

Madrid, 26 de abril de 2021

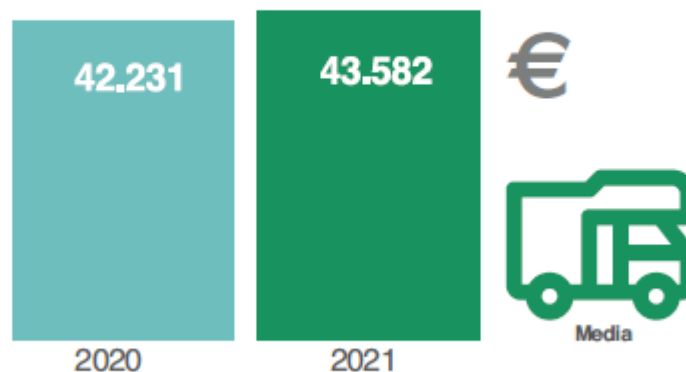
NOTA DE PRENSA

Crece un 3% el gasto medio realizado por los usuarios de caravanning en 2021

Como consecuencia de la crisis sanitaria que ha impactado gravemente en el sector del motor durante el último año, el 42% de los usuarios de caravanning españoles ha tenido que posponer sus compras previstas, incluso un 7% de entre ellos ya no volverá a retomarlas. En cambio, un 12% ha experimentado justo lo opuesto, al pasar de no tener pensado comprar a plantearse su compra. La razón principal: una nueva alternativa segura para viajar o disfrutar. Estas son algunas de las conclusiones más relevantes del estudio Motor 2021 de El Observatorio Cetelem especial Caravanning, dado hoy a conocer, que presenta un detallado análisis del comportamiento del usuario de caravanning español en este último año marcado por la COVID-19.

El gasto medio realizado por los usuarios encuestados que tienen algún elemento de caravanning fue de 43.582€, lo que supone un 3% de crecimiento con respecto al 2020 cuyo gasto medio se situaba en 42.231€. Los mayores de 45 años es el grupo de edad que realizó un mayor gasto medio, concretamente 46.148€ de media. Por su parte, el grupo de menos de 45 años llegaron hasta los 35.141€ de media de gasto en el 2020. En cuanto al gasto medio por tipo de caravana o autocaravanas, destacan por encima del resto las autocaravanas integrales con 57.292€, las perfiladas con 37.217€ y las mobil-home/bungalow con 30.372€.

¿Cuánto te gastaste en tu/s caravana/s o autocaravana/s aproximadamente? (Respuesta abierta numérica) Media



Fuente: Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sondéo Observatorio Cetelem Motor 2020.
Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sondéo Observatorio Cetelem Motor 2021.

El informe de El Observatorio Cetelem, unidad de estudios e inteligencia económica de BNP Paribas Personal Finance, destaca que los viajes a cualquier punto de España son el tipo de viajes que más realizan los usuarios con un 74% de las menciones. Lógicamente, durante este año, las pequeñas escapadas son las que han

experimentado un importante aumento con el 51% de menciones, lo que significa un aumento de 7 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Los menores de 45 años destacan por encima de la media a la hora de hacer estas pequeñas escapadas con un 69% de menciones, 18 puntos por encima de la media.

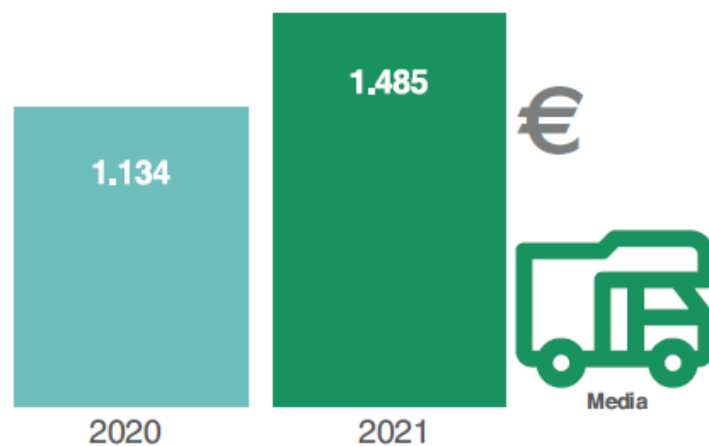
En cuanto a las marcas y los canales de compra, el 59% de los usuarios afirma que, tanto la marca de la caravana o autocaravana como el concesionario donde se compra, tienen la misma importancia (2 puntos por debajo del año anterior). Los que opinan que la marca es más importante que el concesionario son el 27% y, por el contrario, los que creen que el concesionario o tienda es más importante que la marca son el 14%.

