

# MOTOR 2024

EL COMPORTAMIENTO  
DE LOS CONDUCTORES  
ESPAÑOLES EN  
**EL SECTOR DEL  
CARAVANING**



 [elobservatoriocetelem.es](http://elobservatoriocetelem.es)

 [cetelem.es](http://cetelem.es)

 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

**OBSERVATORIO**  
Cetelem



# INDICE

- 03** El Observatorio Cetelem. Franck Vignard,  
CEO BNP Paribás Personal Finance en España.
- 04** Introducción
- 05** Evolución de las matriculaciones de caravanas y autocaravanas en España
- 07** Mi caravana/ autocaravana actual
- 11** Mi marca y mi concesionario
- 13** Mi proceso de compra
- 20** Alquiler de caravanas y autocaravanas
- 24** Situación actual
- 25** Intención de compra
- 26** Financiación
- 27** Renting
- 29** Los puntos clave
- 32** Ficha técnica

## INTRODUCCIÓN

**Franck Vignard-Rosez** | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Desde 1997, los informes y estudios de El Observatorio Cetelem han venido analizando con rigor las tendencias y hábitos de consumo de los ciudadanos. Hemos estudiado, de forma constante, diferentes sectores del consumo, desde el amplio sector de la automoción, pasando por la tecnología y la electrónica, hasta llegar a sectores más concretos como la bicicleta o los elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello relacionado consumo en nuestros hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre el comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Estas décadas de esfuerzo han convertido a El Observatorio Cetelem en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, dentro y fuera de nuestras fronteras, siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo y las asociaciones patronales de la distri-



bución y la automoción, con los que mantenemos relaciones permanentes.

A día de hoy, El Observatorio Cetelem se ha consolidado como prescriptor sobre el análisis del consumo, convirtiéndose en una herramienta informativa de gran calado social gracias a los datos que comparte con distintas audiencias. Con cuatro grandes informes anuales (Motor en

España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, un líder del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten, periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía. Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estas páginas con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados. ■

## INTRODUCCIÓN

**Liliana Marsán** | Responsable de El Observatorio Cetelem

El contexto para la automoción española sigue bañado por varias incertidumbres. Seguimos en un periodo de tránsito progresivo hacia motorizaciones sostenibles pero el crecimiento de la electrificación no está siendo tan rápido como se esperaba; ni el número de unidades vendidas, ni la cantidad de puntos de recarga instalados (del tipo de acceso público interurbano) alcanzan los objetivos. Las matriculaciones en 2023, a pesar de un incremento del 16% no han llegado al millón de unidades y no es mal crecimiento si comparamos con países de nuestro entorno. La inflación y el alza de los tipos de interés siguen siendo un lastre para el conductor español y nuestro parque móvil supera los 14 años de media.



En el campo legislativo y normativo veremos el éxito del plan MOVES, el impulso del Plan Moves de alta potencia, el PERTE VEC III y entrada en vigor de la norma Euro 7.

No ha habido grandes cambios en cuanto al hecho de vivir muchas transformaciones al mismo tiempo, como ya comentábamos el año pasado. A pesar de todo, los primeros meses del año 2024, muestran un aumento de matriculaciones del 14,67% con respecto a febrero de 2023. Es pronto para dar respuesta a todas las incógnitas, pero, al menos, hemos preguntado a los conductores españoles son sus hábitos y tendencias de consumo respecto al mundo del motor y en estas páginas compartiremos esos datos que esperamos puedan arrojar un poco de luz. Desde El Observatorio Cetelem, como siempre, estaremos atentos para compartir puntualmente los resultados de nuestros análisis.

Disfruten un año más de la lectura. ■

# EVOLUCIÓN DE LAS MATRICULACIONES DE CARAVANAS Y AUTOCARAVANAS EN ESPAÑA

## Evolución de las matriculaciones de caravanas y autocaravanas en España (en nº de unidades)

	Usados 2023	Nuevos 2023	Variación vs 2022 Usados	Variación vs 2022 Nuevos
Autocaravanas + Campers	18.997	5.309	3%	-1%
Caravanas	6.381	1.457	3%	-17%
<b>TOTAL</b>	<b>25.378</b>	<b>6.766</b>	<b>3%</b>	<b>-5%</b>

Fuente: Aseicar

## Evolución de las matriculaciones de caravanas y autocaravanas en España (en nº de unidades)

	2022	2023	Variación respecto a 2022 en %
Campers	2.281	2.756	+21%
Autocaravanas	3.065	2.553	-17%
Caravanas	1.764	1.457	-17%
<b>TOTAL</b>	<b>7.110</b>	<b>6.766</b>	<b>-5%</b>

Fuente: Aseicar



El panorama de las matriculaciones de caravanas y autocaravanas en España ha mostrado una dinámica interesante en los últimos dos años. Se observa una estabilidad en las cifras de matriculaciones de autocaravanas y campers nuevas, apenas disminuyendo un 1% en 2023 en comparación con el año anterior,

mientras que las matriculaciones de caravanas han experimentado un descenso más notable del 17% durante el mismo período. Sin embargo, el mercado de vehículos usados ha visto un aumento generalizado, con un incremento del 3% en ambos casos con respecto al año anterior.

Destaca especialmente el notable crecimiento de las matriculaciones de campers nuevas, que han experimentado un incremento del 21% en comparación con el año anterior, alcanzando la cifra de 2.756 matriculaciones en 2023.



# MI CARAVANA/ AUTOCARAVANA ACTUAL

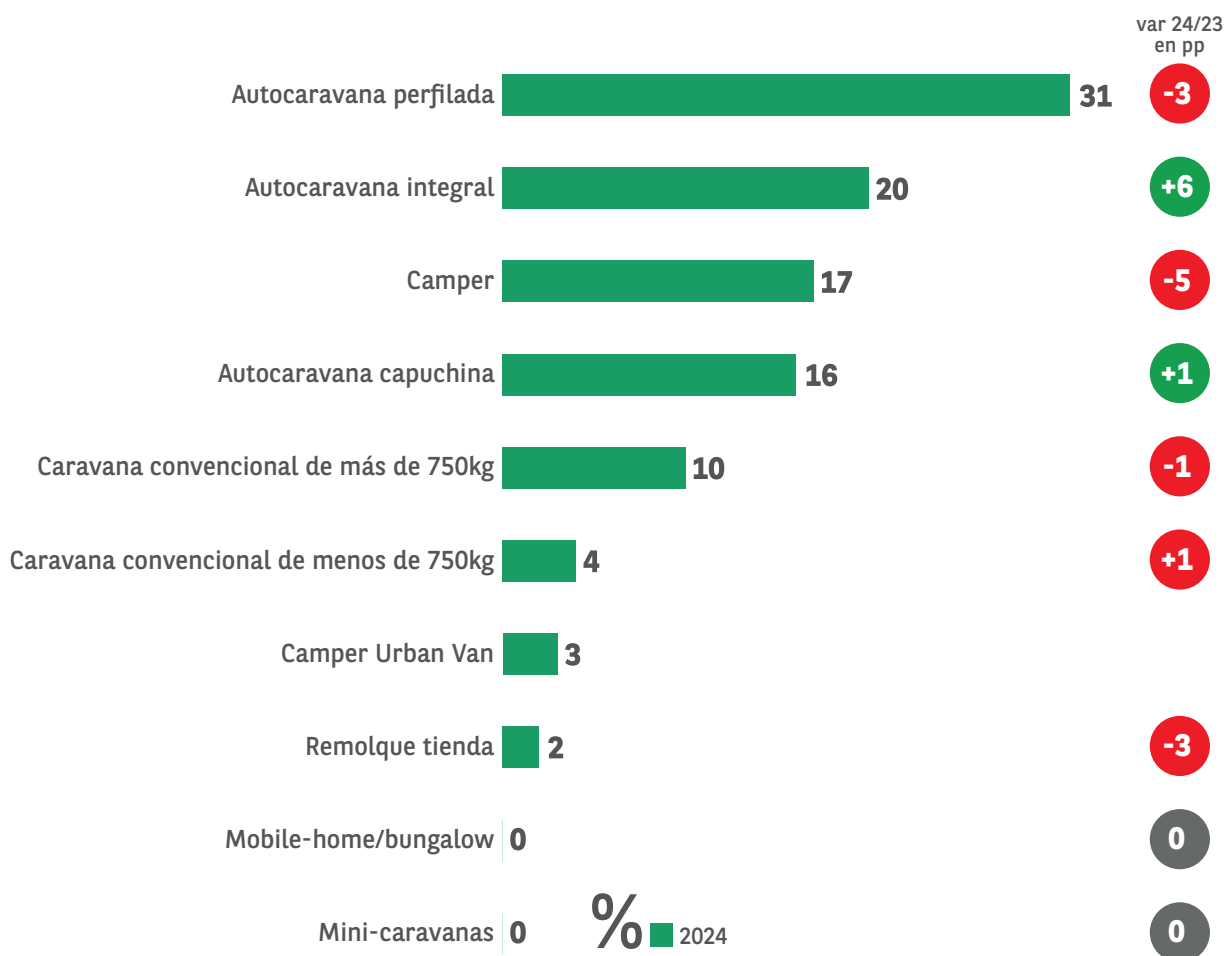
En el marco de este estudio, hemos indagado en la relación de nuestros encuestados con la cultura del caravaning. Los resultados revelan que el 77% de los participantes posee actualmente algún elemento relacionado con el caravaning, en comparación con el 83% registrado en 2023. Por otro lado,

un 15% manifiesta no tener actualmente ningún elemento, pero tiene la intención de adquirirlo en los próximos dos años, frente al 18% del año anterior. Aquellos que han tenido previamente algún elemento de caravaning pero ya no lo poseen en la actualidad representan el 6% de los encuestados,

cifra ligeramente superior al 5% registrado en 2023. Por último, un 3% de los participantes no posee ningún elemento en propiedad, pero ha optado por el alquiler o tiene la intención de hacerlo en los próximos meses.

