

ENCUESTA SOBRE TENDENCIAS EN AUTOCARAVANISMO

Equipo VEA
Enero de 2010

1.- Justificación de la necesidad de la encuesta.

Es la primera vez que se realiza en España una encuesta de esta índole. Frecuentemente en los medios especializados se especula sobre la composición social de los autocaravanistas, sus vehículos, su uso y forma de entender la ocupación de ocio.

El grupo de trabajo de VEA, conscientes de la necesidad de disponer, por parte del colectivo, de unos datos fiables que permitan apoyar a los representantes de los usuarios o a las asociaciones en las gestiones ante la administración, y que a la vez sirvan para conocer las tendencias del uso de nuestros vehículos de ocio, nos planteamos hace unos meses la iniciativa de elaborar una encuesta.

Los únicos precedentes conocidos eran las encuestas Harris (Francia) y la experiencia sobre los interrogantes que sobre nuestra actividad se plantean en los medios especializados.

2.- Metodología.

La población o universo del que se debe extraer una muestra representativa, aunque es finita, no se conoce a ciencia cierta su tamaño real. Consultando diversas fuentes, en especial el Libro Blanco del Caravaning de España (2007) y el Manual de Movilidad en Autocaravana, podemos situar entre 30.000 y 40.000 las familias que disponen de una autocaravana.

Estimamos en 100 el número de encuestas mínimas para extraer unos datos significativos y en 300 que garantizarían un máximo de fiabilidad. Nuestra sorpresa y satisfacción ha sido enorme al comprobar que en 48 horas se habían respondido a 500 encuestas válidas de 554 enviadas por el servidor (90,25 %) con lo que la muestra se sitúa entre el 1,25% y el 1,66% de la población.

El tiempo medio de confección ha sido de 6,15 minutos (Max.14,57, Min.1,02, DS=2,34) sobre 445 respuestas aceptadas.

2.1 Universo objetivo: Familias propietarias de autocaravanas que frecuentan los sitios de Internet ACpasion y Viajar En Autocaravana (VEA).

2.2 Tipo de entrevista: Administrada por Internet. El acceso al servidor de plantillas se realizó a través de enlace desde el sitio www.viejarenautocaravana.com y un enlace complementario desde el foro de ACpasion.

2.3 Período de recogida de datos: La encuesta estuvo activa entre el 12.01.2010 a las 23:58 horas y el 14.01.2010 a las 23:13 (47:15 horas).

2.4 Tamaño de la muestra: Se recogieron 500 encuestas válidas de 554 enviadas por el servidor (90,25 %).

2.5 Cuestionario: Se elaboró un cuestionario de 24 preguntas que abarcaba 64 cuestiones dividido en cinco grupos:

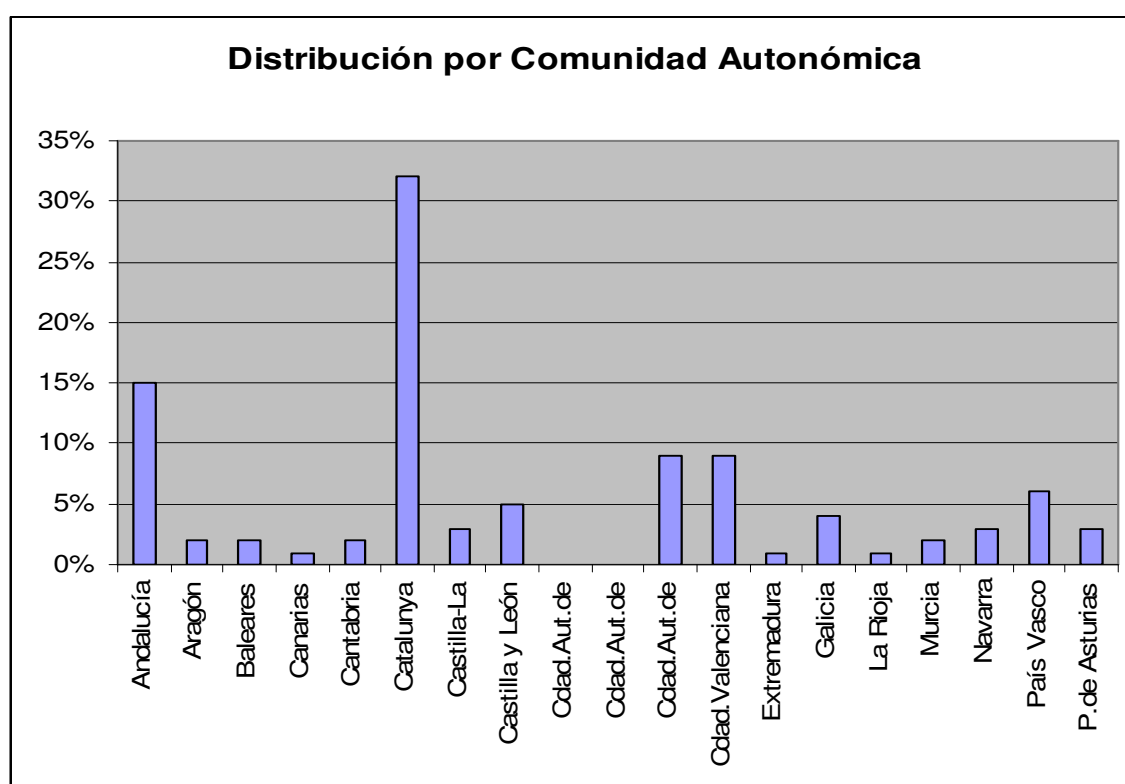
1. Datos personales (Anónimos)
2. Datos de la autocaravana
3. Datos del uso de la autocaravana
4. Datos de asociacionismo
5. Hábitos y preferencias

