

MOTOR²⁰²²

EL CONSUMIDOR DEL SECTOR CARAVANING EN ESPAÑA

 elobservatoriocetelem.es
 cetelem.es
 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

25 AÑOS

OBSERVATORIO
Cetelem

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 



ÍNDICE

Introducción	03
Evolución de las matriculaciones de caravanas y autocaravanas en España.	04
Mi caravana/autocaravana actual	06
Impacto de la COVID-19 en el sector caravaning	12
Mi Marca y Mi concesionario	14
Mi proceso de compra	17
Alquiler de caravanas y autocaravanas	30
Financiación	36
Intención de compra	39
Renting	43
Conclusiones	47
Ficha técnica	51



INTRODUCCIÓN

LILIANA MARSÁN

**Responsable de El Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España**

Este año celebramos el 25º aniversario de El Observatorio Cetelem. Desde 1997, los informes y estudios de El Observatorio Cetelem en España han venido analizando con rigor las tendencias y hábitos de consumo de los ciudadanos, y nuestra intención es seguir haciéndolo en los próximos años.

Cetelem presenta la quinta edición de El Observatorio Cetelem del Motor, estudio donde analizamos los hábitos y comportamientos de compra en los sectores del automóvil, la moto y el caravaning, a través de las encuestas realizadas a consumidores españoles. Así mismo, hemos contado con la participación de expertos a través de la realización de entrevistas y a los cuales queremos agradecer su participación en el estudio.

En lo que respecta al sector del automóvil, lo más destacable es el aumento de la compra de coches de ocasión, así como del importe medio destinado a dicha compra. El aumento del precio del combustible hace plantearse cambios en el uso del coche, reduciendo su uso e incluso cambiar de tipo de coche por un modelo híbrido o eléctrico. En cuanto a la intención de compra, destacar el aumento de 5 puntos hacia los coches eléctricos.

En lo relativo al sector de la moto, lo más destacable es qué, aunque la Scooter sigue siendo la más usada y más comprada, se observa un cambio de tendencia hacia la moto de carretera. La intención de compra sigue siendo buena para el año que viene y con gastos previstos que superan a los del año anterior. En lo que respecta a la moto eléctrica, se nota un incremento en la intención de compra manifestada, eso sí, sin realizar un esfuerzo financiero adicional.

En lo que respecta al sector del caravaning, lo más destacable es que las autocaravanas continúan siendo las más demandadas por los usuarios de caravaning. Especial atención al incremento de la compra de elementos de segunda mano, motivado no sólo por el factor precio sino también por el retraso de la disponibilidad de vehículos nuevos (por la falta de componentes).

Todos estos datos y muchos más los mostramos a modo de resumen a continuación y con más detalle en el estudio completo que pueden encontrar en nuestra web del Observatorio Cetelem: www.elobservatoriocetelem.es

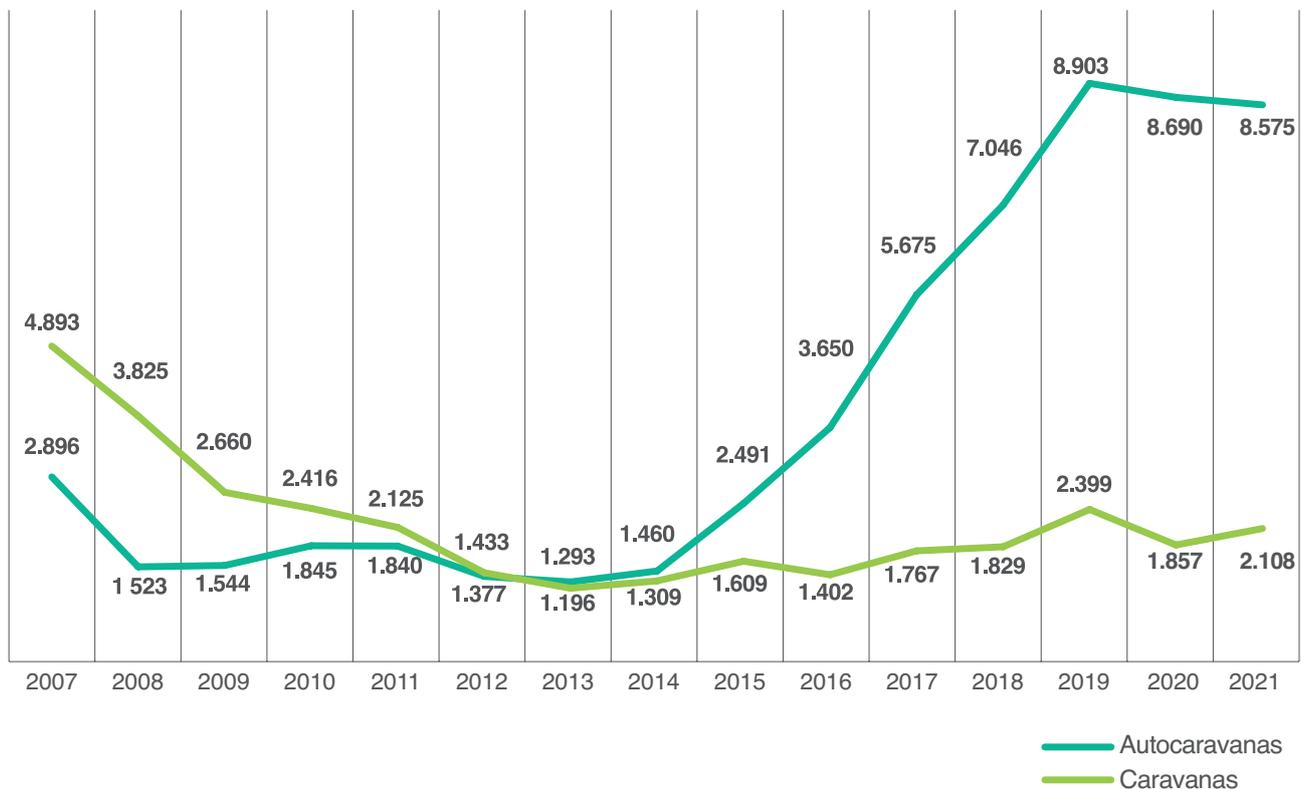
Esperamos que la información sea de su interés.

Liliana Marsán

Responsable de El Observatorio Cetelem

Evolución de las matriculaciones de caravanas y autocaravanas en España

MATRICULACIONES CARAVANAS Y AUTOCARAVANAS



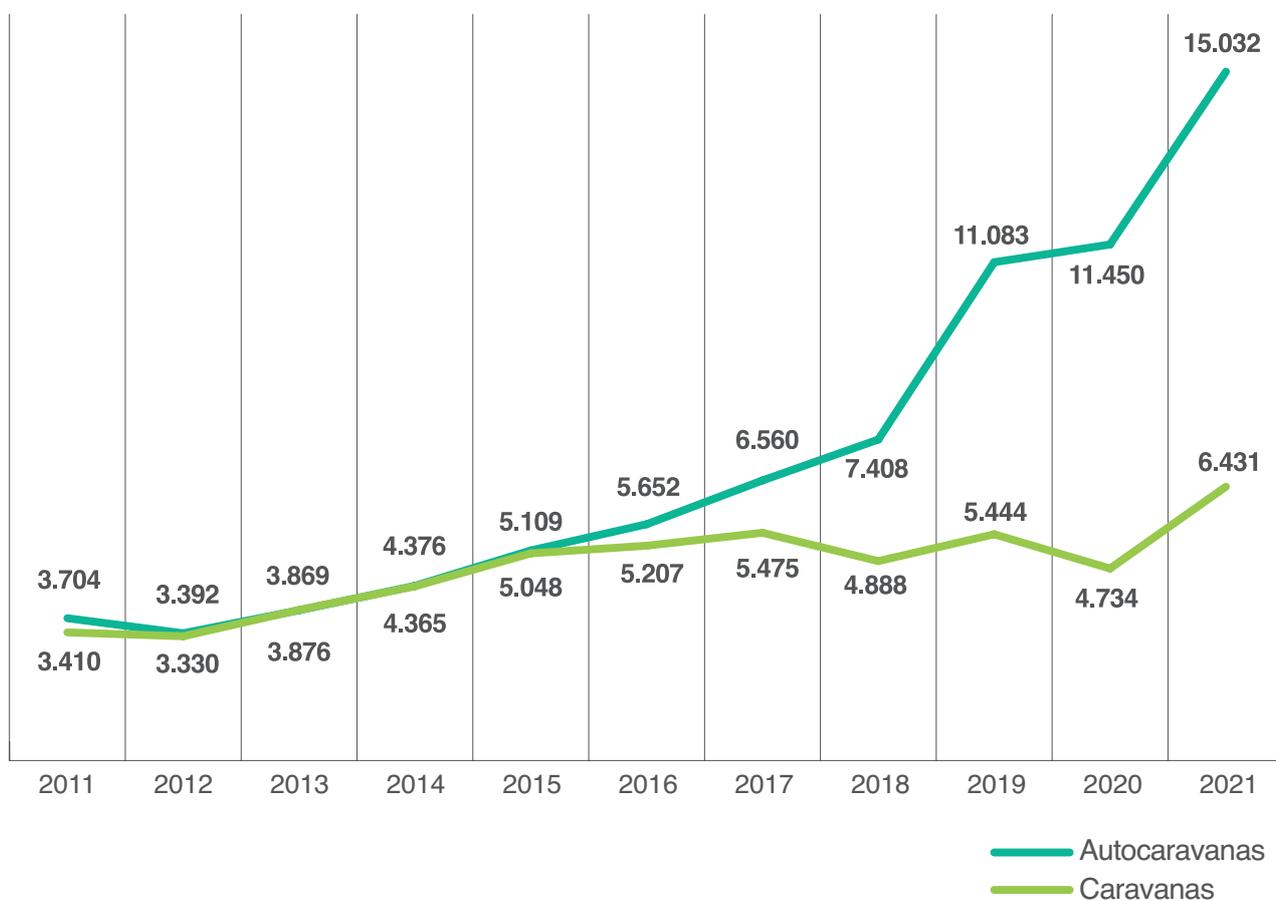
Fuente: ASEICAR

Las matriculaciones de caravanas han crecido de las 1.857 unidades en 2020 a las 2.108 en 2021, lo que supone un crecimiento del 14%.

Por su parte, las autocaravanas han pasado de las 8.690 unidades en 2020 a las 8.575 en 2021, disminuyendo en un 1%.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022
El consumidor del sector caravaning en España

**MATRICULACIONES CARAVANAS
Y AUTOCARAVANAS USADAS**



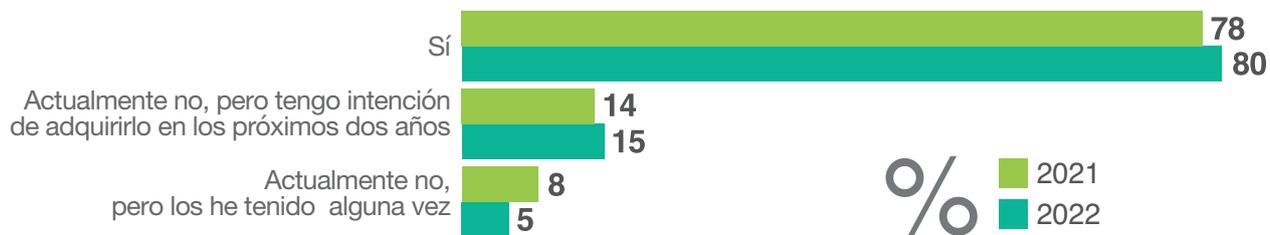
Fuente: ASEICAR

Las matriculaciones de caravanas usadas han crecido de las 4.734 unidades en 2020 a las 6.431 en 2021, lo que supone un crecimiento del 36%.

Por su parte, las autocaravanas usadas han pasado de las 11.450 unidades en 2020 a las 15.032 en 2021, aumentando en un 31%.

MI CARAVANA/ AUTOCARAVANA ACTUAL

¿Tienes un elemento de “caravanning” en la actualidad? (% Respuesta única)



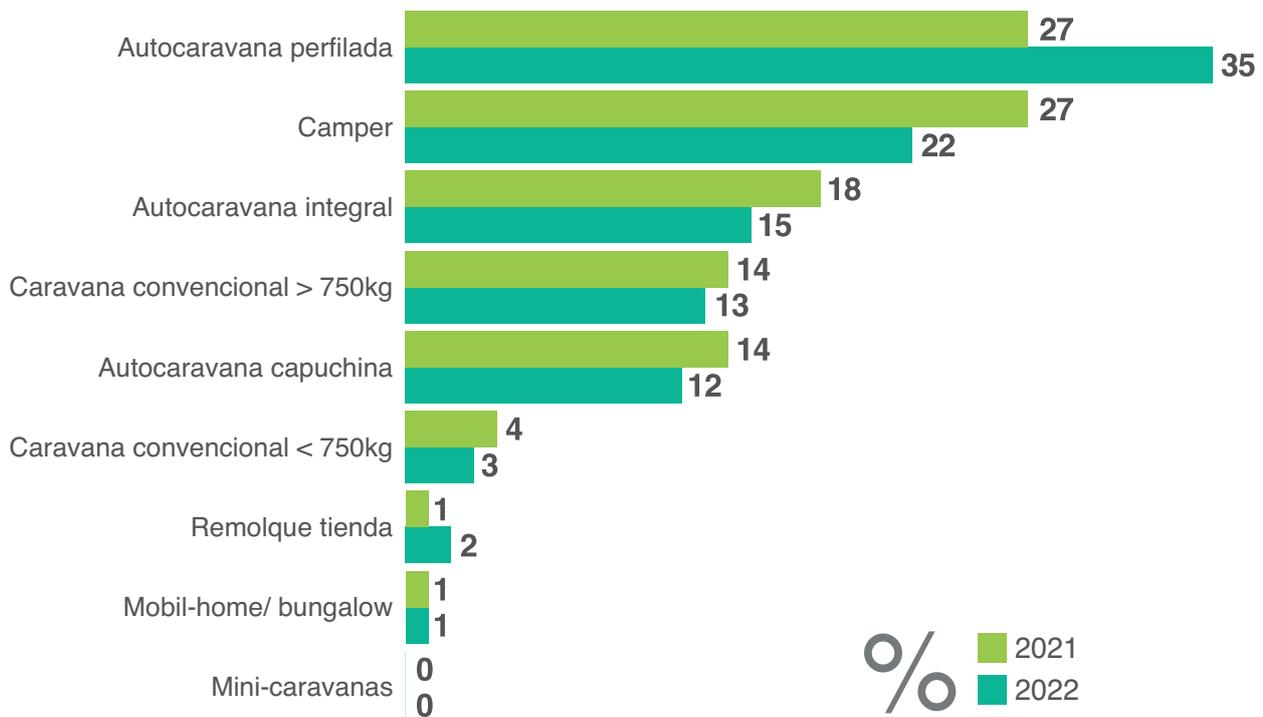
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 80% de los usuarios de caravanning encuestados afirma tener actualmente algún elemento de caravanning (vs 78% de 2021), seguidos del 15% que a día de hoy no tiene pero pretende adquirir en los próximos dos años (vs 15%

de 2021). Los que anteriormente han tenido algún elemento de caravanning pero en la actualidad no, son el 5% de los usuarios (3 puntos menos que en 2021).