## ¿Qué tipo/s de elemento/s de caravaning tienes?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

Entre los participantes que actualmente poseen algún elemento de caravaning, el 31% son propietarios de una autocaravana perfilada, seguidos de cerca por un 20% que tienen una autocaravana integral (con un aumento del 6% en comparación con años anteriores), y un 17% que poseen campers (específicamente resaltan los encuestados menores de 45 años con un 22%).

En cuanto al tiempo que llevan los encuestados con sus caravanas o autocaravanas, el 22% las ha tenido entre 1 y 3 años (en comparación con el 29% del año anterior), mientras que el 24% las ha tenido por más de 10 años. Aquellos que han adquirido su vehículo en el último año representan el 7% de los encuestados, lo que muestra una disminución del 3% en comparación con el año anterior. A pesar de la importancia del mercado de vehículos usados, la mayoría de los encuestados (9 de cada 10) no

han realizado una compra en los últimos 12 meses. Entre estos, el 39% menciona que no lo ha hecho debido al aumento en el coste de los vehículos, destacando especialmente los menores de 45 años con un 47%. Un 10% menciona el incremento en los tipos de interés como razón para no comprar, siendo nuevamente los menores de 45 años los más afectados con un 20%. Además, un 6% menciona el retraso en las entregas como motivo de abstención en la compra.

## ¿Cuánto te gastaste en tu/s elemento/s de caravaning aproximadamente?

(Semiabierta - Numérica)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

El gasto promedio efectuado por los participantes encuestados que poseen algún elemento de caravaning ascendió a 43.957€. Este año, el gasto ha aumentado en aproximadamente 3.000€ en comparación con el

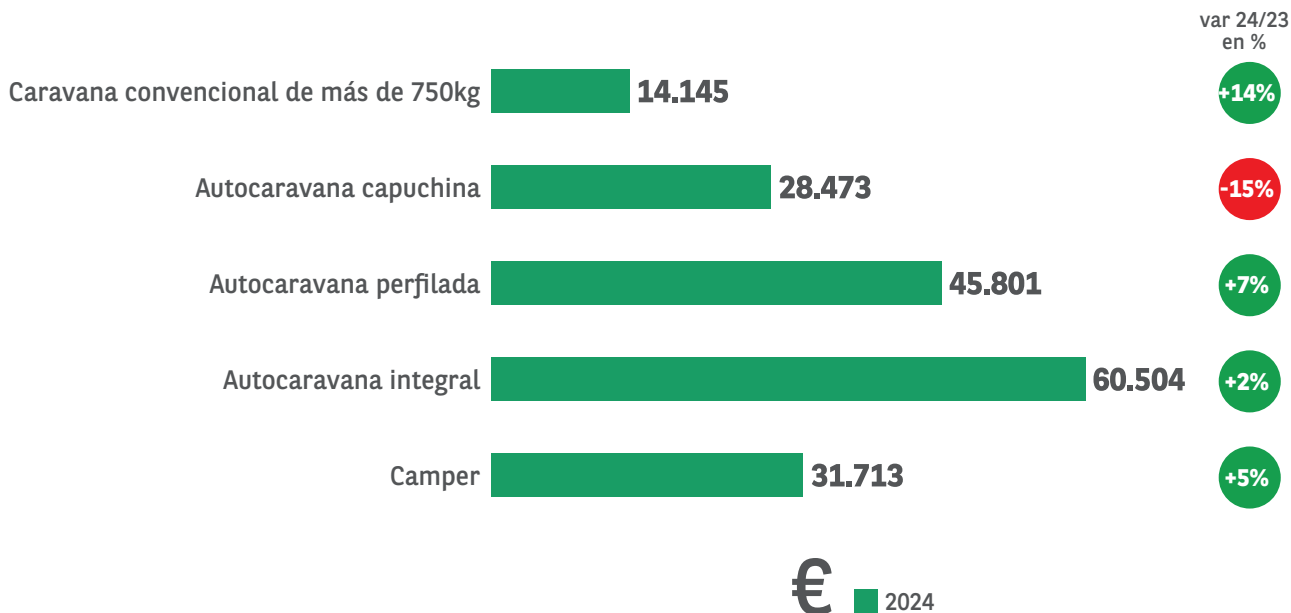
año anterior, representando un incremento del 7%.

En cuanto a la distribución por edades, los mayores de 45 años registraron un gasto medio cercano a los

48.000€, mientras que los menores de 45 años alcanzaron una media de 31.000€.



## ¿Cuál es el gasto en Euros que has realizado en la compra de los elementos de caravaning? (Respuesta abierta numérica)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

Al analizar el gasto promedio por tipo de caravana o autocaravana, sobresalen las autocaravanas integrales con un promedio de 60.504€, lo que representa un aumento del 2%. Le siguen las autocaravanas perfiladas con un gasto medio de 45.801€, experimentando un incremento del

7%. Por otro lado, las autocaravanas capuchinas muestran un gasto promedio de 28.473€, reflejando una disminución del 15%

También hemos querido explorar las preferencias de los encuestados en cuanto a sus viajes en caravana o

autocaravana. El 58% indica que realiza sus viajes en pareja, destacando especialmente los mayores de 45 años con un 63% en este apartado. Por otro lado, el 47% prefiere viajar con la familia, siendo los menores de 45 años quienes lideran esta preferencia con un 69% de menciones.

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



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

En lo que respecta al tipo de viaje, los nacionales son los más comunes, mencionados por el 75% de los encuestados. Le siguen las pequeñas escapadas, elegidas por el 53%, y los grandes viajes fuera de España, mencionados por el 50% de los encuestados, lo que representa un aumento de 2 puntos porcentuales respecto al año anterior. Es interesante destacar que los menores de 45 años muestran una preferencia notable por las

pequeñas escapadas, con un 62% de menciones, superando en 9 puntos porcentuales la media general.

En cuanto a la elección de lugares para pernoctar, el 63% de los encuestados prefiere las áreas de servicio para autocaravanas, lo que representa un aumento de 2 puntos porcentuales respecto al año anterior. Por otro lado, el 26% opta por pernoctar en campings, también expe-

rimentando un aumento de 2 puntos en comparación con el año anterior.

¿Y cómo ven nuestros encuestados su elemento de caravaning? 8 de cada 10 lo considera un instrumento para disfrutar. El 67% considera que es un instrumento de viaje y el 39% lo ve como un espacio para escapar de la monotonía (en este caso los menores de 45 años se encuentran por encima de la media con un 46%).

# MI MARCA Y MI CONCESIONARIO

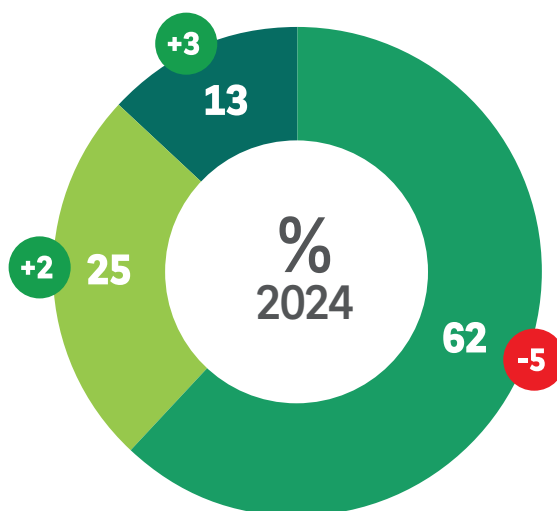
La gran mayoría de los usuarios, como en el año anterior, consideran que la marca es un factor importante al comprar su caravana o autocaravana, con un 88% que lo señala. Solo

un 12% piensa que la marca tiene poca importancia en su decisión.

Los encuestados mayores de 45 años muestran una mayor importancia

hacia la marca, con un 91% que la considera relevante, superando en 3 puntos el promedio general.

## ¿Con cuál de las siguientes afirmaciones estás más de acuerdo? (% Respuesta única)



- Ambos tienen la misma importancia
- La marca de la caravana o autocaravana es más importante que el concesionario o tienda donde la compro
- El concesionario o tienda es más importante que la marca de la caravana o autocaravana

Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

Un 60% de los encuestados afirma que tanto la marca del vehículo como el concesionario donde se realiza la compra tienen la misma importancia, lo

que representa una disminución de 5 puntos con respecto al año anterior. Un 25% opina que la marca es más importante que el concesionario, mien-

tras que un 13% cree que el concesionario o la tienda es más crucial que la marca.