3.- Distribución geográfica de la muestra.-

La procedencia geográfica de los encuestados por Comunidades Autónomas ha sido la siguiente:

Comunidad Autónoma	Num	Porcentaje	Comunidad Autónoma	Num	Porcentaje
Andalucía	75	15,03 %	Comunidad de Madrid	43	8,61 %
Aragón	12	2,40 %	Comunidad Valenciana	46	9,21 %
Baleares	9	1,80 %	Extremadura	4	0,80 %
Canarias	6	1,20 %	Galicia	19	3,80 %
Cantabria	11	2,20 %	La Rioja	4	0,80 %
Catalunya	160	32,06 %	Murcia	8	1,60 %
Castilla-La Mancha	14	2,80 %	Navarra	14	2,80 %
Castilla y León	25	5,01 %	País Vasco	32	6,41 %
Ciudad Autónoma de Ceuta	1	0,20 %	Principado de Asturias	15	3,01 %
Ciudad Autónoma de Melilla	1	0,20 %			

Encuestas evaluadas: 499



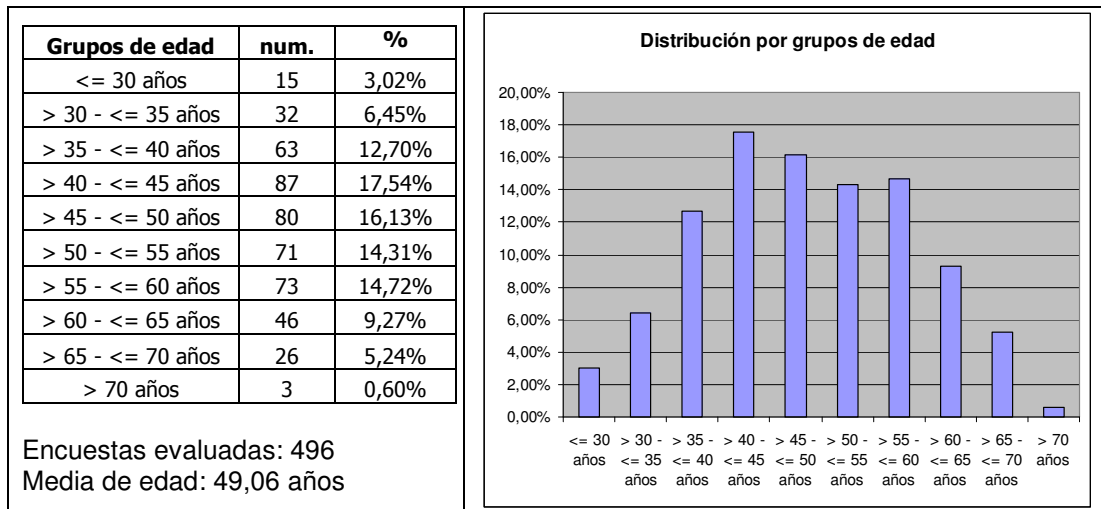
4.- Como son los autocaravanistas encuestados.-

4.1 Edades.

La edad media es de 49,6 años donde el grupo más numeroso se sitúa entre los 45 y 60 años, (238, 47,98%, de 496 encuestas válidas), adultos activos en la etapa más productiva de su vida laboral.

