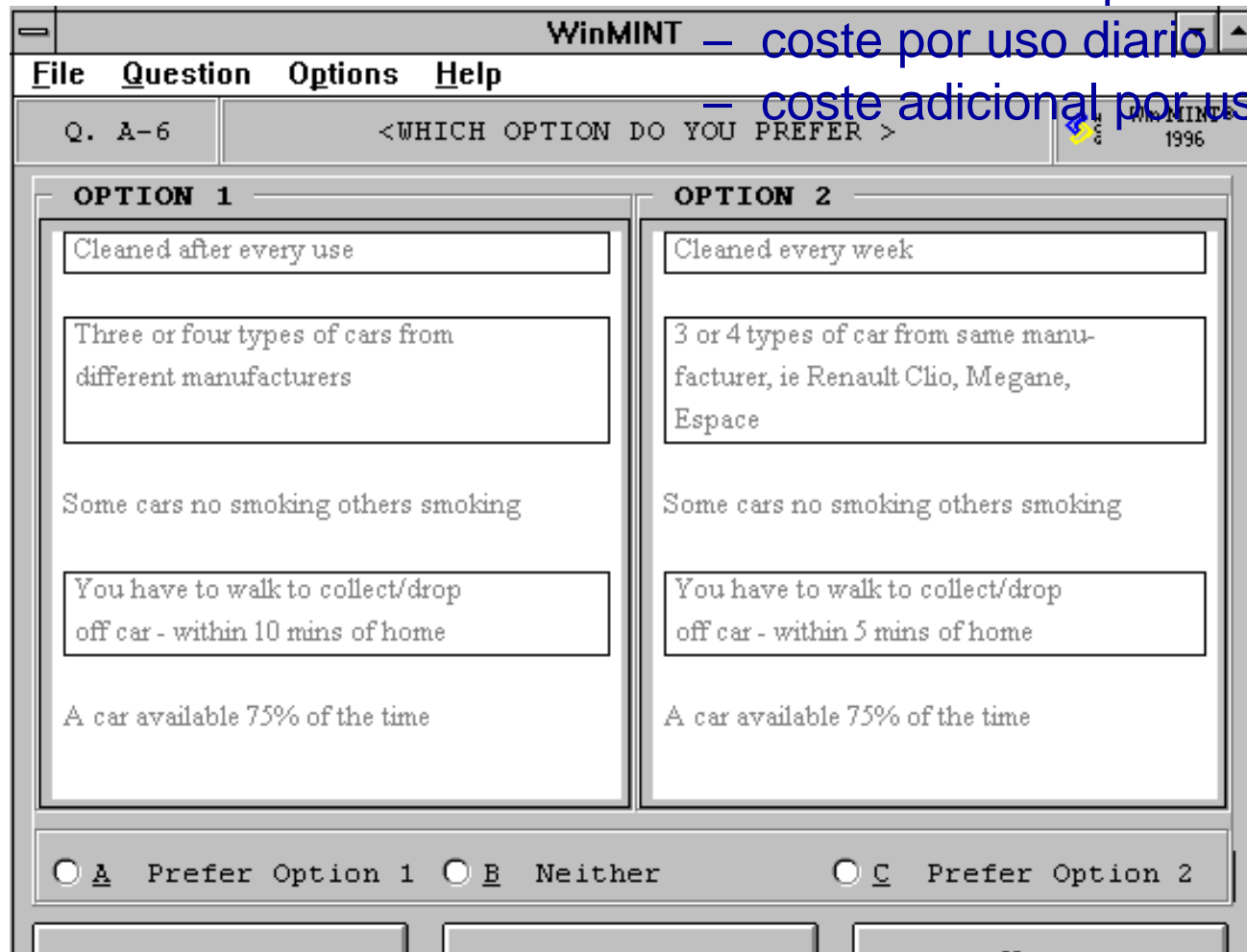
2. Prueba de ‘atracción’ de los conceptos de car club UK

- Investigación cualitativa entre potenciales *early adopters* para comprender problemas y barreras y definir conceptos
- Técnica de preferencias declaradas para evaluar la importancia de distintos aspectos y estimar la demanda

3. Obtener *feedback* sobre los resultados por parte de las partes participantes

Demanda de Car Clubs en UK (3)

