



## TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA



Realizado: 01/08/2018

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	114.354	9,1%	jun-18	349.839	-5,8%	Ene-jun 2018	961.349	-1,4%	Año 2017
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	353.457	7,6%	jun-18	1.541.724	-2,0%	Ene-jun 2018	4.099.410	2,9%	Año 2017
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	9,1%	0,6	jun-18	12,0%	-0,5	Ene-jun 2018	10,5%	-0,4	Año 2017
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	84.412	7,2%	jun-18	190.281	-13,2%	Ene-jun 2018	652.627	-2,3%	Año 2017
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	242.385	5,7%	jun-18	611.725	-8,7%	Ene-jun 2018	2.398.489	2,5%	Año 2017
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	11,4%	0,6	jun-18	10,5%	-0,9	Ene-jun 2018	11,9%	-0,5	Año 2017
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	29.942	14,9%	jun-18	159.558	5,0%	Ene-jun 2018	308.722	0,7%	Año 2017
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	111.072	12,2%	jun-18	929.999	2,9%	Ene-jun 2018	1.700.921	3,3%	Año 2017
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	6,3%	0,6	jun-18	13,3%	-0,3	Ene-jun 2018	9,0%	-0,2	Año 2017

### COMPORTAMIENTO DEL TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA

AÑO 2011

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA		
Sexo: <b>Varón</b>	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%
<b>Andaluces</b>	44,4%	Intención de volver a Andalucía:	81,0%
<b>Reino Unido</b>	13,4%		
<b>Alemania</b>	8,6%		
<b>Resto España</b>	14,6%		
<b>Resto Extranjero</b>	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: <b>-Tienda de campaña</b>	32,0%		
-Autocaravanç	31,0%		
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 (27%), ya que el pago en origen es menos frecuente.	
Uso de Internet:	56,0%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía (*): - <b>Disfrute de sol y playa</b>	91,8%		
- <b>Relacionadas con la Naturalez:</b>	32,0%	Los motivos que llevan a elegir este tipo de alojamiento es fundamentalmente por preferencia o agrado, seguido del precio y la ubicación del establecimiento.	
- <b>Gastronomía</b>	28,8%		
- <b>Compras</b>	24,8%		

(\*): Multirrespuesta

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