

UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

TRABAJO FIN DE GRADO GRADO EN TURISMO

**EL GLAMPING:
UNA NUEVA FORMA DE HACER TURISMO**

AUTOR: Cristina Cárcar Echepare

Gijón, 9 de junio de 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD DEL TRABAJO FIN DE GRADO

(de acuerdo con lo establecido en el artículo 8.3 del Acuerdo de 5 de marzo de 2020, del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo, por el que se aprueba el Reglamento sobre la asignatura Trabajo Fin de Grado de la Universidad de Oviedo)

D./D.^a Cristina Cárcar Echepare , con DNI

DECLARO QUE:

El Trabajo Fin de Grado titulado “El Glamping: una nueva forma de hacer turismo” que presento para su exposición y defensa, es original y he citado debidamente todas las fuentes de información utilizadas, tanto en el cuerpo del texto como en la bibliografía.

En Gijón, a 9 de junio de 2023

Firmado: Cristina Cárcar Echepare

RESUMEN

Palabras clave: glamping, turismo rural, turismo de acampada, Navarra.

El presente Trabajo de Fin de Grado se centra en el glamping, una nueva tendencia de turismo que resulta enormemente atractiva por su novedad, potencial y efectos positivos en el entorno. Una vez descrito el contexto en el que nace esta modalidad turística, cuya denominación procede a la unión de las palabras *glamour* y camping, se describen las principales características del glamping, así como las diversas modalidades que este tipo de alojamientos puede presentar. Asimismo, se incorporan los testimonios de los propietarios tres glampings ubicados en la Comunidad Foral de Navarra en zonas de elevado interés paisajístico, con el fin de conocer cómo nació esta idea de negocio, el perfil de sus clientes, tipo de actividades ofertadas, así como sus previsiones de cara a un futuro en el que la calidad y la sostenibilidad, cobran cada vez mayor importancia. El trabajo concluye con la presentación de las principales conclusiones.

ÍNDICE

Resumen	3
Introducción	5
Capítulo 1. El glamping y su contextualización	6
1.1. ¿Qué es el glamping?	6
1.2. El glamping en el marco del turismo rural y de acampada	7
1.2.1 El turismo rural	8
1.2.2 El turismo de acampada	13
Capítulo 2. El glamping: características, tipología y principales cifras	18
2.1. Características del glamping	18
2.2. Tipos de glamping	20
2.3. El glamping en cifras	22
2.3.1. Oferta: el glamping en el mundo	22
2.3.2. Demanda: perfil del <i>glamper</i>	24
Capítulo 3. El glamping en Navarra	26
3.1. Navarra y el glamping	26
3.2. Entrevistas a establecimientos de glamping	29
3.2.1. Aire de Bardenas	29
3.2.2. Basoa Suites	31
3.2.3. Irati Barnean	33
Conclusiones	38
Bibliografía	41
Webgrafía	44

INTRODUCCIÓN

Hasta hace un par de décadas hacer turismo en la naturaleza era muchas veces sinónimo de incomodidad, especialmente, a la hora del descanso nocturno. En ocasiones el frío, en otras la humedad y/o el calor excesivo, los insectos, la dificultad de asearse adecuadamente, o el poder tomarse un refrigerio que no fuese un bocadillo, hacían que la experiencia del turista resultara a veces algo traumática. En la actualidad ya no tiene que ser así, al existir una nueva forma de hacer turismo que ofrece la posibilidad de disfrutar, en un mismo espacio, de la belleza de un entorno natural privilegiado de una manera cómoda, singular y sostenible. Estamos hablando del glamping.

Realmente, la idea en la que el glamping se basa, al menos en lo que a la forma de alojamiento se refiere, tiene varios siglos a sus espaldas. Imágenes como la de los reyes que, desde la época medieval, se desplazaban a los campamentos en los que se asentaban sus tropas para seguir la batalla desde una tienda de campaña rodeados de comodidades, o la de los occidentales que viajaban al continente africano para realizar un safari durmiendo en el interior de una cabaña sobre una cama y no directamente sobre el suelo, son un reflejo de tan solo algunas de las cosas que ofrece a sus clientes un glamping.

Pero el glamping es algo más, ya que ofrece a quienes lo eligen no solo la posibilidad de disfrutar de una experiencia única, que aúna lujo con sostenibilidad, sino también contribuir a la conservación y mejora del entorno natural, social y económico de la zona en la que el establecimiento se ubica.

Qué es el glamping, en qué contexto se enmarca, su tipología, su situación en España y, más concretamente, en la Comunidad Foral de Navarra, serán algunas de las cuestiones que serán objeto de desarrollo posterior. Para ello se ha buscado información en fuentes tanto primarias como secundarias.

En el caso de las primeras, se ha recogido información de plataformas que ofertan este tipo de alojamiento y se han realizado entrevistas a los propietarios de dos glampings de Navarra. Respecto a las fuentes secundarias, la consulta de artículos –algunos académicos y otros de prensa- así, como la visita a las páginas web de diferentes instituciones y organismos como el Instituto Nacional de Estadística (INE), han permitido obtener los datos que aparecen en los gráficos e imágenes que aparecen a lo largo del texto.

CAPITULO 1. EL GLAMPING Y SU CONTEXTUALIZACIÓN

1.1. ¿QUÉ ES EL GLAMPING?

Estamos ante una palabra que nace fruto de la combinación de otros dos vocablos extranjeros: *glamour* y *camping*. Se trata, en cualquier caso, de una expresión que refleja que estamos ante una nueva forma de hacer turismo que combina la experiencia de acampar al aire libre (*camping*), con el lujo y las comodidades propias de un hotel.

Aunque la utilización de la palabra *glamping* comenzó a generalizarse a partir del año 2005, su práctica data de mucho antes. Según las fuentes consultadas (Arenado, 2020; Cáceres, 2021; entre otros), fueron los exploradores británicos Gordon Laing, Verney Lovett Cameron o David Livingstone a finales del siglo XIX quienes, buscando que sus expediciones por el continente africano no fuesen incompatibles con la comodidad y el estilo inglés, comenzaron a instalar en sus campamentos cuartos de baño, camas *King size* y otra serie de elementos, que hacían que disfrutar de la naturaleza en su estado más salvaje resultara de lo más placentero. De este modo, no solo fueron pioneros en abrir las puertas del turismo al continente africano - en la década de los 20 del siglo pasado, empezó la moda entre los ricos de América y de Europa de irse de safari a África- sino que también, sentaron las bases de lo que hoy es el *glamping*. Aunque, para muchos, los verdaderos creadores de la idea en la que el *glamping* se basa fueron, muchos siglos atrás, los reyes, que al igual que los sultanes otomanos, para visitar las regiones bajo su dominio, liderar a sus tropas en la guerra o para conquistar nuevas tierras, se alojaban en tiendas, que, si bien eran transportables por animales de carga, contaban con muchas de las comodidades de las habidas en palacio: una cama confortable, tejidos de seda, bordados, alfombras y valiosos muebles. Como dice Cáceres: “se podría decir que el *glamping* es el descendiente moderno de estas costumbres. Una evolución que además ya no solo es exclusiva de reyes o ricos, sino que está al alcance de todo el mundo”. El *glamping* se presenta así, como una modalidad de turismo capaz de integrar dos realidades en principio opuestas, el lujo y la elegancia con la acampada al aire libre.