La página web de los concesionarios cobra cada vez más importancia en el proceso de compra. La gran mayoría de los usuarios encuestados ven importante que la tienda donde compran su caravana o autocaravana tenga página web (91%). Tan solo el 8% lo ve poco importante, y el 1% lo considera nada importante. No obstante, a la hora de buscar información, el 71% se informa en el concesionario (2 puntos más que en el 2020), seguido por el 45% que realiza la búsqueda de información en blogs y foros de internet.

A la hora de comprar una caravan o autocaravana, el 46% de los usuarios valora más la comodidad que la seguridad y el precio. Este dato se ha visto incrementado en 2021 en 3 puntos porcentuales. Lo más indispensable para los usuarios en cuanto al equipamiento interior son claramente las camas (80% de menciones frente al 85% de 2020), seguido por el baño (69%) y el frigorífico (46%).

El 43% de los que alquilaron durante el último año lo hizo para el plazo de una semana, seguido por el 40% que afirma que la alquiló para un plazo de entre una y dos semanas. Tan solo un 4% alquiló una autocaravana o camper para un mes o más, aunque su crecimiento es muy significativo. El importe medio del alquiler también se ha visto incrementado este 2021 pasando de un gasto medio de 1.134€ en 2020 a 1.485€ en 2021.

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



Fuente: Datos 2020: Encuesta Cetelem-Canal Sorotec Observatorio Cetelem Motor 2020.
Datos 2021: Encuesta Cetelem-Canal Sorotec Observatorio Cetelem Motor 2021.

Preguntados por la intención de compra, el 47% de los usuarios está interesado en la adquisición de una autocaravana perfilada (39% en 2020), seguido del 33% con intención de comprar una autocaravana integral y del 29% que pretende comprar una camper.

A la hora de comprar una caravana o autocaravana, la oferta de financiación es considerada muy importante o bastante importante por el 68% de los encuestados. Tan solo el 14% la consideran nada importante. Por otra parte, 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.

Ficha técnica

Los datos analizados y las reflexiones mostradas en esta edición especial de El Observatorio Cetelem sobre las compras en rebajas, se han obtenido a partir de la realización de una encuesta online realizada por la empresa Investmarket. Metodología online (CAWI). Universo: Población mayor de 18 años. Ámbito: Nacional. Tamaño de muestra: 1.000 encuestas Error Muestral: $\pm 3,16\%$ para datos globales.

Sobre BNP Paribas Personal Finance en España

BNP Paribas Personal Finance, conocida en el mercado español a través de su marca comercial Cetelem, es especialista en crédito al consumo, préstamos personales y gestión de tarjetas. Opera en España desde 1988, donde cuenta actualmente con más de 1.500 empleados y 3,5 millones de clientes. Partner financiero de importantes empresas de distribución de bienes de consumo duradero y concesionarios de automóviles, es además un referente de información y análisis de su mercado gracias al estudio El Observatorio Cetelem.

BNP Paribas Personal Finance se sitúa en el área de International Financial Services, dentro de área de banca minorista de BNP Paribas. BNP Paribas Personal Finance cuenta con 19.500 empleados y 27 millones de clientes a los que da servicio en 33 países en cuatro continentes.

BNP Paribas Personal Finance es socio de la AEB (Asociación Española de Banca), y forma parte activa de la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF), de la Asociación de Empresas Españolas Contra el Fraude (AEECF) y de la Asociación para el desarrollo de la experiencia cliente (DEC). Por séptimo año consecutivo, BNP Paribas Personal Finance ha sido distinguida con el certificado "Top Employer España" en este 2021, por el que se acredita a la entidad como una empresa que promueve condiciones óptimas para el desarrollo personal y profesional de sus empleados.

El Observatorio Cetelem

El Observatorio Cetelem (@Obs_Cetelem_ES en Twitter) ha cumplido recientemente su vigésimo aniversario, convirtiéndose en un referente del análisis del consumo y la distribución en España con más de 80 estudios a lo largo de estos 20 años.

A día de hoy, El Observatorio Cetelem se ha consolidado con cuatro importantes informes anuales (Motor, Consumo Europa, Consumo España y e-Commerce), ediciones mensuales, y estudios temáticos específicos y estacionales.

El Observatorio Cetelem es una herramienta informativa de gran calado social; seguido por empresas, asociaciones, consumidores y medios de comunicación.

Contacto:

prensa@cetelem.es

www.prensacetelem.es | www.elobservatoriocetelem.es | www.cetelem.es