

Universidad de Oviedo

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Evolución europea del autocaravaning y su situación
contractual

Autor: Carlos González-Quevedo Revuelta

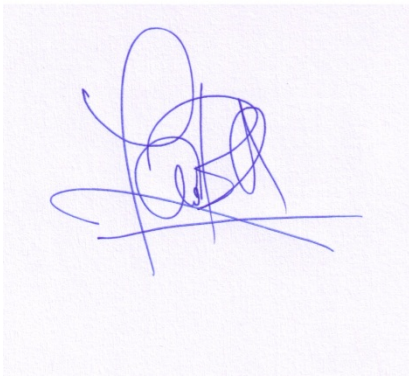
Tutor: Francisco Javier de la Ballina

AUTORIZACIÓN

D. Francisco Javier de la Ballina, tutor del Trabajo Fin de Máster realizado por D. Carlos González-Quevedo Revuelta, en el Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de Oviedo, **AUTORIZA** la presentación y defensa del presente Trabajo Fin de Máster.

Gijón, 14 de julio de 2014.

Firma del tutor

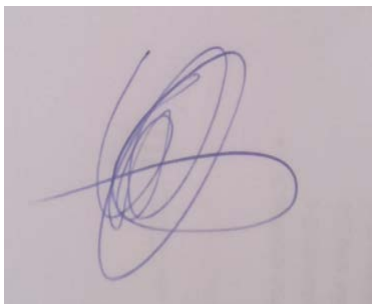
A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a horizontal line at the bottom.

DECLARACIÓN

DECLARA que es el autor del presente Trabajo presentado para optar al título de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Oviedo, que es un Trabajo original realizado para este fin y que se han detallado todas las fuentes bibliográficas relevantes utilizadas durante su elaboración.

Gijón, 14 de julio de 2014.

Firma del estudiante

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a horizontal line at the bottom.

Resumen

En este trabajo me dispongo a estudiar el concepto del caravaning, más concretamente dentro del caravaning voy a encaminarlo hacia el autocaravaning, ya que dentro del caravaning es el turismo más al alza y que más controversia crea por ser turistas que viajan con su propio alojamiento.

Con este estudio se intenta hacer ver la realidad del autocaravanismo, en que consiste, que perfil tienen sus usuarios, como es su legislación e intentaremos ver hacia donde se dirige este fenómeno.

Abstract

In this Work I set out to study the concept of caravaning, more specifically in the caravaning I will steer it in the autocaravaning, because inside the caravan tourism is more upward and creates more controversy for being tourists traveling with their own accommodation.

This study attempts to show the reality of autocaravaning, that is, such as users, the legislation and try to see where this phenomenon is directed.

Índice

Introducción.....	5
1. EL CONCEPTO DEL CARAVANING	6
1.1 Caravaning.....	6
1.2 Actividad itinerante o estática	6
1.3 Modalidades o elementos para la práctica del caravaning	7
1.3.1 Autocaravana.....	7
1.3.2 Caravana	7
1.3.3 Remolque-tienda.....	8
1.3.4 Módulos.....	8
1.3.5 Accesorios	9
1.3.6 Camping	9
1.3.7 Campamento de turismo.....	9
2. DESARROLLO EUROPEO DEL CARAVANING.....	11
En España:	12
3. EL PERFIL DEL AUTOCARAVANISTA EN EUROPA.....	14
3.1 Autocaravanistas federados y no federados.....	15
3.2 Grado de interés en los afiliados:	16
3.3 Número de días por año:.....	16
3.4 Edad de los autocaravanistas:	17
3.5 Media mensual de salarios.....	18
3.6 Gasto Diario En Euros:.....	19
3.7 Distancia Anual Recorrida Por Los Autocaravanistas.....	20
4. DESARROLLO DE LAS VENTAS DE AUTOCARAVANAS EN EUROPA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS	21
5. IMPORTANCIA DEL AUTOCARAVANISMO EN ESPAÑA.....	27
6. LEGISLACIÓN EN EL AUTOCARAVANISMO.....	34
7. FUTURO DEL AUTOCARAVANISMO	38
CONCLUSIONES.....	40
BIBLIOGRAFÍA: RECURSOS WEB	42

Introducción

El Fenómeno del autocaravaning viene creciendo mucho en los últimos 15 años, incluso a pesar de la crisis es un sector que no ha tenido tanto retroceso como otros sectores turísticos, dentro del sector del caravaning es sin duda la modalidad que menos ha sufrido y que menos ha notado la gran crisis económica de estos últimos años.

Por ser dentro del caravaning el sector más creciente y además el que más controversia crea porque sus usuarios en su mayoría no pretenden ser usuarios de los campings y sus características, ya que algunos autocaravanistas buscan poder disfrutar del viaje cambiando mucho de destinos y pudiendo pernoctar sin tener que alojarse un camping.

Por todo esto veremos cómo se comportan los autocaravanistas y qué buscan, además podremos ver como se legisla esta actividad, algo muy complicado, al chocar las competencias a nivel nacional de las normas de tráfico con las competencias turísticas de los municipios y comunidades.

Así nos quedara clara la dificultad del tema y su controversia dentro de España y en comparación con los lugares de Europa donde más se desarrolla esta actividad.

1. EL CONCEPTO DEL CARAVANING

En este apartado se pretende clarificar y establecer las definiciones de los diferentes conceptos utilizados en el marco de la actividad del caravaning¹:

1.1 Caravaning

Este término es un anglicismo que tiene sus orígenes en las palabras francesa "caravane" y persa "karvan".

En España la definición de "caravaning", aceptada por el sector, es la de "modalidades o elementos destinados a la práctica de actividades ocio-turísticas itinerantes y/o del campismo (disfrute de la naturaleza)".

La utilización de la palabra "Caravaning" para referirse a cualquiera de las modalidades de este sector parece ser que tiene su origen en que tradicionalmente los fabricantes tomaron como referente la caravana para el diseño y la elección de materiales para la fabricación del resto de modalidades del caravaning (autocaravanas, remolques-tienda y *mobil-homes*).

1.2 Actividad itinerante o estática

Estática: Se conoce como "estática" la actividad realizada durante un determinado período de tiempo sin que el acampado cambie su ubicación.

Itinerante: Anteriormente se venía considerando la realizada en base a una programación previa para cubrir un largo recorrido por etapas, utilizando diversos campamentos de turismo para pernocta.

Hoy en día está tomando cuerpo en España la definición de "turismo itinerante" referida a la actividad realizada principalmente con autocaravana.

¹ *Libro Blanco del Caravaning en España* (2007) Colom Larrosa, Albert y García Guirado, José Miguel (Coor.) Edita: Fira de Barcelona

1.3 Modalidades o elementos para la práctica del caravanning

1.3.1 Autocaravana

Una autocaravana se define como "un vehículo con motor propio, acondicionado para hacer vida en él". Para el sector es "un elemento de caravanning que reúne todas las prestaciones y comodidades de la caravana, con la ventaja de acoplar célula, cabina de conducción y motor sobre un mismo chasis".

El Reglamento General de Vehículos (Real Decreto 2822/1998, de 23 de diciembre) en su Anexo 11: "Definiciones y Categorías de Vehículos" en su apartado A "Definiciones" incluye la autocaravana como: *"un vehículo construido con propósito especial, incluyendo alojamiento vivienda y conteniendo, al menos, el equipo siguiente: asientos y mesa, camas o literas que puedan ser convertidos en asientos, cocina y armarios o similares. Este equipo estará rígidamente fijado al compartimento vivienda: los asientos y la mesa pueden ser diseñados para ser desmontados fácilmente."*

Los tipos de autocaravanas son: la Capuchina, las Perfiladas o Profileé, la Integral y las Cámper.

1.3.2 Caravana

La caravana se define como "un vehículo acondicionado para cocinar y dormir en él remolcado por un automóvil".

El sector del caravanning amplía su descripción definiéndola de la siguiente forma: "una caravana es un vehículo de remolque cerrado que incluye en él un mobiliario básico en su interior a modo de casa u hogar, normalmente con el objetivo de usarlo de vivienda durante los viajes, empleando como elemento tractor, para su desplazamiento, un automóvil".