La comodidad material es parte de la fórmula del *glamping*, pero lo realmente innovador es que hay armonía y no disociación entre confort y entorno (Villarino, 2021). No hay que perder de vista que el objetivo final es disfrutar del contacto con la naturaleza en un paraje privilegiado –en ocasiones, un parque nacional, la montaña, la selva...- de una manera placentera –cama espaciosa, baño privado, control de temperatura, conexión a Internet, menú a la carta-, pero respetuosa con el medioambiente. El *Glamping* se

presenta así, como una opción turística medioambientalmente sostenible. Un reflejo de ello, son las estructuras en las que los *glampers*¹ se alojan: tiendas indias o tipis, casas en los árboles, iglús, que, en muchos casos, se mimetizan con el paisaje. El resultado de esta combinación es una experiencia única, que a la vista de los datos del informe elaborado por Kampgrounds of America (KOA, 2022) explica el incesante crecimiento tanto de la oferta como de la demanda de este tipo de oferta turística en Norte América. Este incremento también se produce en el resto de los continentes. Una de las circunstancias que lo ha favorecido es la pandemia. El turista post-COVID 19 parece huir de la masificación y apuesta por la distancia social y el aire libre y, en ello, el glamping tiene todas las de ganar.

Pero ¿qué es el glamping? Tomando como referencia la definición propuesta por Arenado (2020), se podría decir que el glamping es un tipo de alojamiento sostenible, con estructuras únicas enclavadas en el medio natural, que ofrece a sus huéspedes las comodidades propias de un hotel junto con un amplio catálogo de actividades al aire libre, en condiciones de tranquilidad y privacidad que garantizan una experiencia singular en profunda conexión con la naturaleza.

1.2. EL GLAMPING EN EL MARCO DEL TURISMO RURAL Y DE ACAMPADA

Definir lo que es el glamping, no parece complicado. Sin embargo, no sucede lo mismo cuando se trata de contextualizarlo. Tras consultar diversas fuentes me he encontrado con autores que lo consideran como una modalidad de turismo rural (Boscoboinik y Ejderyan, 2014) y otros de camping (Lopes, 2021). Tal vez por ello, Arenado (2020) afirma que “hoy en día, el glamping no está bien definido y no se enmarca en ninguna modalidad turística”.

Algunos gobiernos de países donde el glamping está desarrollado, comienzan a intuir la necesidad de una regulación específica (Gavala, 2019). España no parece ser uno de ellos. Hasta hace poco no había prácticamente ninguna norma que hiciera alusión al glamping, salvo en Andalucía y Gran Canaria². Sea cual sea la tipología en la que se

¹ La palabra glamping fue incluida en 2016 en el Oxford English Dictionary. A quienes practican esta modalidad de turismo se les denomina *glampers*.

² En el caso de la Islas Canarias, el Plan Insular de Ordenación de Gran Canaria de 2022, se refiere al glamping como una innovadora forma de pernoctar en la naturaleza, más lujosa y con mayores comodidades construida sobre estructuras desmontables con criterios de integración paisajística y gran calidad. Por lo que respecta a la comunidad autónoma andaluza, el Decreto de Ordenación de los Campamentos de Turismo en Andalucía, publicado en 2018, introduce como novedades el establecimiento de una clasificación por estrellas en cinco categorías para los campings, la regulación, por primera vez, de

integre, dado que presenta características de los dos, hay un elemento de importancia capital que ambos comparten: el disfrute de la naturaleza. Un placer, que en el caso del glamping, tiene lugar en unas condiciones peculiares. Por ello, en primer lugar, se realizará una breve referencia al turismo rural y su situación en España. Seguidamente, se continuará con un comentario sobre el turismo de acampada, para desarrollar posteriormente, en el capítulo 2, las características del glamping.

1.2.1. El turismo rural

Valdés (1996) define el turismo rural como “aquella actividad turística que se lleva a cabo en el hábitat rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos turísticos asociados al descanso, paisaje, naturaleza y cultura tradicional, alejados del fenómeno de la masificación”.

En el mundo occidental su práctica está indisolublemente asociada a la Revolución Industrial. La emigración de la población de las zonas rurales a las ciudades en busca de una vida mejor tuvo como contrapartida el regreso de muchos de ellos a disfrutar de un breve periodo vacacional junto a sus familiares en sus pueblos de origen. A ellos se irían sumando, con el paso de los años y la mejora de las infraestructuras, quienes visitaban esos parajes por el simple placer de contemplar la naturaleza, mejorar su estado físico –en ocasiones por recomendación médica- o disfrutar de la realización, a unos precios razonables, de actividades o de tradiciones que para un urbanita resultaban pintorescas. Unas visitas que se convertirían en una importante fuente de ingresos para muchos agricultores que de esta forma podían sobrevivir y continuar con su actividad.

En España el desarrollo del turismo rural se produce más tarde que en el resto de Europa, pues no sería hasta finales de los años 50 y, especialmente, durante la década de los 60 con la creciente mecanización de las labores agrícolas y el desarrollo industrial, cuando tendría lugar el éxodo rural hacia las áreas urbanas. Es entonces cuando se comienza a considerar el turismo rural como una forma de contribuir a la recuperación económica y social de las zonas rurales

Sánchez y Jesús (2018) hablan de tres etapas en el desarrollo del turismo rural en nuestro país. Una primera etapa entre 1970-1979, vinculada al Programa Casas de

las áreas de autocaravanas- consideradas como un grupo específico de campamento de turismo y con una categoría única- y la creación de ocho especialidades de carácter voluntario para los campamentos de turismo que ofrezcan determinados servicios o actividades diferenciales. Una de ellas es el 'glamping'.

Labranza puesto en marcha por la Agencia de Extensión Agraria dependiente de los Ministerios de Agricultura y el Ministerio de información y Turismo. Se trata de un turismo rural centrado en el alojamiento en casas en las zonas rurales y el alquiler de habitaciones en las viviendas familiares de los campesinos acondicionadas para la recepción de turistas gracias a las ayudas económicas procedentes del programa en forma de subvenciones y/o préstamos sin interés.

Una segunda etapa entre 1990-1995, coincidente con la asunción de competencias en el ámbito de la planificación turística por parte de las Comunidades Autónomas (CCAA) y la puesta en marcha del proyecto LEADER de la Comisión Europea. Si bien se trata de una etapa en la que tiene lugar un importante desarrollo del turismo rural en España, éste se produce de forma desigual en función de la CCAA, al no realizarse el traspaso de competencias estatales en esta materia en la misma fecha en todas ellas. Esta es, en parte la razón de la existencia de diferentes normativas y una oferta de alojamientos rurales con distintas denominaciones y tipologías en función de la autonomía en la que nos encontremos³. A pesar de las diferencias, cuatro son los objetivos perseguidos por todas ellas: a) evitar el deterioro del patrimonio arquitectónico recuperando viviendas tradicionales para un uso turístico, b) la creación de actividades complementarias, c) la creación de empleo y d) la compatibilización de la revalorización de los espacios culturales, ambientales y sociales con el desarrollo de un turismo de naturaleza respetuoso con el medioambiente. Todo ello, en la línea apuntada por el primer programa europeo LEADER⁴ en 1991 y el nacional PRODER⁵ en 1994 que, además de aportar fondos, apostaron por la participación e implicación activa la población rural en el diseño y puesta en marcha de las estrategias conducentes al desarrollo rural. A ellos les sucederían el LEADER II (1994-1999), el LEADER + (2000-2006), el PRODER II (2000-2006), el LEADER (2007-2013) y el LEADER (2014-2020), entre otros. En torno a 1995, casi simultáneamente a la aprobación del proyecto LEADER II, comenzaría cronológicamente la tercera fase en la que, según Sánchez y Jesús (2018), aún nos encontramos y en la que el turismo rural en España está plenamente consolidado, es valorado por los usuarios y está extendido por todo el territorio nacional. Un tipo de turismo por el que todas las CCAA apuestan, al considerarlo como un producto de calidad que refuerza y complementa otras modalidades turísticas.

