

Estudio Allianz: El 38% de los conductores españoles ha vivido una situación crítica por culpa de la pantalla táctil del coche

21 de octubre de
2026
Madrid

- **El 64% preferiría recuperar controles físicos para funciones esenciales**
- **El 38% reconoce enviar mensajes con el móvil en la mano mientras conduce**
- **Allianz alerta de que la distracción al volante puede resultar más peligrosa que conducir con una tasa de alcohol de 0,8 g/l**

Las pantallas táctiles se han convertido en una de las principales preocupaciones de los conductores españoles. Más de uno de cada tres (38%) asegura haber vivido una situación crítica mientras utilizaba la pantalla del vehículo al volante y casi dos de cada tres (64%) desearían recuperar controles físicos para funciones esenciales. En paralelo, el smartphone sigue siendo una fuente habitual de distracción: el 38% admite enviar mensajes con el móvil en la mano mientras conduce, al menos ocasionalmente.

Estas son algunas de las conclusiones para España del estudio [**"SWIPE. TAP. CRASH. La distracción al volante en la era del coche digital"**](#), elaborado por el Allianz Center for Technology (AZT) con motivo del Allianz Motor Day 2026.

Los resultados reflejan una creciente preocupación por el efecto de la digitalización en la seguridad vial. El 79% de los conductores españoles considera que las tecnologías integradas en el vehículo han aumentado las distracciones durante la conducción en los últimos años.

Entre los conductores que han provocado un accidente, el 72% reconoce que la distracción pudo desempeñar algún papel en el siniestro: el 31% afirma que influyó con seguridad y otro 41% cree que pudo haber contribuido.

Según las investigaciones del Allianz, las distracciones están presentes como causa directa o factor contribuyente en uno de cada tres accidentes de tráfico, una incidencia significativamente superior a la que reflejan habitualmente las estadísticas oficiales.

La pantalla táctil, en el centro del debate

La transformación digital del automóvil ha trasladado a pantallas y menús funciones que anteriormente podían accionarse de forma prácticamente intuitiva mediante botones o mandos físicos. Y los conductores españoles parecen cuestionar cada vez más este modelo.

21 de octubre de
2026
Madrid

Declaraciones de Dr. Klaus-Peter Röhler, miembro del Comité de Dirección de Allianz SE

“Nuestra investigación muestra que una misma tarea puede requerir hasta un 25 % menos de atención visual en un vehículo que en otro. Esto nos dice algo importante: la distracción no es solo una cuestión del comportamiento del conductor. También es una cuestión de diseño. Un coche no es un smartphone. Cuando la seguridad está en juego, la funcionalidad debe prevalecer sobre el diseño.”

La investigación de Allianz va más allá de preguntar a los conductores y cuantifica qué ocurre cuando la atención abandona la carretera.

En colaboración con **CogniBIT**, firma especializada en modelización cognitiva, Allianz simuló cuatro situaciones de tráfico utilizando datos reales de comportamiento visual.

Resultados de las simulaciones:

Escenario	Conductor atento	Conductor distraído	Incremento del riesgo
Frenada de emergencia en autopista	18,2% colisiones	54,3% colisiones	Casi el triple
Aparición inesperada de un niño	3,9% colisiones	11,2% colisiones	2,9 veces más

En el escenario del niño, el 39% de los conductores distraídos no llegó a reaccionar. En los cuatro escenarios analizados, los conductores distraídos obtuvieron peores resultados que aquellos simulados con una tasa de alcoholemia de 0,8 g/l.

El móvil no ha desaparecido

La digitalización del vehículo no sustituye a una de las fuentes tradicionales de distracción. En España, **el 38% de los conductores reconoce utilizar un smartphone en la mano para enviar mensajes mientras conduce**, al menos de forma ocasional.

La investigación dibuja un escenario en el que conviven dos fuentes de distracción:

1. La que el conductor lleva consigo: fundamentalmente el smartphone.
2. La que forma parte del propio vehículo: pantallas y sistemas digitales cada vez más sofisticados.

21 de octubre de
2026
Madrid

Sin embargo, los españoles no trasladan toda la responsabilidad a la tecnología. El 87% considera que son los propios conductores quienes tienen la principal responsabilidad a la hora de reducir las distracciones al volante.

