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

TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA

Andalucía

Realizado: 02/03/2017

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	26.042	9,4%	ene-17	26.042	9,4%	Ene-ene 2017	972.959	6,5%	Año 2016
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	213.324	9,3%	ene-17	213.324	9,3%	Ene-ene 2017	4.029.589	5,2%	Año 2016
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	19,8%	0,7	ene-17	19,8%	0,7	Ene-ene 2017	11,0%	-0,2	Año 2016
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	10.399	14,1%	ene-17	10.399	14,1%	Ene-ene 2017	662.418	3,8%	Año 2016
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	34.143	2,6%	ene-17	34.143	2,6%	Ene-ene 2017	2.355.981	2,7%	Año 2016
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	16,0%	0,3	ene-17	16,0%	0,3	Ene-ene 2017	12,4%	-0,5	Año 2016
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	15.643	6,5%	ene-17	15.643	6,5%	Ene-ene 2017	310.541	12,6%	Año 2016
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	179.181	10,7%	ene-17	179.181	10,7%	Ene-ene 2017	1.673.608	8,8%	Año 2016
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	20,8%	0,8	ene-17	20,8%	0,8	Ene-ene 2017	9,4%	0,2	Año 2016

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA

AÑO 2011

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: **Varón**	52,0%
Cuota según procedencia (% sobre total pernoctaciones en Andalucía):	
Andaluces	44,4%
Reino Unido	13,4%
Alemania	8,6%
Resto España	14,6%
Resto Extranjero	19,0%

OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración de la oferta de camping andaluza: Escala de 1 a 10	8,5
Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto a las últimas vacaciones realizadas):	68,0%
Intención de volver a Andalucía:	81,0%

HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Estacionalidad: concentración en el 3º trimestre (verano)	51,0%
Principal tipo de alojamiento: -**Tienda de campaña**	32,0%
-Autocaravana	31,0%
Estancia media (número de días):	430,0%
Gasto medio diario (euros):	38,12
Uso de Internet:	56,0%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía (*): - **Disfrute de sol y playa**	91,8%
- **Relacionadas con la Naturaleza**	32,0%
- **Gastronomía**	28,8%
- **Compras**	24,8%

ASPECTOS DIFERENCIALES
Mayor comportamiento estacional del mercado nacional (68%) frente al extranjero (27%) en los meses de junio, julio y agosto. Importante efecto desestecionalizador del británico y el alemán al repartirse sus pernoctaciones de forma homogénea a lo largo del año e intensificarse el los meses de invierno.
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.
Los motivos que llevan a elegir este tipo de alojamiento es fundamentalemente por preferencia o agrado, seguido del precio y la ubicación del establecimiento.

(*)Multirrespuesta

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