3 de cada 4 encuestados prefieren escoger una o varias marcas y, a partir de ahí, acudir después a los concesionarios que las ofrecen. En cambio, el 24% restante prefiere hacer lo contrario, elegir uno o varios concesionarios y en ellos decidir que marca comprar.

Entre los usuarios que prefieren elegir primero la marca, 9 de cada 10 nos dice que prefiere ir a varios concesionarios para informarse y comparar precios en lugar de ir directamente a uno a comprar su caravana.

Y entre los usuarios que prefieren elegir primero el concesionario, 8 de cada 10 nos dice 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

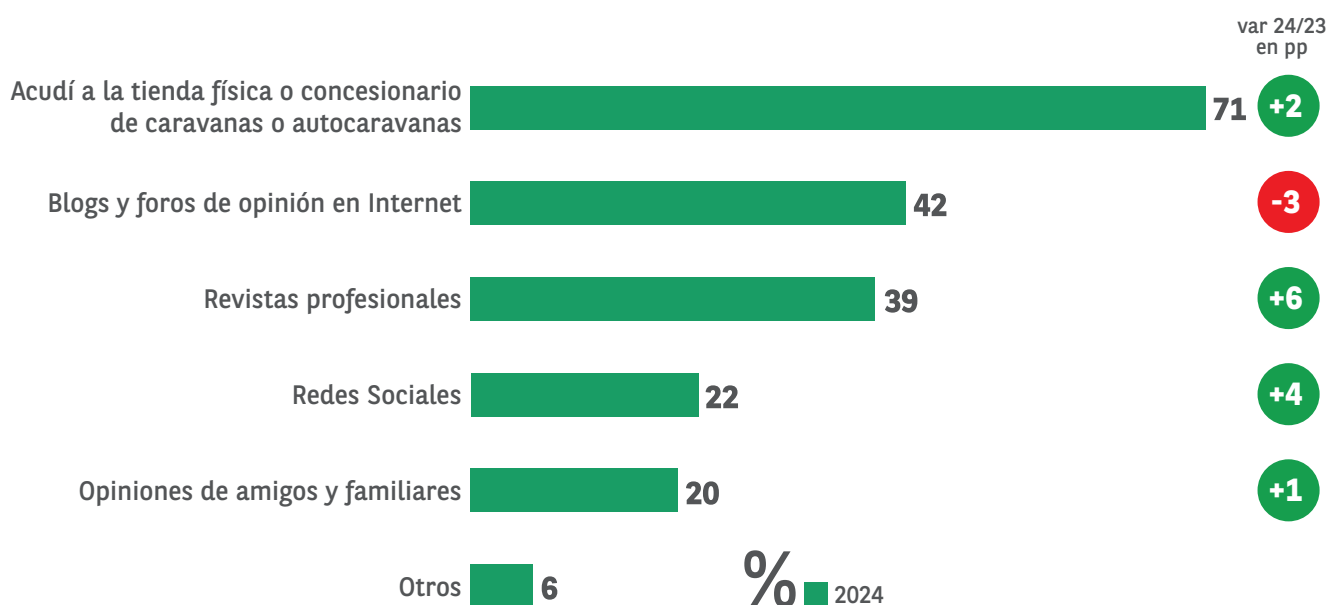
Pasamos a examinar los aspectos destacados del proceso de compra, donde la gran mayoría de los usuarios encuestados considera importante que la tienda donde adquieren su caravana o autocaravana disponga de una página web (91%). Solo un 8% considera este aspecto poco impor-

tante, y un 1% lo ve como nada importante. Los encuestados menores de 45 años valoran este aspecto en un 93% de los casos, superando en 2 puntos el promedio general.

También nos hemos interesado por la importancia que le dan a que la

tienda o concesionario cuente con presencia en redes sociales. En este caso, solo el 50% lo considera importante, destacando especialmente los encuestados menores de 45 años, con un 61% que lo valora como relevante.

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



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

En cuanto a la búsqueda de información durante el proceso de compra de la caravana o autocaravana, el 71% de los encuestados se informa en el con-

cesionario (2 puntos más que en 2023), seguidos por un 42% que busca información en blogs y foros de Internet, y un 39% que recurre a revistas profes-

sionales, mostrando un importante aumento de 6 puntos porcentuales respecto al año anterior.



## ¿En qué tipos de páginas WEB consultas información a la hora de comprar una caravana o autocaravana?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

El 93% de los usuarios encuestados recurren a Internet como medio de consulta durante el proceso de compra de su caravana o autocaravana. Los principales tipos de páginas web utilizadas para estas consultas son similares a los del año anterior. En primer lugar, se encuentran las webs de las propias marcas, mencionadas por el 70% de los encuestados, seguidas de las páginas o revistas especializadas con un 50%, y las webs de los concesionarios con un 47%. Los foros

de Internet experimentan una notable pérdida de protagonismo respecto al año anterior, con una caída de 10 puntos porcentuales. Destaca entre los usuarios menores de 45 años el uso más frecuente de las redes sociales y las páginas de segunda mano como fuentes de información.

Para profundizar en las preferencias de nuestros encuestados al adquirir una caravana o autocaravana, planteamos el escenario de ofrecerles una

autocaravana de una marca desconocida a un precio muy competitivo, con características básicas de seguridad y calidad pero sin la estética y el equipamiento tecnológico habitual. Solo el 28% de los encuestados manifestó que optaría por esta opción de compra. En este aspecto, los menores de 45 años mostraron una leve predisposición mayor (40%) que los mayores de 45 años (34%).

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



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

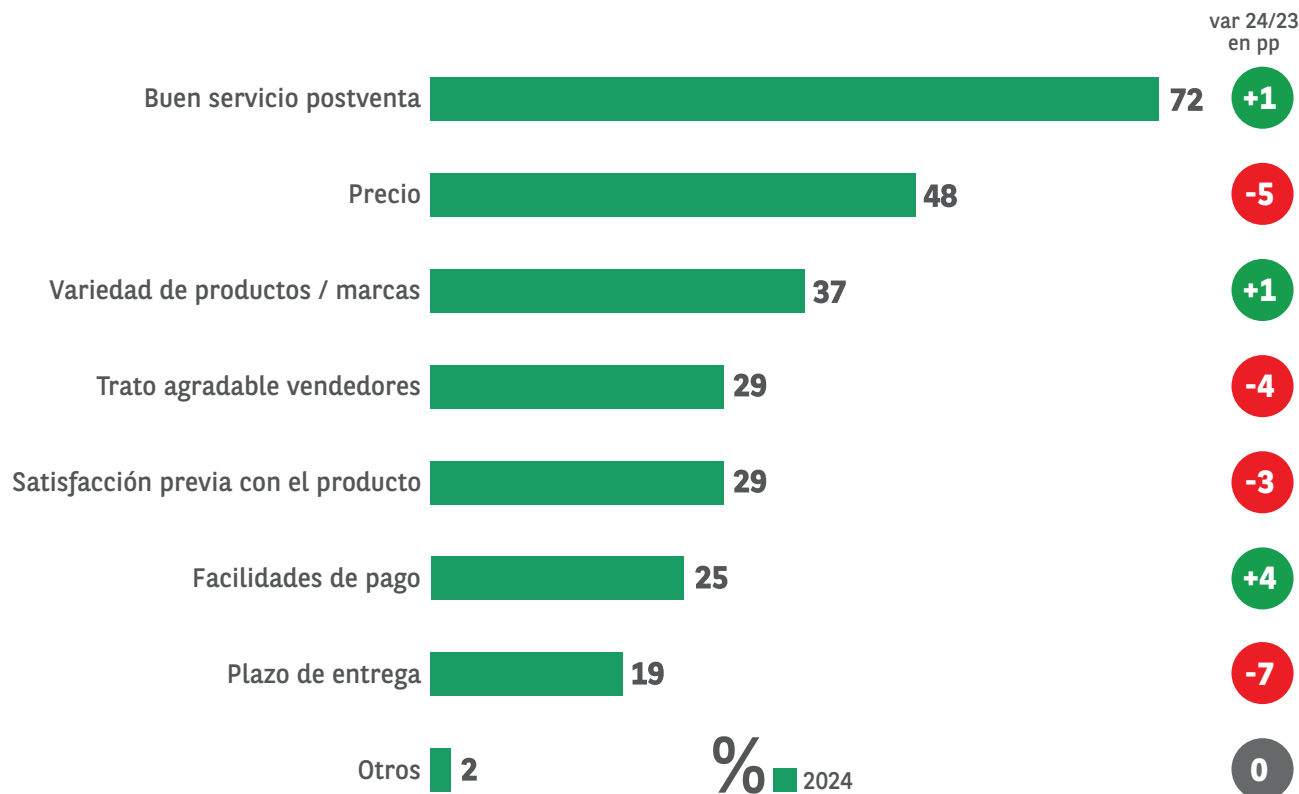
Entre aquellos que expresaron su disposición a adquirir ese tipo de autocaravana, el 56% lo haría debido a su precio, destacando especialmente los menores de 45 años, con un 67% de menciones en este aspecto. Un 49% lo adquiriría porque ofrece los mismos servicios que una de un fabricante conocido, mientras que un 30% considera que no necesita todo el equipamiento de las autocaravanas actuales. Es notable el marcado descenso de 12 puntos porcentuales respecto al año anterior en aquellos que

ven como ventaja tener una caravana o autocaravana nueva al precio de una de ocasión.