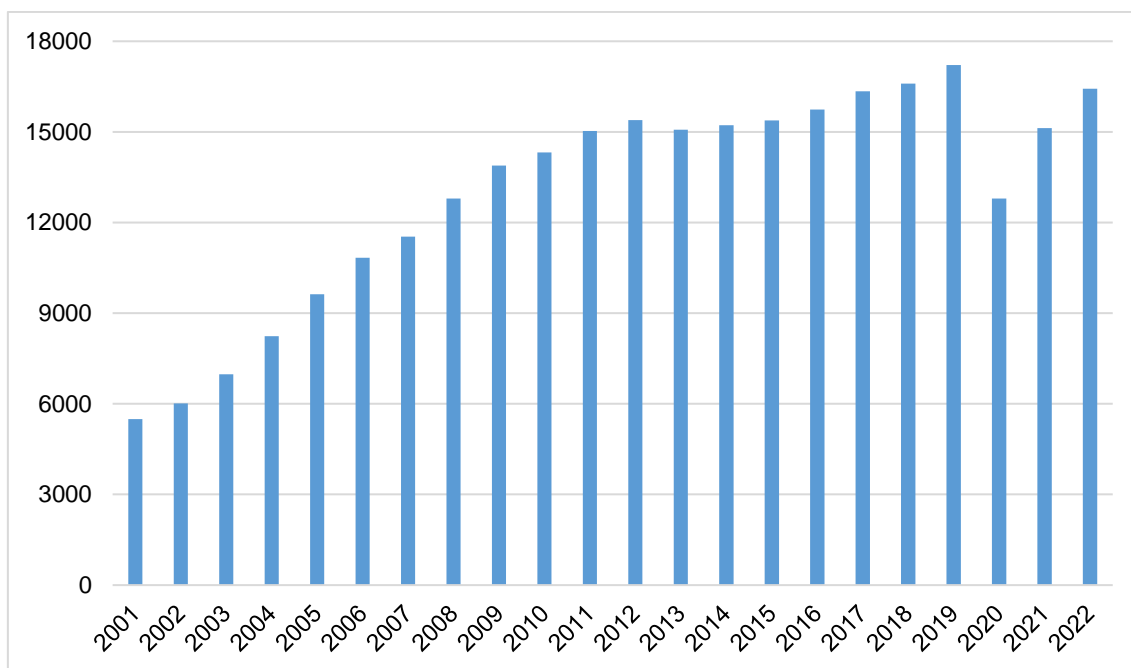
³ Por ejemplo, en Aragón se incluye entre las denominaciones de alojamientos rurales la acampada en casa rural aislada. En Castilla-La Mancha se habla de alojamiento rural singular; en Extremadura de chozos turísticos; en País Vasco de camping rural; en Valencia de acampada en finca particular.

⁴ Liasons Entre Activités de Developement de l'Economie Rural - "Relaciones Entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural"

⁵ Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales.

La consulta de la Encuesta de Alojamientos de Turismo Rural, que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), ha sido la fuente utilizada para la elaboración de los gráficos que se presentan a continuación. En ellos se muestra la evolución en términos numéricos experimentada por este tipo de turismo en España desde 2001 hasta la actualidad desde el punto de vista de la oferta.

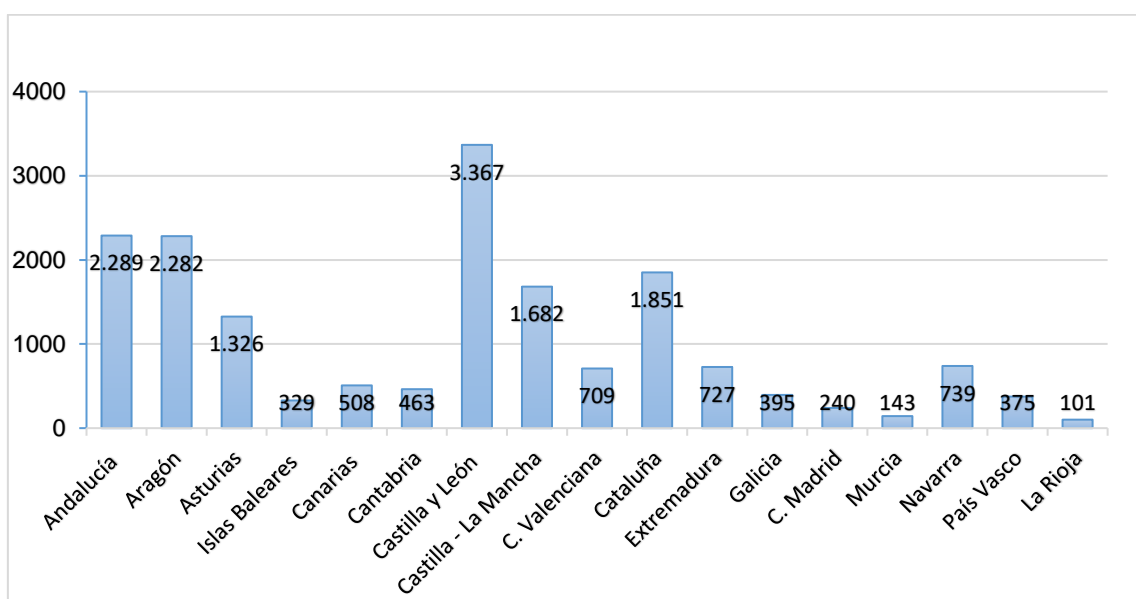
Figura 1.2.1.1. Número de alojamientos de turismo rural en España (2001-2022)



Elaboración propia a partir de datos del INE

Desde que se tienen datos, la apertura de alojamientos de turismo rural no ha dejado de crecer en nuestro país, salvo algunos pequeños descensos como en 2013 y 2014. Todo cambiaría en 2020 con la pandemia provocada por la COVID-19, bajando de 17.000 a 12.000 el número de establecimientos. Afortunadamente, en 2021 y 2022 se produjeron nuevas aperturas alcanzándose, según las últimas cifras disponibles, los 15.113 alojamientos rurales. La mayoría de ellos se hallan situados en Castilla-León, Andalucía, Cataluña, Castilla-La Mancha y Aragón. Cabe destacar que, tras estos territorios, las dos CCAA con más alojamientos rurales son Asturias y Navarra, ambas de carácter uniprovincial y con una gran riqueza paisajística. El número de total de alojamientos rurales en España en el 2022 ha sido de 16.431 establecimientos.