El consumidor del sector caravaning en España

¿Qué tipo/s de elemento/s de “caravaning” tienes? (% respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

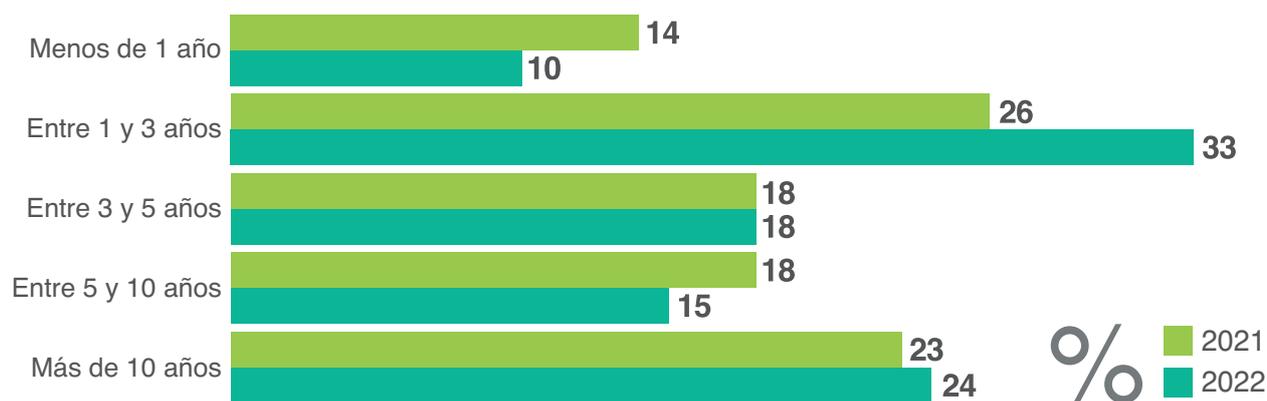
Entre los encuestados que tienen actualmente algún elemento de caravaning, el 35% son propietarios de una autocaravana perfilada, seguidos por un 22% que son

propietarios de camper (con un 31% de menciones por parte de los usuarios menores de 45 años) y por los que poseen autocaravanas integrales con el 15%.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022

El consumidor del sector caravaning en España

¿Cuánto tiempo hace que tienes tu/s caravana/s o autocaravana/s? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

En cuanto al tiempo que hace que los usuarios encuestados tienen sus caravanas o autocaravanas, observamos que el 33% la tiene desde hace entre 1 y 3 años (26% el año anterior) y el 24% desde hace más de 10

años. Los que tienen su caravana o autocaravana desde hace menos de un año son el 10% de los usuarios con un porcentaje 4 puntos inferior al del año anterior.

El consumidor del sector caravaning en España

¿Cuánto te gastaste en tu/s caravana/s o autocaravana/s aproximadamente?

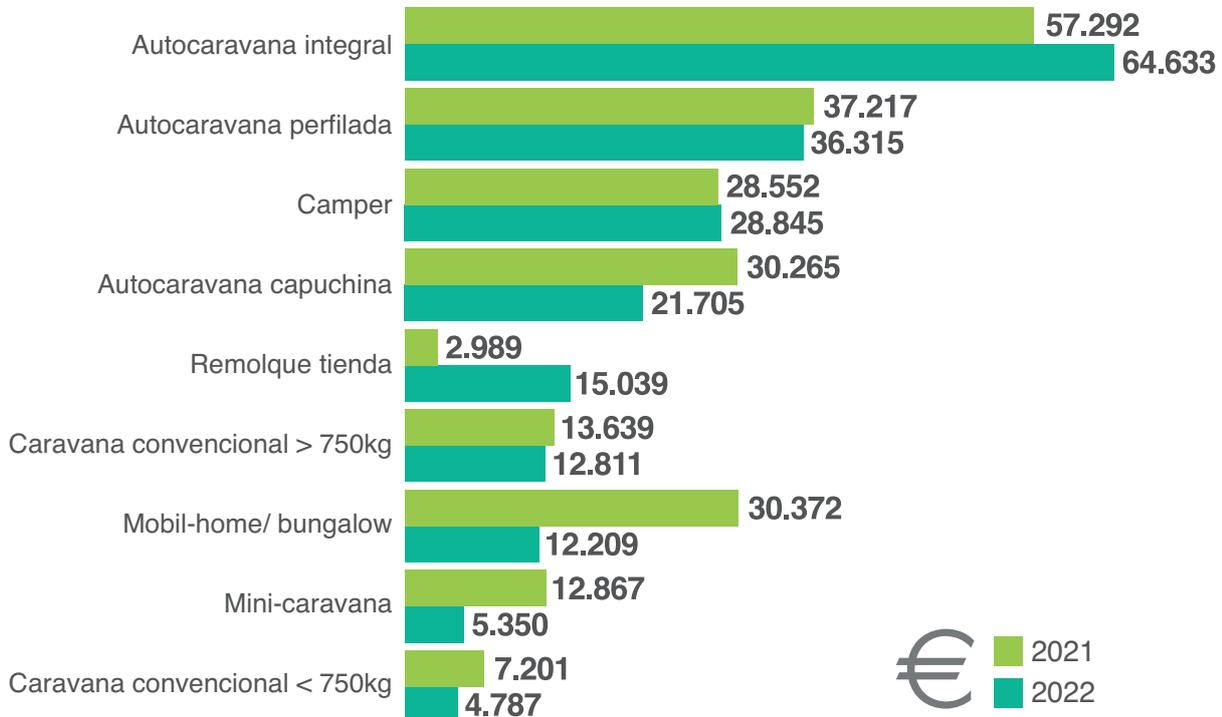
(Respuesta abierta numérica) Media



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El gasto medio realizado por los usuarios encuestados que tienen algún elemento de caravaning fue de 41.695€. El gasto de este año es unos 2.000€ inferior al de 2021, por lo que desciende en un 4%.

Los mayores de 45 años realizaron un gasto medio de 43.512€, por su parte, los menores de 45 llegaron hasta los 35.987€ de media.



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

En cuanto al gasto medio por tipo de caravana o autocaravana, destacan por encima del resto las autocara-

vanas integrales con 64.633€, las perfiladas con 36.315€ y las camper con 28.845€.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022

El consumidor del sector caravaning en España

¿Con quién realizas tus viajes en caravana o autocaravana?

(% respuesta múltiple)

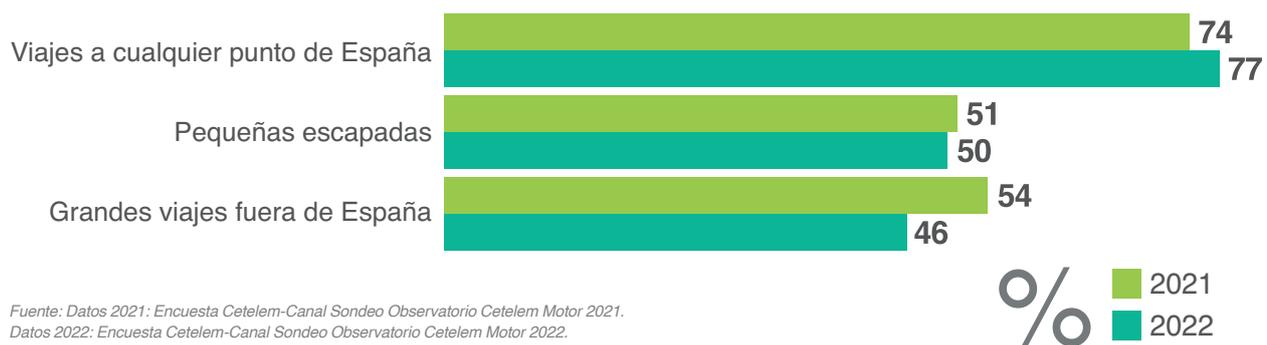


Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 58% de los usuarios realiza sus viajes en pareja (destacan los mayores de 45 años con el 65% de menciones

en este apartado) y el 53% con la familia (donde destacan los menores de 45 años con el 75% de menciones).

¿Qué tipo de viajes sueles hacer? (% respuesta múltiple)



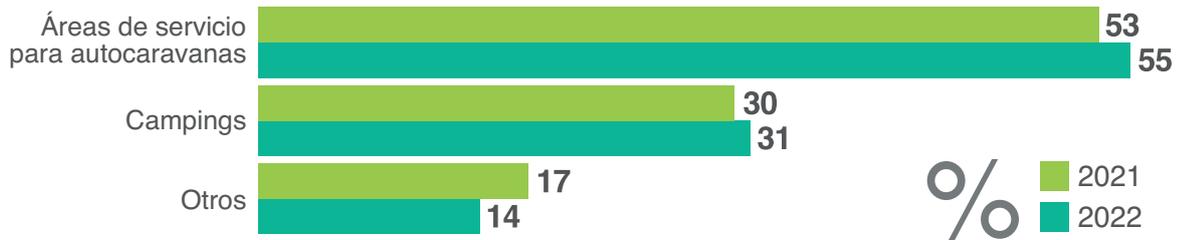
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Los viajes a cualquier punto de España es el tipo de viaje que más realizan los usuarios con un 77% de las menciones. Por detrás quedan las pequeñas escapadas con un 50% y los grandes viajes fuera de España un 46% de menciones.

Los menores de 45 años destacan por encima de la media a la hora de hacer pequeñas escapadas con un 60% de menciones, 10 puntos por encima de la media.

El consumidor del sector caravaning en España

¿Dónde sueles pernoctar? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 55% de los encuestados afirma pernoctar en áreas de servicio para autocaravanas, seguido por los que eligen pernoctar en campings con un 31% de menciones.

Observando los datos por rangos de edad, son los menores de 45 años los que menos eligen las áreas de servicio con un 43%.



IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL SECTOR CARAVANING

Durante el 2020 teniendo en cuenta la pandemia de la COVID-19, ¿has comprado alguna caravana o autocaravana? (% Respuesta única)

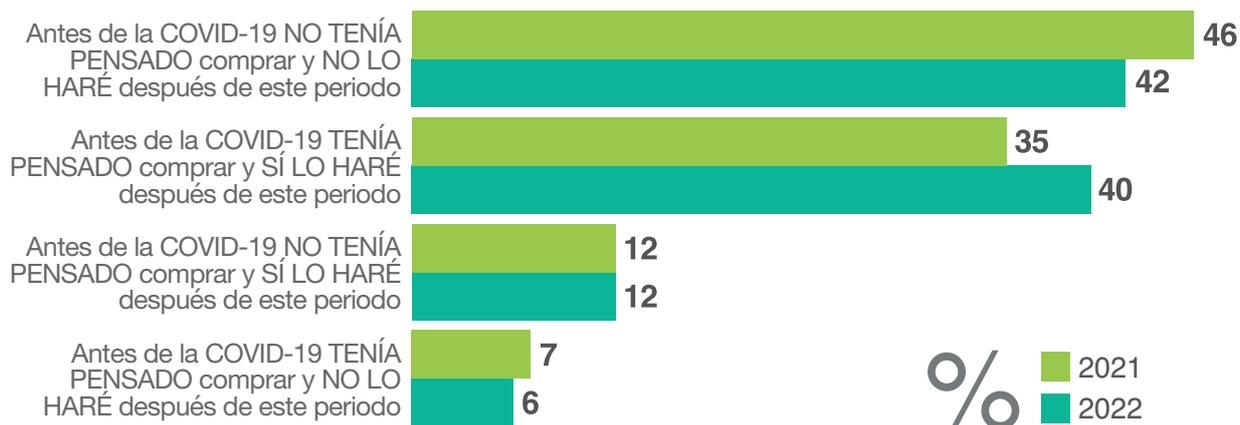


Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 27% de los encuestados afirma haber comprado una caravana o autocaravana durante este año de pandemia.