El Reglamento General de Vehículos (Real Decreto 2822/1998, de 23 de diciembre) en su Anexo 11 "Definiciones y Categorías de Vehículos" en su apartado A "Definiciones" la caravana queda definida como: *"Remolque o semirremolque concebido y*

acondicionado para ser utilizado como vivienda móvil, permitiéndose el uso de su habitáculo cuando el vehículo se encuentra estacionado.”.

Los tipos de caravanas son: la Caravana rígida y la Caravana extensible

1.3.3 Remolque-tienda

Para diferenciarse de los diferentes tipos de remolques, destinados a otros usos, el sector del caravanning ha asumido el termino específico de "remolque-tienda" que se define como "el carruaje (montado sobre chasis y ruedas) que se acopla al vehículo tractor por medio de un enganche y cuya caja guarda una serie de elementos convenientemente plegados (estructura metálica, lonas, accesorios, etc.), que una vez extendidos y montados se convierten en cómodos habitáculos".

Se considera el remolque-tienda como la actividad pionera del sector del caravanning y como una opción intermedia entre la caravana y la tienda de campaña. Existen el remolque-tienda de apertura rápida y el remolque-tienda familiar.

1.3.4 Módulos

En el marco del caravanning, el término "módulo" se utiliza para describir los elementos *mobil-homes* y *bungalows* que se han incorporado al sector en el marco de los campamentos de turismo.

Un módulo se asemeja a otros elementos de caravanning como la caravana y se utilizan materiales similares en su fabricación, pero se caracteriza por sus dimensiones y peso superiores y requiere un transporte especial facilitado por el fabricante o distribuidor. Por lo tanto, están destinados a la práctica de una actividad estática por el usuario.

Los decretos de ordenación de los campamentos de turismo no se detienen en definir este tipo de instalaciones, con la inseguridad jurídica que ello conlleva. Se refieren a ellas con una diversidad de denominaciones tales como "instalaciones fijas", "construcciones amovibles", "construcciones pareadas de planta baja", instalaciones "tipo

bungalow", "módulos tipo *mobil home*", dando por supuesto el conocimiento de tales conceptos.

1.3.5 Accesorios

En el contexto del caravaning, los accesorios hacen referencia a los artículos y complementos "que hacen más cómoda la vida para los usuarios de la actividad del caravaning". Comprende, entre otros, los avances, toldos y tiendas de cocina que permiten un mejor aprovechamiento de la superficie disponible durante la práctica de la actividad." En su sentido más amplio, el término "accesorios" hace referencia a otros complementos de la actividad de camping y caravaning tales como: sacos de dormir, utensilios para baño y cocina, mesas y sillas, sistemas de frío y calor, generadores de corriente, sistemas de seguridad, equipos de imagen y audio, paneles solares, porta bicicletas, porta esquís, etc.

Destacar la continua transformación de esta modalidad, debido a la propia evolución de cada elemento que compone el sector Caravaning. Actualmente se puede encontrar en el mercado una grandísima variedad de accesorios.

1.3.6 Camping

El término "camping" denomina una "actividad que consiste en ir de acampada o campismo". Hace referencia a la práctica de la actividad ocio-turística del camping o campismo para el disfrute de la naturaleza.

1.3.7 Campamento de turismo

El término "campamento" describe "un lugar al aire libre, especialmente dispuesto para albergar viajeros, turistas, personas en vacaciones, etc.". El sector del camping utiliza el término "campamento de turismo" para distinguir el lugar o terreno destinado a la práctica de la actividad del camping.

Una vez explicadas las distintas modalidades que se incluyen dentro del caravanning, nos centraremos en el autocaravanismo que es la modalidad que más problemática crea dentro del caravanning.

2. DESARROLLO EUROPEO DEL CARAVANING

Muchos podrían pensar que viajar en auto caravana o caravana durante nuestras vacaciones y tiempo libre está “de moda” debido al auge que el caravanning ha experimentado en los últimos años en nuestro país.

Según datos ofrecidos por el Ministerio del Interior, en España hay alrededor de 1.200 establecimientos dedicados al sector, y un parque móvil de unas 30.000 autocaravanas, según fabricantes y distribuidores nacionales.

El caravanning, entendido como actividad ocio-turística, nace en Europa a principios del siglo XX, vinculado sobre todo a la necesidad que va surgiendo entre la sociedad de estar en contacto con la naturaleza y la sensación de libertad que lleva implícita. Aparecieron así los primeros clubes campistas, compuestos en su mayoría por aficionados de actividades al aire libre (amantes de actividades como senderismo, ciclismo...). Fueron Reino Unido y Francia los países pioneros, en los que aparecieron en 1901 y 1910 sus primeros clubes campistas nacionales respectivamente. En los años siguientes, el campismo fue conquistando adeptos, hasta que en 1932 se creó en Holanda la Federación Internacional de Clubes de Camping.²

Sin embargo, podemos afirmar que los primeros vestigios del caravanning los encontramos mucho antes, principalmente en la manera de viajar de nómadas que pasaron la mayor parte de sus vidas en “caravanas” tiradas por caballos.

La primera caravana de ocio del mundo fue la Wanderer, construida por la Bristol Wagon Works Company en 1885 para el Doctor británico William Gordon Stables. Al abandonar la profesión, W. Gordon Stables se dedicó a escribir sobre la medicina y la naturaleza. Investigando las caravanas de los gitanos, decidió construirse la suya propia. Es por ello considerado el padre fundador del caravanning como actividad de ocio, al hacer uso de la caravana como despacho itinerante para escribir sus historias. Inspirada en el tradicional carro romano tirada por caballos, fue un vehículo lujoso y construido sobre caros y exóticos materiales. Otras personas siguieron su ejemplo, hasta que se creó el

² *Libro Blanco del Caravanning en España* (2007) Colom Larrosa, Albert y García Guirado, José Miguel (Coor.) Edita: Fira de Barcelona

primer Club Caravanista Británico en 1907 con 11 socios y presidido por el mismo Gordon Stables.

Fue a partir de 1919 cuando los fabricantes decidieron que sería más conveniente utilizar un vehículo tractor para remolcar la caravana, convirtiéndose así en un pasatiempo exclusivo para personas con un alto poder adquisitivo.

Con el paso de los años, los cambios socioeconómicos influyeron enormemente en el desarrollo del caravanismo. Claro ejemplo de ello es Francia, donde la actividad se desarrolló de manera significativa con la generalización de las vacaciones pagadas en 1936 y el desarrollo de la motorización.

A la tienda de campaña y la caravana siguieron las primeras autocaravanas, fomentando la práctica del turismo itinerante dentro y fuera de los campings, una tendencia que se inicia en Europa a finales de los años 70, siendo los países pioneros Francia, Alemania, Italia, Inglaterra y Países Bajos. De la misma manera, los mobil-homes y bungalows se empiezan a fabricar a partir de los años 80 en Inglaterra, símbolo que reflejaría más tarde gracias a su rápida implementación la búsqueda de un mayor confort por parte de los usuarios del caravaning.

En España:

En España, el desarrollo y la práctica del camping y caravaning comienzan más tarde que en otros países de Europa, en un principio como destino receptor. Durante los años 50 aparecen los primeros campings, debido a la llegada de estos turistas europeos en tienda de campaña, así como los primeros clubes campistas. Aparecen principalmente en Cataluña, al ser uno de los principales destinos de los practicantes europeos del caravaning.

Durante los años 60 se expande la actividad campista al resto de España con la llegada de las primeras caravanas, consolidándose durante la década de los 70. Se produce por tanto un fuerte desarrollo de las infraestructuras destinadas a la práctica de esta actividad, que acaba consolidándose a finales de los 80.