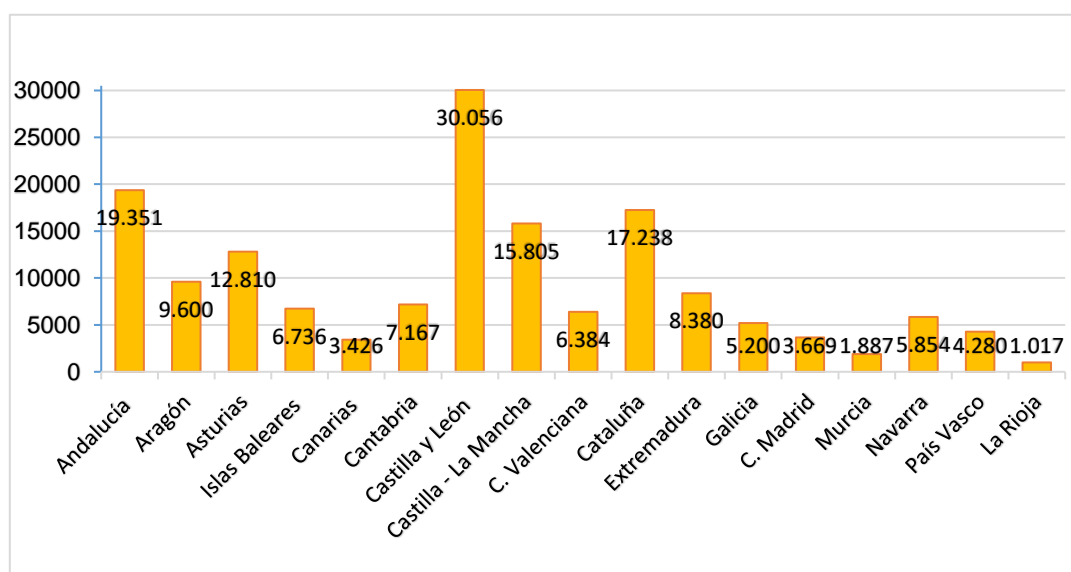
Figura 1.2.1.2. Alojamientos de turismo rural en España por CCAA (2022)



Elaboración propia a partir de datos del INE.

Según los datos extraídos del INE, el número total de plazas de turismo rural en España en 2022 ha sido de 158.860 plazas. Respecto al número de plazas ofertadas en establecimientos rurales por CCAA en nuestro país en 2022, como cabría esperar, a mayor número de alojamientos mayor número de plazas. Nuevamente es Castilla-León la que cuenta con la oferta más numerosa superando ligeramente las 30.000 plazas, frente a las pocas más de 1.100 de La Rioja.

Figura 1.2.1.3. Número plazas ofertadas en establecimientos rurales por CCAA (2022)



Elaboración propia a partir de datos del INE

Para mostrar la situación del turismo rural en España desde el punto de vista de la demanda, se ha tomado como referencia la información procedente del último informe elaborado por el Observatorio de Turismo Rural. Este organismo de carácter privado⁶ tiene por objetivo generar conocimiento y aportar información valiosa sobre el turismo rural en nuestro país.

En 2022 un 42,5% de los españoles mayores de edad optaron por un destino rural para pasar sus vacaciones. Se trata de un dato muy positivo, no sólo porque supone un incremento de casi dos puntos porcentuales respecto al año anterior (Mejía, 2023), sino porque este tipo de turismo sigue ganando nuevos adeptos y quien lo practica repite (así sucede en el 93% de los casos). El número de turistas que hacen tres o más estancias al año en establecimientos rurales-a los que el observatorio denomina *heavy users*- pasó del 40% en 2021 al 54% en 2022.

Por otra parte, el fin de la pandemia ha supuesto el regreso del turista rural internacional que, en el 4% de los establecimientos participantes en el estudio en el que se basa el informe, han sido sus principales clientes.

Respecto al perfil del turista rural, procede de un entorno urbano y aprovecha el fin de semana o un puente para realizar una escapada en familia o acompañado de su pareja. Esto significa que las escapadas rurales tienden a repartirse, cada vez más, a lo largo del año. Aun así, julio, agosto y septiembre siguen siendo los meses preferidos por quienes eligen este tipo de destinos. Cabe destacar que son las mujeres (67%) de entre 40 y 64 años y residentes en un ámbito urbano, las viajeras rurales por excelencia. Respecto a la forma en la que realizan la reserva del alojamiento rural, el informe señala que el 75% de los viajeros se decanta por la reserva online⁷. Una vez llegados al destino el gasto medio por persona y día es de 52 € lo que contribuye a la creación de riqueza e impulso de la economía local. Según los datos consultados

La desconexión de la rutina y el estrés de la vida diaria (24%), la diversidad de oferta de actividades de ocio al aire libre (22%) y la posibilidad de combinarlo con actividades de tipo cultural (12%), son los aspectos más valorados por quienes hacen turismo rural.

⁶ Desde el 2012 unen sus fuerzas para liderar este proyecto: EscapadaRural, CETT-UB y Netquest. Escapada Rural es la plataforma digital especializada en turismo rural más importante de España. Se calcula que en 2022 su web ha recibido casi 30 millones de visitas. CETT-UB es un centro universitario de referencia en materia de Turismo, Hotelería y Gastronomía adscrito a la Universidad Autónoma de Barcelona. Netquest es una empresa especializada en recolección, tratamiento y análisis de datos.

⁷ El Observatorio en su informe sugiere que contratar una campaña de promoción, elaborar contenido inspiracional en blogs y redes sociales o incluso realizar inversiones en publicidad en diversos medios y soportes de comunicación, especialmente digitales, puede atraer a los viajeros rurales hacia un destino en concreto.

Unos turistas cuyos destinos favoritos en 2022 fueron Asturias (16%), Cantabria (12%) y Huesca (9%).

A esto se unen unas buenas perspectivas de cara a 2023. Según el Observatorio, Asturias (33%), Cantabria (26%), Huesca (17%), serán nuevamente las provincias que más viajeros rurales recibirán en 2023. Junto a ellas se destaca la incorporación de Navarra (15%). Si esto fuese así, supondría un aumento de nueve puntos porcentuales de las personas que practican turismo rural en la comunidad foral.

Arenado (2020) hace referencia en su tesis doctoral a dos de los principales problemas a los que se enfrenta el turismo rural en la actualidad: el exceso de oferta y la estacionalidad. En su opinión, el *glamping* se presenta como una modalidad de alojamiento que puede contribuir a paliar estos problemas o a hacer frente a los nuevos retos, ya que supone una oferta diferente que puede ayudar a los propietarios a diferenciarse. El *glamping* satisfará los deseos del turista rural en un marco único, con independencia y rodeado de todo tipo de comodidades. Del mismo modo, también puede ayudar a mitigar la estacionalidad ya que el *glamping* suele ser, en palabras Arenado, un tipo de alojamiento con menor estacionalidad que los establecimientos rurales tradicionales.

1.2.2. Turismo de acampada

Tal y como recoge Arenado en su tesis doctoral, el campismo se inició a finales del S. XIX en Gran Bretaña, con la confección de las primeras tiendas de campaña y la constitución del Camping Club de Inglaterra. Aunque en opinión de autores como Ward y Hardy (1986) habría que esperar al siglo XX. En 1906 en el condado de Norfolk, se abre el Campamento Socialista de Vacaciones de Caister-On-Sea, que ofrecía a miembros del Partido Independiente Laborista y simpatizantes socialistas, así como a las clases obreras de la época, la oportunidad de disfrutar de unas vacaciones saludables junto al mar, en una zona costera cercana a la ciudad de Londres.