El consumidor del sector caravaning en España

¿Cómo ha afectado la COVID-19 a la hora de comprar caravanas o autocaravanas? (% Respuesta única)

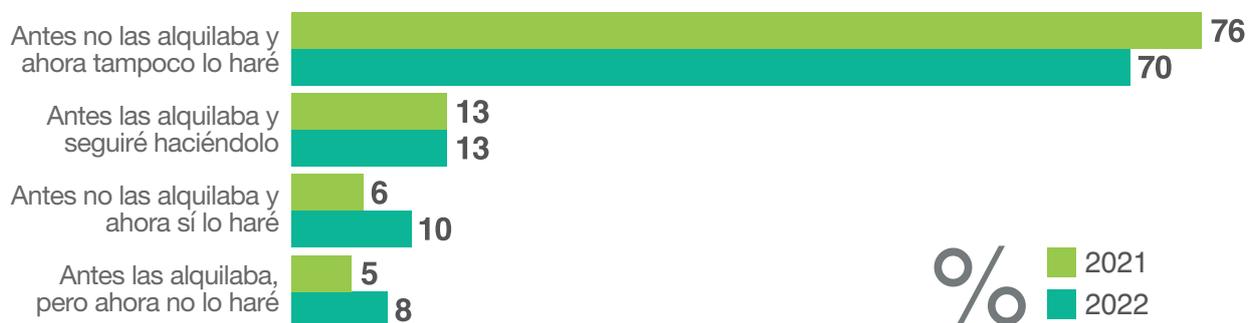


Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Un 6% de los encuestados afirma que la COVID-19 ha afectado negativamente a sus planes en este sector ya que tenía pensado comprar una caravana o autocaravana y después de lo ocurrido no lo harán. En cambio

observamos a un 12% que ha experimentado lo opuesto, al pasar de no tener pensado comprar a plantearse su compra tras verlo como una nueva alternativa para viajar o disfrutar.

¿Y cómo ha afectado la COVID-19 a la hora de alquilar caravanas o autocaravanas para tus escapadas o vacaciones? (% Respuesta única)



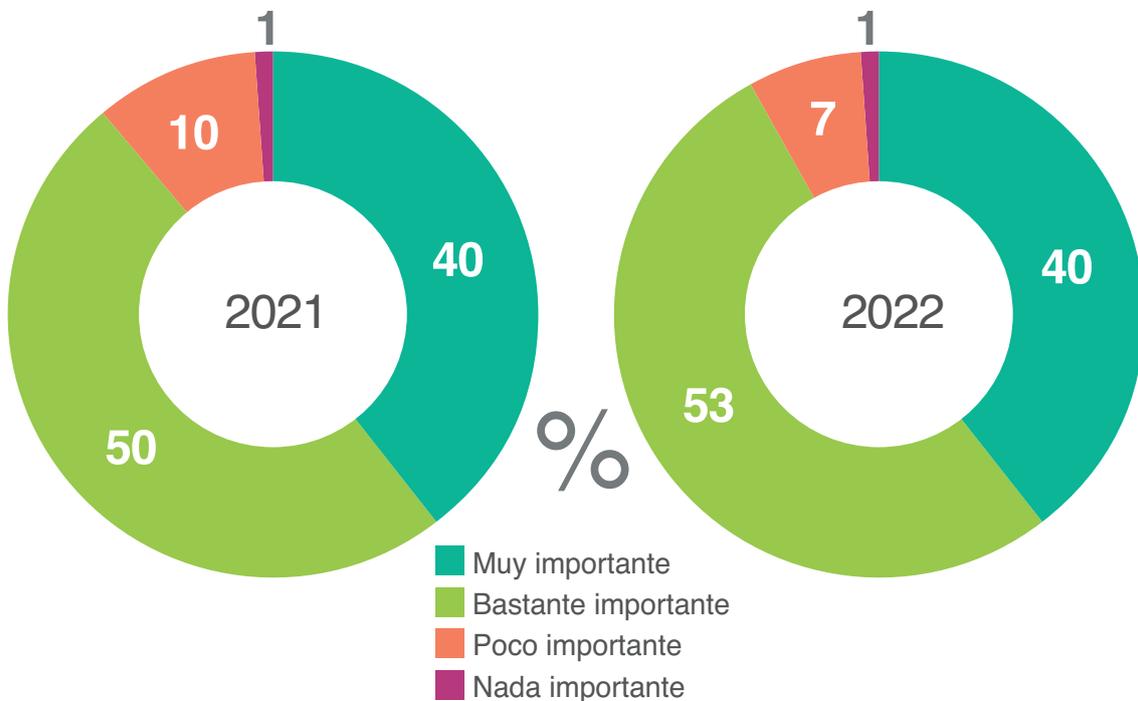
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

En el caso del alquiler de caravanas o autocaravanas encontramos un 5% de encuestados a los que la COVID-

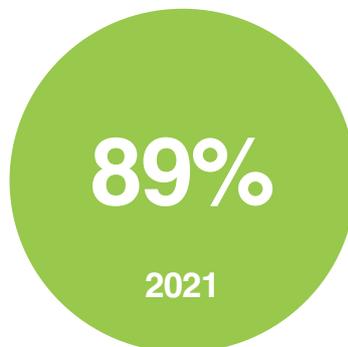
19 ha afectado negativamente y a un 6% a los que les ha afectado de forma positiva.

MI MARCA Y MI CONCESIONARIO

¿Hasta qué punto consideras importante la MARCA en la compra de una caravana o autocaravana? (% Respuesta única)



Respuestas “muy importante” + “bastante importante”



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

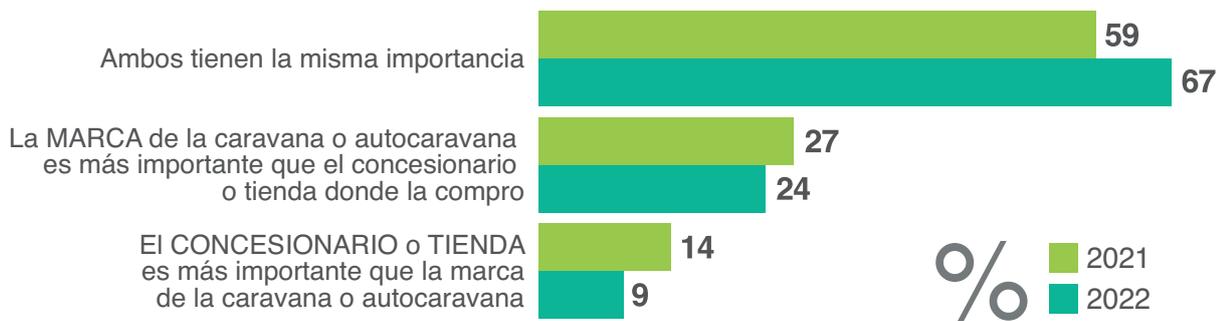
La gran mayoría de los usuarios consideran importante la marca a la hora de comprar su caravana o autocara-

vana (93%). Tan solo el 7% considera que la marca es poco importante.

El consumidor del sector caravaning en España

¿Con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo?

(% Respuesta única)



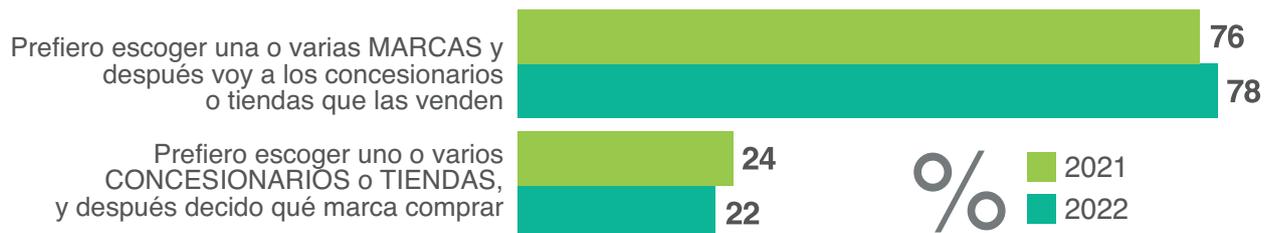
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 67% de los usuarios afirma que, tanto la marca de la caravana o autocaravana como el concesionario donde se compra tienen la misma importancia (8 puntos por encima del año anterior). Los que opinan que la marca

es más importante que el concesionario son el 24%, y los que creen que el concesionario o tienda es más importante que la marca son el 9%.

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, ¿qué escoges primero?

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

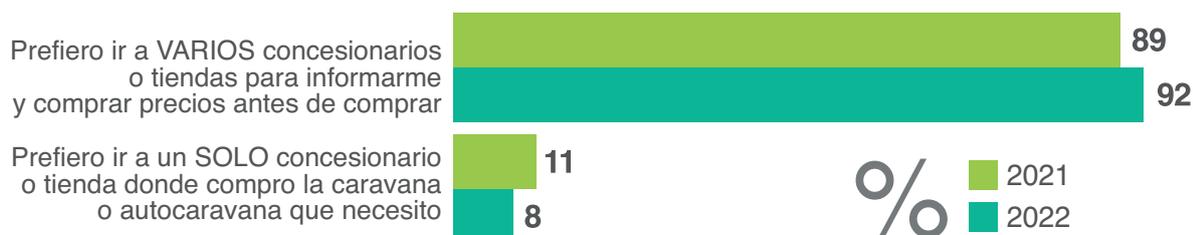
El 78% de los usuarios prefieren escoger una o varias marcas y, a partir de ahí, acudir después a los concesionarios que las venden. En cambio, el 22% restante pre-

fieren hacer lo contrario, elegir uno o varios concesionarios y en ellos decidir qué marca comprar.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022

El consumidor del sector caravaning en España

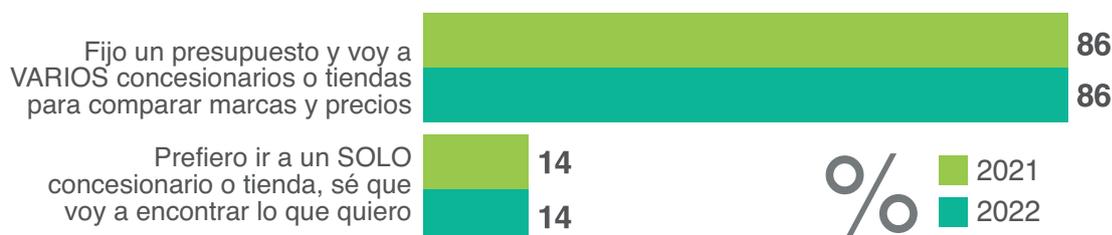
Una vez has escogido la MARCA o MARCAS, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Entre los usuarios que prefieren elegir primero la marca, el 92% ha contestado que prefiere ir a varios concesionarios para informarse y comparar precios en lugar de ir directamente a uno a comprar su caravana.

Has dicho que escoges el CONCESIONARIO o TIENDA antes que la marca, ¿con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo? (% Respuesta única)

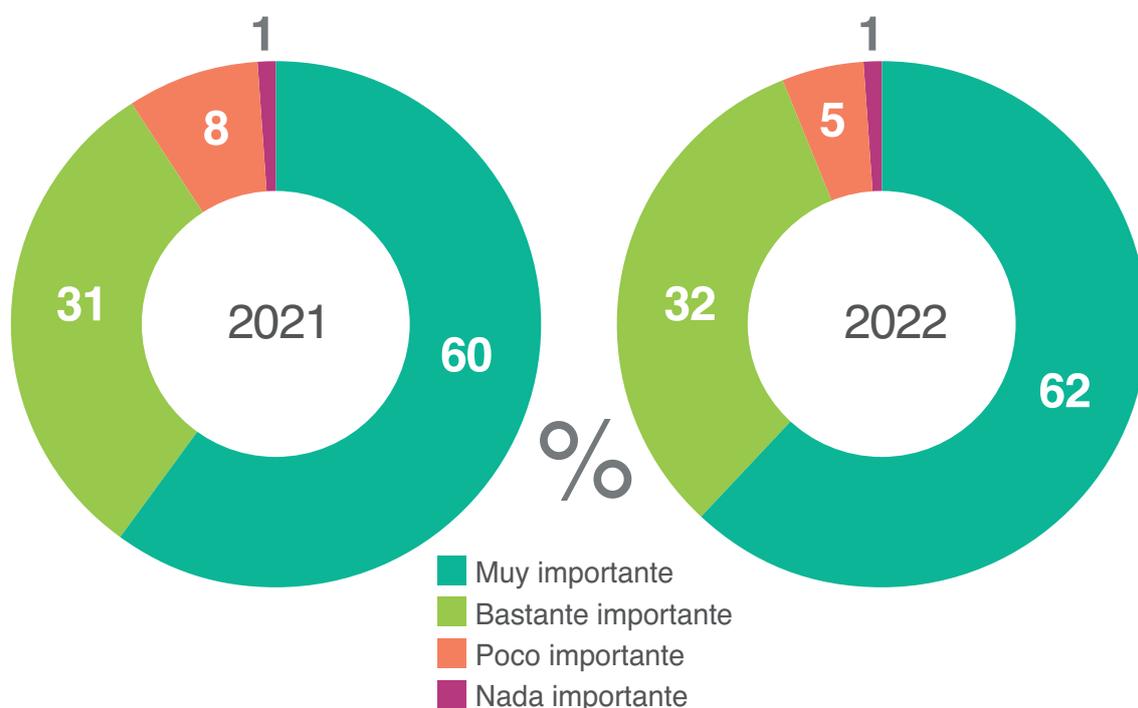


Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Entre los usuarios que prefieren elegir primero el concesionario, el 86% ha contestado que, tras fijar un presupuesto, prefiere ir a varios concesionarios para comparar marcas y precios en lugar de ir directamente a uno a comprar su caravana.

