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

TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA

Andalucía

Realizado: 03/05/2016

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	56.741	58,9%	mar-16	110.824	26,4%	Ene-mar 2016	909.202	9,8%	Año 2015
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	264.036	29,8%	mar-16	669.807	11,8%	Ene-mar 2016	3.805.568	9,3%	Año 2015
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	13,1%	-4,2	mar-16	16,4%	-3,0	Ene-mar 2016	11,0%	0,3	Año 2015
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	34.434	109,4%	mar-16	56.705	43,3%	Ene-mar 2016	630.628	9,6%	Año 2015
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	116.953	84,8%	mar-16	191.494	28,9%	Ene-mar 2016	2.260.574	10,5%	Año 2015
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	10,2%	-4,9	mar-16	12,3%	-5,8	Ene-mar 2016	12,6%	0,5	Año 2015
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	22.307	15,8%	mar-16	54.119	12,5%	Ene-mar 2016	278.574	10,5%	Año 2015
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	147.083	5,0%	mar-16	478.313	6,1%	Ene-mar 2016	1.544.994	7,5%	Año 2015
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	16,9%	-1,6	mar-16	19,0%	-0,9	Ene-mar 2016	9,3%	0,0	Año 2015

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)