

1. **¿Cuál es la importancia del camping en el turismo de España: qué porcentaje de plazas, economía y empleo genera?**

En España existen alrededor de **700.000 plazas en campings**, lo que supone una parte muy relevante del total de plazas de alojamiento turístico del país. Esta modalidad está especialmente implantada en zonas costeras y en entornos naturales, donde atrae tanto a turistas nacionales como internacionales.

Desde el punto de vista económico, el sector del camping genera aproximadamente **1.600 millones de euros de facturación anual**, lo que demuestra su peso dentro de la actividad turística. Además, su impacto va más allá de los propios establecimientos, ya que los visitantes consumen en comercios, restaurantes y empresas de ocio del entorno.

En cuanto al empleo, el camping crea en torno a **40.000 puestos de trabajo**, tanto directos como indirectos. Esto contribuye al desarrollo económico de muchas zonas, especialmente en áreas rurales o destinos turísticos estacionales, ayudando a dinamizar la economía local.

En definitiva, el camping constituye un elemento fundamental dentro de la oferta turística española, por su capacidad, su aportación económica y su generación de empleo.

2. **¿Qué porcentaje de campings están ubicados en zonas rurales y en espacios naturales, ya sean protegidos o no?**

Desconocemos porcentajes de campings en cualquier tipo de zona... es un dato imposible de obtener. **La zona rural**, para nosotros, es muy importante porque estamos en todo el territorio y no solo en las zonas más turísticas o de sol y playa. En muchas ocasiones, **cabe más gente que la hay en el municipio, que puede ser de 100, 200 o 300 habitantes y en verano, en el camping hay más gente**. Eso dice mucho de la importancia de las empresas de campings en las localidades y de lo que supone poder dar trabajo a la gente de ese territorio. **Gracias a que los campings están en estas zonas rurales o de interior, hay gente que se queda en el pueblo porque está el camping**. Si no, no estarían. Por eso, para nosotros, la zona rural es súper importante y le damos mucha importancia. Después, estamos en algunos parques naturales en los que el camping es el alojamiento ideal para que estén este tipo de espacios porque conservamos el medio

ambiente y somos el alojamiento ideal para estar en este tipo de espacios.

3. En las zonas rurales y naturales, ¿cuáles son las tipologías de alojamientos y servicios al cliente: actividades deportivas, naturaleza, aventura, etc.?

Nosotros hacemos mucho hincapié en el hecho de que un camping es el alojamiento ideal para vivir experiencias únicas porque estamos en entornos que se prestan mucho a ello.

Puedes encontrar campings con **actividad de surf** especialmente en la costa cantábrica, en zonas de montaña, Pirineo o cualquier zona de interior el **senderismo**... el **cicloturismo** es algo que está pegando muy fuerte: cada vez hay más clientes que vienen con bicicletas y nosotros hemos adaptado nuestras instalaciones a ese tipo de perfil: con taller, con guardabicis, con lavadero de bicicletas... nos hemos adaptado bastante. Después están los campings de pantano para hacer kayak, los campings de costa y el paddle surf... las actividades son infinitas.

4. Cómo encaja la sostenibilidad en el modelo de gestión de los campings y qué nivel de cumplimiento pueda existir

Nosotros decimos que la sostenibilidad que ahora está tan de moda y todo el mundo se ha subido al carro... nosotros como vivimos de nuestro entorno ya éramos sostenibles de por sí porque somos los primeros interesados en cuidar nuestro entorno y la naturaleza porque vivimos de ella. En campings que están en costa la hemos cuidado como nadie, los campings de montaña más de lo mismo... por naturaleza, somos sostenibles, y a eso hay que añadir todas las medidas que hemos tomado en los últimos años: placas solares, eficiencia energética, etc. Nosotros nacimos en la naturaleza y hemos sido muy conscientes siempre como sector de que debíamos cuidarla.

5. ¿Tiene datos de los perfiles de la demanda según su preferencia de alojamiento, ya sea en tiendas, cabañas, bungalows, etc.?

Tiendas de campaña cada vez son menos... hay un pequeño porcentaje que se mantiene, pero cada vez son menos. El bungalow es el producto estrella: es lo que más llama la atención y lo que ha hecho que el sector del camping pegue un boom: hemos captado a ese cliente hotelero que antes iba a habitaciones de hotel y los bungalows no tiene nada que

envidiarles. Y, después, ha surgido una nueva fórmula como es la del glamping: alojamientos insólitos, novedosos: iglús, cabañas en los árboles... un concepto que ha llamado también mucho la atención a familias y parejas, aunque, sobre todo, lo más importante de todo son los bungalows y las parcelas donde autocaravanas, furgonetas y campers se han puesto muy de moda.

6. ¿Cuál diría que es el interés o grado de importancia que tiene la naturaleza para el camping y la demanda? ¿Hay algún camping que esté dando pasos en la conservación o regeneración de la naturaleza?

Camping Monteholiday, en Madrid: es un caso de éxito, un referente en España sobre turismo regenerativo. Ofrece una escapada familiar en la **Sierra Norte de Madrid** con cabañas en los árboles, **granja escuela**, tirolinas y actividades multiaventura. Un plan cercano, cómodo y pensado para quienes buscan aire puro, vistas a la montaña y **alojamientos premium** sin renunciar al espíritu campista. Con un 77 % de reservas directas, integración total de pagos y motor 100 % mobile, Monte Holiday Ecoturismo se ha consolidado como referente en digitalización para el sector camping y glamping.

7. ¿Cuáles son las tendencias tanto a nivel de diseño de oferta (tipologías de alojamiento, actividades, etc.) y a la vez de la demanda de los campings en España y si puede decir también alguna comparativa con otros países?

Vamos muy alineados al resto de países europeos... es cierto que en los países de Centroeuropa o Francia el público que va de camping es mucho mayor que en España, nos vamos acercando, aunque aún nos queda mucho recorrido.

Esa es la mayor diferencia o comparación que hay con el resto de los países. Allí en ningún momento se veía una imagen peyorativa de los campings cuando aquí sí. Es cierto que, tras la pandemia, se le ha dado la vuelta, aunque sigue habiendo gente que no lo ve como una opción idónea como para pasar las vacaciones.