Una preocupación compartida más allá de España

Los resultados obtenidos en España se alinean con una tendencia observada en el conjunto de los nueve países analizados por Allianz (Alemania, Austria, Australia, Brasil, España, Francia, Italia, Reino Unido y Suiza).

A nivel internacional, el 79% de los conductores considera que la tecnología incorporada en los vehículos ha incrementado las distracciones en los últimos años, exactamente el mismo porcentaje registrado en España. Además, el 53% califica el riesgo de distracción al volante como alto o muy alto.

La relación entre distracción y siniestralidad también presenta resultados similares. Entre los conductores de los nueve países que habían sido responsables de un accidente en los tres años anteriores, el 73% reconoce que la distracción influyó de forma segura o probable en el siniestro, una cifra muy cercana al 72% registrado entre los conductores españoles.

La preferencia por controles físicos frente a menús digitales también trasciende fronteras. Dos de cada tres conductores a nivel internacional prefieren disponer de mandos físicos para las funciones más importantes relacionadas con la seguridad, un resultado prácticamente idéntico al observado en España, donde el 64% apuesta por recuperar este tipo de controles.

Los resultados reflejan un consenso creciente entre los conductores: la innovación tecnológica aporta nuevas funcionalidades al vehículo, pero no debería obligar a apartar la atención de la carretera para realizar acciones esenciales durante la conducción.

Allianz pide actuación a tres bandas

Allianz plantea una actuación coordinada entre fabricantes, reguladores y conductores:

Actor	Petición de Allianz
Fabricantes de automóviles	Reconsiderar el diseño de las interfaces y priorizar la accesibilidad de las funciones críticas para la seguridad
Reguladores	Abordar de manera sistemática las distracciones asociadas tanto a smartphones como a los sistemas digitales integrados en los vehículos
Conductores	Ser conscientes de que unos segundos de atención fuera de la carretera pueden resultar decisivos

21 de octubre de
2026
Madrid

Más de dos segundos con la vista fuera de la carretera multiplica el riesgo

Una revisión de más de 80 estudios científicos incluida en la investigación concluye que apartar la mirada de la carretera durante más de dos segundos incrementa significativamente el riesgo de accidente.

Para Allianz, la conclusión no pasa por renunciar a la digitalización del automóvil, sino por conseguir que la tecnología esté al servicio del conductor sin competir con la carretera por su atención.

Sobre el estudio

El Allianz Center for Technology (AZT) llevó a cabo su programa de investigación más completo hasta la fecha sobre las distracciones al volante. El estudio analizó más de 34.000 accidentes de tráfico, realizó pruebas de seguimiento ocular en vehículos reales y desarrolló un estudio con simulador de conducción en colaboración con la Universidad Técnica de Múnich. El programa también incluyó la modelización cognitiva de situaciones críticas de tráfico, una encuesta internacional a conductores y la revisión de más de 80 estudios científicos publicados. Los resultados se presentaron durante la 14.ª edición del Allianz Motor Day y se recogen en el informe **"SWIPE. TAP. CRASH. La distracción al volante en la era del coche digital"**.

Para más información:

Sonia Rodríguez

Tel. 638 93 00 08

sonia.rodriguez@allianz.es

Sobre Allianz Seguros

Allianz Seguros es la filial principal del Grupo Allianz en España y una de las compañías líderes del sector asegurador español. Con presencia en todo el territorio nacional, la compañía cuenta con más de 2.300 empleados y una red de más de 13.000 mediadores.

Allianz Seguros ofrece seguros para particulares (Vida, Salud, Autos, Hogar y Accidentes) y para empresas (Multirriesgos, responsabilidad civil y soluciones personalizadas), combinando atención presencial en su red de sucursales con servicios digitales a través de su aplicación móvil y área de cliente online. Allianz Seguros forma parte del Grupo Allianz, uno de los principales aseguradores y gestores de activos del mundo, presente en cerca de 70 países y al servicio de alrededor de 97 millones de clientes particulares y corporativos*.

Más información: <https://www.allianz.es/>.

Estas aseveraciones quedan, como siempre, sujetas a la siguiente [nota preventiva](#).