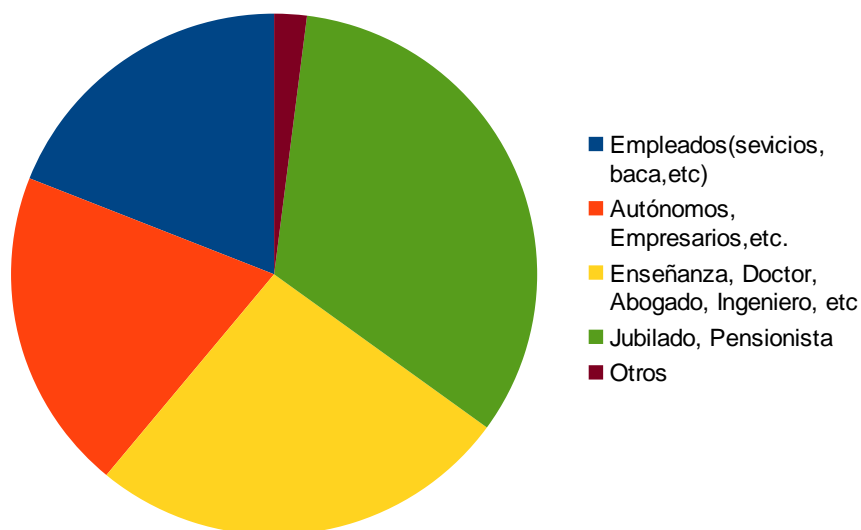
Con el inicio del siglo XXI, y tras la caída del mercado del caravaning en los años 92 y 93, que afectó tanto al mercado nacional como al europeo, se produce un significativo incremento de la compra de caravanas y autocaravanas y una mayor oferta de mobil-homes y bungalows en los campamentos de turismo.

El corto período de tiempo en el que se ha llevado a cabo la implementación y desarrollo de esta actividad en España, ha conllevado que la cultura y práctica de la actividad del caravaning no esté tan arraigada como en otros países europeos. Este hecho también ha condicionado que en España todavía las administraciones públicas no hayan tomado medidas para solucionar las diferentes problemáticas que afectan al sector y que están limitando el desarrollo de esta actividad, problemáticas que en otros países de nuestro entorno ya se han abordado y solucionado, o están en vías de hacerlo, dado el grado de madurez y de implementación del caravaning en los mismos.

3. EL PERFIL DEL AUTOCARAVANISTA EN EUROPA

Según la revista “El Camping y su Mundo”, los autocaravanistas acostumbran a ser familias adultas (40-55 años) o pre-jubilados/jubilados (55-65 años) pertenecientes a un segmento económico superior al de los caravanistas. Sus preferencias viajeras se decantan por el denominado “turismo itinerante”, ya sea por España – donde visitan todas las comunidades –o por Europa (desde Turquía hasta la península escandinava) e incluso otros continentes (Marruecos, Túnez,...). El alquiler de autocaravanas ha permitido que se incorporen a este tipo de turismo un nuevo tipo de usuario mucho más joven, pero también de alto nivel adquisitivo. La autocaravana es cada vez más utilizada por parejas o grupos de amigos jóvenes, muchos de ellos, amantes de los deportes al aire libre, que encuentran en estos vehículos la manera de viajar en libertad con todo lo que necesitan para practicar su deporte favorito. También hay cada vez más demanda de jóvenes con profesiones liberales, empresarios, etc. que lo usan como forma turística alternativa para "conocer" Europa, sus ciudades, museos y entornos arquitectónicos, a la vez que realizan recorridos paisajísticos.

Figura1: Las principales profesiones de los autocaravanistas



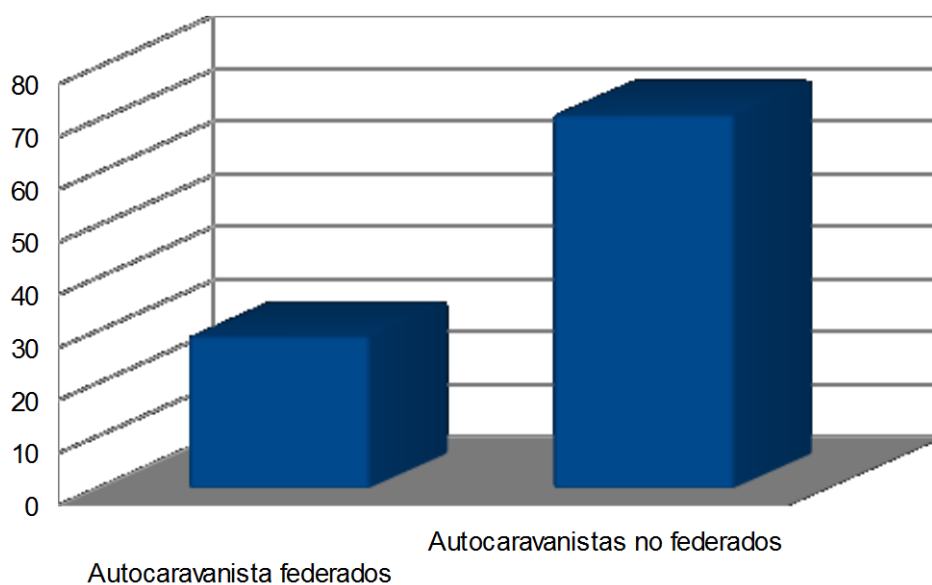
**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta FICC
(Federación internacional de Camping y Caravaning)**

El primer lugar, corresponde a los jubilados o pensionistas; en segundo lugar, siguen los profesionales, funcionarios (profesores, abogados, doctores e ingenieros, etc.), autónomos y empresarios.

3.1 Autocaravanistas federados y no federados

Las estadísticas demuestran una abrumadora mayoría de autocaravanistas no federados; sin embargo, esta realidad también se ve reflejada en otros países europeos; el desinterés por el asociacionismo está marcando la tendencia, es el principal motivo de reflexión para clubes, federaciones y asociaciones en general.

Figura 2: Autocaravanistas federados y no federados:



**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta FICC
(Federación internacional de Camping y Caravaning)**

3.2 Grado de interés en los afiliados:

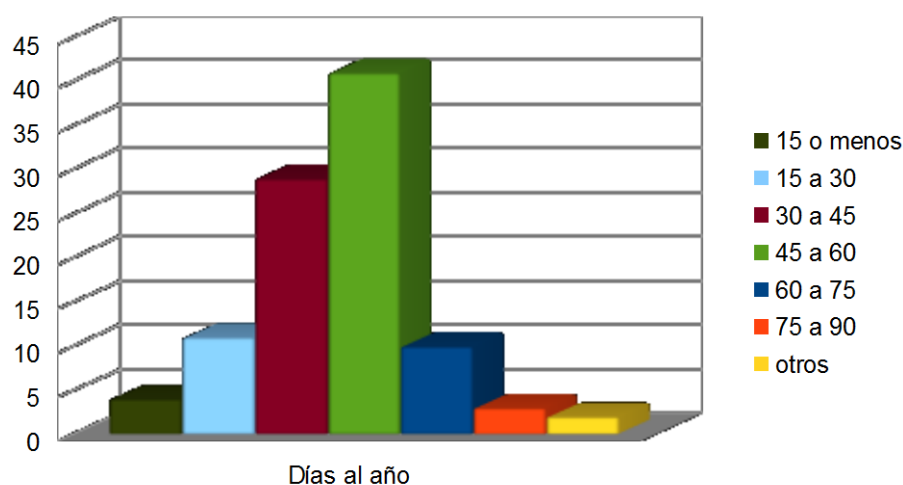
Según la encuesta realizada por el equipo VEA (Viajar en autocaravana) y la revista AC Pasión, estos son los motivos por los que los autocaravanistas se asocian principalmente.

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

3.3 Número de días por año:

- 15 días o menos: 4%
- 15 a 30 días: 11%
- 30 a 45 días: 29%
- 45 a 60 días: 41%
- 60 a 75 días: 10%
- 75 a 90 días: 3%
- Otros: 2%

Figura 3: Porcentaje del número de viajes de los autocaravanistas europeos:



**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta FICC
(Federación internacional de Camping y Caravaning)**

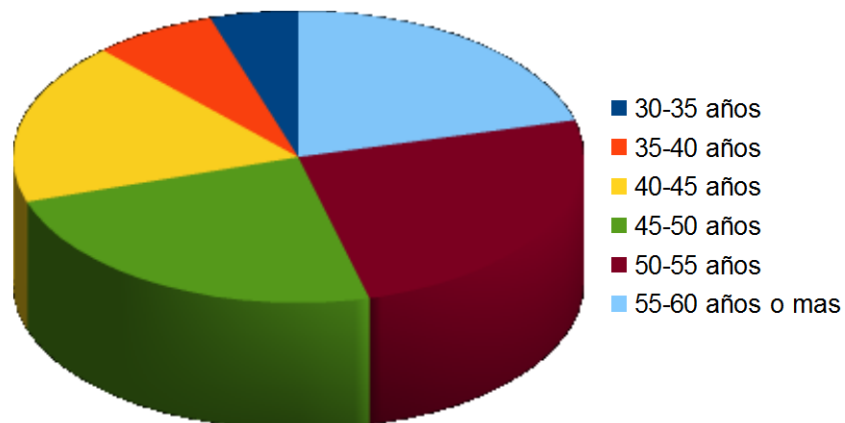
Como podemos ver en la gráfica anterior casi la mitad de los autocaravanistas europeos viajan entre 45 y 60 días al año y son más de la mitad de los autocaravanistas los que viajan más de 45 días al año.