La imagen (57%), el diseño (51%) y la contratación de servicios post-venta (25%), son las principales prestaciones que los usuarios encuestados estarían dispuestos a reducir para acceder a precios más bajos, coincidiendo en este top 3 con los datos del año anterior.

Si pasamos al tipo de establecimiento preferido por los encuestados para realizar su compra, la mayoría de los usuarios encuestados prefieren claramente adquirir su caravana o autocaravana en un concesionario o tienda multimarca, con un 75% que así lo afirma. En contraste, un 11% prefiere los concesionarios o tiendas monomarca, mientras que un 9% opta por un compra-venta de segunda mano. Estas preferencias se mantienen en niveles muy similares a los obtenidos el año anterior.

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



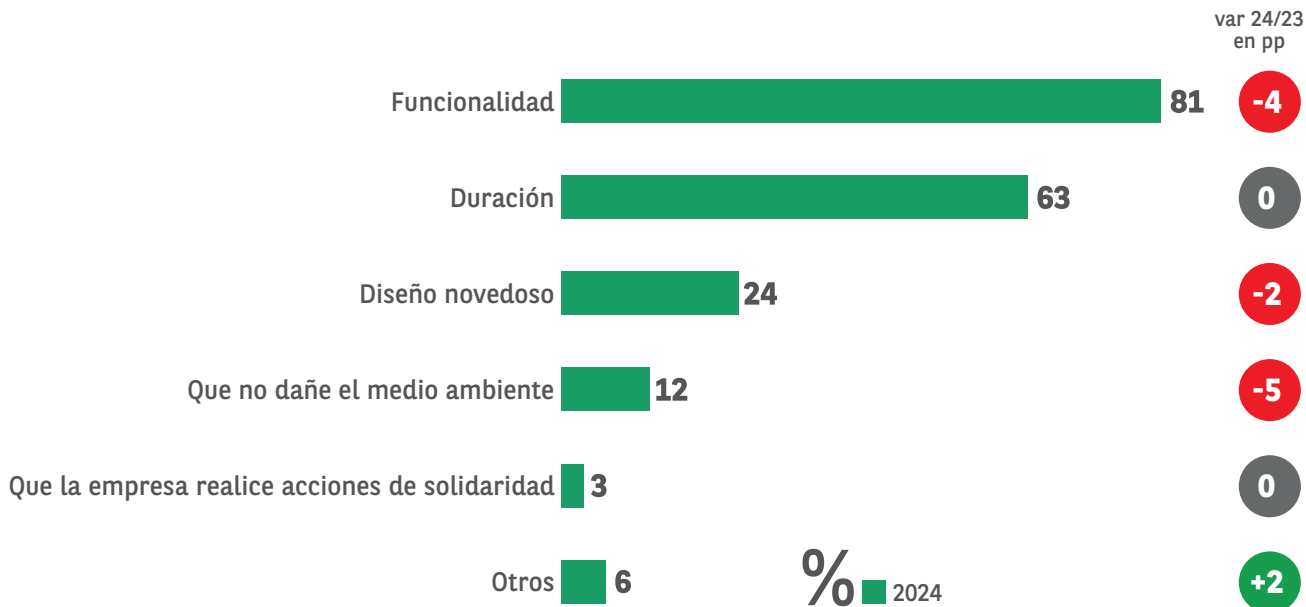
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

Entre los motivos por los que comprarían en un establecimiento concreto, destaca el buen servicio de postventa, mencionado por el 72% de los encuestados, lo que representa un punto porcentual más que en 2023. Le sigue en importancia el precio, con un 48%, y la variedad de productos y marcas, con un 37%.

El 54% de los usuarios prefiere un establecimiento que generalmente ofrezca buenos precios, lo que representa una ligera disminución de 2 puntos en comparación con 2023. Esta preferencia es notablemente más alta que la de aquellos que valoran horarios amplios u ofertas ocasionales.

Más del 60% de los usuarios encuestados tienen la intención de regresar al establecimiento donde adquirieron su última caravana o autocaravana, un punto porcentual más que el año anterior.

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



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

Al examinar los aspectos más valorados al comprar una caravana o autocaravana, la funcionalidad se destaca notablemente en primer lugar, con un 81% de los encuestados que la consideran crucial, seguida de la durabilidad, con un 63%, como el siguiente aspecto más importante. Aspectos

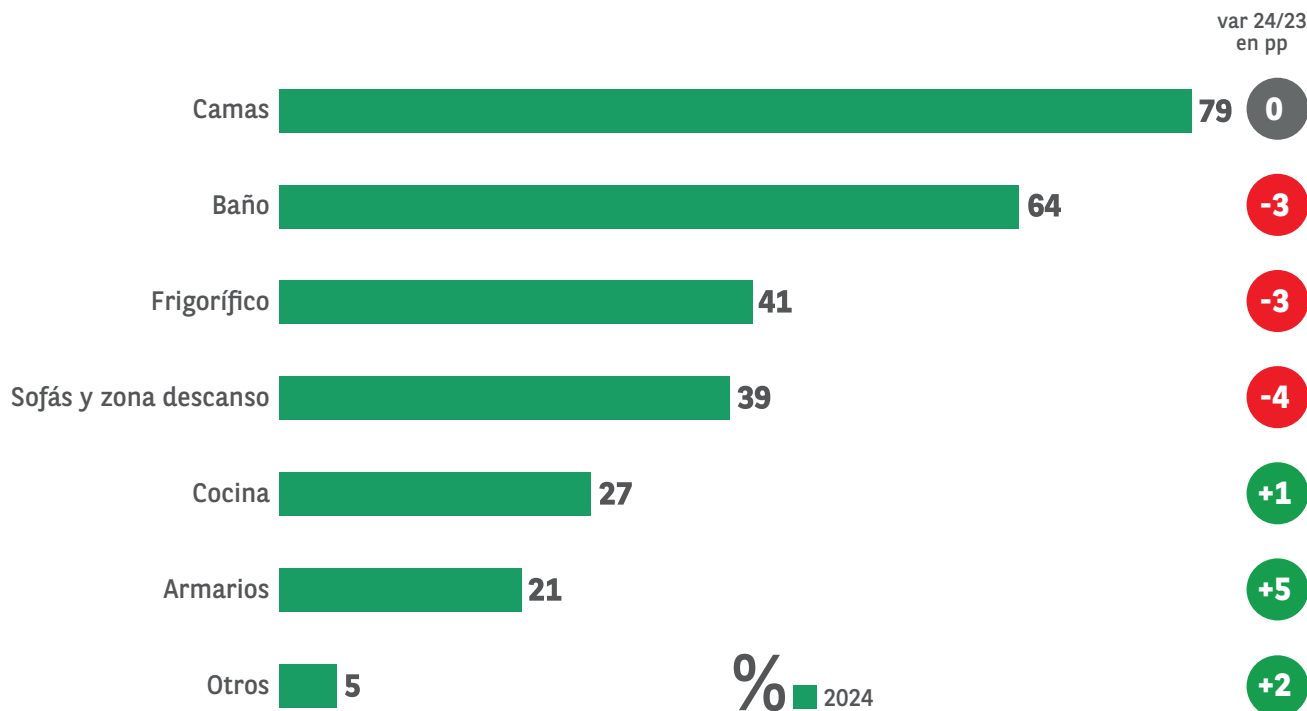
como un diseño innovador o respetuoso con el medio ambiente ocupan un segundo plano, siendo valorados por el 24% y el 12% respectivamente.

Si tuviéramos que elegir entre seguridad, comodidad y precio al comprar una caravana o autocaravana, el 43%

de los encuestados considera la comodidad como la prioridad, por encima de la seguridad y el precio. Sin embargo, los mayores de 45 años muestran una mayor propensión a valorar la seguridad en comparación con los menores de 45 años (41% vs 19% respectivamente).