MI PROCESO DE COMPRA

¿Hasta qué punto es importante para ti que la tienda donde compras una caravana o autocaravana tenga página web? (% Respuesta única)



Respuestas “muy importante” + “bastante importante”

91%

2021

94%

2022

Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

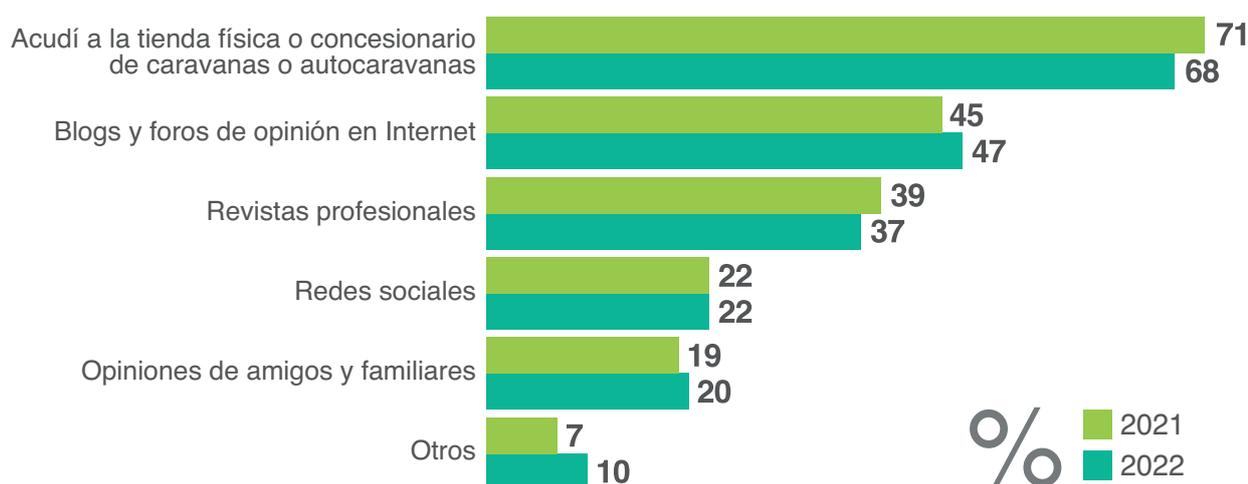
La gran mayoría de los usuarios encuestados ven importante que la tienda donde compran su caravana o auto-

caravana tenga página web (94%). Tan solo el 5% lo ve poco importante, y el 1% lo considera nada importante.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022

El consumidor del sector caravaning en España

En el proceso de compra de tu vehículo, ¿qué fuentes de información utilizas / has utilizado? (% respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

A la hora de buscar información en el proceso de compra de la caravana o autocaravana, el 68% se informa en el concesionario (3 puntos menos que en 2021), segui-

dos por el 47% que busca información en blogs y foros de internet y por los que buscan en revistas profesionales con el 37%.

¿Utilizas internet como medio de consulta en el proceso de compra de una caravana o autocaravana? (% Respuesta única)

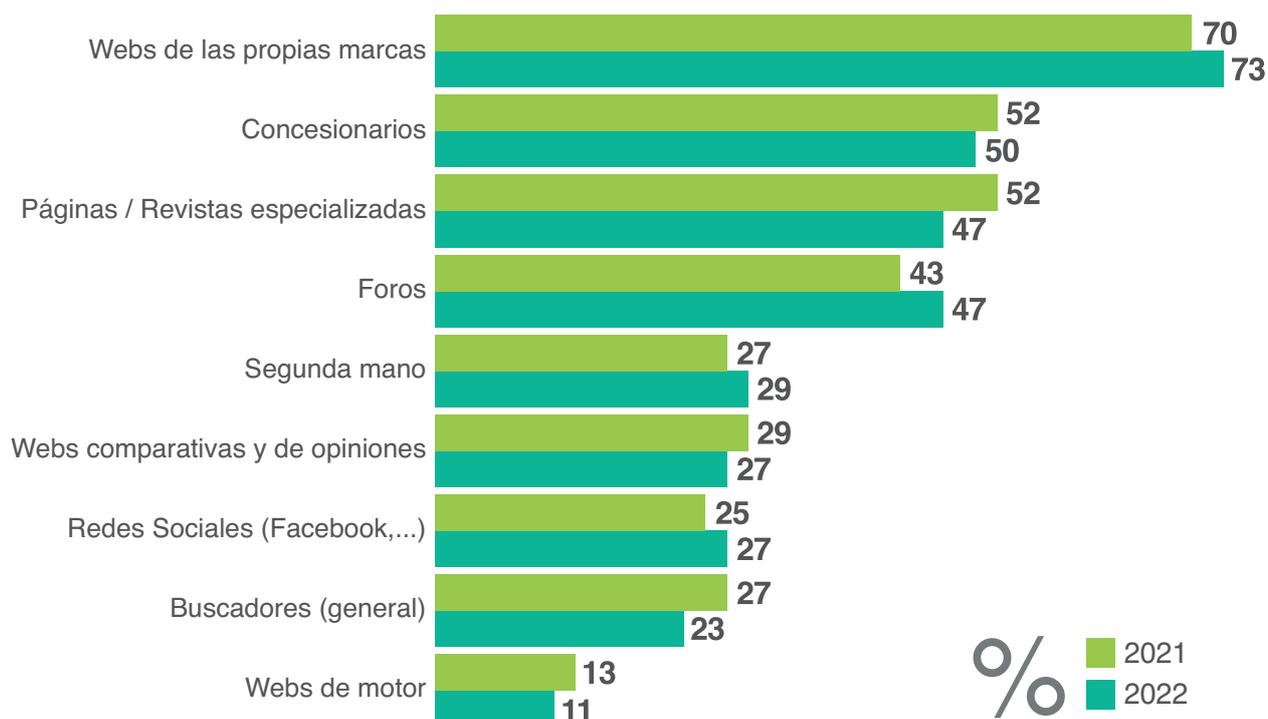


Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 94% de los usuarios encuestados utilizan internet como medio de consulta durante el proceso de compra de su caravana o autocaravana.

El consumidor del sector caravaning en España

¿En qué tipos de páginas WEBS consultas información a la hora de comprar una caravana o autocaravana? (% respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Los principales tipos de páginas web en las que los usuarios realizan sus consultas durante el proceso de compra de su caravana o autocaravana son parecidos a los del año anterior, en primer lugar, las webs de las propias marcas con el 73% de menciones, seguidas de las páginas o revistas especializadas con el 50% y de los concesionarios con un 47%.

Destacan muy por encima de la media los menores de 45 años en el uso de las redes sociales como fuente de información con un 33% frente al 27% de la media total.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022
El consumidor del sector caravaning en España

Imagina que te ofrecen una autocaravana de una marca desconocida a un precio muy competitivo, con la seguridad y calidades básicas, pero sin la estética y equipamiento tecnológico habitual. ¿La comprarías?

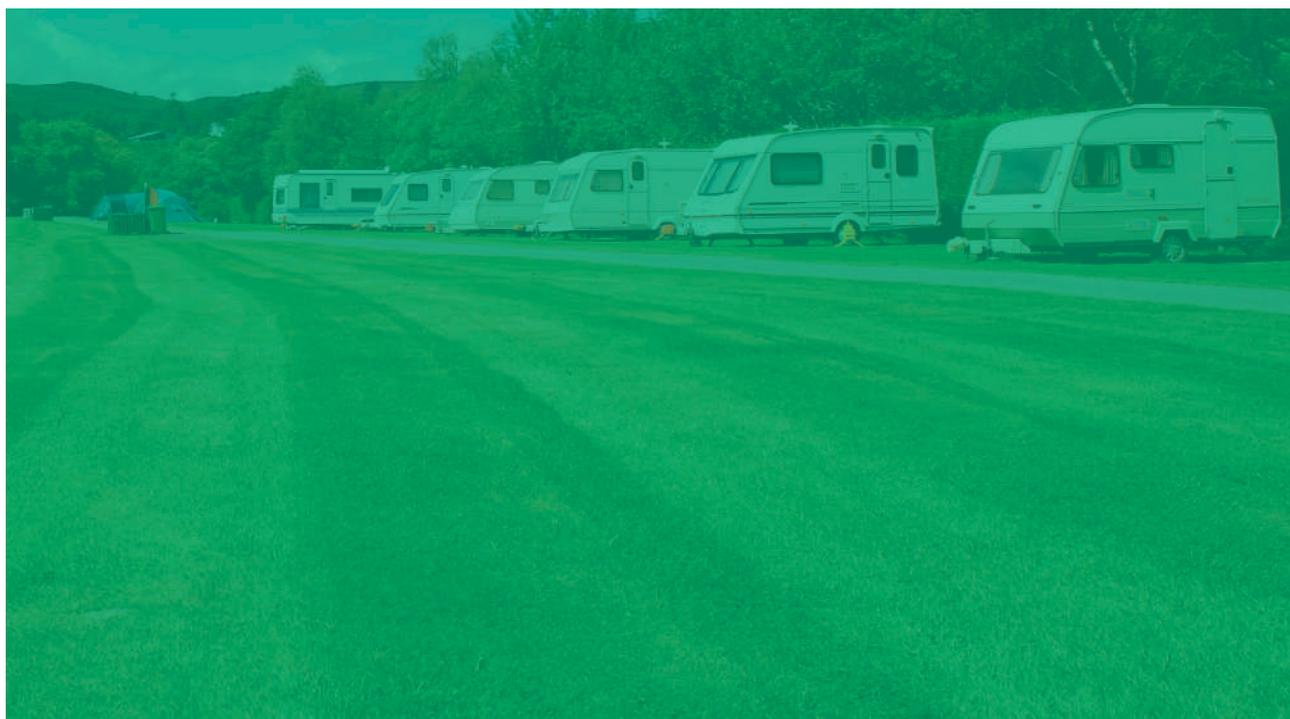
(% Respuesta única)



*Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.*

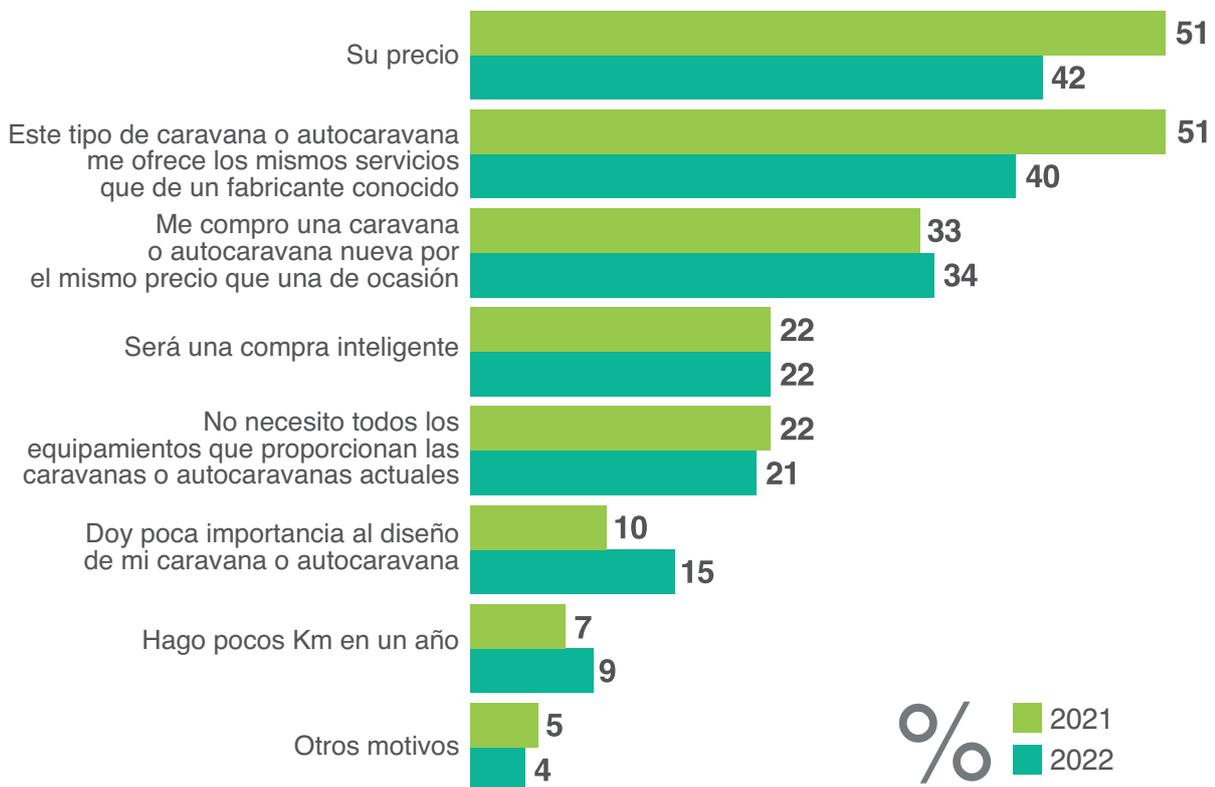
Solo el 28% de los usuarios encuestados aceptarían comprar una autocaravana de marca desconocida a precio muy competitivo. En este caso los menores de 45 años

serían algo más proclives a aceptar (30%) que los mayores de 45 (27%).