Esto demuestra que son unos turistas que viajan mucho a lo largo del año, por encima de la media de los otros tipos de consumidores de turismo

3.4 Edad de los autocaravanistas:

Edad	Porcentaje
30-35	5%
35-40	7%
40-45	18%
45-50	24%
50-55	25%
55-65 o más	21%

Figura 4: Porcentaje de edad de los autocaravanistas:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta FICC (Federación internacional de Camping y Caravaning)

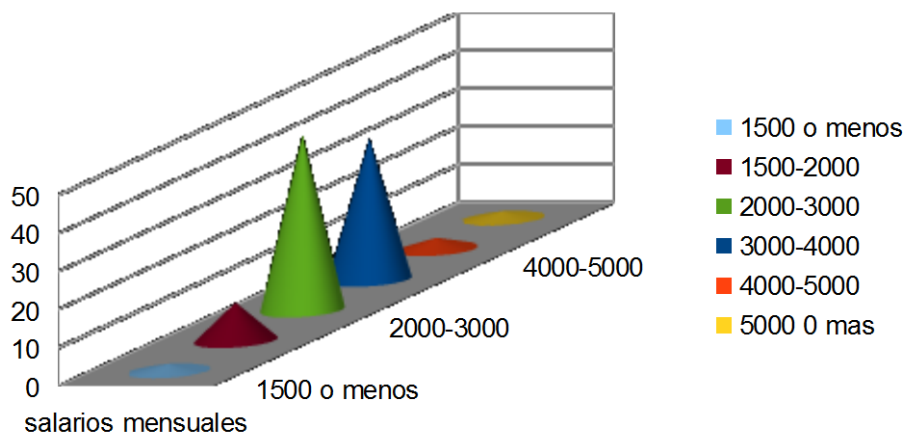
Como hemos dicho ya al comienzo de este apartado podemos ver que la mayor parte de los autocaravanistas, casi el 90% tiene una edad superior a los 40 años, un

porcentaje muy alto donde vemos que los turistas más jóvenes casi no entrar y los que lo practican es en su mayoría mediante el alquiler de la autocaravana no comprándola.

3.5 Media mensual de salarios

Salario	Porcentaje
1.500 o menos	2%
1.500 - 2.000	10%
2.000 - 3.000	46%
3.000 - 4.000	37%
4.000 - 5.000	3%
5.000 o más	2%

Figura 5: Media Mensual de Salarios de los autocaravanistas



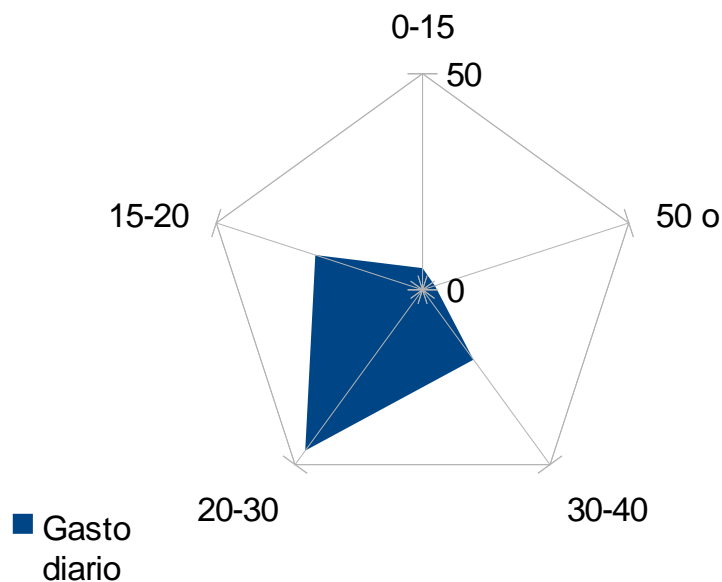
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta FICC (Federación internacional de Camping y Caravaning)

Como vemos en la gráfica, entre los usuarios de autocaravana, más del 80 % se encuentra en el escalón salarial entre los 2000 y los 4000 euros anuales, por lo que podemos afirmar que tienen un nivel económico medio-alto. Esto hace ver que la imagen que se tiene del autocaravanista como la persona que viaja en su vehículo sin capacidad económica no es real.

3.6 Gasto Diario En Euros:

Gasto en euros	Porcentaje
10-15	5%
15-20	26%
20-30	46%
30-40	20%
50 o más	3%

Figura 6: Gasto del autocaravanista



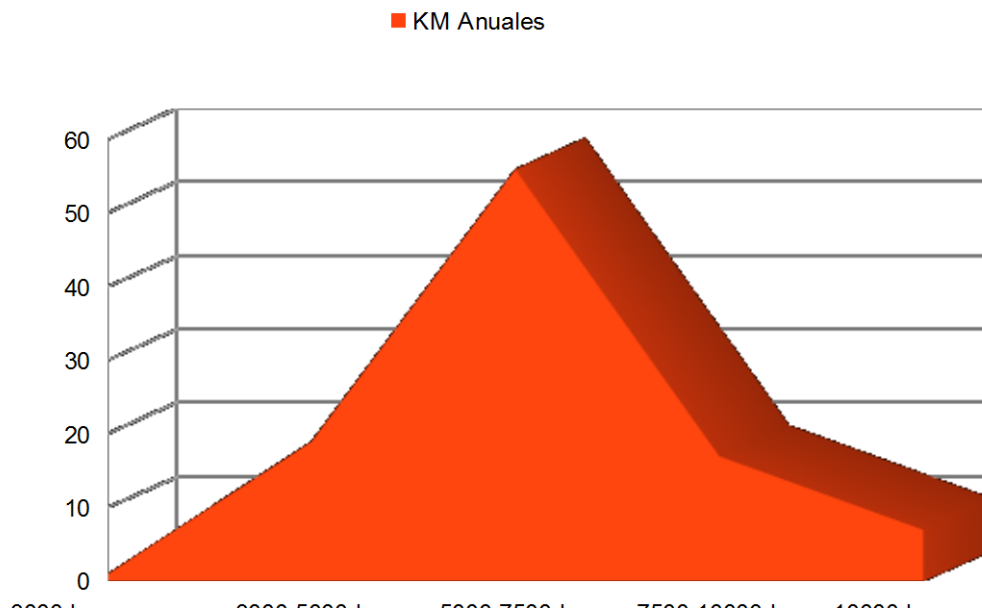
**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta FICC
(Federación internacional de Camping y Caravaning)**

En este diagrama podemos ver como la idea de que el autocaravanista no gasta no es correcta, ya que vemos que más del 90 % tiene un gasto diario de entre 15 y 40 euros. Un gasto apreciable si tenemos en cuenta que viajan con su propio alojamiento.

3.7 Distancia Anual Recorrida Por Los Autocaravanistas

Distancia en km	Porcentaje
3.000 km o menos	1%
3.000 - 5.000 km	19%
5.000 - 7.500 km	56%
7.500 - 10.000 km	17%
10.000 km o más	7%

Figura 7: Distancia anual recorrida por los autocaravanistas (en Km)



**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta FICC
(Federación internacional de Camping y Caravaning)**

Podemos ver que casi la totalidad de los autocaravanistas recorren al año entre 3000 y 10000 km anuales y el 80 % de ellos hacen más de 5000 km lo que quiere decir que se mueven mucho a lo largo del año y reparten su gasto turístico a lo largo de muchos territorios.