El turismo de acampada suele desarrollarse, en la inmensa mayoría de los casos, dentro de los *campings* o campamentos de turismo, que son terrenos acotados y preparados para recibir alojamientos móviles, caravanas y tiendas de campaña, entre otros (Feo, 2003). Aunque en sus orígenes tenía unas connotaciones claramente deportivas, como actividad complementaria del excursionismo, con el transcurso de los años fue adquiriendo una importancia creciente como actividad turística al haber calado en un amplio sector de la población, cuyas motivaciones principales son la vida al aire libre, el

contacto con la naturaleza y, muchas veces, una forma más barata de hacer turismo (Melgosa, 2002).

En España, la práctica del camping y la aparición de los primeros espacios e infraestructuras dedicados a tal fin se sitúa en Cataluña en la década de los 50. Será en la década posterior cuando su práctica comience a normalizarse fundamentalmente en las zonas litorales y de montaña, extendiéndose en poco tiempo al resto de la geografía española.

En España, la ordenación jurídica de los campings se lleva a cabo a través de la Ordenación de los Campamentos de Turismo del Ministerio de Información y Turismo de 28 de julio de 1966. En esta época España ya es una más que incipiente potencia turística y muchos de los turistas llegados de Europa quieren hacer camping. Posteriormente, se publica el Real Decreto de 27 de agosto de 1982. Esta regulación se mantuvo en vigor hasta que las diferentes CCAA fueron asumiendo competencias en esta materia y comienzan a desarrollar una regulación propia.

Como se comentó anteriormente, solo dos CCAA hacen referencia al glamping de forma explícita en sus respectivas legislaciones: Andalucía y Gran Canaria.

Por lo que se refiere a la comunidad andaluza, el Decreto de Ordenación de los Campamentos de Turismo en Andalucía de 23 de enero de 2018, establece una clasificación de los campings en cinco categorías señalizadas mediante estrellas. Asimismo, prevé la creación de nuevas especialidades de carácter voluntario. Entre ellas se encuentra recogido de forma expresa el glamping del que dice:

“Podrán acogerse a esta especialidad aquellos campings que cumplan con los siguientes requisitos o servicios:

- a) Estar clasificados con una categoría mínima de cuatro estrellas.
- b) Contar, de forma homogénea, con elementos de acampada, o instalaciones fijas de alojamiento, o instalaciones resultantes de la combinación de ambos ya instalados en la totalidad de las parcelas.
- c) Cada parcela estará dotada como mínimo con mobiliario que facilite el descanso y relax de las personas usuarias, así como de otros elementos ornamentales acordes a esta especialidad.
- d) Será obligatoria la instalación de tomas de corriente independientes y electricidad.
- e) No contar con una capacidad superior a 350 plazas.

Aquellos campings clasificados con esta especialidad podrán tener instalaciones fijas de alojamiento en la totalidad de sus parcelas, e igualmente podrán instalar en las mismas otros elementos fijos accesorios al servicio de alojamiento.

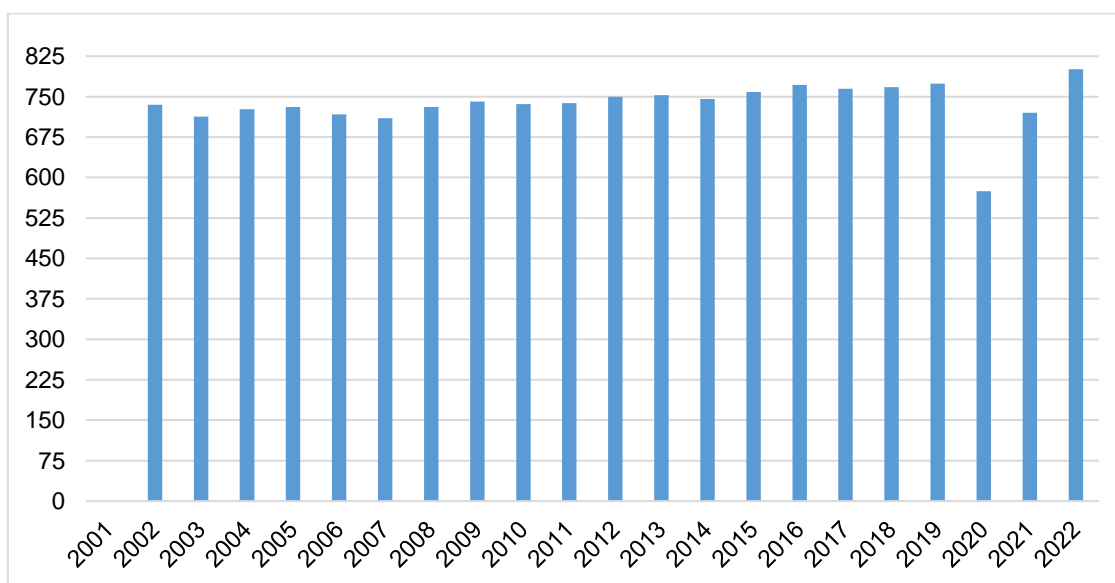
Por lo que se refiere a las Islas Canarias, en diciembre de 2022, se aprobó el Plan Insular de Ordenación de Gran Canaria. Dicho Plan prevé, siempre con criterios de integración paisajística, la creación de zonas de camping con estructuras desmontables de alta calidad diseñadas con tipologías muy diversas y sin intervención en el entorno, pues no requieren de cimentación ni urbanización, condiciones necesarias para conseguir mimetizarse lo máximo posible con la naturaleza (Canarias Ahora, 2022). Estaríamos hablando de glamping.

Como sostiene Arenado (2020): “es de esperar, que a medida que las diferentes comunidades autónomas vayan modernizando y actualizando sus decretos de acampada, irán incluyendo esta nueva e imparable forma de alojamiento que sin duda está penetrando en nuestro país”.

Con la información procedente de la Encuesta de Ocupación de Alojamientos de Acampada elaborada por el INE se han elaborado los gráficos sobre la evolución del turismo de acampada que se presentan a continuación.

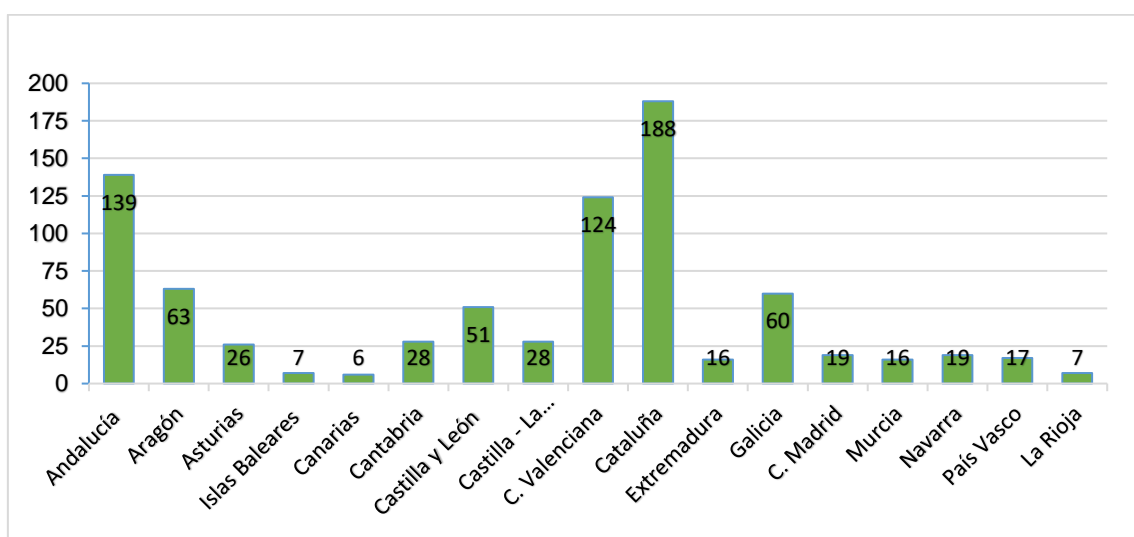
En esta figura se muestra en términos numéricos el crecimiento de este tipo de los campings en España desde el 2001 hasta la actualidad.