El consumidor del sector caravaning en España

¿Por qué razones comprarías este tipo de autocaravana? (% respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

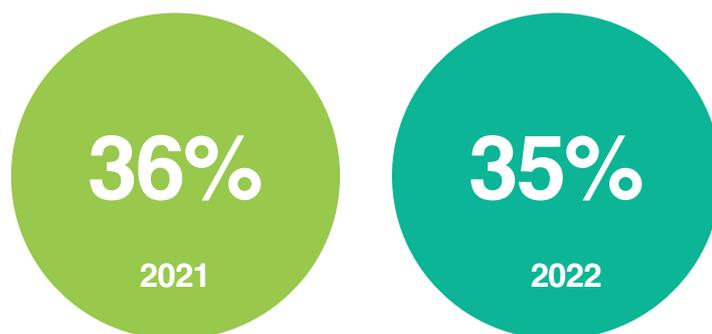
Entre los que han dicho que sí comprarían ese tipo de autocaravana, el 51% lo haría por su precio, otro 51% porque le ofrece los mismos servicios que la de un fabri-

cante conocido y el 33% porque estaría comprando una autocaravana nueva a precio de una de ocasión.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022

El consumidor del sector caravaning en España

¿Comprarías una autocaravana, caravana o camper por Internet a una persona o colectivo que traiga el producto de segunda mano del extranjero? (% Respuesta única)

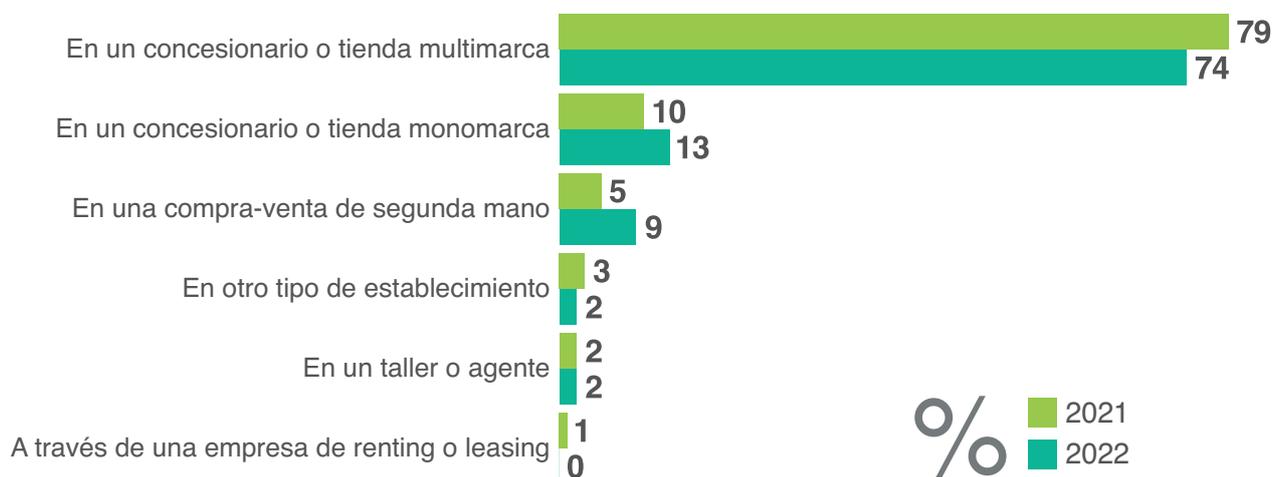


Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 35% de los encuestados compraría una caravana, autocaravana o camper por internet a una persona o

colectivo que trajese el producto de segunda mano desde el extranjero frente al 36% del año anterior.

¿Dónde prefieres adquirir una caravana o autocaravana? (% Respuesta única)



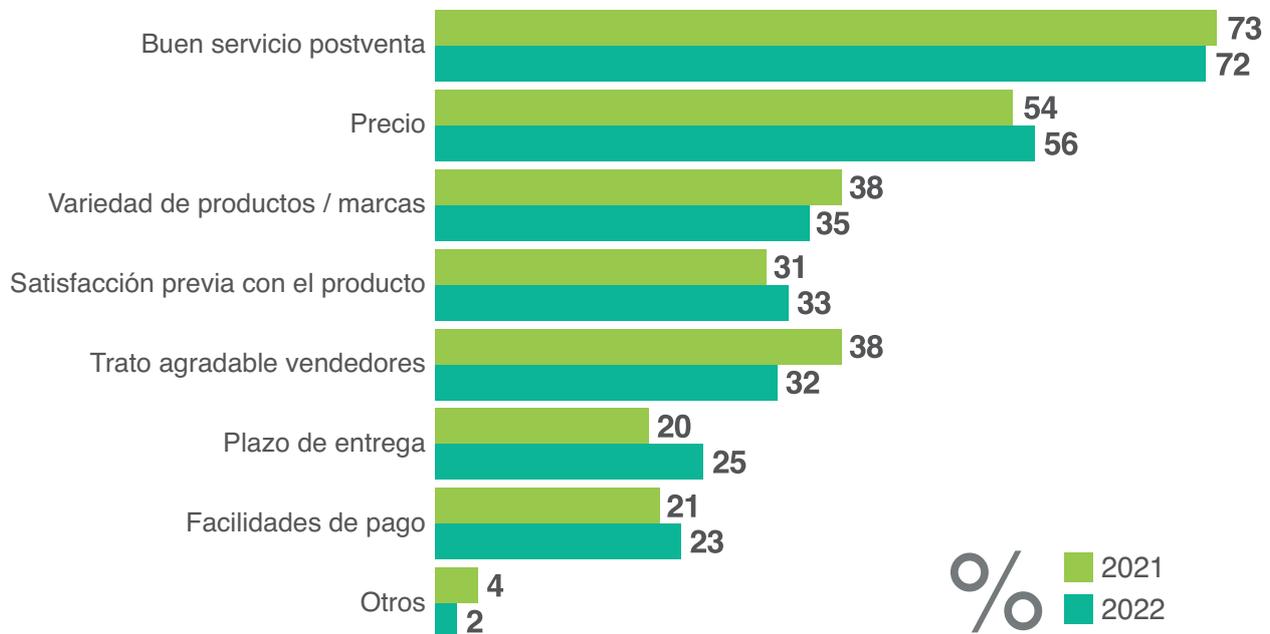
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Los usuarios encuestados prefieren claramente adquirir su caravana o autocaravana en un concesionario o tienda multimarca con un 74% que así lo afirma. Muy por debajo

encontramos con un 13% a los que prefieren los concesionarios o tiendas monomarca y con un 9% a los que prefieren un compra-venta de segunda mano.

El consumidor del sector caravaning en España

¿Cuáles son los motivos por los que optarías por comprar en un establecimiento concreto? (% respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Entre los motivos por los que comprarían en un establecimiento concreto, destacan con un 72% de menciones el buen servicio de postventa (un punto por debajo de

2021), seguido del precio con el 56% y la variedad de productos/marcas con el 38%.

¿Tienes intención de volver al establecimiento donde compraste tu última caravana o autocaravana? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 70% de los usuarios encuestados tiene intención de volver al establecimiento donde compró su última caravana o autocaravana.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022

El consumidor del sector caravaning en España

¿Qué tipo de establecimiento prefieres? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 55% de los usuarios prefiere un establecimiento que normalmente tenga buenos precios (un punto más que

en 2021), muy por delante de los que prefieren que tengan horarios amplios u ofertas de forma puntual.

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, ¿qué aspecto/s valoras más? (% respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

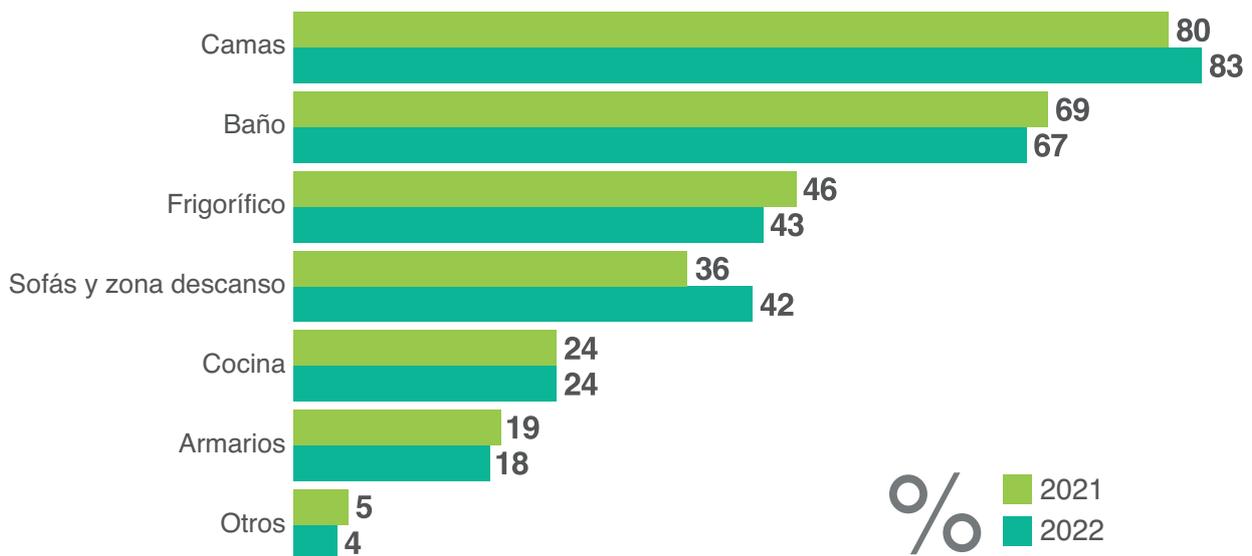
A la hora de comprar una caravana o autocaravana, la funcionalidad es el aspecto más valorado por los usuarios encuestados con un 83% que así lo afirma, la duración con el 61% es el siguiente aspecto más valorado.

En un segundo plano, un diseño novedoso o que no dañe el medio ambiente son valorados con un 27% y un 20% respectivamente.

El consumidor del sector caravaning en España

¿Qué partes del equipamiento interior son más importantes para ti?

(% respuesta múltiple. Máximo 3)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

En cuanto al equipamiento interior, lo más indispensable para los usuarios son claramente las camas (83% en 2022 frente al 80% en 2021), seguido por el baño (67% en 2022 frente al 69% en 2021) y el frigorífico (43% en

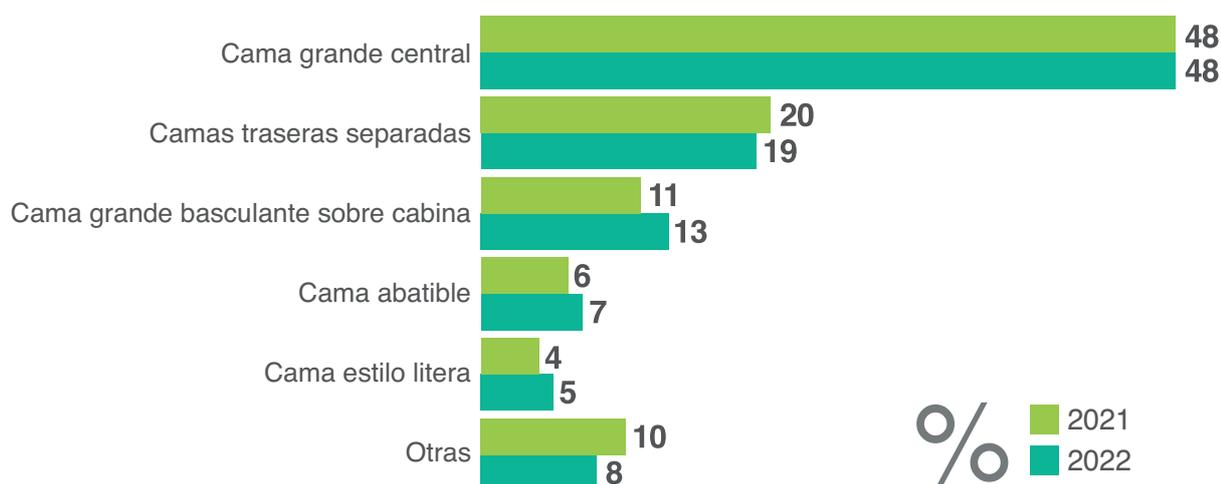
2022 frente al 46% en 2021). Los armarios y la cocina están bastante por debajo con un 18% y un 24% de menciones respectivamente.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022

El consumidor del sector caravaning en España

¿Qué tipo de camas prefieres en tu caravana o autocaravana?

(% Respuesta única)

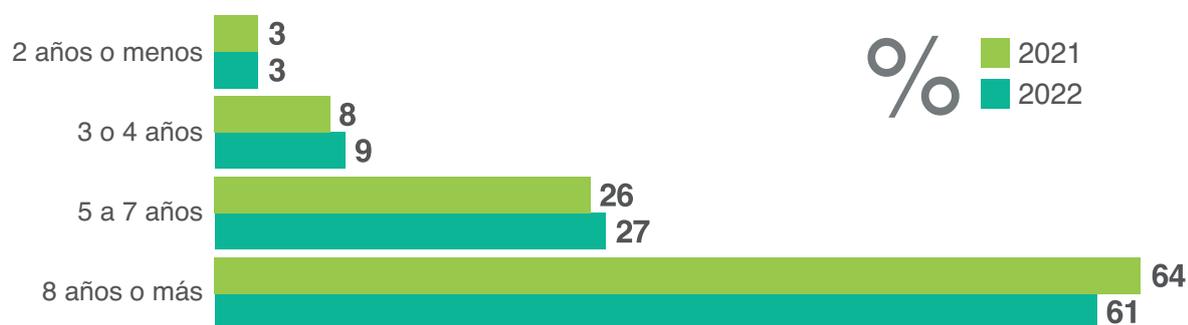


Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El tipo de cama preferido por la mayoría de los usuarios encuestados es la cama grande central con el 48% de menciones. Le sigue de lejos la opción de camas trase-

ras separadas con un 19% y los demás tipos que se encuentran entre el 5% y el 13%.

¿Cuál es, en tu opinión, el plazo óptimo de renovación de un elemento de caravaning? (% Respuesta única)



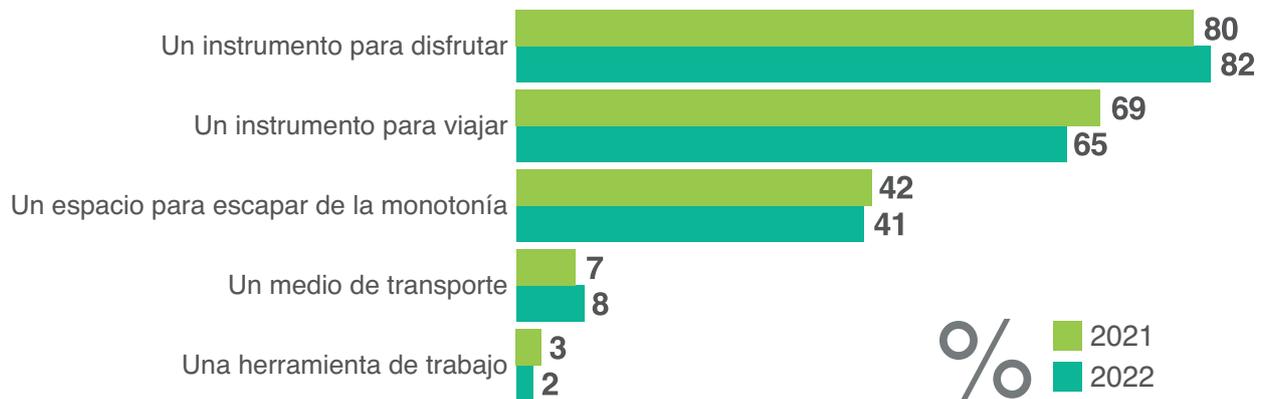
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 61% de los usuarios opina que el plazo óptimo para la renovación de la caravana o autocaravana es de 8 o más años. Por otro lado, el 27% opina que lo recomen-

dable sería renovarla entre 5 y 7 años, y el 12% restante lo haría antes de los 5 años.

