



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

TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA



Actualizado | 02/10/2014

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	225.542	7,8%	ago-14	654.196	3,2%	Ene-ago 2014	778.910	2,3%	Año 2013
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	884.851	8,2%	ago-14	2.651.160	3,1%	Ene-ago 2014	3.279.255	-4,1%	Año 2013
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	9,2%	0,4	ago-14	10,1%	0,1	Ene-ago 2014	10,5%	-0,4	Año 2013
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	187.153	10,2%	ago-14	470.162	6,2%	Ene-ago 2014	517.293	0,5%	Año 2013
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	742.183	8,4%	ago-14	1.665.010	3,9%	Ene-ago 2014	1.881.332	-7,4%	Año 2013
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	12,4%	0,6	ago-14	11,6%	-0,2	Ene-ago 2014	11,9%	-0,4	Año 2013
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	38.389	-2,5%	ago-14	184.034	-3,7%	Ene-ago 2014	261.617	6,2%	Año 2013
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	142.668	7,0%	ago-14	986.150	1,9%	Ene-ago 2014	1.397.923	0,7%	Año 2013
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	3,9%	0,1	ago-14	8,3%	0,3	Ene-ago 2014	9,1%	-0,3	Año 2013

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 andaluza: 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 junio, julio y agosto. Importante efecto desestacionalizador del británico y el alemán al repartirse sus pernoctaciones de forma homogénea a lo largo del año e intensificarse el los meses de invierno	
Principal tipo de alojamiento: -Tienda de campaña	32,0%		
-Autocaravana	31,0%		
Estancia media (número de días):	4,3	Mayor porcentaje de gasto dedicado a alojamiento del turista de camping (50%) respecto al turista medio (27%), ya que el pago en origen es menos frecuente.	
Gasto medio diario (euros):	38,12		
Uso de Internet:	56,0%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía (*): -Disfrute de sol y playa	91,8%	Los motivos que llevan a elegir este tipo de alojamiento es fundamentalmente por preferencia o agrado, seguido del precio y la ubicación del establecimiento.	
-Relacionadas con l	32,0%		
-Gastronomía	28,8%		
-Compras	24,8%		

(*) Multirrespuesta

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