La muestra en relación a la edad es aleatoria por lo que los resultados se pueden extrapolar a la población.

Respuestas sobre la edad de los encuestados:



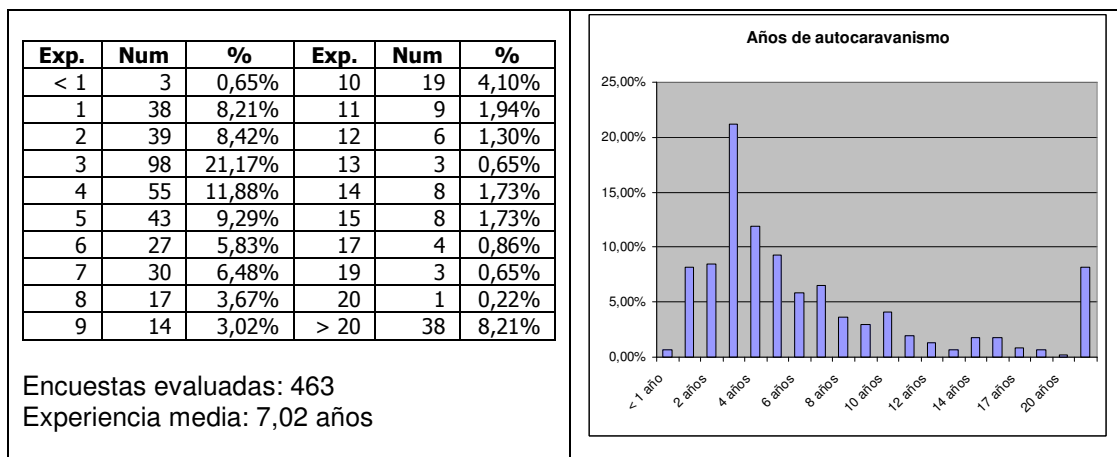
4.2 Inicio en la actividad autocaravanista.

El tiempo medio del inicio en el autocaravanismo es de 7,02 años donde el grupo más numeroso se sitúa entre 1 y 7 años (330, 71,28% de 463 encuestas válidas). Destaca el grupo que se inició hace tres años con el 21,16% del total encuestado.

Este dato indica la relativa tardanza de España en incorporarse al autocaravanismo frente a los países limítrofes de la UE y refleja la caída de incorporaciones de de 2008 y 2009.

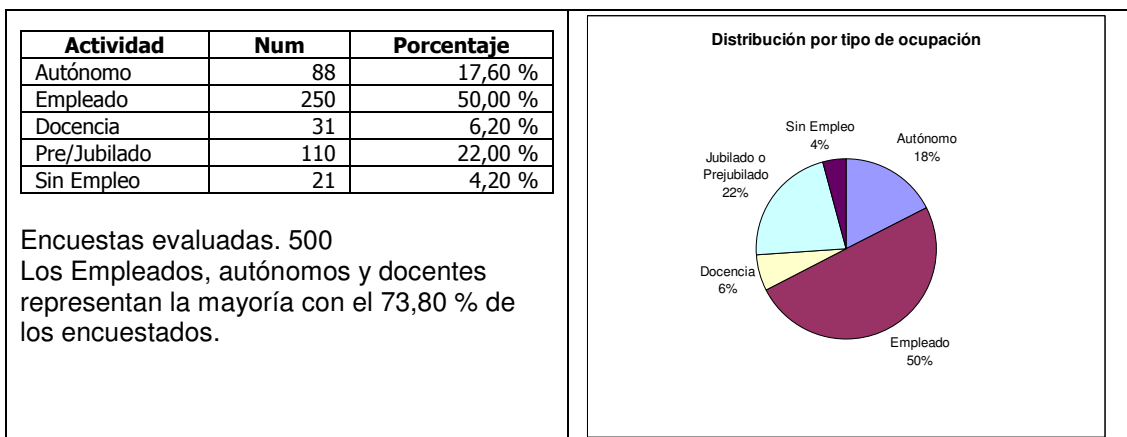
También refleja el dinamismo creciente a partir de 2004 y la caída brusca como consecuencia de la aplicación del impuesto en 2008.