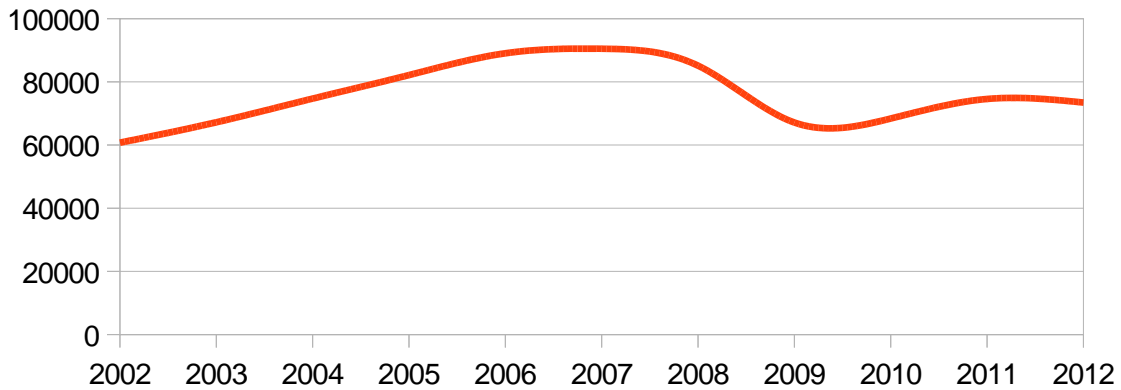
4. DESARROLLO DE LAS VENTAS DE AUTOCARAVANAS EN EUROPA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

Como podemos ver en la gráfica y en la tabla de la evolución en la venta de caravanas anual, hubo un gran aumento hasta 2008, justo después tuvo un importante descenso debido a la crisis mundial que comenzó y en los años siguientes se ha estabilizado bastante el número de ventas anuales, aun estando en el periodo de crisis. Esto quiere decir que es un sector en crecimiento y tiene la perspectiva de seguir creciendo en Europa conforme vaya desapareciendo este periodo de crisis en toda Europa.

Número de ventas de autocaravanas en la última década:

Año	Número de ventas
2002	60 750
2003	67 200
2004	74 700
2005	82 150
2006	89 050
2007	90 490
2008	85 140
2009	67 140
2010	68 400
2011	74 600
2012	73 470

Figura 8: Gráfica de la evolución europea en la venta de autocaravanas



**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta ECF
(Federación Europea de Caravanas)**

El comportamiento del mercado del caravanning parece que confirma lo que todos sabemos, la crisis afecta más al mercado de bienes más populares. Al ser la autocaravana un vehículo destinado a un público de mayor poder adquisitivo, se ha visto menos afectado por la crisis.

Las ventas de vehículos de ocio bajaron en Europa un 6%. Solamente los mercados alemán, suizo y austriaco han presentado crecimiento positivo en el sector del caravanning en el año 2012. El mercado europeo de vehículos de ocio ha sido duramente golpeado por la crisis con importantes caídas de las ventas en muchos países.

En 2012, sólo Alemania, Austria y Suiza registraron aumentos en las ventas de caravanas y autocaravanas, según los cálculos iniciales de la Federación Europea Caravanning (ECF). Una tendencia alcista que sigue marcando el mercado alemán en el primer cuatrimestre del 2013 (CIVD)

De acuerdo a la (ECF), las ventas en Europa de vehículos de ocio disminuyeron en 6% en el último año respecto a 2011. Las nuevas matriculaciones ascendieron a unas 146 mil unidades en 2012, frente a las 156 mil unidades en 2011. Esta disminución se ha registrado tanto en caravanas como autocaravanas, aunque en diferentes grados. Mientras

que las ventas de nuevas caravanas disminuyeron un 10 %, en autocaravanas ha disminuido solo un 2 %.

En el sector del caravaning, sólo los mercados de Alemania, Austria y Suiza registraron un aumento importante en las ventas. La debilidad en los mercados europeos también plantea un problema para el sector del vehículo de ocio Alemán, al caer sus ventas en el exterior. Antes de la crisis económica, en torno al 60% de toda su producción se exportaba, en la actualidad esta cifra ha bajado al 50%.

La estructura del mercado de vehículos de ocio está dominada por los tres países que se posicionan en el mercado: Alemania, Francia y Gran Bretaña. El parque de caravanas de éste tripartito representa el 55% del total europeo y el 57% del censo de autocaravanas.

El sector del caravaning en Alemania alcanzó en 2012 un nuevo record superando el alcanzado en 2011, con más de 6 billones de euros de venta, según los datos del Mercado Alemán del caravaning (CIVD).

Según la federación europea de caravanas en el año 2012 se encontraban en uso en Europa 1.548.900 de autocaravanas distribuidas de la siguiente manera:

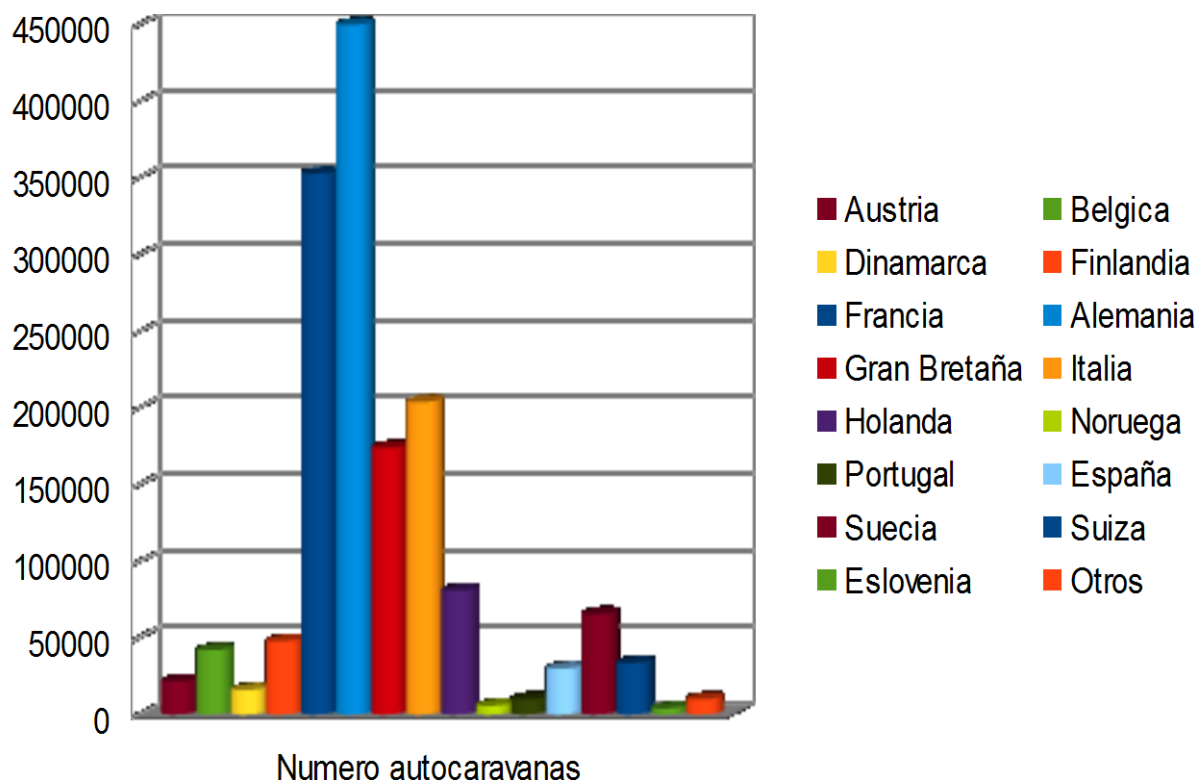
EUROPE:

Motor Caravans in use (registered 31.12.)

<u>Country</u>	<u>2012</u>
Austria	21.700
Belgium	42.000
Denmark	16.000
Finland	47.900
France	353.000
Germany	450.000
Great Britain	174.000
Italy	204.400
Netherlands	81.000
Norway	5.700
Portugal	10.000
Spain	30.000
Sweden	65.600
Switzerland	33.600
Slovenia	4.000
Others	10.000
Total	1.548.900

Fuente: Information of ECF members, estimates

Figura 9: Países en función del número de autocaravanas



**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta ECF
(Federación Europea de Caravanas)**

Como podemos ver casi un tercio de las autocaravanas en uso en Europa se encuentran en Alemania, por lo que podemos decir que son los usuarios más numerosos en este fenómeno del Autocaravaning. De la misma forma podemos ver que del millón y medio de autocaravanas de Europa más de 1,2 millones solo se reparten entre 4 países que dominan el sector en cuanto a número de autocaravanas, Alemania, Francia, Italia y Gran Bretaña.

