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

TURISMO DE CAMPING EN ANDALUCÍA

Actualizado | 03/11/2014

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	76.813	13,4%	sep-14	731.009	4,2%	Ene-sep 2014	778.910	2,3%	Año 2013
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	286.457	12,6%	sep-14	2.937.617	4,0%	Ene-sep 2014	3.279.255	-4,1%	Año 2013
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	9,4%	-0,3	sep-14	10,0%	0,0	Ene-sep 2014	10,5%	-0,4	Año 2013
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	50.613	17,4%	sep-14	520.775	7,2%	Ene-sep 2014	517.293	0,5%	Año 2013
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	184.571	11,8%	sep-14	1.849.581	4,6%	Ene-sep 2014	1.881.332	-7,4%	Año 2013
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	11,5%	-0,5	sep-14	11,6%	-0,2	Ene-sep 2014	11,9%	-0,4	Año 2013
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	26.200	6,5%	sep-14	210.234	-2,5%	Ene-sep 2014	261.617	6,2%	Año 2013
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	101.886	14,0%	sep-14	1.088.036	2,9%	Ene-sep 2014	1.397.923	0,7%	Año 2013
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	7,0%	0,0	sep-14	8,1%	0,2	Ene-sep 2014	9,1%	-0,3	Año 2013

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):	4,3
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 l**	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)