El consumidor del sector caravaning en España

Consideras la caravana o autocaravana como... (% respuesta múltiple)

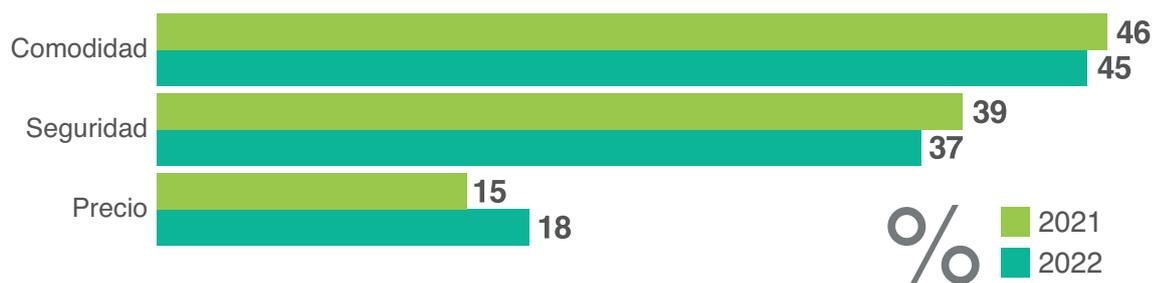


Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Un instrumento para disfrutar, así consideran las caravanas o autocaravanas el 82% de los usuarios. El 65% considera que es un instrumento de viaje y el 41% lo ve como

un espacio para escapar de la monotonía (en este caso los menores de 45 años se encuentran por encima de los mayores de 45 años, 49% vs 39%).

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, ¿qué valoras más? (% Respuesta única)



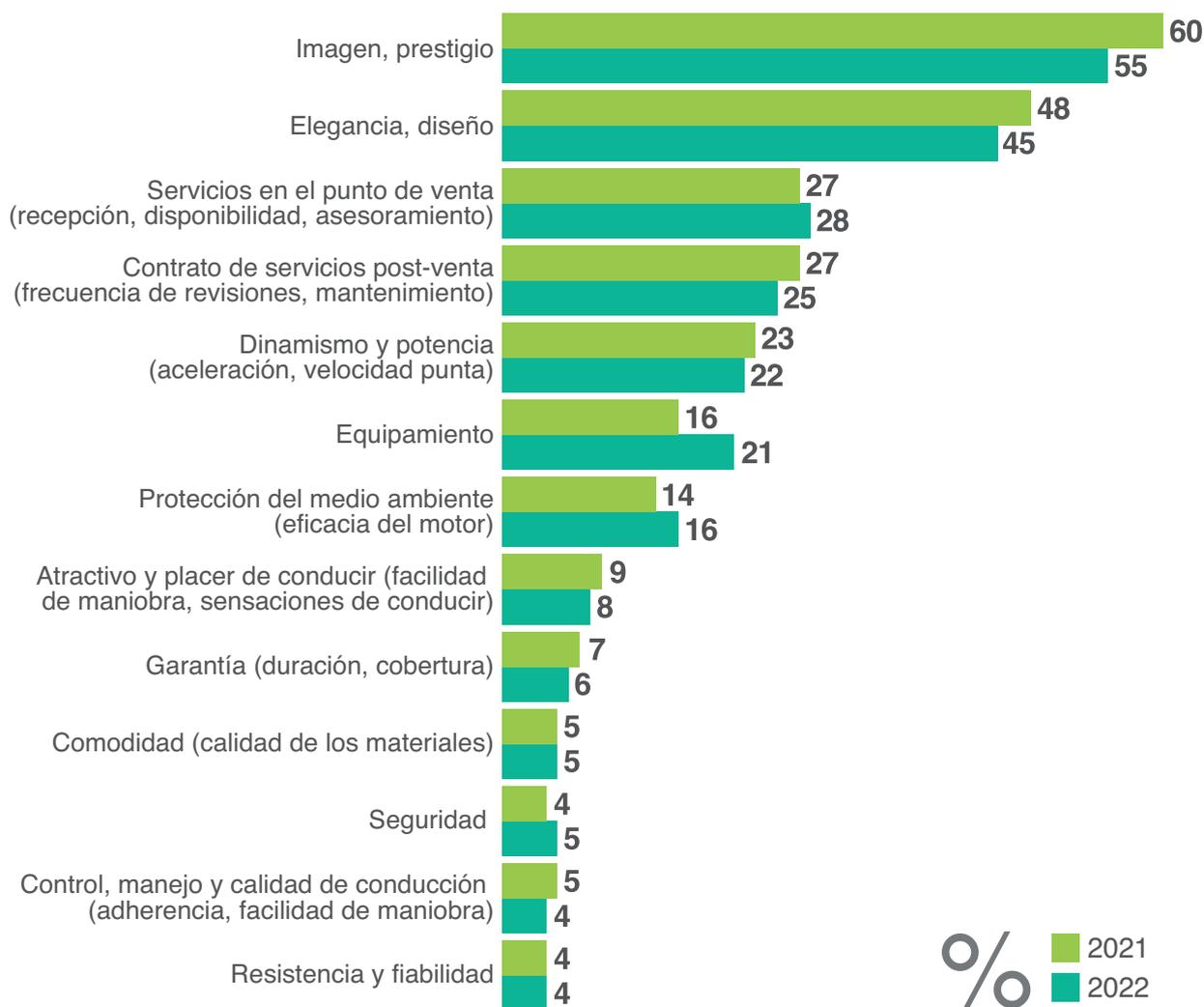
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, el 45% de los usuarios valora más la comodidad que la seguridad y el precio.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022

El consumidor del sector caravaning en España

Para acceder a precios más bajos en la compra de una caravana o autocaravana, ¿en qué aspectos estarías dispuesto/a a reducir el nivel de las prestaciones? (% respuesta múltiple)



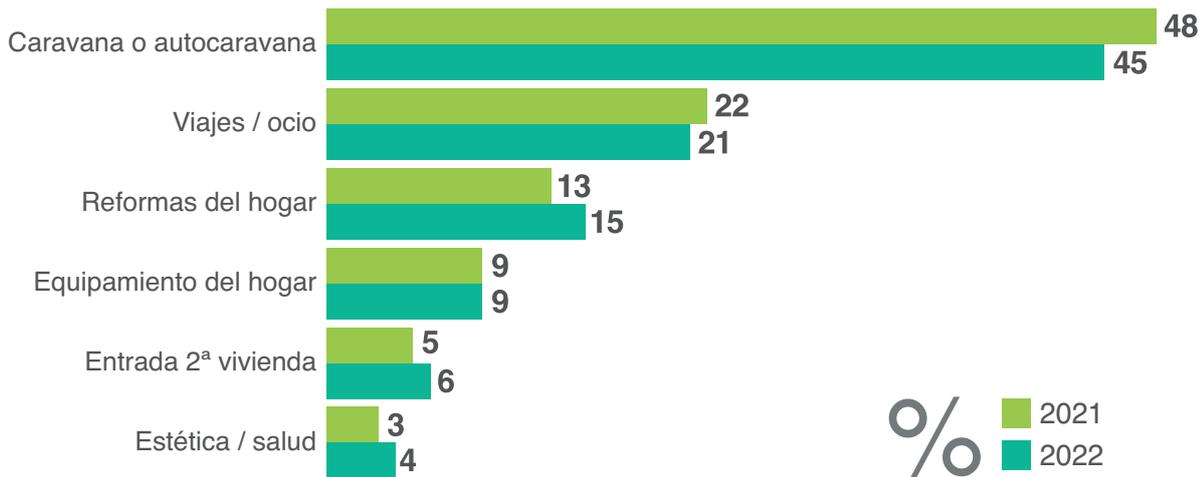
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
 Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

La imagen (55%), el diseño (45%) y los servicios en el punto de venta (28%), son las principales prestaciones que los usuarios encuestados estarían dispuestos a redu-

cir para acceder a precios más bajos, coincidiendo en este top 3 con los datos del año anterior.

El consumidor del sector caravaning en España

Si dispusieras de un presupuesto “extra” determinado, ¿qué productos o servicios priorizarías para comprar? Ordena los siguientes según orden de importancia (Ranking)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Si dispusieran de un presupuesto extra, la caravana o autocaravana sería el producto que los usuarios encuestados priorizarían comprar con un 45% de menciones.

Los viajes (21%), las reformas del hogar (15%) y el equipamiento del hogar (9%) serían los siguientes.



ALQUILER DE CARAVANAS Y AUTOCARAVANAS

¿Has alquilado en los últimos 12 meses alguna autocaravana o camper?
(% Respuesta única)



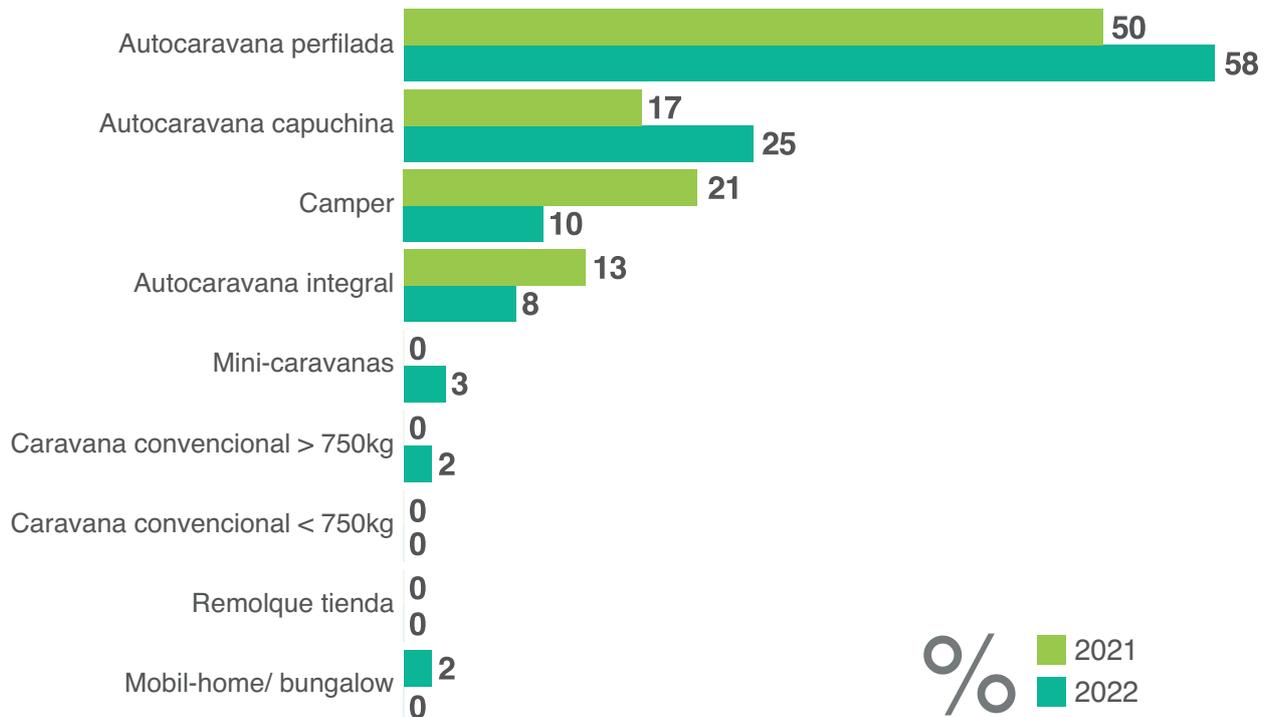
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 10% de los usuarios encuestados afirma haber alquilado alguna autocaravana o camper durante los últimos

12 meses, destacando por encima de la media los menores de 45 años con un 12% de respuestas.

El consumidor del sector caravaning en España

¿Qué tipo/s de elemento/s de caravaning alquilaste? (% Respuesta múltiple)



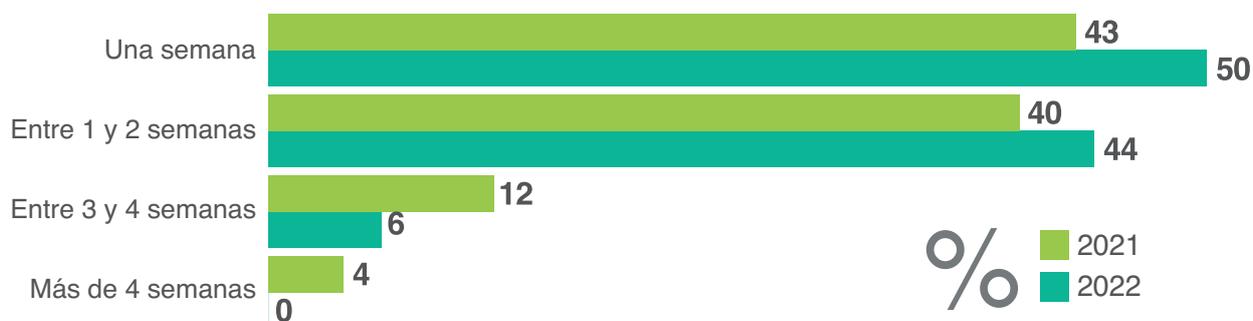
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Las autocaravanas perfiladas y las capuchinas son las favoritas de los encuestados a la hora de alquilar con un 58% y un 25% de menciones respectivamente.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022

El consumidor del sector caravaning en España

¿Qué duración tuvo dicho alquiler? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 50% de los que alquilaban autocaravanas o camper durante el último año lo hizo para el plazo de una semana, seguido por el 44% que afirma que la alquiló para un

plazo de entre una y dos semanas. Tan solo un 6% alquiló una autocaravana o camper para más de una quincena.

