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

TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA

Andalucía

Realizado: 04/05/2015

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	35.716	31,9%	mar-15	87.698	22,5%	Ene-mar 2015	819.926	4,8%	Año 2014
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	203.387	23,0%	mar-15	600.254	16,2%	Ene-mar 2015	3.442.755	4,3%	Año 2014
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	17,3%	1,6	mar-15	19,6%	1,7	Ene-mar 2015	10,6%	0,1	Año 2014
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	16.560	67,3%	mar-15	39.691	46,0%	Ene-mar 2015	565.939	7,7%	Año 2014
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	63.588	116,3%	mar-15	148.706	79,9%	Ene-mar 2015	2.005.440	4,8%	Año 2014
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	15,3%	6,1	mar-15	18,1%	5,9	Ene-mar 2015	11,8%	-0,2	Año 2014
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	19.156	11,6%	mar-15	48.007	8,2%	Ene-mar 2015	253.987	-1,1%	Año 2014
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	139.799	2,8%	mar-15	451.548	4,1%	Ene-mar 2015	1.437.315	3,5%	Año 2014
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	18,4%	-0,1	mar-15	20,2%	0,5	Ene-mar 2015	9,3%	0,3	Año 2014

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 Andalucia (*): - **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)