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

(% Respuesta múltiple - Máximo 3 respuestas)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

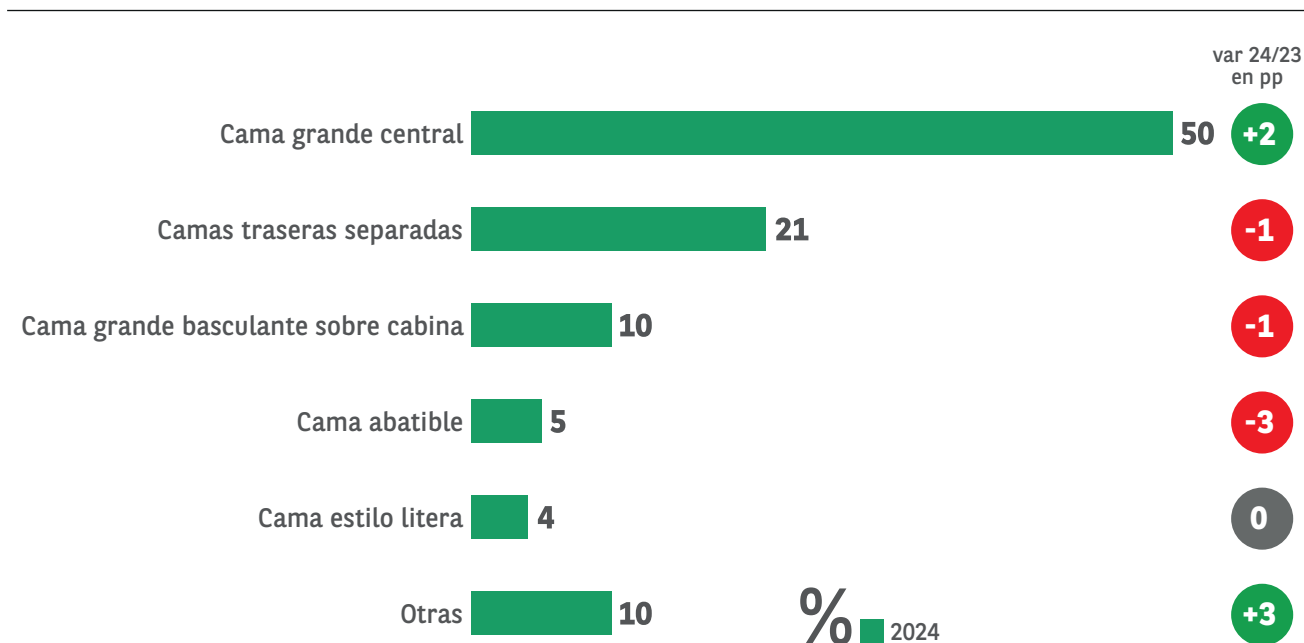
En lo que respecta al equipamiento interior, las camas son consideradas como lo más indispensable por el 80% de los usuarios encuestados, seguidas por el baño con un 64% y el frigorífico

con un 41%. Estos dos últimos han experimentado una ligera disminución del 3% en comparación con el año anterior. Los armarios y la cocina están menos valorados, con un 21% y

un 27% respectivamente, aunque han experimentado un aumento del 5% y 1% respectivamente.



## ¿Qué tipo de camas prefieres en tu caravana o autocaravana? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

Al profundizar en el tipo de cama, la opción preferida por la mayoría de los usuarios encuestados es la cama grande central, mencionada por el 50% de los encuestados. Le sigue de lejos la opción de camas traseras separadas, preferida en mayor medida por los mayores de 45 años, con un 23%.

Los encuestados menores de 45 años muestran una preferencia por las camas basculantes sobre cabina o las camas estilo litera, destacando por encima de la media en estas elecciones.

Si pasamos a analizar el plazo que nuestros encuestados consideran como óptimo a la hora de renovar su

elemento de caravaning, el 62% de los usuarios opina que el plazo óptimo es de 8 o más años, destacando los mayores de 45 años con un 64%. Por otro lado, el 23% opina que lo recomendable sería renovarla entre 5 y 7 años, y el 15% restante lo haría antes de los 5 años.

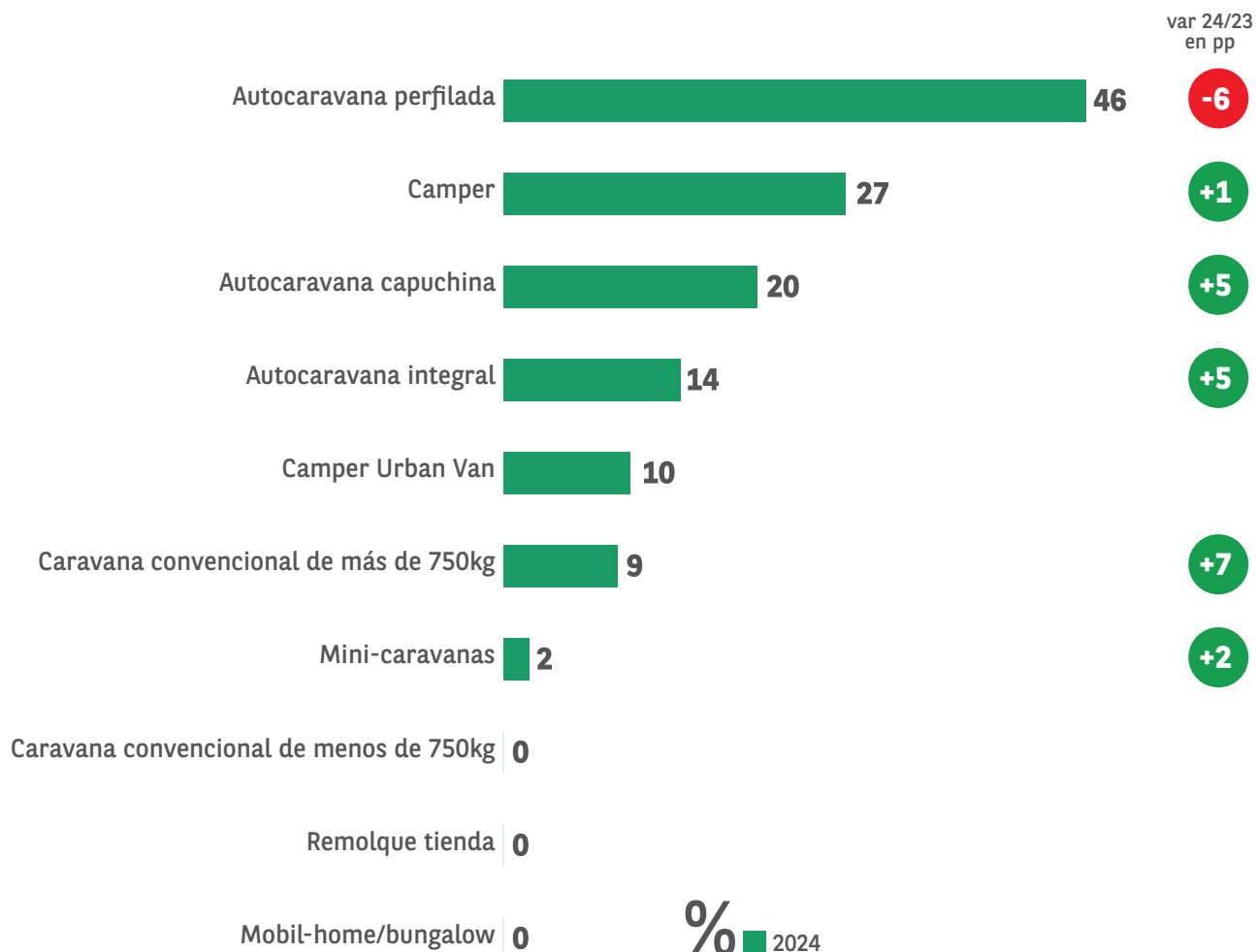
# ALQUILER DE CARAVANAS Y AUTOCARAVANAS

A continuación, nos enfocaremos en los alquileres de elementos de caravaning durante el último año. Un 12%

de los usuarios encuestados afirma haber alquilado alguna autocaravana o camper, con una notable prevalen-

cia entre los menores de 45 años, representando un 20% de las respuestas por encima de la media.

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



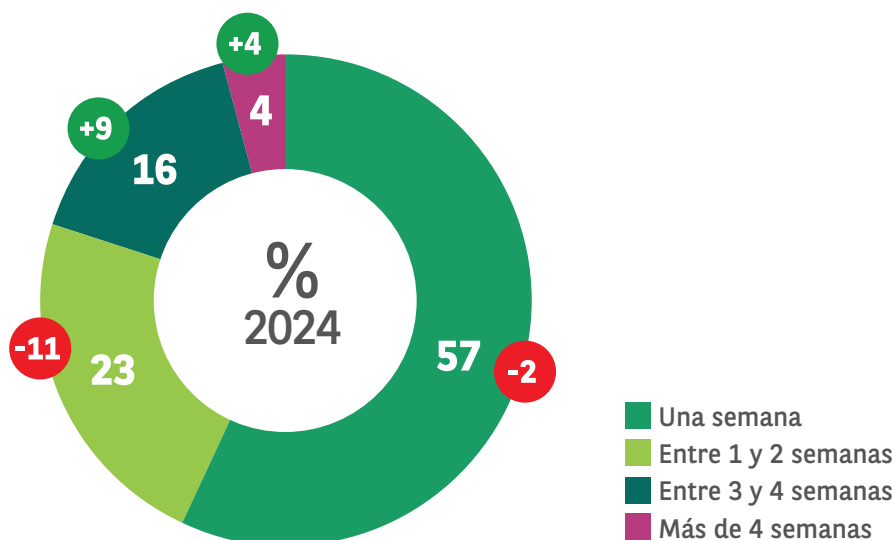
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

Entre las preferencias de alquiler, las autocaravanas perfiladas y las camper destacan como las favoritas de los

encuestados, con un 46% y un 27% de menciones respectivamente. Las camper muestran un ligero aumento de un

punto en comparación con el año anterior.

