



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

TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA



Realizado: 01/07/2015

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	78.973	22,4%	may-15	232.948	15,7%	Ene-may 2015	819.926	4,8%	Año 2014
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	262.242	16,6%	may-15	1.111.352	13,6%	Ene-may 2015	3.442.755	4,3%	Año 2014
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	11,1%	0,2	may-15	14,6%	0,6	Ene-may 2015	10,6%	0,1	Año 2014
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	43.263	23,9%	may-15	121.449	18,6%	Ene-may 2015	565.939	7,7%	Año 2014
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	131.245	15,7%	may-15	406.841	27,0%	Ene-may 2015	2.005.440	4,8%	Año 2014
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	11,3%	0,3	may-15	12,3%	1,5	Ene-may 2015	11,8%	-0,2	Año 2014
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	35.710	20,6%	may-15	111.499	12,7%	Ene-may 2015	253.987	-1,1%	Año 2014
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	130.997	17,6%	may-15	704.511	7,0%	Ene-may 2015	1.437.315	3,5%	Año 2014
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	10,8%	0,1	may-15	16,4%	0,0	Ene-may 2015	9,3%	0,3	Año 2014

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 andaluz: 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	
Principal tipo de alojamiento: -Tienda de campaña	32,0%	junio, julio y agosto. Importante efecto desestacionalizador del británico y el alemán al repartirse sus	
-Autocaravana	31,0%	pernoctaciones de forma homogénea a lo largo del año e intensificarse en los meses de invierno.	
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	
Uso de Internet:	56,0%	(27%), ya que el pago en origen es menos frecuente.	
Principales actividades desarrolladas en Andalucía (*): - Disfrute de sol y playa	91,8%		
- Relacionadas con la Naturaleza	32,0%	Los motivos que llevan a elegir este tipo de alojamiento es fundamentalmente por preferencia o agrado,	
- Gastronomía	28,8%	seguido del precio y la ubicación del establecimiento.	
- Compras	24,8%		

(*) Multirrespuesta

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