Áreas de autocaravanas en Europa:

Albania 17	Finlandia 68	Países Bajos 935
Alemania 4041	Francia 4207	Polonia 95
Andorra 7	Grecia 47	Portugal 292
Austria 268	Hungría 70	Reino Unido 330
Bélgica 226	Irlanda 63	República Checa 71
Bosnia-Herzegovina 15	Italia 3698	Rumanía 48
Bulgaria 10	Letonia 21	Serbia 14
Croacia 106	Luxemburgo 35	Suecia 406
Dinamarca 323	Macedonia 5	Suiza 165
Eslovaquia 18	Montenegro 5	Turquía 117
Eslovenia 45	Lituania 29	Ucrania 9
España 643	Islandia 29	
Estonia 27	Noruega 345	

Podemos ver en esta tabla la distribución europea de las áreas para autocaravanas que se están instalando en toda Europa. Vemos que en los países en los que más se han desarrollado son Alemania, Francia e Italia; coincidiendo con los países con más autocaravanistas de Europa.

Podemos ver que España se encuentra lejos de las cifras de estos países, ya que también tiene un número mucho menor tanto de usuarios de autocaravanas como de parque móvil de autocaravanas. El problema es que España es el país que más número de autocaravanas recibe, pero por culpa de nuestro poco desarrollo en cuanto a áreas de autocaravanas no podemos dar el mismo servicio a estos usuarios que otros países que reciben mucho menos turismo de este tipo.

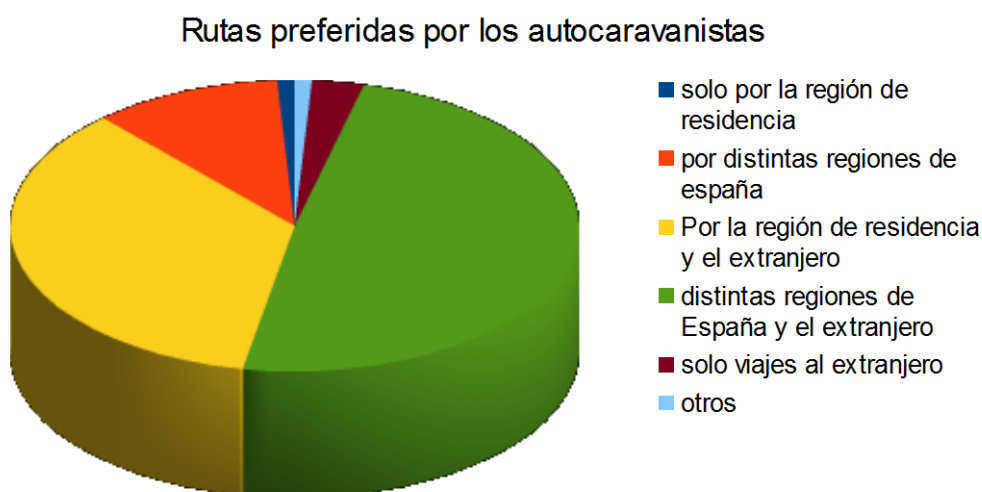
5. IMPORTANCIA DEL AUTOCARAVANISMO EN ESPAÑA

España es uno de los países más visitados de Europa, alrededor de 450.000 autocaravanas (una media de más de 800.000 personas) cruzan anualmente nuestras fronteras (representa nada menos que la tercera parte de todas las autocaravanas matriculadas en Europa); un gran número de ellas permanecen por largos períodos, especialmente en el invierno, en distintas partes de España. Visitantes de Francia, Alemania, Reino Unido, Italia, Suecia, Noruega, Finlandia y Holanda, etc. (FICC).

Según la Federación internacional de camping y caravaning, más del 60% de los autocaravanistas europeos eligen realizar sus rutas a través de nuestro país.

Rutas	Porcentaje
Sólo por la región de residencia	1%
Por distintas regiones de España	11%
Por la región de residencia y el extranjero	36%
Distintas regiones de España y el extranjero	50%
Sólo viajes al extranjero	3%
Otros	1%

Figura 10: Porcentaje que representan las rutas preferidas por los autocaravanistas



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de FICC (Federación Internacional de Camping y Caravaning)

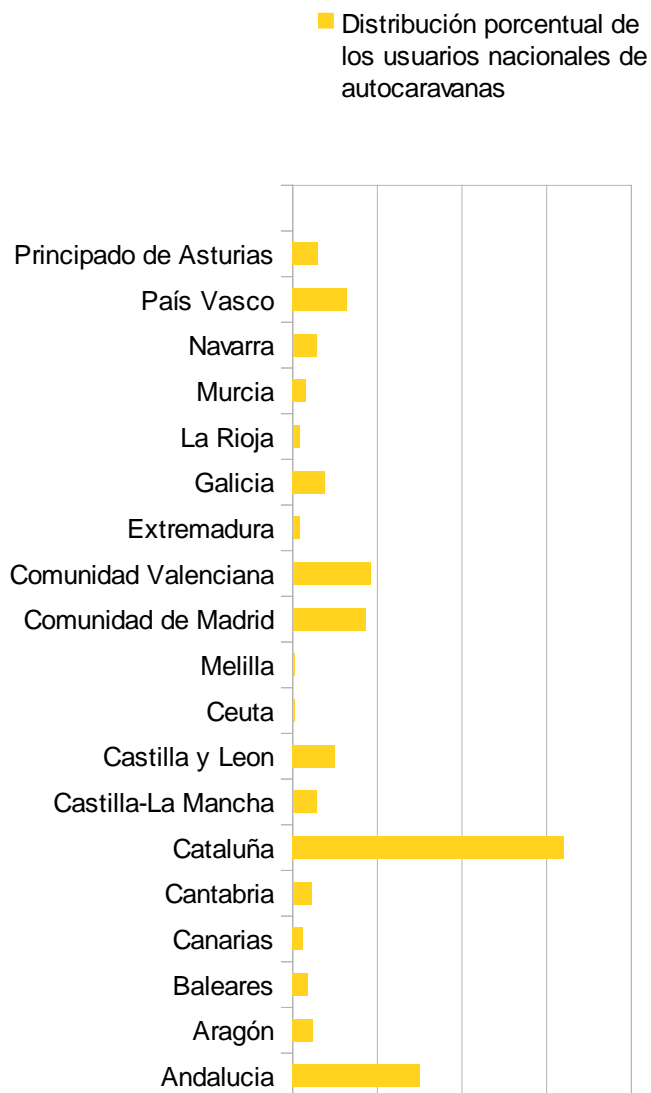
Esta gráfica muestra como nuestro país es una pieza fundamental dentro del caravanning, Dentro de Europa es el país más visitado, pero así como podemos ver que tiene un papel importante como país receptor de turismo perteneciente del carvaning, no es un país en el que ese turismo sea muy practicado por los residentes españoles.

Esta disyuntiva puede ser la que hace que no sea este tipo de turismo muy bien recibido en ciertas zonas turísticas del país y se le pongan trabas por ser considerados los turistas del autocaravanning, personas que no consumen en los destinos turísticos, pero como hemos podido ver en una de las gráficas anteriores más del 60% de los usuarios de autocaravanas gastan diariamente entre 20 y 40 euros a lo largo del viaje, lo cual muestra que no es una imagen real la que se tiene de los autocaravanistas.

Como hemos dicho España no es un país en el cual se encuentren a mucho residentes que realicen turismo de autocaravanning, con alrededor de 30000 autocaravanas en nuestro país, que según él la encuesta del equipo VEA (Viajar en autocaravana) se distribuyen de la siguiente manera.