Respuestas sobre los años transcurridos desde el inicio en el autocaravanismo:



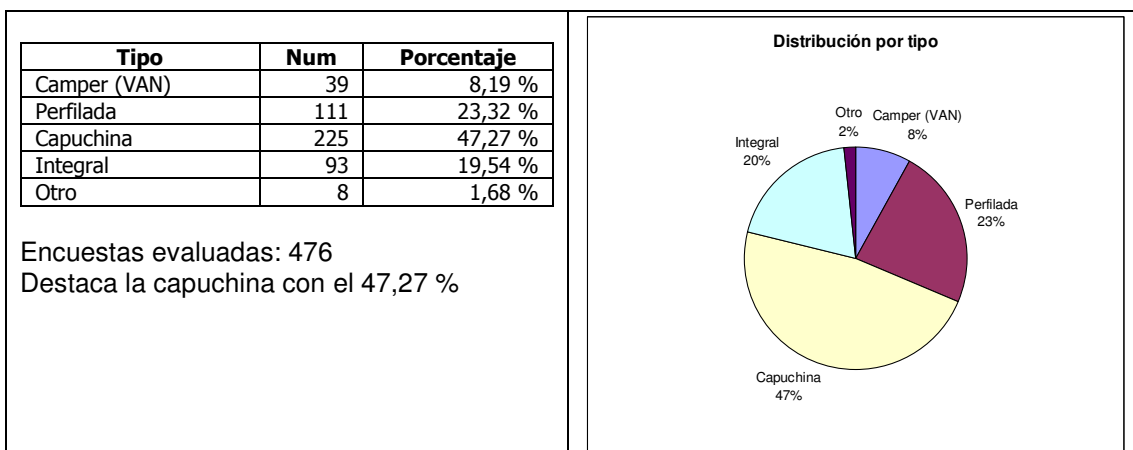
4.3 Actividad laboral.

En cuanto a la actividad laboral se distribuye entre cinco posibilidades. Destaca el porcentaje de jubilados o prejubilados que contestan a la encuesta y que es superior a la suma de los grupos de edades superiores a los 60 años en un 7%.

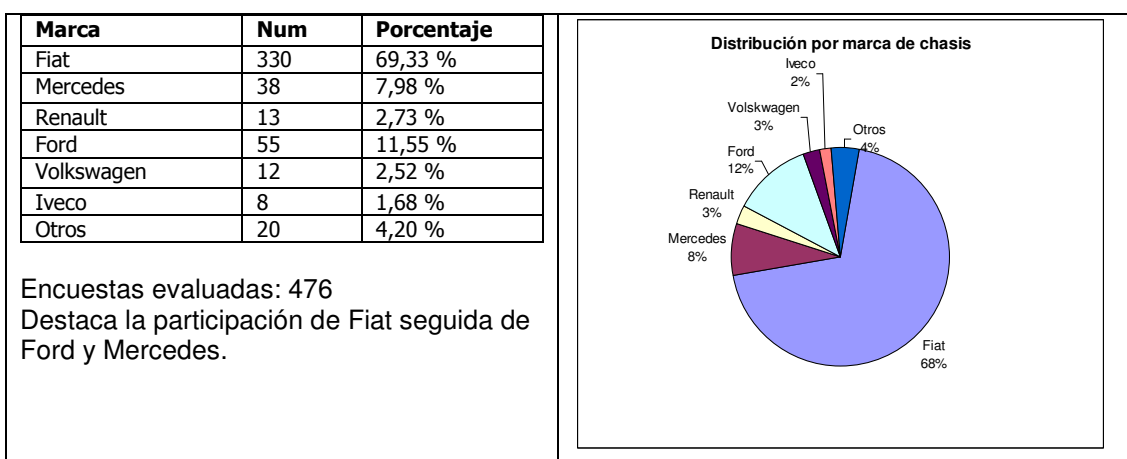


5.- Como son las autocaravanas.-

5.1 Preferencias por tipos.



Preferencias por marca del chasis portador.



5.3 Las marcas de las autocaravanas.

Marca	Número	Porcentaje	Marca	Número	Porcentaje
Euramobil	4	0,89 %	Rapido	12	2,67 %
Mobilvetta	5	1,11 %	Rimor	13	2,89 %
Sun Roller	5	1,11 %	Challenger	20	4,44 %
Frankia	6	1,33 %	Knaus	20	4,44 %
Miller	6	1,33 %	Joint	23	5,11 %
Laika	7	1,56 %	Elnagh	24	5,33 %
Mercedes	7	1,56 %	Bürstner	26	5,78 %
Viva Boos	7	1,56 %	Moncayo	28	6,22 %
C.Internacional	8	1,78 %	Dethlefs	29	6,44 %
Volkswagen	9	2,00 %	Mc Louis	34	7,56 %
Pilote	10	2,22 %	Hymer	39	8,67 %
Adria	11	2,44 %	Benimar	41	9,11 %
Roller Team	11	2,44 %	Otras marcas	45	10,00%

