



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

TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA



Realizado: 02/10/2017

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	213.965	-11,4%	ago-17	759.183	-2,4%	Ene-ago 2017	974.637	6,7%	Año 2016
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	867.807	-7,9%	ago-17	3.149.493	2,8%	Ene-ago 2017	3.985.807	4,0%	Año 2016
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	8,2%	-0,9	ago-17	10,1%	-0,3	Ene-ago 2017	10,9%	-0,3	Año 2016
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	177.150	-10,1%	ago-17	535.729	-3,3%	Ene-ago 2017	668.088	4,7%	Año 2016
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	729.975	-7,5%	ago-17	1.971.616	1,9%	Ene-ago 2017	2.339.811	2,0%	Año 2016
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	11,1%	-1,2	ago-17	11,7%	-0,5	Ene-ago 2017	12,4%	-0,5	Año 2016
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	36.815	-17,3%	ago-17	223.454	-0,2%	Ene-ago 2017	306.549	11,2%	Año 2016
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	137.832	-9,8%	ago-17	1.177.877	4,2%	Ene-ago 2017	1.645.996	7,0%	Año 2016
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	3,4%	-0,4	ago-17	8,2%	-0,1	Ene-ago 2017	9,3%	0,0	Año 2016

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	
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)