



Empresa Pública para la Gestión
del Turismo y del Deporte de Andalucía

TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA



Realizado: 01/06/2016

DATOS BÁSICOS DEL TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en acampamentos turísticos	58.590	-11,6%	abr-16	169.414	10,0%	Ene-abr 2016	909.202	9,8%	Año 2015
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	210.507	-15,4%	abr-16	880.314	3,8%	Ene-abr 2016	3.805.568	9,3%	Año 2015
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	11,9%	0,4	abr-16	15,1%	-1,1	Ene-abr 2016	11,0%	0,3	Año 2015
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	27.192	-28,9%	abr-16	83.897	7,8%	Ene-abr 2016	630.628	9,6%	Año 2015
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	77.525	-38,6%	abr-16	269.019	-2,1%	Ene-abr 2016	2.260.574	10,5%	Año 2015
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	9,5%	-0,3	abr-16	11,3%	-1,7	Ene-abr 2016	12,6%	0,5	Año 2015
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	31.398	12,1%	abr-16	85.517	12,3%	Ene-abr 2016	278.574	10,5%	Año 2015
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	132.982	8,5%	abr-16	611.295	6,6%	Ene-abr 2016	1.544.994	7,5%	Año 2015
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	14,0%	0,0	abr-16	17,6%	-0,7	Ene-abr 2016	9,3%	0,0	Año 2015

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA			
AÑO 2011			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Varón	52,0%	Valoración de la oferta de camping andaluz: Escala de 1 a 10	8,5
Cuota según procedencia (% sobre total pernoctaciones en Andalucía):		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto a las últimas vacaciones realizadas):	68,0%
Andaluces	44,4%	Intención de volver a Andalucía:	81,0%
Reino Unido	13,4%		
Alemania	8,6%		
Resto España	14,6%		
Resto Extranjero	19,0%		
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estacionalidad: concentración en el 3º trimestre (verano)	51,0%	Mayor comportamiento estacional del mercado nacional (68%) frente al extranjero (27%) en los meses de	
Principal tipo de alojamiento: -Tienda de campaña	32,0%	junio, julio y agosto. Importante efecto desestacionalizador del británico y el alemán al repartirse sus	
-Autocaravana	31,0%	pernoctaciones de forma homogénea a lo largo del año e intensificarse en los meses de invierno.	
Estancia media (número de días):	430,0%		
Gasto medio diario (euros):	38,12	Mayor porcentaje de gasto dedicado a alojamiento del turista de camping (50%) respecto al turista medio	
Uso de Internet:	56,0%	(27%), ya que el pago en origen es menos frecuente.	
Principales actividades desarrolladas en Andalucía (*): - Disfrute de sol y playa	91,8%		
- Relacionadas con la Naturaleza	32,0%	Los motivos que llevan a elegir este tipo de alojamiento es fundamentalmente por preferencia o agrado,	
- Gastronomía	28,8%	seguido del precio y la ubicación del establecimiento.	
- Compras	24,8%		

(*) Multirrespuesta

FUENTES: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía. Año 2011 | Encuesta de Ocupación Acampamentos Turísticos (INE)