Encuestas evaluadas: 450

5.4 Procedencia de la compra, nueva o usada.

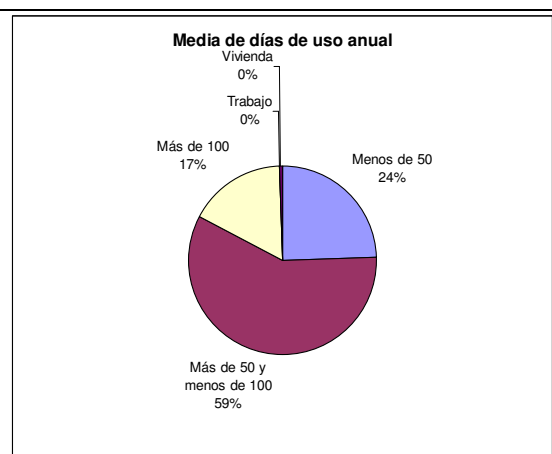
- El 64,10% (300 respuestas de 468 válidas) compraron la autocaravana nueva.
- El 35,90% (168 respuestas de 468 válidas) compraron la autocaravana usada.
- El promedio de antigüedad de las autocaravanas es de 6,14 años.
- El promedio de pertenencia desde la compra es de 4,40 años para compra nueva.
- El promedio de pertenencia desde la compra es de 3,37 años para compra usada.
- El promedio de pertenencia desde la compra es de 4,03 años para todas.

6.- Hábitos de viaje.-

6.1 Frecuencia de uso.

Días de uso anuales	Num	Porcentaje
Menos de 50	115	24,42 %
Más de 50 y menos de 100	275	58,39 %
Más de 100	78	16,56 %
La uso para el trabajo	1	0,21 %
Es mi vivienda habitual	2	0,42 %

Encuestas valoradas: 471
Destaca un uso medio de entre 50 y 100 días anuales.
Es poco relevante la presencia entre los encuestados de quienes utilizan la autocaravana para el trabajo o como vivienda.



6.2 Número de viajeros.

El promedio de adultos que viajan en una autocaravana es de: 2,04

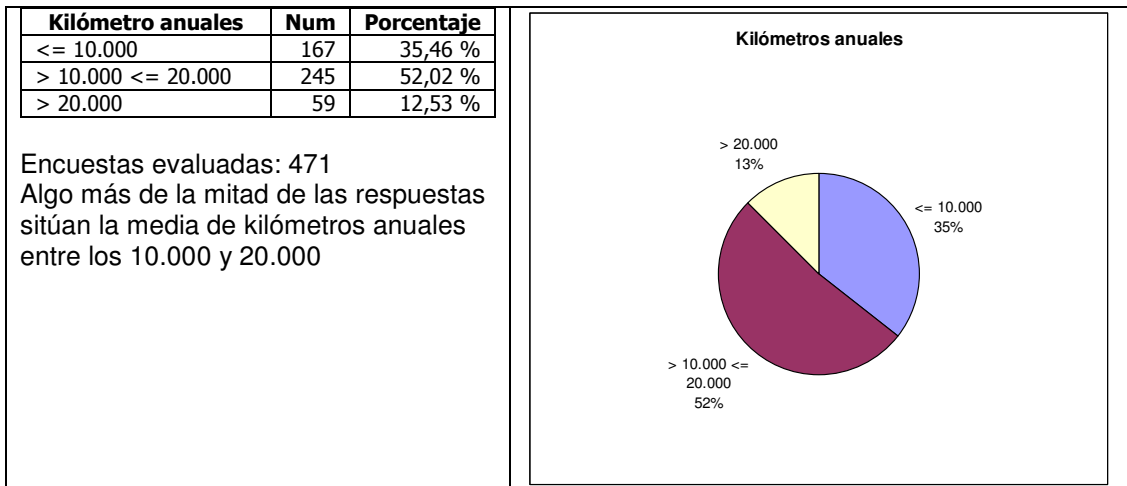
El promedio de viajeros incluido niños y adolescentes es de: 2,81

107 (25,42 %) autocaravanistas viajan con niños de hasta 10 años.