¿Cuál fue el gasto destinado para el alquiler de la autocaravana o camper? (Semiabierta – Numérica)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Los encuestados que alquilaban una autocaravana o camper, destinaron una media de 1.212€ para dicho alquiler durante el último año, un 18% menos que el año anterior.

El consumidor del sector caravaning en España

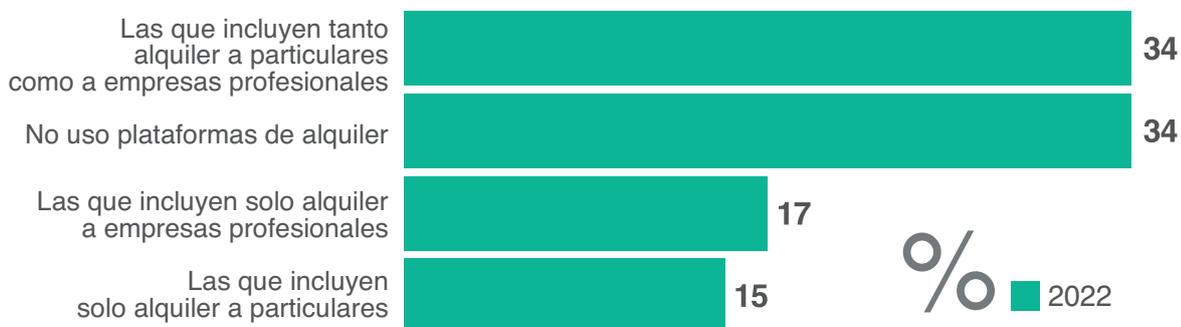
Cuando alquilas una autocaravana o camper, ¿lo haces a una empresa o a un particular? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 78% de los encuestados que alquilaron una autocaravana o camper, lo hizo a través de una empresa de alquiler.

¿Qué tipos de plataformas de alquiler usas habitualmente? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022

El consumidor del sector caravaning en España

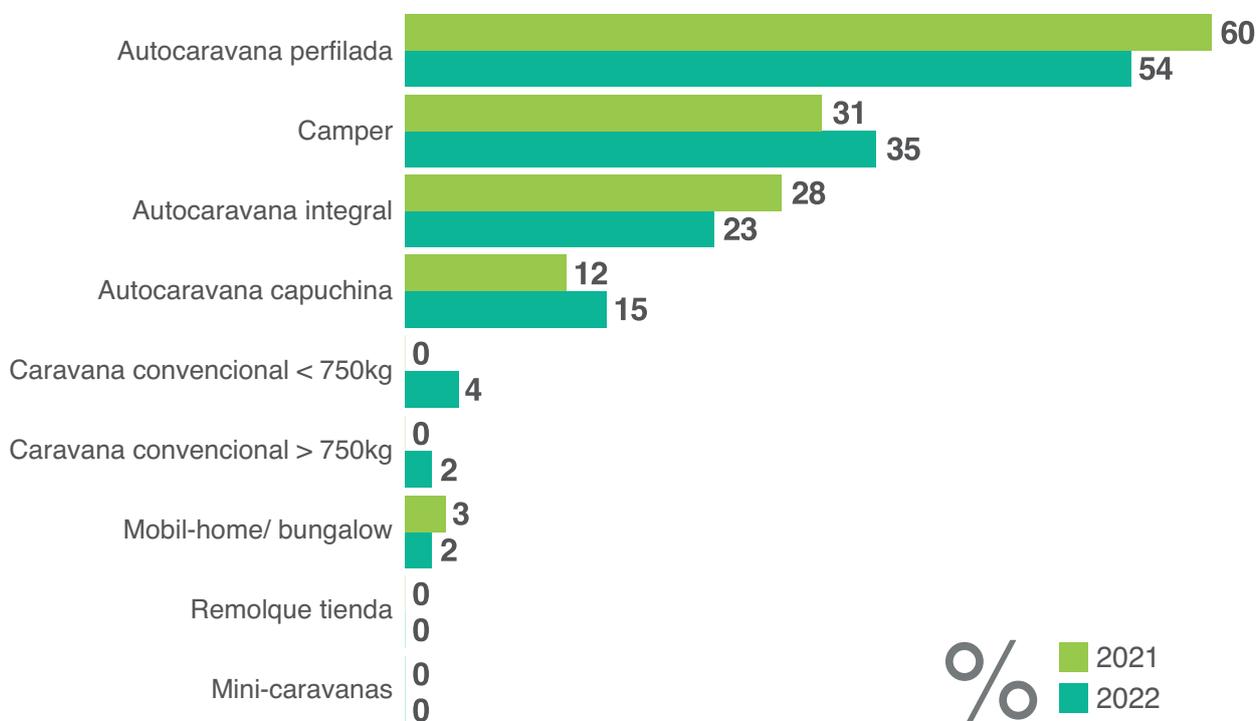
¿Tienes intención de alquilar una caravana o autocaravana en los próximos 12 meses? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 17% de los encuestados pretende alquilar una caravana o autocaravana en los próximos 12 meses.

¿Qué tipo/s de elemento/s de caravaning tienes pensado alquilar (% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 54% de los encuestados tiene intención de alquilar una autocaravana perfilada, 19 puntos por encima de los que pretenden alquilar una camper.

El consumidor del sector caravaning en España

Entre las siguientes opciones ¿cuál prefieres? (% Respuesta única)



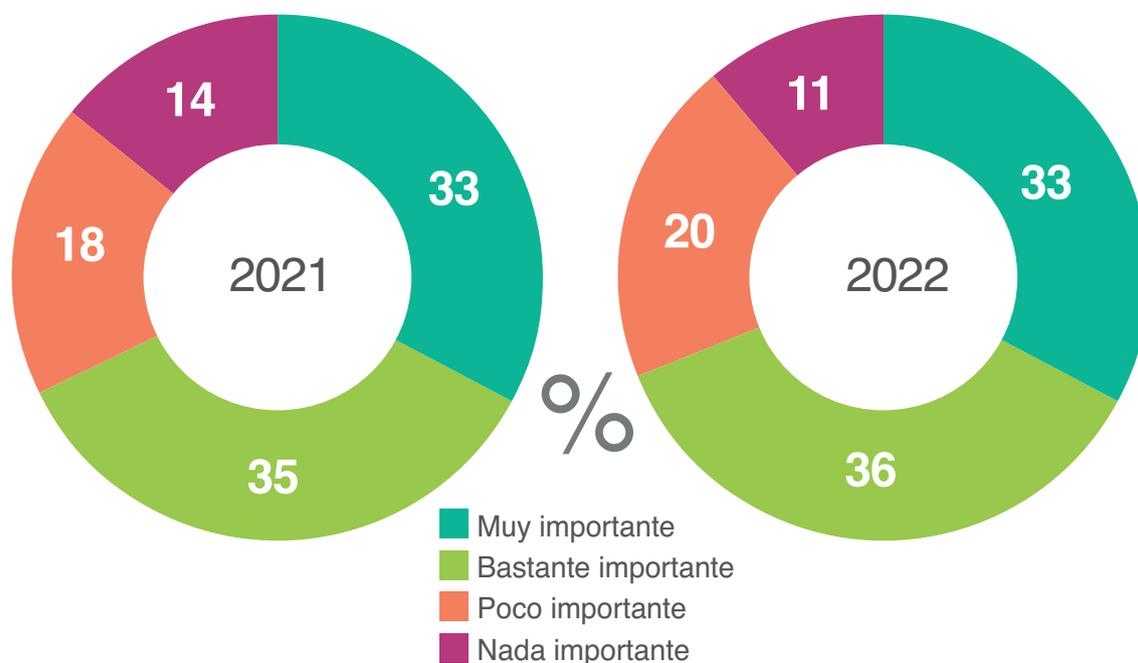
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 96% de los usuarios encuestados preferirían tener una caravana o autocaravana en propiedad en vez de alquilarla en ocasiones puntuales.



FINANCIACIÓN

En tu opinión, ¿cómo es de importante la oferta de financiación a la hora de realizar la venta de una caravana o autocaravana? (% Respuesta única)



Respuestas “muy importante” + “bastante importante”

68%

2021

70%

2022

Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

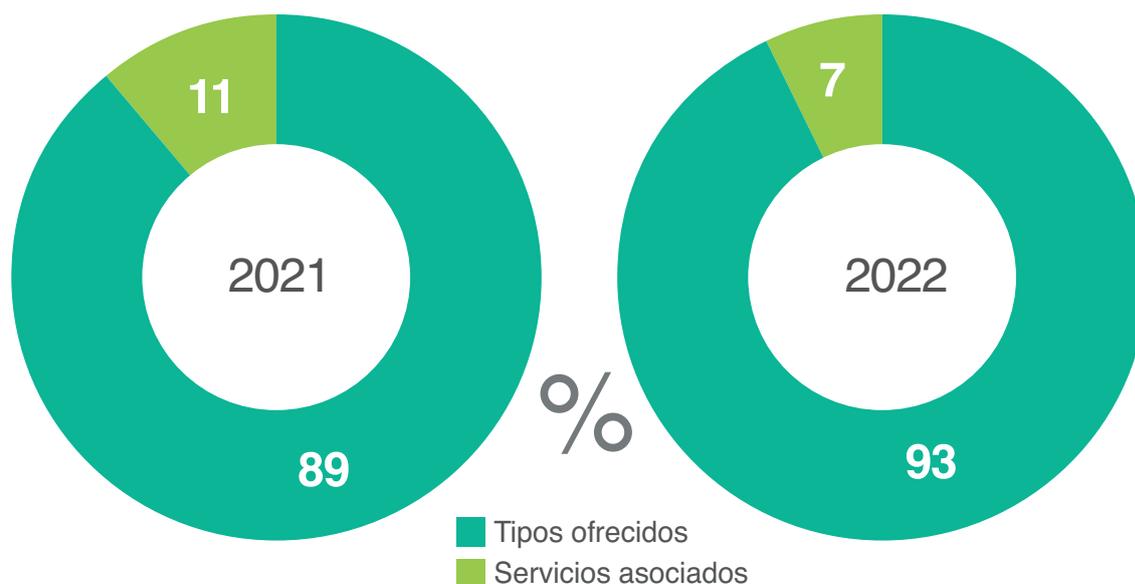
A la hora de comprar una caravana o autocaravana, la oferta de financiación es considerada muy importante o

bastante importante por el 70% de los encuestados. Tan solo el 11% la consideran nada importante.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022
El consumidor del sector caravaning en España

En caso de pedir un crédito para comprar una caravana o autocaravana, ¿a cuál de las dos variables siguientes prestarías más atención?

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Los tipos ofrecidos a la hora de pedir un crédito es la variable a la que más atención prestaría el 93% de los

usuarios (89% en 2021), muy por encima de los servicios asociados, elegidos solo por el 7%.

El consumidor del sector caravaning en España

¿Consideras compatible la opción de que la tienda te ofrezca financiación + seguro de caravana o autocaravana a sus clientes? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 77% de los españoles encuestados consideraría interesante la opción de que la tienda o concesionario donde compra su caravana le ofrezca financiación y seguro.



INTENCIÓN DE COMPRA

El **78%** de los usuarios de caravanning encuestados que no tienen actualmente ningún elemento de caravanning tiene intención de adquirir alguno en los próximos 2 años, 9 puntos menos que el año anterior.

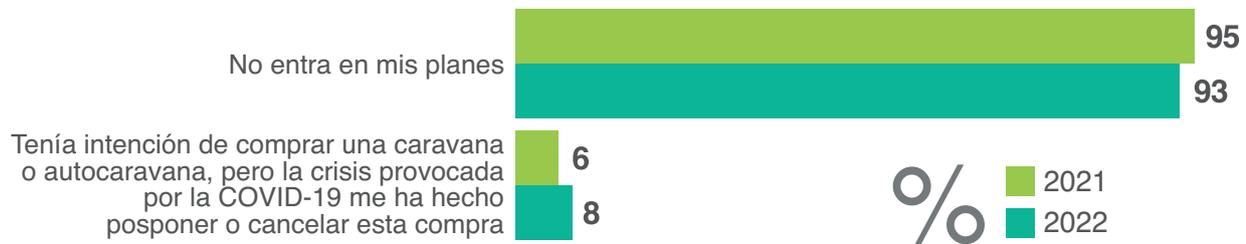
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El **29%** de los usuarios de caravanning encuestados que tienen actualmente algún elemento de caravanning tiene intención de cambiarlo en los próximos 2 años, 3 puntos menos que el año anterior.

Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El consumidor del sector caravaning en España

¿Por qué no tienes intención de comprar o cambiar? (% Respuesta única)

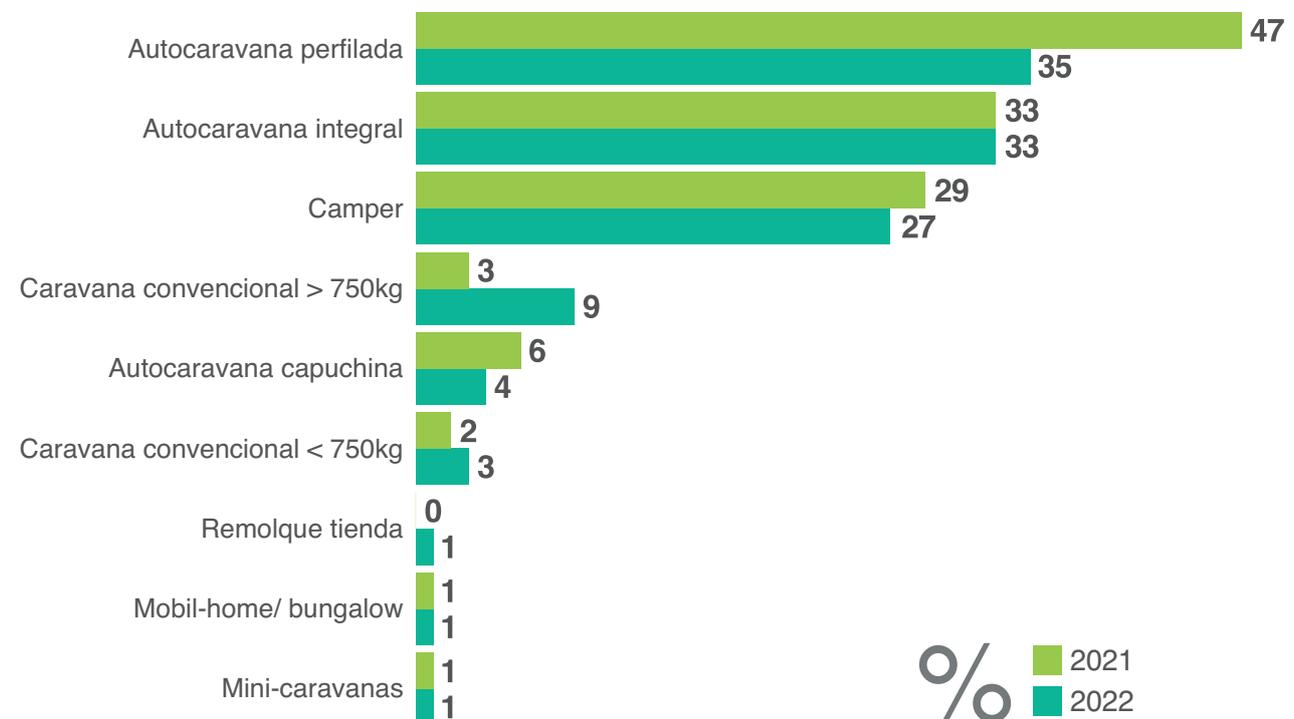


Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 8% de los encuestados afirma no tener intención de comprar una caravana o autocaravana en los próximos 2

años a raíz de la COVID-19, que les ha hecho posponer o cancelar sus compras programadas en este sector.

¿Qué tipo/s de elemento/s de caravaning buscas? (% Respuesta múltiple)



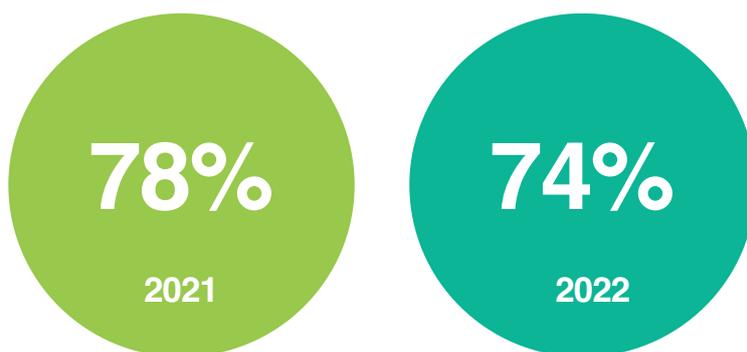
Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

En cuanto a la intención de compra de los usuarios encuestados, el 35% está interesado en la adquisición de una autocaravana perfilada (47% en 2021), seguido

del 33% con intención de comprar una autocaravana integral y del 27% que pretende comprar una camper.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022
El consumidor del sector caravaning en España

En la elección de tu próximo elemento de “caravaning” ¿prestarás atención a que sea poco contaminante? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 74% de los usuarios valorará que su próximo elemento de caravaning sea poco contaminante.

¿Y tendrás en cuenta el consumo de carburante? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 88% de los usuarios valorará el consumo de carburante a la hora de comprar su próximo elemento de caravaning.

El consumidor del sector caravaning en España

¿Cómo tienes pensado pagar la compra de la caravana o autocaravana? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 59% de los usuarios con intención de comprar una caravana o autocaravana, tiene intención de pagar su compra mediante financiación, en mayor medida los

menores de 45 años con un 69% de menciones en el pago mediante financiación frente al 56% de los mayores de 45 años.





RENTING

¿Conoces el renting a particulares? (% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 56% de los usuarios conoce el renting a particulares, 4 puntos más que el año anterior.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022
El consumidor del sector caravaning en España

¿Has adquirido tu caravana/autocaravana a través de renting?

(% Respuesta única)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Tan solo el 1% de este 53% de los usuarios ha adquirido su caravana o autocaravana a través de renting.

¿Estarías dispuesto a adquirir tu caravana/autocaravana a través de renting?

(% Respuesta única)

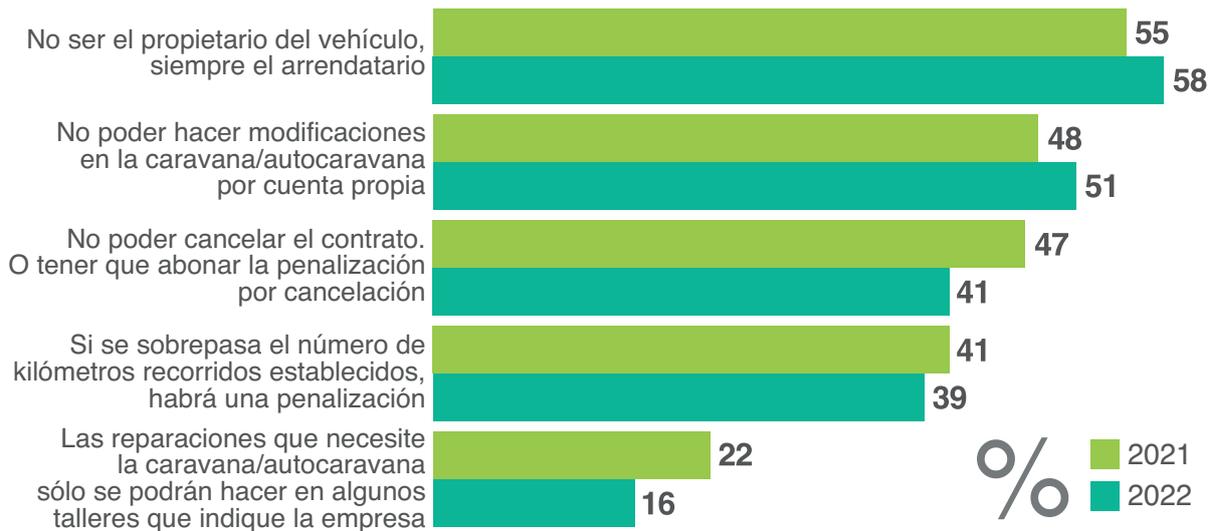


Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

El 46% de los usuarios que conocen el renting a particulares estaría dispuesto a adquirir su caravana o autocaravana mediante este medio.

El consumidor del sector caravaning en España

Y, ¿cuáles crees que son los puntos negativos de adquirir tu caravana/ autocaravana a través de renting? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Los principales puntos negativos para adquirir su caravana o autocaravana mediante renting son: en primer lugar, no ser el propietario del vehículo (58%), seguido

por la imposibilidad de realizar modificaciones por cuenta propia (51%) y por la imposibilidad de cancelar el contrato (41%).

¿Cuáles crees que son los puntos positivos de adquirir tu caravana/ autocaravana a través de renting? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2021.
 Datos 2022: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Por el contrario, los principales puntos positivos para adquirir su caravana o autocaravana mediante renting son: en primer lugar, tener incluido en la cuota todas las reparaciones, averías, mantenimiento, seguro, etc. (71%),

seguido por la posibilidad de un cambio de vehículo según las necesidades del usuario (48%) y por la inexistencia de una cuota de entrada (47%).

SITUACIÓN **ACTUAL**

¿Estás actualmente en proceso de comprar un vehículo de caravanning?
(% Respuesta única)



de los encuestados se encuentra actualmente en el proceso de compra de un vehículo caravanning



de estos, está teniendo problemas para adquirir su vehículo

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

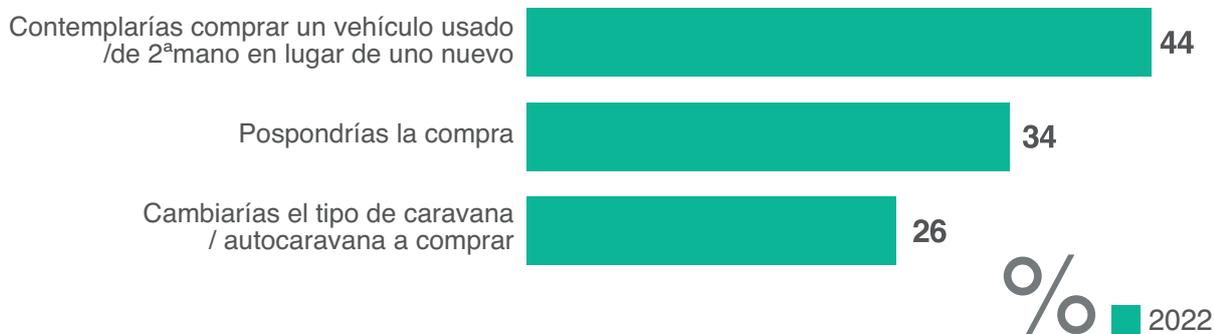
El Observatorio Cetelem del Motor 2022
El consumidor del sector caravaning en España

El plazo de entrega
previsto es de unos



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

**En caso de que el plazo de entrega fuera excesivo (muy a largo plazo),
¿hasta qué punto...? (% Respuesta única)**



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Ante un plazo de entrega excesivo, el 44% afirma que contemplaría comprar un vehículo usado en vez de uno nuevo, seguidos del 34% que pospondría la compra y

del 26% que cambiaría el tipo de caravana o autocaravana que pretendía comprar.

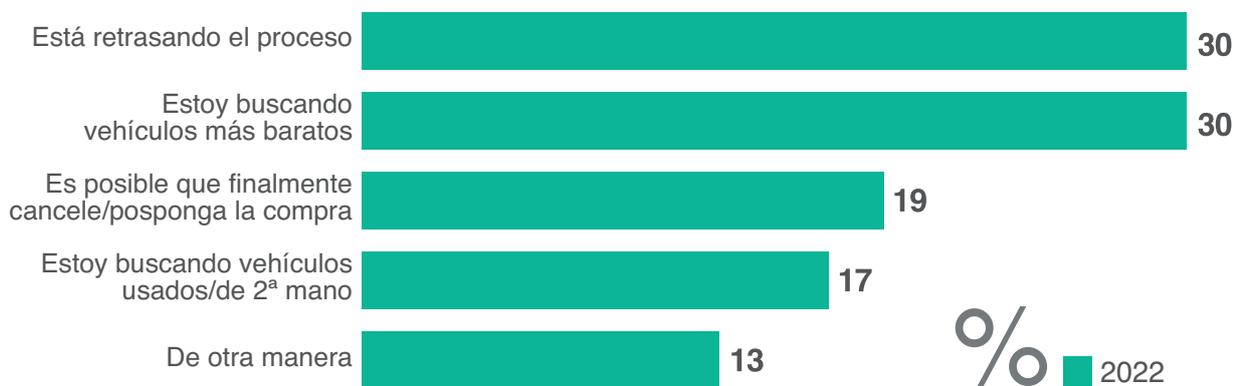
El consumidor del sector caravaning en España



de los encuestados afirma que el aumento del IEDMT (Impuesto Especial sobre Determinados Medios de Transporte) está influyendo en su decisión de compra por la nueva medición de los niveles de CO₂

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

¿De qué manera está influyendo en tu decisión de compra? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.

Dentro de este 37% afectado, vemos como un 30% está retrasando el proceso de compra, otro 30% está bus-

cando vehículos más baratos y un 19% puede llegar hasta a cancelar su compra.

El Observatorio Cetelem del Motor 2022
El consumidor del sector caravaning en España



dice que la actual crisis de componentes y la falta de vehículos que estamos sufriendo en España ha hecho que se replantee su compra



dice que estaría dispuesto a comprar un vehículo de los que se ofrecen en la red procedente de otros países

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2022.



FICHA TECNICA

El Observatorio Cetelem del Motor 2022. Caravaning

Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

Universo:

Hombres y mujeres que tengan o hayan tenido algún elemento de caravaning o que tengan intención de comprarlo en los próximos dos años.

Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores.

Muestra:

Se han realizado 631 encuestas a la base de datos de la Editorial Peldaño.

Error Muestral:

Para un nivel de confianza del 95% y en las condiciones habituales de muestreo $p=q=50\%$, el margen de error para datos totales es de un $\pm 3,90\%$.

Método muestreo. El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

Trabajo de campo:

Trabajo de campo. Realizado entre el 1 y el 28 de febrero de 2022 por la empresa CANAL SONDEO.

El Observatorio Cetelem del Motor 2021. Caravaning

Encuesta a consumidores

La metodología realizada ha sido la siguiente:

Universo:

Hombres y mujeres que tengan o hayan tenido algún elemento de caravaning o que tengan intención de comprarlo en los próximos dos años.

Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) autoadministrada online al panel de consumidores.

Muestra:

Se han realizado 649 encuestas a la base de datos de la Editorial Peldaño.

Error Muestral:

Para un nivel de confianza del 95% y en las condiciones habituales de muestreo $p=q=50\%$, el margen de error para datos totales es de un $\pm 3,85\%$.

Método muestreo. El muestreo en base a población, considerando cuotas de género, edad y Comunidad Autónoma.

Trabajo de campo:

Trabajo de campo. Realizado entre el 26 de enero y el 21 de febrero de 2021 por la empresa CANAL SONDEO.



OBSERVATORIO Cetelem

