

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	28.354	7,3%	nov-18	964.370	1,9%	Ene-nov 2018	961.349	-1,4%	Año 2017
Número de pernoctaciones en acampamentos turísticos	180.810	2,6%	nov-18	4.014.733	2,2%	Ene-nov 2018	4.099.410	2,9%	Año 2017
Cuota (% sobre total pernoctaciones en España)	16,1%	-1,3	nov-18	10,5%	0,0	Ene-nov 2018	10,5%	-0,4	Año 2017
Número de viajeros españoles en acampamentos turísticos	13.919	17,5%	nov-18	661.396	1,1%	Ene-nov 2018	652.627	-2,3%	Año 2017
Número de pernoctaciones de españoles en acampamentos turísticos	48.813	6,8%	nov-18	2.430.005	2,0%	Ene-nov 2018	2.398.489	2,5%	Año 2017
Cuota de españoles (% sobre total pernoctaciones en España)	13,4%	-2,3	nov-18	12,3%	0,1	Ene-nov 2018	11,9%	-0,5	Año 2017
Número de viajeros extranjeros en acampamentos turísticos	14.435	-1,1%	nov-18	302.974	3,4%	Ene-nov 2018	308.722	0,7%	Año 2017
Número de pernoctaciones de extranjeros en acampamentos turísticos	131.997	1,1%	nov-18	1.584.728	2,6%	Ene-nov 2018	1.700.921	3,3%	Año 2017
Cuota de extranjeros (% sobre total pernoctaciones en España)	17,4%	-0,7	nov-18	8,6%	0,0	Ene-nov 2018	9,0%	-0,2	Año 2017

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 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%
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	
-Autocaravanç	31,0%	pernoctaciones de forma homogénea a lo largo del año e intensificarse el 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 Naturalez	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)