Figura 1.2.2.1. Evolución del número de campings en España (2001-2022)



Elaboración propia a partir de datos del INE

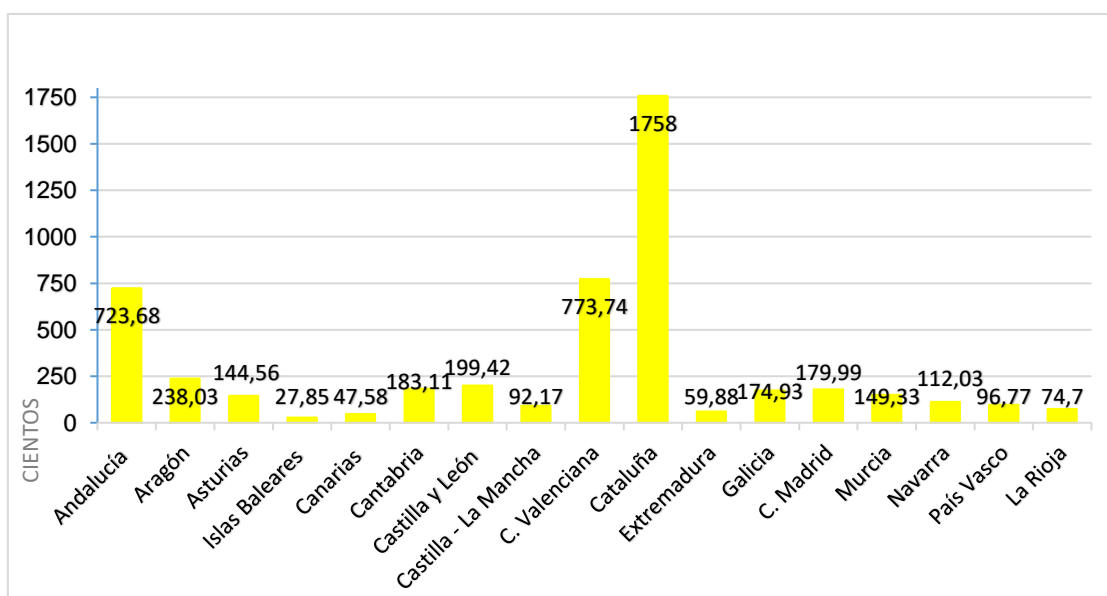
Figura 1.2.2.2. Campings en España por CCAA (2022)



Elaboración propia a partir de datos del INE

El número total de camping en España es de 801 campings. En la comunidad autónoma donde más camping se pueden encontrar es en Cataluña, que recoge 188 camping; le siguen Andalucía con 139 campings.

Figura 1.2.2.3. Número de plazas ofertadas en campings por CCAA (2022)



Elaboración propia a partir de datos del INE

El número de plazas ofertadas en los campings en España en el año 2022 ha sido de 497.955 plazas. Cataluña concentra el 35,3% del total de la oferta con una cifra de 175.800. Es precisamente esta comunidad la más popular entre los campistas con más

de 18,6 millones de pernoctaciones el pasado año. El sector cerró el año con alrededor de 9,5 millones de visitantes y 44,9 millones de pernoctaciones, un 24,8% y un 29,4% más que en 2021, respectivamente, según datos del INE.

Respecto al perfil del turista de acampada, cabe destacar la vuelta del visitante internacional. Ellos fueron un tercio de los visitantes totales y responsables del 43,4% de las estancias (Otero, 2023). Asimismo, se produjo un importante aumento y fidelización del viajero nacional que durante la crisis sanitaria eligió el camping para pasar sus vacaciones en familia, pero con distancia social. Si para muchos fue un descubrimiento, para otros fue la manera de recordar sus vacaciones cuando eran jóvenes con presupuestos ajustados. El grupo de edad más numeroso es el comprendido entre los 30-40 años. Sus principales motivaciones son el descanso y la diversión, junto con el deporte y conectar con la naturaleza.

Para el 2023, las previsiones no pueden ser más optimistas respecto al camping en España. Tal y como se dice desde Europa Press, Nexotour y Murcia.com basándose en el II Pitchup Trends Report. El primer trimestre de este año ha finalizado con récord de reservas y pernoctaciones, lo que se ha traducido en una ocupación superior en un 47% a la registrada en el mismo período de 2022 y un 54% respecto a 2019. Por ello, afirman que el sector del camping en nuestro país se encuentra ante una oportunidad única de crecimiento. Que esto sea así, dependerá de dar con la clave que prolongue el interés del mercado por esta modalidad de alojamientos. Para Pitchup, el asentamiento de este modelo turístico pasa por convertir este tipo de viajes en experiencias únicas. Sólo así será posible conservar a los nuevos campistas, en muchos casos con una edad comprendida entre los 35 y los 45 años, con un presupuesto superior a la media y que buscan nuevas experiencias al aire libre sin alejarse del confort. Desde esta perspectiva, el glamping puede ser la solución.

CAPITULO 2. EL GLAMPING: CARACTERÍSTICAS, TIPOLOGÍA Y PRINCIPALES CIFRAS

2.1. CARACTERÍSTICAS DEL GLAMPING

Según Arenado (2020), el glamping es una nueva modalidad de oferta turística y experiencial. No se trata solamente de un tipo de alojamiento sostenible, con estructuras únicas enclavadas en el medio natural, sino que, también, proporciona a quienes lo practican una experiencia única. Los *glampers* tienen la oportunidad de hospedarse en alojamientos peculiares -generalmente ubicados en entornos singulares, con un gran valor paisajístico, donde predominan los recursos naturales- dotados de las comodidades de un hotel, así como de disfrutar de un amplio catálogo de actividades adicionales (relacionadas con el turismo activo, el medio rural, la gastronomía o el cuidado personal, entre otras). Todo ello en un marco capaz de conjugar cercanía y atención por parte del propietario con privacidad.

Por todo ello, podría decirse que algunas de las principales características del glamping son:

1. Alojamiento sostenible

Estamos ante un producto turístico que se practica y desarrolla de manera sostenible. Sus instalaciones, los materiales elegidos para su construcción, las políticas, prácticas y protocolos seguidos por el equipo directivo y su personal en su operativa diaria, lo demuestran (Fernandes *et al.* 2021). Los alojamientos, en ocasiones, cuentan con huertos propios, sistemas de clasificación de desechos. En este sentido, es habitual, la utilización de fuentes energéticas renovables, como paneles solares o energía eólica, y el reciclaje. Se trata de minimizar el impacto sobre el medioambiente⁸. En este sentido, Portela (2019) dice que el glamping puede ser considerado una forma de turismo amiga del medioambiente o *ecofriendly* y Groe (2018) habla de ecoestructuras.