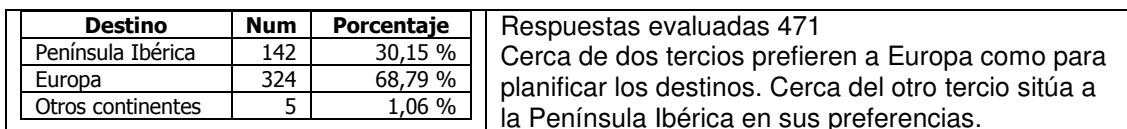
76 (18,05 %) autocaravanistas viajan con niños y adolescentes de entre 10 y 16 años

48 (11,40 %) autocaravanistas viajan con jóvenes mayores de 16 años

6.3 Media de los kilómetros recorridos al año.



6.4 Preferencia de destinos.-

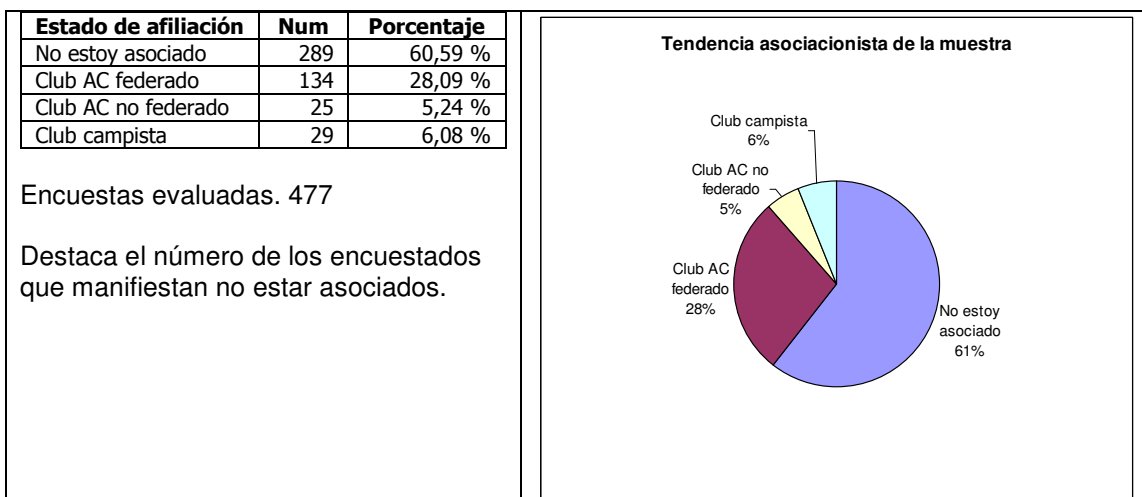


7.- Tendencias asociacionistas.-

7.1 Asociacionismo.

De los encuestados que expresan estar afiliados (188, 39,41 %), 134, (71,28 %), lo están en clubes autocaravanistas federados, 25, (13,30 %) en clubes autocaravanistas no federados y 29, (15,43 %) en clubes campistas.

6 encuestados indican que están afiliados simultáneamente a clubes autocaravanistas y campistas.

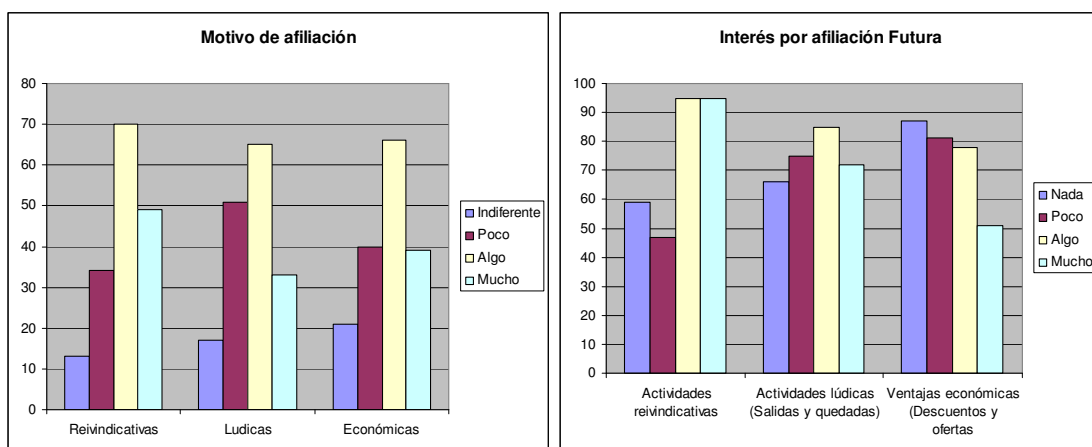


7.2 Grado de interés en los afiliados.

- Destaca en primer lugar con algo o mucho interés por las actividades reivindicativas (190::296, 64,19 %).
- En segundo lugar las actividades lúdicas con algo o mucho interés estás las actividades lúdicas (157::298, 52,68 %).
- Menos de la mitad manifiestan algo o mucho interés por la ventajas económicas (129::297, 43,43 %).