- Variables utilizadas en preferencias declaradas:
 - limpieza
 - gama de coches
 - disponibilidad
 - coste de suscripción anual
 - coste por uso diario
 - coste adicional por uso



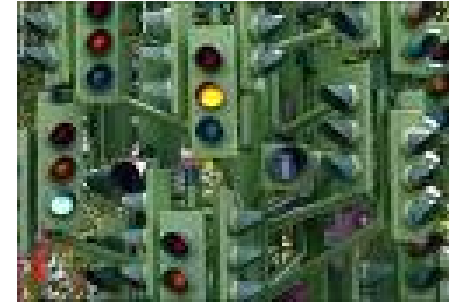
The screenshot shows a window titled "WinMINT" with a menu bar containing "File", "Question", "Options", and "Help". The main area displays a question: "Q. A-6 <WHICH OPTION DO YOU PREFER >". Below the question are two columns, "OPTION 1" and "OPTION 2", each containing several text boxes with different attributes. At the bottom, there are three radio buttons labeled "A Prefer Option 1", "B Neither", and "C Prefer Option 2".

OPTION 1	OPTION 2
Cleaned after every use	Cleaned every week
Three or four types of cars from different manufacturers	3 or 4 types of car from same manufacturer, ie Renault Clio, Megane, Espace
Some cars no smoking others smoking	Some cars no smoking others smoking
You have to walk to collect/drop off car - within 10 mins of home	You have to walk to collect/drop off car - within 5 mins of home
A car available 75% of the time	A car available 75% of the time

A Prefer Option 1 B Neither C Prefer Option 2

Demanda de Car Clubs en UK (4)

- Las características más importantes fueron:
 - Coste bajo de alquiler
 - Buena disponibilidad
 - Coches fuesen recogidos / entregados en casa
 - Todos los coches no fumadores
 - Limpieza del coche luego de cada uso
- Estimación de demanda:
 - Por ubicación, tipo de uso actual de coches, edad, género, estilo de vida



Esquema de alquiler de bicicletas en Edimburgo



- Concepto similar al del esquema de Paris
- Investigación para:
 - Evaluar la demanda y el tamaño de mercado para un esquema de alquiler de bicicletas
 - Evaluación de localización de las posibles ubicaciones de las estaciones de bicicletas
- 950 entrevistas de preferencias declaradas en las calles de Edimburgo utilizando PDAs
- Las variables de preferencias declaradas fueron :
 - Cuota de suscripción
 - Estructura tarifaria
 - Método de acceso

<ul style="list-style-type: none">• No subscription fee• Free for 1st half hour, then £5/hr• Free for 1st 30 mins, then £5/hr• Free for 1st 30 mins, then £5/hr	<ul style="list-style-type: none">• £25 per annum• Flat fee £3 per hour• Flat fee £3 per hour• Flat fee £3 per hour
<input checked="" type="radio"/> OPTION A	<input type="radio"/> OPTION B
<input type="button" value="Previous"/> <input type="button" value="Next"/>	<input type="button" value="Note"/> <input type="button" value="Undo All"/> <input type="button" value="End"/> 10

Esquema de alquiler de coches eléctricos

- Ciudad europea evaluando un esquema de alquiler de coches eléctricos
- Accent está actualmente realizando una investigación de preferencias declaradas para estimar la demanda bajo diferentes especificaciones:
 - Número de ubicaciones
 - Coste de suscripción
 - Coste por día
 - Seguridad en las estaciones



La ayuda de la investigación en otras áreas

- Estudio de demanda de wifi para varios de los operadores de trenes en UK y para el Eurostar
- Impacto del tarificación vial, zona de bajas emisiones en Londres, peaje en autopistas
- Demanda de nuevos medios (Eurostar, Heathrow Express, ULTra, nuevas rutas de tranvía etc)
- Demanda de nuevos conceptos de billetes



Investigación en curso

- Importancia de estudios de investigación no solo en fases iniciales de creación o producción, sino también durante el uso
- Sin necesidad de una inversión mayor
 - Medición de satisfacción de usuarios
 - Cuantitativamente
 - Online
 - Mejoras en productos / servicios
 - Cualitativamente
 - CATI