2. Estructuras únicas enclavadas en la naturaleza

Como se comentará más adelante, no todas las estructuras son iguales, pero hay algo en lo que todas coinciden: el respeto del entorno. Independientemente de todos los lujos que incluya en su interior, su diseño y estructura debe armonizar con el paisaje en el que se encuentra. Los elementos salvajes, rústicos o indómitos del lugar deben

⁸ El turismo representa el 8% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. La huella de carbono de los establecimientos hoteleros supone el 20% del total de emisiones en el ámbito turístico, incluyendo calefacción y refrigeración de los espacios y piscinas (Cámara Valencia, 2022)

prevalecer por encima de las necesidades modernas del ser humano (Cáceres, 2021). Los alojamientos de glamping se encuentran ubicados en entornos naturales de indudable atractivo: un desierto, el Ártico, las proximidades de un volcán, un bosque milenario...

3. Servicio de lujo

El glamping precisa de una localización excepcional, pero debe ir acompañado de un servicio de calidad superior. Quienes lo practican desean disfrutar de la naturaleza sin renunciar al confort y las comodidades propias de un hotel de máxima categoría. En opinión de Boscoboinik y Ejderyan (2014), el glamping se deshace de los atributos que pueden resultar negativos del camping y los sustituye por un alojamiento que incorpora comodidades que en un entorno natural pueden considerarse de lujo. Entre algunos de elementos que no deberían faltar en un glamping se encuentran (Morch, 2019): una cama de lujo, un cuarto de baño privado con todo tipo de servicios, un sistema de control de la temperatura y un sistema de control de plagas. Las unidades de alojamiento han de estar al aire libre debidamente separadas, plenamente integradas en la naturaleza y ofrecer un nivel de servicios a la altura de un hotel de alta gama (desayuno completo, limpieza diaria, jacuzzi, calefacción...) (Chica, 2022). Para algunos, el glamping se ha convertido en un sustituto de los hoteles boutique -sobre todo para los que tienen niños pequeños-, ya que ofrece el mismo nivel de lujo a la vez que acerca a la gente a la naturaleza (González-Hontoria, 2022).

4. Privacidad y tranquilidad

El *glamper* no debería tener la sensación de estar en un hotel al aire libre, puesto que el glamping ofrece una experiencia alejada del turismo de masas en un enclave natural privilegiado en el que la privacidad está asegurada (Chica, 2022) y tampoco la de estar en un camping, en el que además del contacto con la naturaleza, se interactúa con otras familias y se crean vínculos (Filipe *et al.*, 2018). Al elegir el glamping, el turista vive en un alojamiento individual sin contacto directo con otros turistas, salvo que lo desee. Tanto los propietarios de este tipo de establecimientos como los *glampers*, resaltan la importancia de la privacidad en estos alojamientos, que asocian a palabras como “tranquilo”, “recóndito”, “relax”, “soledad”, “paz”, “calma”, etc. Estas características son esenciales para poder hablar de glamping (Arenado, 2020). Según algunos propietarios incluso habría de limitarse el número de unidades de alojamiento a diez para garantizar la privacidad y no convertirse en un parque de vacaciones (Adamovich *et al.*, 2021). Debe mantenerse la sensación de que tú y los tuyos sois los únicos exploradores del lugar (Cáceres, 2021).

5. Experiencia singular

Para describir esta característica he decidido incluir un ejemplo de experiencias que se pueden vivir en un glamping extraídas de un artículo de prensa:

“Si hay una experiencia única es la de practicar el glamping sobre las aguas heladas del Mar Ártico en Lulea, Suecia. Una oportunidad para sentirse en completa soledad en un rincón remoto del mundo, sin distracciones, disfrutando de vistas infinitas sobre el paisaje más minimalista y pudiendo rendir cuenta de deliciosos pícnicos en pareja en una confortable tienda con cama de matrimonio, mantas de pieles, estufa y hasta moto de nieve privada” (Reparaz, 2019).

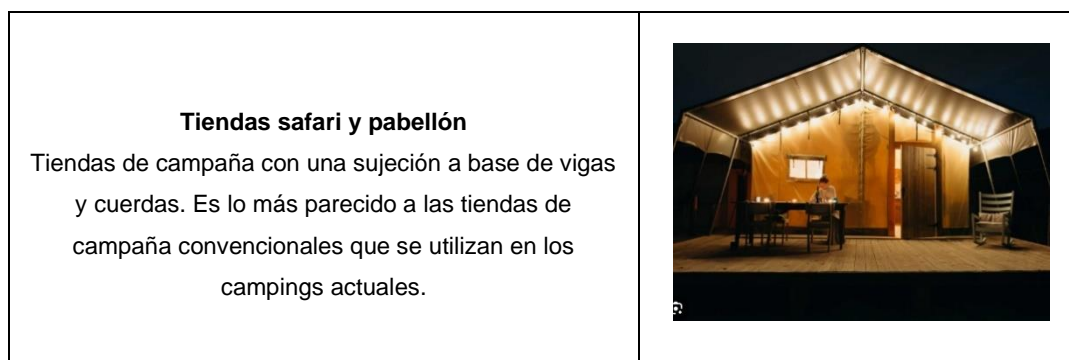
6. Actividades complementarias

Los glamping ofrecen a sus huéspedes un catálogo de actividades diversas y, como regla general, relacionadas con el espacio natural en el que el establecimiento se encuentra. Entre ellas podemos encontrar desde actividades relacionadas con el turismo activo (*rafting*, surf, buceo, piragüismo, rutas a caballo, senderismo, etc.), las prácticas turísticas basadas en la naturaleza o el medio rural (avistamiento de aves, agroturismo, micología etc.); e incluso actividades vinculadas a la gastronomía del lugar (clases de cocina tradicional, catas de vino en bodegas, visitas a los mercados de abastos, etc.) y su cultura (Arenado, 2020). Todo forma parte de la experiencia.

2.2. TIPOS DE GLAMPING

Se recogen a continuación los principales tipos de estructuras que se engloban bajo el término glamping junto a una breve descripción de cada una. Todas ellas tienen en común su originalidad, hallarse ubicadas en la naturaleza y contar con las comodidades propias de un hotel.

Figura 2.1. Tipos de estructuras de alojamiento dentro del glamping



<p style="text-align: center;">Casas en árbol</p> <p>Cabañas de madera construidas en árboles, aprovechando la arquitectura de éstos.</p>	
<p style="text-align: center;">Yurtas</p> <p>Consiste en carpas circulares con vigas de madera y paredes de tela. Tienen su origen en Mongolia.</p>	
<p style="text-align: center;">Tipis</p> <p>Tiendas de campaña tradicionales de los nativos americanos. La versión actual se construye a partir de tela de algodón y vigas de madera.</p>	
<p style="text-align: center;">Burbujas</p> <p>Instalaciones con forma de burbuja, completamente transparentes para poder disfrutar del paisaje, las estrellas, los atardeceres o amaneceres en todo momento.</p>	
<p style="text-align: center;">Domos</p> <p>Construcciones a partir de hierro, acero y madera, con forma de cúpula y con un techo panorámico, que también permite disfrutar de las vistas que ofrezca el entorno o el cielo.</p>	