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



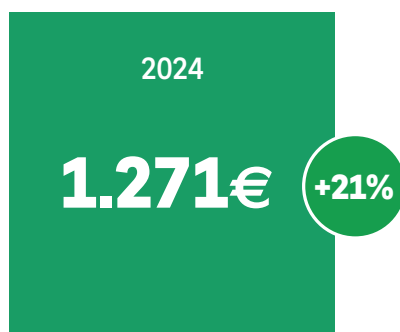
Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

Respecto a la duración del alquiler, el 57% de aquellos que alquilaron autocaravanas o camper durante el último año lo hicieron por una semana,

seguido por el 23% que optó por un plazo de entre una y dos semanas (descendiendo en este aspecto un significativo 11% respecto al año anterior).

Los alquileres de más de 15 días representaron el 20% (7% el año anterior), mostrando un crecimiento notable de 13 puntos porcentuales.

## ¿Cuál fue el gasto destinado para el alquiler de la caravana o autocaravana? (Semiabierta - Numérica)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

Este aumento en la duración de los alquileres se traduce en un importante aumento del gasto medio destinado al alquiler, donde pasamos de los 1.047€ del año pasado a los 1.271€ de este año, un 21% más.

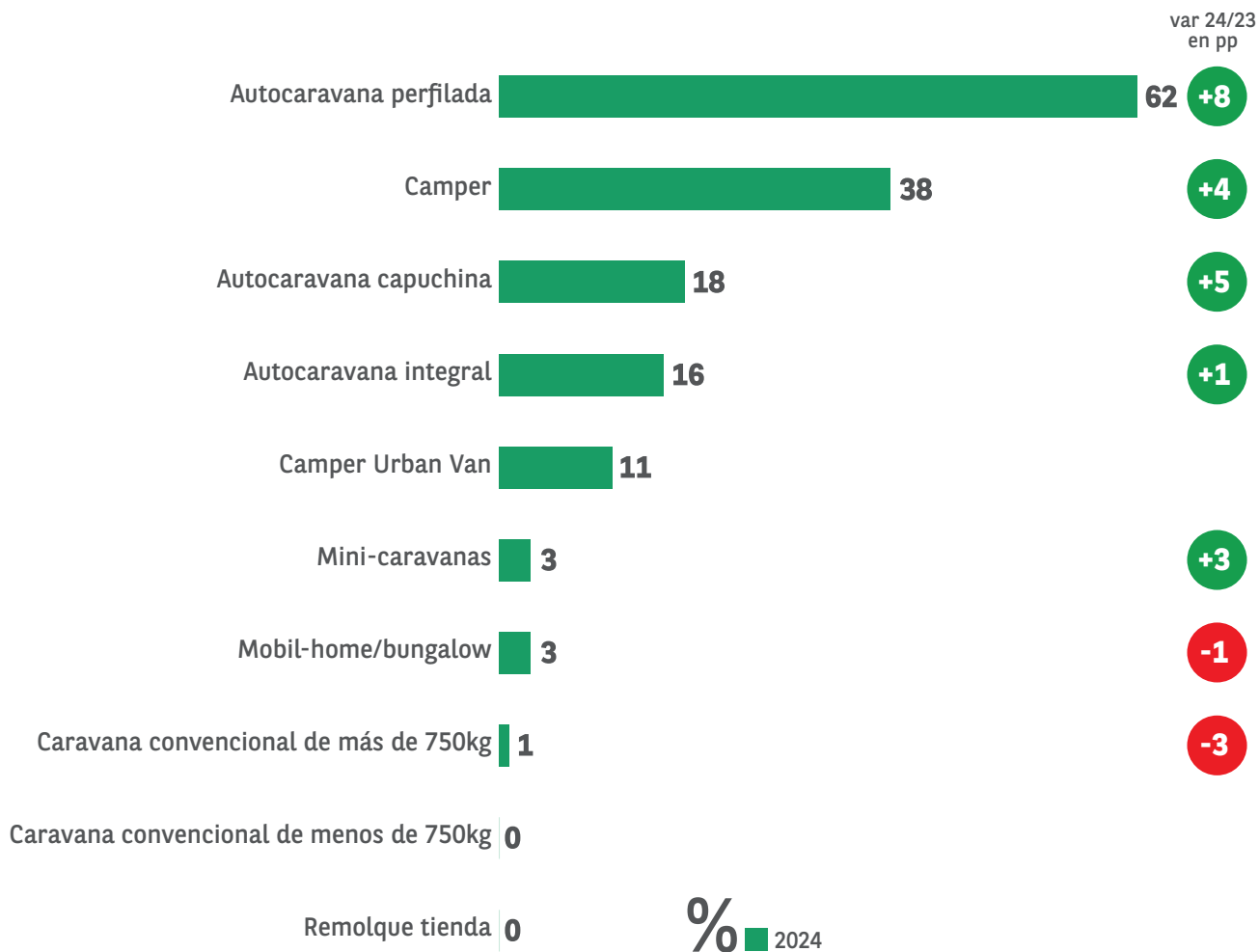
En cuanto a los canales a través de los cuales se realiza el alquiler, el 83% de los encuestados que optaron

por alquilar una autocaravana o camper lo hicieron a través de una empresa especializada en alquiler, mientras que solo el 7% recurrió a particulares. Más de 3 de cada 10 usuarios indicaron utilizar plataformas de alquiler que ofrecen tanto opciones de particulares como de empresas profesionales.

Mirando hacia los próximos meses, el 14% de los encuestados manifestó su intención de alquilar una caravana o autocaravana, mostrando una disminución de un punto porcentual respecto a la intención expresada el año anterior.



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



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

En cuanto al tipo de elemento de caravaning que planean alquilar, el 64% de los encuestados tiene la intención de optar por una autocaravana perfilada, lo que representa un incremento de 8 puntos porcentuales respecto al año anterior. Esto sitúa a las autocaravanas perfiladas como la opción más popular para

alquilar, seguidas por las campers, que cuentan con un 24% de intención de alquiler. Las capuchinas y las integrales ocupan el tercer y cuarto lugar respectivamente, experimentando aumentos de 5 y 1 puntos porcentuales en comparación con el año anterior.

A pesar de estos datos positivos en cuanto al alquiler, el 97% de los usuarios encuestados continúa expresando su preferencia por poseer una caravana o autocaravana en lugar de alquilarla en ocasiones puntuales.



# SITUACIÓN ACTUAL

Pasemos a analizar la situación actual de nuestros encuestados en relación con el sector del caravaning. Según los datos recabados, el 14% de los encuestados se encuentra actualmente en proceso de compra de un vehículo de caravaning, un ligero aumento con respecto al 13% del año anterior. Sin embargo, es notable la disminución en el porcentaje de aquellos que están experimentando dificultades para adquirir su vehículo, pasando del 48% el año anterior al 37% en la presente encuesta, lo que representa una mejora significativa de 11 puntos porcentuales.

En cuanto al plazo de entrega previsto para los vehículos, se mantiene

prácticamente constante, rondando los 7 meses en la actualidad, frente a los 8 meses del año anterior.

Entre aquellos que están actualmente en proceso de compra de un elemento de caravaning, el 73% manifiesta que el incremento en el precio de los vehículos y el aumento de los tipos de interés, consecuencia de la inflación que se experimenta en España, ha llevado a replantearse su compra. Asimismo, el 67% indica que, ante esta problemática, estaría dispuesto a considerar la adquisición de un vehículo procedente de otros países disponibles en la red.

En cuanto a los encuestados que ya poseen un elemento de caravaning, un 13% tiene intención de venderlo, siendo este porcentaje más notable entre los encuestados mayores de 45 años

Entre los motivos que impulsan a los encuestados a considerar la venta de su vehículo de caravaning, destacan principalmente las restricciones y multas excesivas asociadas a la pernoctación, así como la insuficiencia o escasez de áreas adecuadas para dicho fin. Es notable que en prácticamente ningún caso se menciona una pérdida de interés en el sector como motivo para la venta



# INTENCIÓN DE COMPRA

Por último, es importante profundizar en las intenciones de compra para los próximos meses. Se destaca que el 71% de los usuarios encuestados que actualmente no poseen ningún elemento de caravaning tiene la intención de adquirir uno en los próximos 2 años, lo que refleja un porcentaje similar al registrado el año anterior. Es intere-

sante notar que este interés es particularmente alto entre los encuestados menores de 45 años.