Motivo de afiliación	Nada	Poco	Algo	Mucho	Total
Actividades reivindicativas	59(19,93%)	47(15,88%)	95(32,09%)	95(32,09%)	296
Actividades lúdicas (Salidas y quedadas)	66(22,15%)	75(25,17%)	85(28,52%)	72(24,16%)	298
Ventajas económicas	87(29,29%)	81(27,27%)	78(26,26%)	51(17,17%)	297

Encuestas evaluadas: 305 con al menos un motivo contestado.



7.3 Intención de afiliación.

De los 289 encuestados no afiliados 166 (59,28 %) han manifestado algún grado de interés afiliarse en el futuro.

- 119 (71,69 %) manifiestan algo o mucho interés en el aspecto reivindicativo.
- 98 (59,04 %) manifiestan algo o mucho interés por las actividades lúdicas.
- 105 (63,25 %) manifiestan interés por las ventajas económicas de las asociaciones.

Interés	Nada	Poco	Algo	Mucho	Total
Reivindica	13(7,83%)	34(20,48%)	70(42,17%)	49(29,52%)	166
Lúdicas	17(10,24%)	51(30,72%)	65(39,15%)	33(19,88)	166
Económicas	21(12,65)	40(24,10%)	66(39,76%)	39(59,63%)	166

Encuestas evaluadas: 166 (Encuestados que manifiestan que no están afiliados y contestan a las tres preguntas).

8.- Tendencias en la forma de hacer las salidas.-

8.1 Salidas en grupo.

La forma más frecuente de salida es en solitario (394 de 451, 87,36 %), y destacan los encuestados que manifiestan que salen poco o nunca en cuadrilla o en salidas organizadas.

Hay una minoría que pocas veces o nunca salen en solitario.

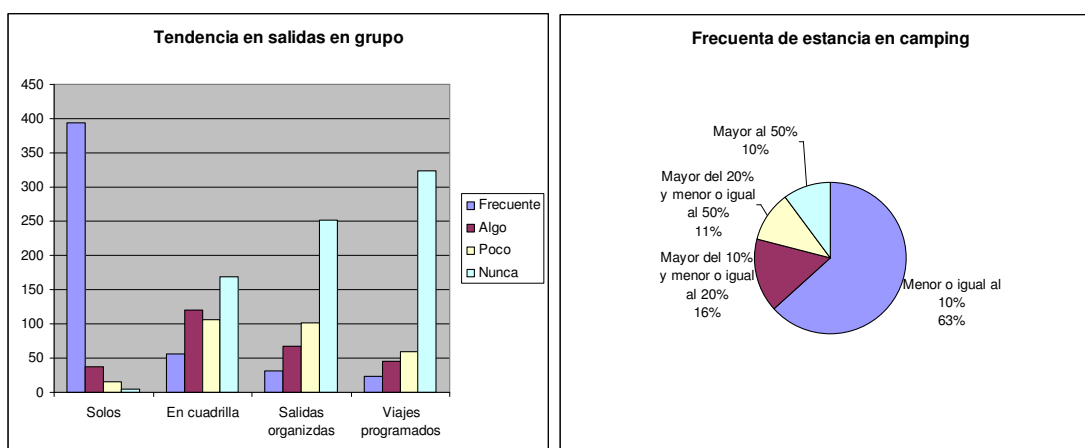
Forma de las salidas	Frecuente	Algo	Poco	Nunca	Frecuencia estancias camping	Num	Porcentaje
Solos	394	37	16	4	<= 10%	285	63,19 %
En cuadrilla	57	120	106	168	> 10% <= 20%	72	15,96 %
Salidas organizadas	31	67	102	251	> 20% <= 50%	49	10,86 %
Viajes programados	23	45	59	324	> 50%	45	9,98 %

Encuestas evaluadas: 451

8.2 Estancia en camping.

Destaca con un 63,19 % el grupo que responde que acude al camping con una frecuencia inferior al 10 %.

Una de las conclusiones que se confirma en la encuesta es que los usuarios de las autocaravanas no son clientes de los campings o no consumen los productos que éstos ofrecen.



