



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

TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA



Actualizado | 02/02/2015

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	22.383	15,5%	dic-14	819.926	4,8%	Ene-dic 2014	778.910	2,3%	Año 2013
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	169.116	6,5%	dic-14	3.442.755	4,3%	Ene-dic 2014	3.279.255	-4,1%	Año 2013
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	18,4%	0,2	dic-14	10,6%	0,1	Ene-dic 2014	10,5%	-0,4	Año 2013
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	12.674	31,3%	dic-14	565.939	7,7%	Ene-dic 2014	517.293	0,5%	Año 2013
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	39.530	5,2%	dic-14	2.005.440	4,8%	Ene-dic 2014	1.881.332	-7,4%	Año 2013
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	14,4%	-1,9	dic-14	11,8%	-0,2	Ene-dic 2014	11,9%	-0,4	Año 2013
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	9.709	-0,2%	dic-14	253.987	-1,1%	Ene-dic 2014	261.617	6,2%	Año 2013
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	129.586	7,0%	dic-14	1.437.315	3,5%	Ene-dic 2014	1.397.923	0,7%	Año 2013
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	20,1%	1,2	dic-14	9,3%	0,3	Ene-dic 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)