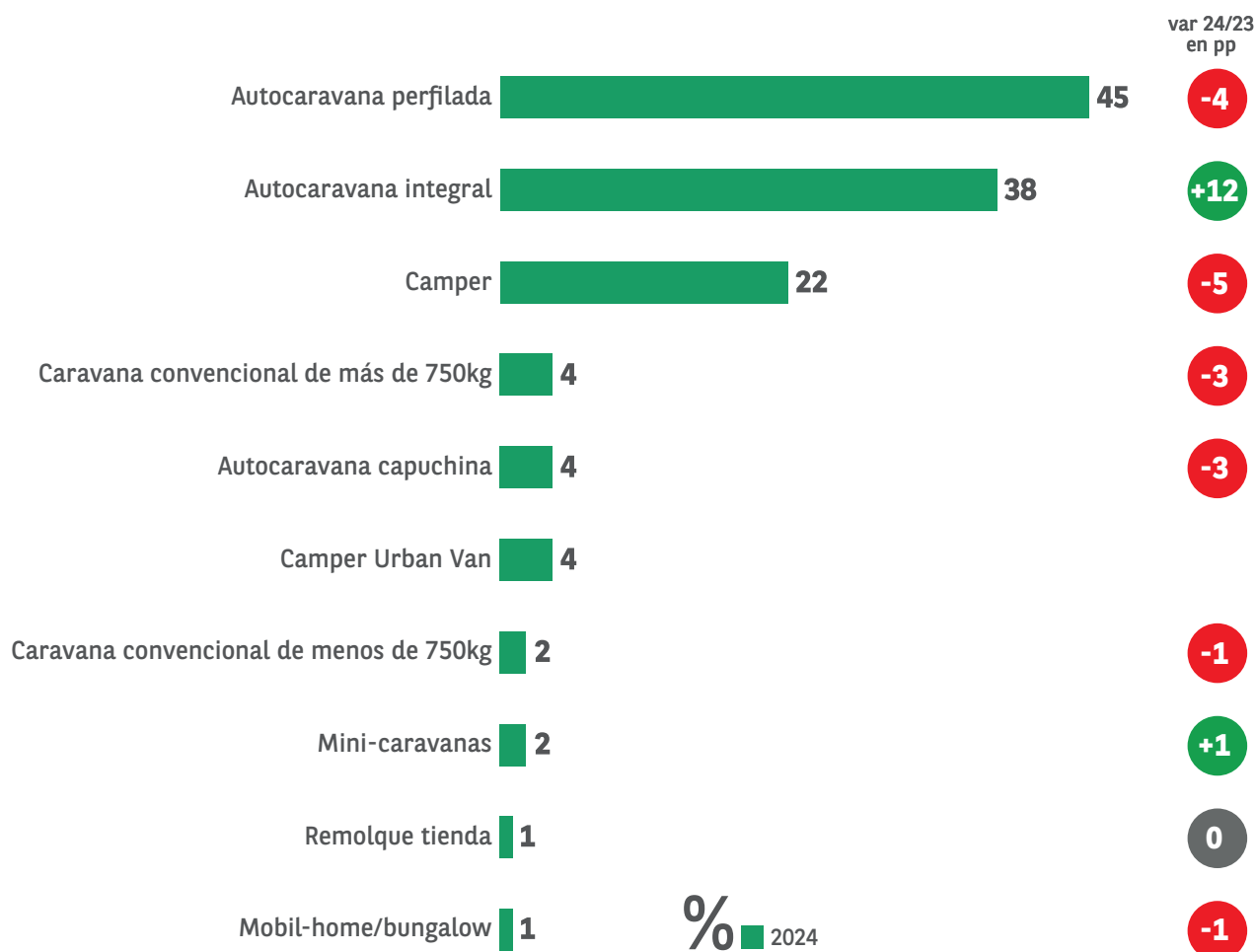
En cuanto a los encuestados que ya poseen un elemento de caravaning, el 29% indica su intención de cambiarlo por un vehículo nuevo o de ocasión en los próximos 2 años, lo que representa

un aumento de 5 puntos porcentuales en comparación con el año anterior.

Y, entre los que no tienen intención de cambiar o comprar, destaca un 39% que dice que no lo hará debido aumento de los costes de los vehículos.

## ¿Qué tipo/s de elemento/s de caravaning buscas?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

Centrándonos en los que comprarán, hemos querido preguntar por el tipo de caravana o autocaravana en la que están interesados, y el 44% se decantaría por una autocaravana perfilada (48% en 2023), seguido del 38% con intención de comprar una autocaravana integral (+12 puntos porcentuales) y del 22% que pretende comprar una camper.

7 de cada 10 usuarios valorará que su próximo elemento de caravaning sea poco contaminante y 9 de cada 10 valorará el consumo de carburante a la hora de comprar su próximo elemento de caravaning, manteniéndose estas respuestas en niveles similares al año anterior.

Los futuros compradores de elementos de caravaning optarán en un 63% de los casos por la financiación como método de pago, lo que representa una disminución de 3 puntos con respecto al año anterior. Destaca notablemente la preferencia de los menores de 45 años, con un 78% de menciones sobre el pago a través de financiamiento, en comparación con el 58% de los mayores de 45 años.

---

## FINANCIACIÓN

En cuanto a la percepción de la oferta de financiación al comprar una caravana o autocaravana, el 69% de los encuestados la considera muy importante o bastante importante. Solo el 9% la considera poco importante. El

94% de los usuarios prestaría especial atención a los tipos de interés ofrecidos al solicitar un crédito, superando ampliamente la atención dedicada a los servicios asociados, elegidos solo por el 6%.

El 76% de los encuestados consideraría interesante que la tienda ofreciera la opción de financiación junto con un seguro, en comparación con el 80% del año anterior.

# RENTING

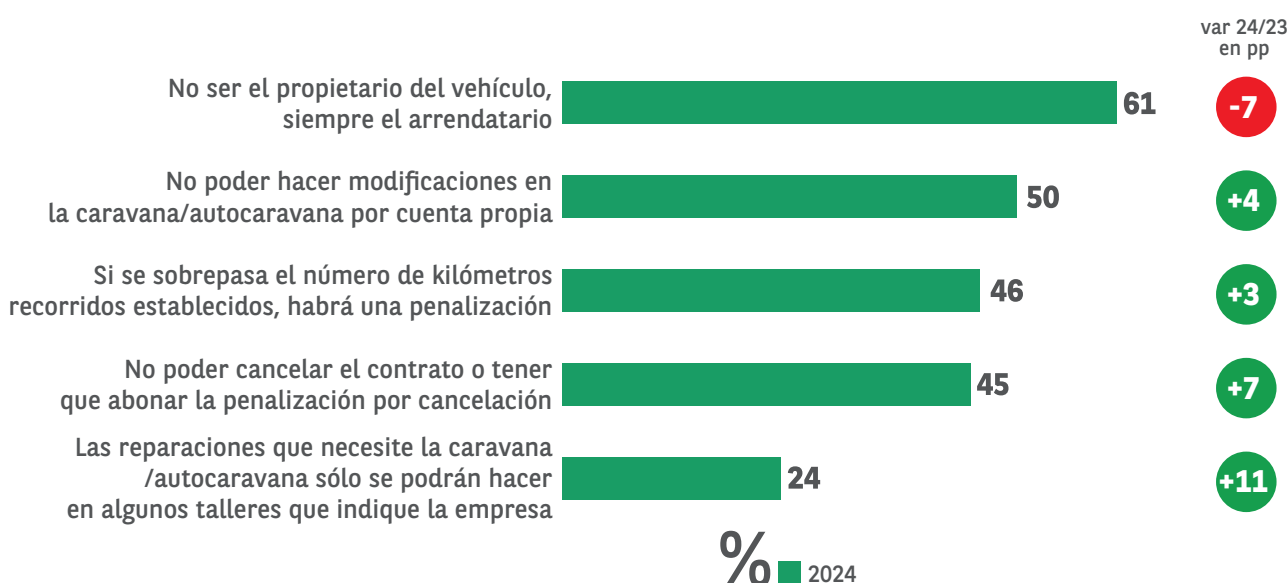
En cuanto al renting para particulares, más de la mitad de los encuestados afirma conocerlo, pero solo el 3% ha adquirido su caravana o autocaravana

a través de este método. No obstante, el 70% de estos usuarios califica su experiencia como buena o muy buena. Además, el 39% de los encuestados que

conocen el renting estaría dispuesto a adquirir su caravana o autocaravana mediante este medio.