8.3 Tendencia a utilizar las áreas.

Un mayoría, el 70,29 % de los encuestados manifiestan utilizar las áreas mientras sea posible.

La situación del área es importante para un 23,95 % y una minoría 3,10 % y 2,66 %, condiciona su uso a la gratuidad o nunca utiliza un área respectivamente.

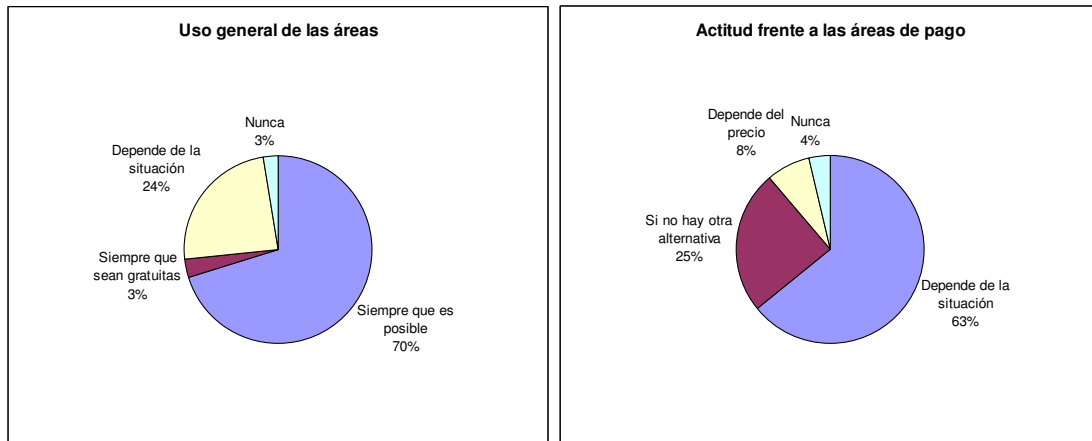
Tendencia a utilizar áreas	Num	Porcentaje	Actitud áreas de pago	Num	Porcentaje
Siempre que es posible	317	70,29 %	Depende de la situación	290	64,30 %
Siempre que sean gratuitas	14	3,10 %	Si no hay otra alternativa	111	24,61 %
Depende de la situación	108	23,95 %	Depende del precio	34	7,54 %
Nunca	12	2,60 %	Nunca	16	3,55 %

Encuestas evaluadas: 451

8.4 Actitud frente a las áreas de pago.

Destaca la respuesta de la mayoría de los encuestados que se manifiestan favorables a utilizar las áreas siempre que la situación lo requiera (64,30 %).

Una minoría manifiesta que nunca utiliza un área de pago (3,55 %) y un 7,64 condicioel uso al precio.



9.- Actividades en ruta.

Destaca sobre todo la tendencia a buscar el paisaje de la inmensa mayoría (98,88 %, algo y frecuente).

El patrimonio histórico es también uno de los grandes intereses de los autocaravanistas (90,23 %, algo y frecuente).

La bicicleta y el senderismo son los deportes más practicados entre los encuestados y en relación a las preguntas formuladas (73,70 %, algo y frecuente para senderismo, 55,20 % algo y frecuente para bicicleta).

Destaca el reparto de actitud en relación a la acampada con el 49,44 % de los encuestados que contestan que la practican algo o frecuentemente, mientras el 50,56 % que responden que mantienen que practican la acampada poco o nada.

Actividad	Frecuente	Algo	Poco	Nunca
Bicicleta	140 (31,04 %)	109 (24,16 %)	80 (17,73 %)	122 (27,05 %)
Senderismo	178 (39,56 %)	154 (34,14 %)	76 (16,85 %)	43 (9,53 %)
Esquí	56 (12,41 %)	52 (11,52 %)	74 (16,40 %)	269 (59,64 %)
Deportes Náuticos	39 (8,64 %)	62 (13,74 %)	75 (16,62 %)	275 (60,97 %)
Arte y Patrimonio Histórico	286 (63,41 %)	121 (26,82 %)	31 (6,87 %)	13 (2,88 %)
Festejos populares	100 (22,17 %)	178 (39,46 %)	122 (27,05 %)	51 (11,30 %)
Paisaje	386 (85,58 %)	60 (13,30 %)	2 (0,44 %)	3 (0,66 %)
Acampada	118 (26,16 %)	105 (23,28 %)	118 (26,16 %)	110 (24,39 %)

Encuestas evaluadas: 451