Comunidad Autónoma	Porcentaje	Comunidad Autónoma	Porcentaje
Andalucía	15,03%	Comunidad de Madrid	8,61%
Aragón	2,40%	Comunidad Valenciana	9,21%
Baleares	1,80%	Extremadura	0,80%
Canarias	1,20%	Galicia	3,80%
Cantabria	2,20%	La Rioja	0,80%
Cataluña	32,06%	Murcia	1,60%
Castilla-La Mancha	2,80%	Navarra	2,80%
Castilla y León	5,01%	País Vasco	6,41%
Ciudad Autónoma de Ceuta	0,20%	Principado de Asturias	3,01%
Ciudad Autónoma de Melilla	0,20%		

Figura 11: Distribución porcentual según comunidad autónoma de los usuarios de autocaravanas



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta VEA (Viajar En Autocaravana)

La gráfica muestra que un tercio de las autocaravanas de nuestro país son de la comunidad catalana que es la que más consume de este tipo de turismo. Después podemos ver que tienen un valor importante en cuanto a autocaravanistas la comunidad Valenciana, la comunidad de Madrid, Andalucía y finalmente País Vasco. Las demás comunidades tienen una participación ínfima en cuanto al uso de autocaravana.

El tiempo medio del inicio en el autocaravanismo es de 7,02 años. 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 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.

Esos datos muestran que el autocaravanismo es un tipo de turismo introducido desde hace pocos años en España, que tuvo un fuerte crecimiento en sus a principios del siglo 21 pero que desde los años 2008 y 2009 a causa de la crisis económica tuvo un frenazo brusco.

Esta consecuencia hace pensar que una vez el país se estabilice este turismo vaya al alza, al igual que en los demás países que más turismo consumen de Europa y da muestras de porque al contrario de países como Italia, Francia o Gran Bretaña que lleva un desarrollo mayor del autocaravanismo es porque empezó antes el boom de este tipo de turismo.

En cuanto a la actividad laboral que desempeñan los autocaravanistas españoles, la distribución es similar a la del resto de los europeos en la que destacan los empleados y los jubilados y pre-jubilados.

Procedencia de la compra, nueva o usada.

- El 64,10% compraron la autocaravana nueva.
- El 35,90% 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.

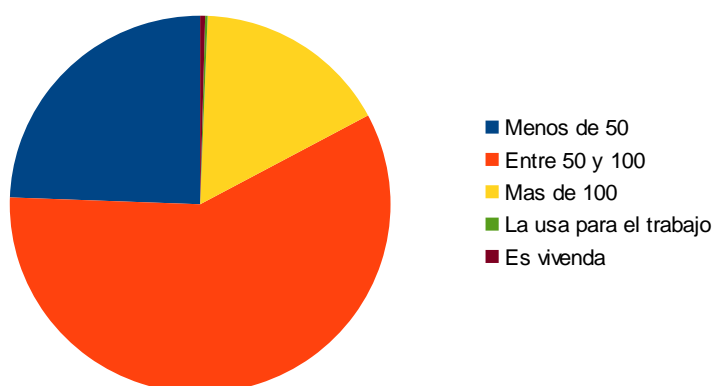
Podemos ver que en nuestro país hay un alto porcentaje de autocaravanistas que adquieren sus vehículos usados, casi el 36%, lo que hace que haya un alta rotación de las autocaravanas usadas y no tanta nueva matriculación y es la razón de que el promedio de antigüedad de los vehículos no es muy alto.

En cuanto a la frecuencia de uso destaca un uso medio de entre 50 y 100 días anuales, ya que casi el 60% viaja 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.

Días de uso de la autocaravana:

Días de uso anuales	Porcentaje
Menos de 50	24,42%
Entre 50 y 100	58,39 %
Más de 100	16,56 %
La uso para el trabajo	0,21 %
Es mi vivienda habitual	0,42 %

Figura 12: Uso de la autocaravana

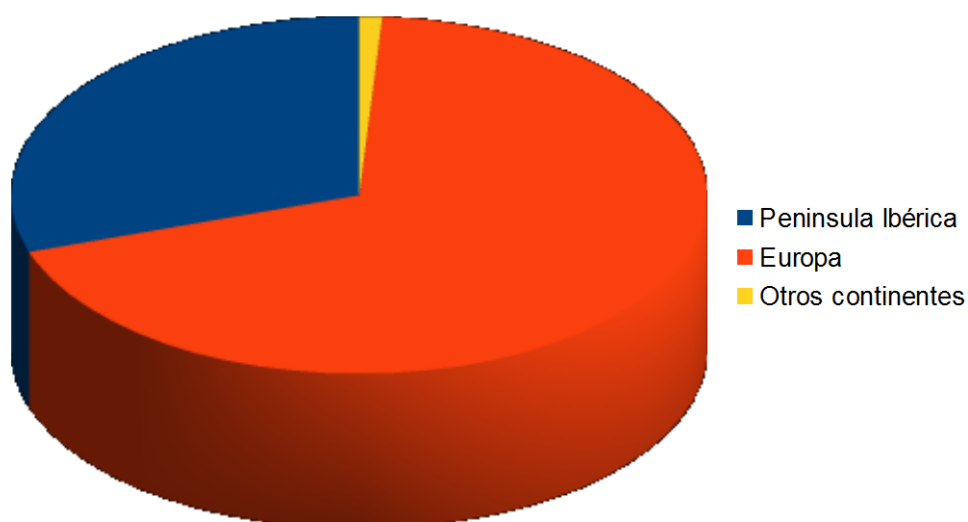


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta VEA (Viajar en Autocaravana)

Preferencia de destinos.

Destino	Porcentaje
Península Ibérica	30,15 %
Europa	68,79 %
Otros continentes	1,06 %

Figura 13: Preferencia de destinos



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de: Encuesta VEA (Viajar en Autocaravana)

Al contrario que los autocaravanistas del resto de Europa, los autocaravanistas nacionales prefieren viajar por Europa que por España, ya que casi el 70% de los encuestados prefiere como destino Europa que la Península Ibérica.

Una de las razones de este dato puede ser el conocimiento por parte de los autocaravanistas españoles de las mayores restricciones en cuanto a este tipo de turismo

que en el resto de Europa, , al haber por ejemplo en España muchas menos áreas para autocaravanas que en los otros principales países europeos.

Una de las conclusiones que se confirma en la encuesta VEA es que los usuarios de las autocaravanas no son clientes de los campings o no consumen los productos que éstos ofrecen, ya que el 64% de los encuestados admite no frecuentar los camping y tienen preferencia por las emergentes áreas de autocaravanas.

6. LEGISLACIÓN EN EL AUTOCARAVANISMO

La mayor parte de los problemas que afectan a la movilidad de las autocaravana están causados por la aplicación de las leyes.

El origen es múltiple:

- Presiones de los empresarios de camping
- Conceptos equivocados sobre la calidad de esta forma de turismo
- Desconocimiento del uso de las autocaravanas por parte de algunas administraciones autonómicas o locales
- Una idea equivocada sobre la no protección medioambiental
- Personas que hacen un mal uso de sus vehículos y se confunden con autocaravanismo

Las causas descritas se pueden hacer frente con muchos argumentos de los cuales la docencia, la vía política, el diálogo o la presión social pueden ser las más importantes. Sin embargo, todas las disfunciones aparecen cuando se aplica indebidamente las leyes.

Si se aplicaran únicamente las leyes de tráfico al uso de las autocaravanas sería relativamente sencillo encontrar una solución legal que supusiera un conocimiento exacto y concreto de lo prohibido y lo permitido, sin embargo, al mismo hecho, permanecer en el interior del vehículo correctamente estacionado, sin que la actividad en el interior trascienda al exterior, se le aplican dos ámbitos legales simultáneamente, al vehículo las leyes de tráfico y a los ocupantes las leyes que regulan la acampada.

Las leyes que tratan o regulan la acampada son más de treinta textos diferentes. De ellos, únicamente la Ley de Costas y las Leyes de los Parques Nacionales son de ámbito estatal y las leyes de Turismo y de Protección de Espacios Naturales son de ámbito autonómico.

El viajero que se desplaza entre las diferentes Comunidades Autónomas se enfrenta a una maraña de leyes dispares, que se aplican, además, con diferentes criterios que van desde la permisividad total hasta la restricción más absolutas creando lo que se puede definir como una inseguridad jurídica y propiciando en algunos lugares la discriminación y el recorte de derechos individuales a los autocaravanistas y en otros una destrucción del entorno por las conductas incívicas de ciudadanos que en su mayor parte no tienen nada que ver con el autocaravanismo.