## Y, ¿cuáles crees que son los puntos negativos de adquirir tu caravana/autocaravana a través de renting?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

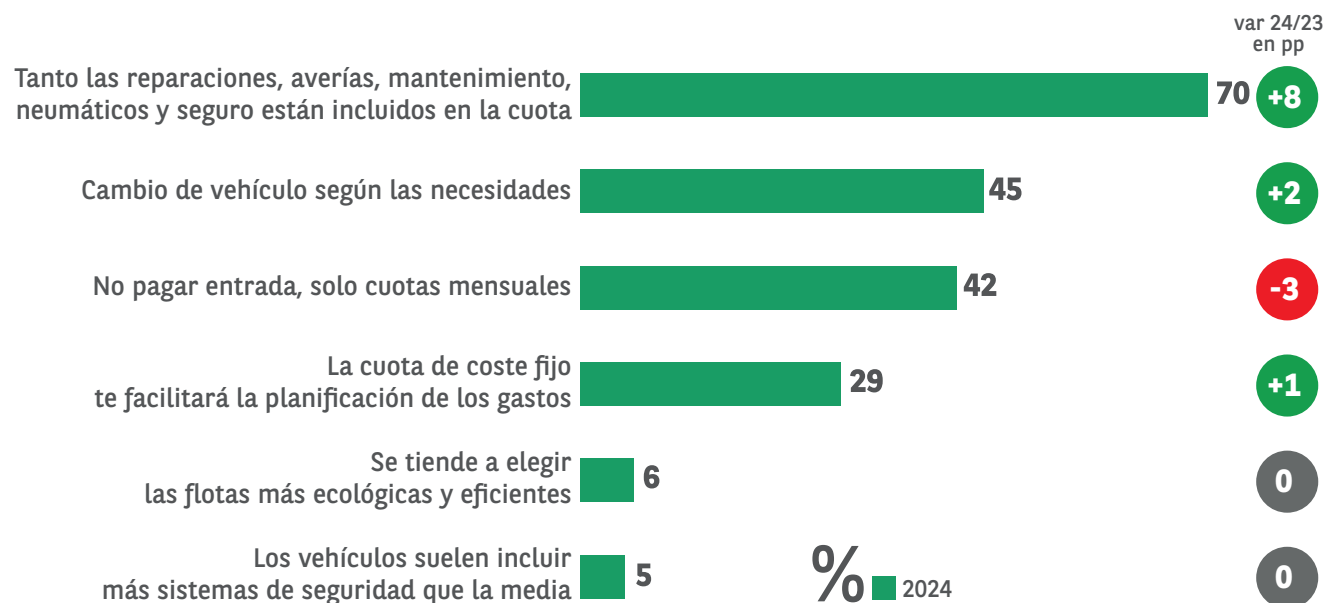
Al profundizar en los aspectos negativos de adquirir una caravana o autocaravana mediante renting, los encuestados destacan en primer lugar

el hecho de no ser propietarios del vehículo (61%). Le sigue la imposibilidad de realizar modificaciones por cuenta propia (50%) y la preocupación

por posibles penalizaciones si se supera el límite de kilómetros establecido (46%).

## ¿Cuáles crees que son los puntos positivos de adquirir tu caravana/autocaravana a través de renting?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2023  
Encuesta Cetelem-Canal Sondeo Observatorio Cetelem Motor 2024

En contraste, los principales aspectos positivos de optar por el renting para obtener una caravana o autocaravana son: en primer lugar, tener

incluidas en la cuota todas las reparaciones, averías, mantenimiento, seguro, entre otros (70%). Seguido de la posibilidad de cambiar el vehículo

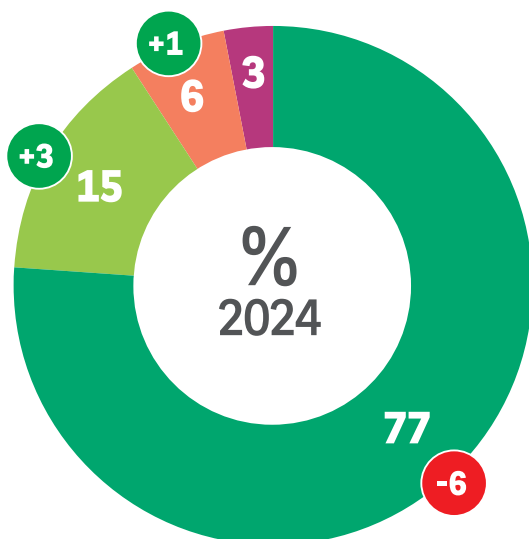
según las necesidades del usuario (45%) y la ausencia de una cuota inicial (42%).

# LOS PUNTOS CLAVE

## Para empezar, ¿quiénes han participado en esta encuesta?

¿Tienes algún elemento de caravanning en la actualidad?

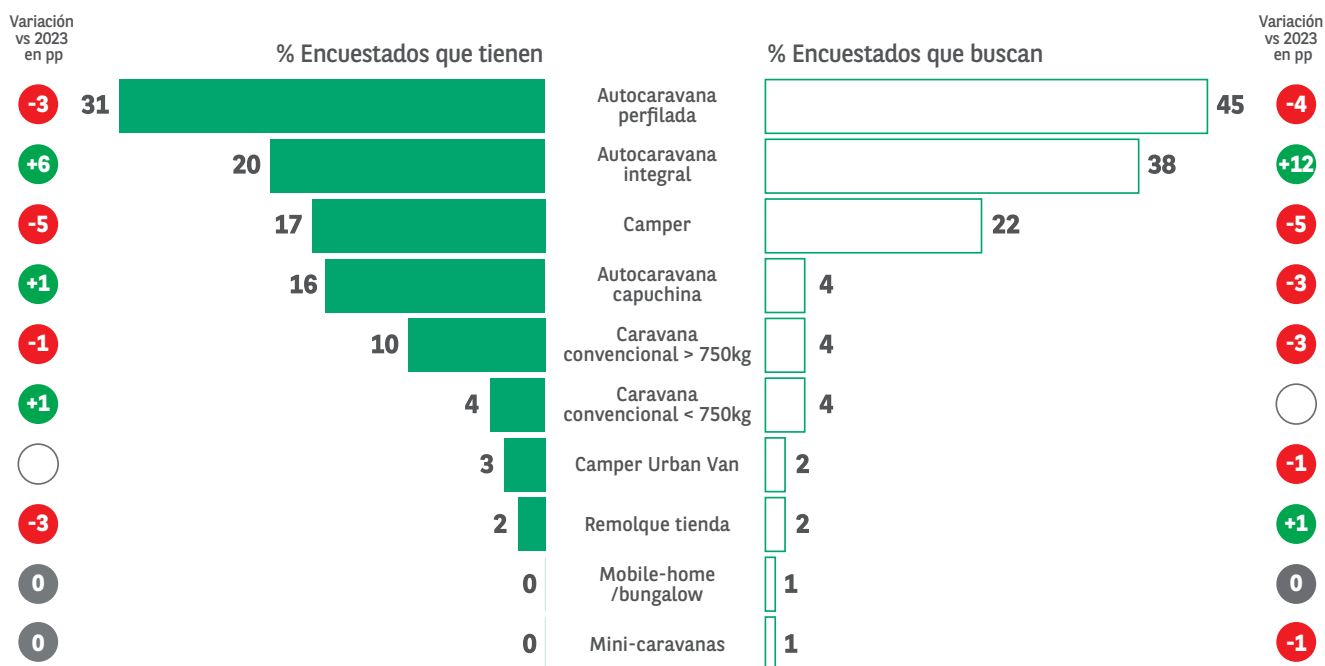
(% respuesta única)



- Sí
- Actualmente no, pero tengo intención de adquirirlo en los próximos años
- Actualmente no, pero los he tenido alguna vez
- No tengo en propiedad, pero he alquilado alguna vez o tengo intención de alquilarlo

# Tipos de elementos caravaning que tenemos y que buscamos

¿Qué tipo de elemento de caravaning tienes y/o qué tipo buscas?  
(% respuesta múltiple)



El gasto medio en la compra de sus elementos de caravaning ha sido de **43.957€** un **+7%** más que el año anterior



## Proceso de compra

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, ¿qué aspecto/s valoras más?

(%respuesta múltiple)

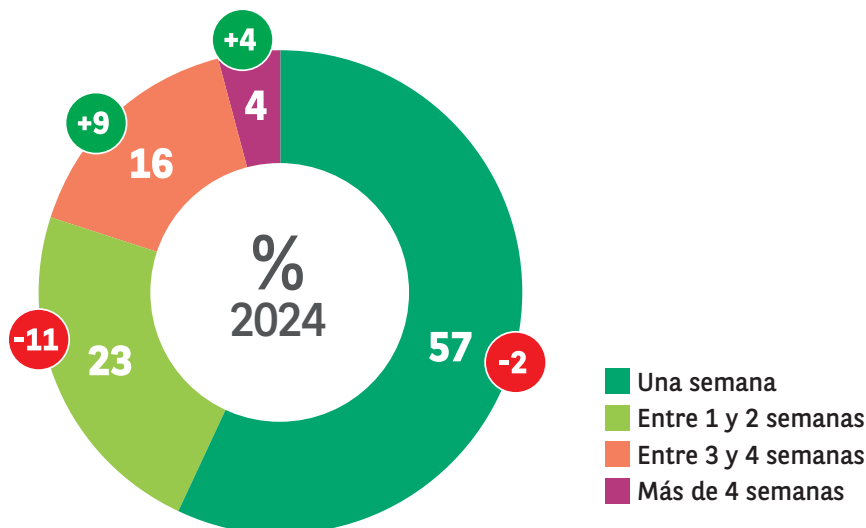


## Alquiler

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

Sí **12%** <sup>0</sup>

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



El gasto medio en el alquiler durante el último año ha sido de

**1.271€**

un **+21%** más que el año anterior

# FICHA TÉCNICA

## Motor 2024. El Observatorio Cetelem Sector 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 472 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  $\pm 4,51\%$ .

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

### Trabajo de campo:

Realizado entre el 24 de enero al 19 de febrero de 2024 por la empresa CANAL SONDEO.

## Motor 2023. El Observatorio Cetelem Sector 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 581 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  $\pm 4,07\%$ .

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

### Trabajo de campo:

Realizado entre el 1 y el 27 de febrero de 2023 por la empresa CANAL SONDEO.



# OBSERVATORIO Cetelem