Normativa española

Esta es la normativa de la DGT en cuanto al concepto del uso de la autocaravana en las carreteras españolas:

El futuro Reglamento General de Circulación (RGC), incluye cambios relevantes que afectan a la autocaravana en favor de la práctica, afectando a las velocidades máximas hasta ahora permitidas (que se elevan en autovías y autopistas y disminuye en carreteras fuera de poblado), incluyendo la nueva señal S-128 para áreas de servicios específica para autocaravanas, y definiendo por primera vez el estacionamiento de este tipo de vehículos.

El futuro RGC establece que:

“Entre otros cambios que se acometen, se encuentran diferentes aspectos relacionados con el sector de las autocaravanas, siguiendo la línea trazada en la Proposición no de Ley, aprobada por el Pleno del Senado, el 9 de mayo de 2006, instando al Gobierno a apoyar el desarrollo de la actividad autocaravanista en España.

Por una parte, el límite de velocidad se equipara a nivel europeo, diferenciándose, como en el resto de los vehículos, en función de su masa máxima autorizada. Por otra parte, se aborda por primera vez en el Reglamento, del estacionamiento de estos vehículos adoptando una fórmula similar a algunos países de nuestro entorno. De este modo, las administraciones locales podrán sancionar el estacionamiento de estos vehículos cuando incumplan las condiciones reglamentarias y, por su parte, los usuarios tendrán la

seguridad jurídica de que su estacionamiento no será discriminado, siempre que cumplan las condiciones de estacionamiento establecidas”.

Velocidades máximas para la autocaravana:

El nuevo RGC se equiparará a la normativa de otros países europeos y establece las siguientes limitaciones:

- Autocaravanas de hasta 3.500 kilos de MMA:
 - Autopista/Autovía: 120 km/hora (hasta ahora, el límite permitido era de 100 km/hora);
 - En carreteras convencionales: 90 km/hora;
 - Carreteras convencionales con plataforma inferior a 6,5 metros de anchura y con marca longitudinal de separación entre sentidos: 70 km/hora (hasta ahora, el límite permitido era de 80 km/hora).

- Autocaravanas de más de 3.500 kilos de MMA:
 - Autopista/Autovía: 100 Km/hora (hasta ahora, el límite permitido era de 90 km/hora);
 - En carreteras convencionales: 80 km/hora;
 - Carreteras convencionales con plataforma inferior a 6,5 metros de anchura y con marca longitudinal de separación entre sentidos: 70 km/hora (hasta ahora, el límite permitido era de 80 km/hora).

- Estacionamiento de autocaravanas en la vía pública

Según el artículo veinte, se añaden al artículo 92 los apartados 4 y 5 con la siguiente redacción:

“4. El estacionamiento de las autocaravanas deberá efectuarse en las siguientes condiciones:

- a) Sin extender elementos propios que desborden el perímetro del vehículo.
- b) Descansando sobre los neumáticos o cuñas de seguridad.
- c) Sin verter fluidos procedentes del habitáculo ni conectarse a suministros de agua o a otros no autorizados.

Si se cumplen las condiciones anteriores, el estacionamiento de las autocaravanas sólo podrá verse limitado por restricciones genéricas de masas y dimensiones que afecten a todos los vehículos.

5. Queda prohibido el estacionamiento de vehículos en la vía pública, para su venta o con la finalidad de ejercer otras actividades comerciales no autorizadas”.

Señal S-128



Asimismo, el artículo veintinueve del RGC incorpora en el artículo 161 la señal S-128, de la siguiente manera:

S-128. Punto de vaciado de caravanas y autocaravanas. Indica la situación de un punto de vaciado de aguas residuales para caravanas y autocaravanas.”

7. FUTURO DEL AUTOCARAVANISMO

-Análisis DAFO

Debilidades

- Escasa adecuación de la oferta turística a las tendencias de la demanda
- Capacidad financiera limitada

Fortalezas

- Aumento de personas que demandan el servicio
- Combinación de la práctica Autocaravana con recursos naturales y culturales de nuestro territorio

Amenazas

- Falta de cuidado con el entorno
- Recesión económica a nivel mundial
- Legislación restrictiva en algunos territorios

Oportunidades

- Extensión de la temporada turística
- Dinamización de las zonas rurales y menos turísticas
- Difusión del patrimonio histórico, gastronómico, potenciación del comercio de los municipios

Según el artículo de la movilidad en autocaravana llevado a cabo por el ministerio del interior y la DGT se tiene que fundamentar en 3 líneas de actuación:

Línea de actuación 1

Habilitar espacios específicos para las autocaravanas (estacionamiento y puntos de evacuación) en las principales infraestructuras viarias, así como en los municipios y los espacios naturales no restringidos.

Línea de actuación 2

Señalar las infraestructuras viarias y los accesos y vías de los municipios sobre los servicios y espacios habilitados para las autocaravanas (señales homologadas).

Línea de actuación 3

Regular la movilidad en autocaravana en las ordenanzas municipales y en las leyes de rango superior relativas a la movilidad y el estacionamiento de vehículos, así como en los planes de ordenación del espacio público.

En estas líneas de actuación deben estar comprometidos los siguientes agentes:

Ministerio de Fomento, Ministerio de Medio Ambiente y consejerías de medio ambiente, Demarcaciones de carreteras del Estado en las distintas provincias, Consejerías de Obras Públicas de las distintas Comunidades Autónomas, Federación Española de Municipios y Provincias, Ayuntamientos, consejos comarcales o supramunicipales, Mancomunidades, Cámaras de Comercio e Industria, Asociaciones de comerciantes, etc.

CONCLUSIONES

Podemos decir después de realizar este estudio que estamos ante un tipo de turismo emergente; el del autocaravanismo que dentro del caravanning es la modalidad que menos a sufrido este periodo de crisis y que lejos de hundirse se ha mantenido en cifra de ventas de vehículos y de número de viajeros en toda Europa.

Este fenómeno del Autocaravanning cada vez tienes más adeptos en toda Europa y esta creando la tendencia de conocer nuestro entorno viajando de lugar en lugar. Para que esto sea posible dentro de la legalidad en Europa y sobre todo en España debe de dejar de ser un tema tabú y equiparar las normativas, ya que el desconocimiento sobre la legislación a la que los autocaravanistas tiene que ampararse es muy ambigua y sobre todo cambia mucho de unas comunidades a otras y en muchos casos se contradice con respecto a la nueva normativa de la DGT sobre el estacionamiento de las autocaravanas; las cuales están en muchos municipios discriminadas por el tipo de vehículo que son y no unicamente por su masa como debería ser.

En la que podemos ver que se discrimina a la autocaravana por el tipo de vehículo que es y no por su masa, esta señal podemos encontrarla en mucho municipios españoles y como hemos visto anteriormente no podría ser así según, ya que según el nuevo RGC las autocaravanas deben legislarse por su masa como el resto de los vehículos.

Por lo tanto estamos viendo que este sector que parece que va ha seguir creciendo y ganando adeptos tiene que dejar de encontrar trabas y ser tratado como cualquier turista.

Además los usuarios de autocaravanas tienen que intentar poner de su parte siendo lo mas cívicos posible y cuidadosos con el medio ambiente para así no poder dar la razón a los que tienen la idea equivocada de que es un tipo de turismo que ni quiere gastar ni respeta el entorno por el que se mueve, y así todos, tanto usuarios como municipios y comunidades locales llegar a un punto de encuentro en el que no choquen los intereses y esta actividad sea rentable para todos.

Por ultimo debemos tener en cuenta que la idea de que los autocaravanistas no gastan es errónea, ya que al igual que los turistas que compran una vivienda vacacional,

ellos compran un vehículo muy costoso para realizar sus viajes y es otra forma de contribuir con el gasto y ayudar al desarrollo del producto del camping y el caravaning.

BIBLIOGRAFÍA: RECURSOS WEB

- **Blog:** <http://hidalgocaravaning.com/>
- **Federación internacional del Camping y Caravaning**
- **Revista VEA (Viajar en Autocaravana)**
- **Libro Blanco del Caravaning en España**
- **Federación Europea de Caravanin**
- **Blog Autocaravanismo Activo**