<p style="text-align: center;">Cubos y contenedores</p> <p>Estructuras originariamente utilizadas para el transporte de mercancías que han sido rehabilitadas como alojamiento mediante la apertura de ventanas, puertas e instalación de cuarto de baño.</p>	
<p style="text-align: center;">Iglús</p> <p>Refugios en forma de cúpula contruidos con nieve y hielo. En las zonas menos frías se construyen con materiales alternativos como puede ser la madera o materiales naturales y reciclados.</p>	

Fuente: Arenado, 2020

2.3. EL GLAMPING EN CIFRAS

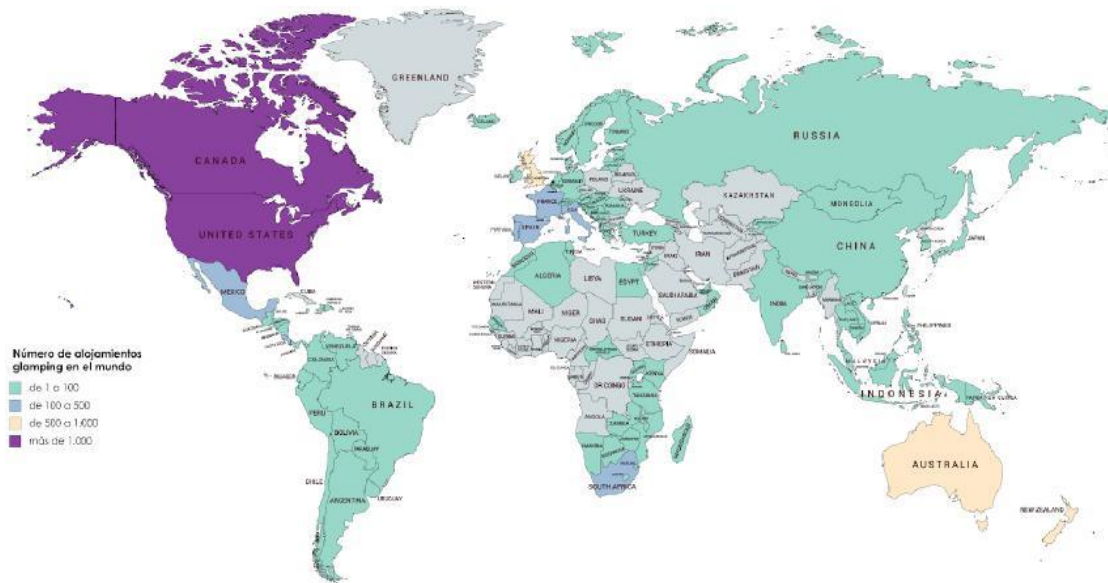
2.3.1. Oferta: el glamping en el mundo

Es un hecho que el glamping y su práctica es un fenómeno en crecimiento en todo el mundo. La aparición de numerosas noticias en la prensa relativas a esta modalidad de hacer turismo en los últimos años, la creciente apertura de establecimientos que se ofertan como tal, la inclusión de esta oferta turística en plataformas como Booking y la aparición de plataformas de reservas online especializadas⁹, lo demuestran.

El glamping está presente en todo el mundo. Estados Unidos y Canadá son los dos países en los que está más extendido, como puede verse en la figura. Otros países que destacar son Australia y el Reino Unido, así como Sudáfrica.

⁹ Entre ellas destaca Glamping Hub. Fue fundada en 2013 por el español David Troya tras cursar un master en EEUU. Inicialmente nació como un blog para, posteriormente, convertirse en la primera plataforma de reserva online que ofrece este tipo de alojamiento en exclusiva. En la actualidad cuenta con sedes en Denver, Estados Unidos y en España, más concretamente en Sevilla. En su web se puede encontrar información sobre más de 30.000 alojamientos ubicados en más de 165 países del mundo de diferentes tipologías de glamping. Los propietarios de los alojamientos son los que estiman su precio concreto y Glamping Hub cobra una comisión del 6% al 12% al viajero y un 4% al propietario del alojamiento (123 Emprende, 2023). Otras plataformas que entre su oferta incluyen el glamping son: Pitchup, Campanyon, y Canopy&Stars.

Figura 2.3.1.1. Número de alojamientos glamping en el mundo



Fuente: Arenado (2020)

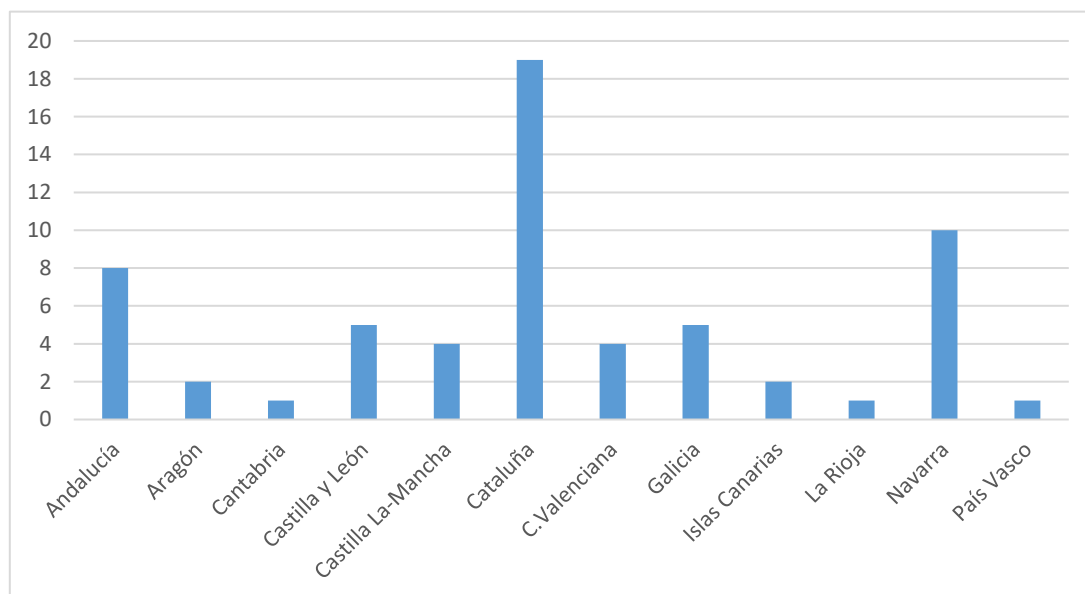
El North America Glamping Report de 2022 es muy optimista respecto a la evolución de este tipo de alojamientos en los próximos años, de los que dice que han llegado para quedarse. Entre las razones para ello estaría, entre otras, el confinamiento vivido a nivel mundial debido a la COVID-19. El glamping permite el distanciamiento social estando al aire libre, conjugando así el ecoturismo y el ecoalojamiento (Craig, 2021). Por ejemplo, en el caso de España, tras finalizar el confinamiento se alcanzó un récord histórico de 6.500 reservas online en un solo día, según los datos recogidos por la plataforma Pitchup.

Solo en Estados Unidos se estima que cerca de 17 millones de familias hicieron un viaje de glamping en 2021, lo que supone un incremento del 155% respecto a 2019. En 2021 estaban operativos cerca de 6.400 establecimientos de glamping repartidos por toda la geografía del país (Koa, 2022). Grand View Research (2022), valoró el mercado global de glamping en 2730 millones de dólares en 2022 y espera que éste crezca a un ritmo del 10,2% de 2023 a 2030. Según los autores de este informe, se espera que la creciente influencia de las redes sociales genere entre los consumidores conciencia sobre el glamping y sus beneficios, contribuyendo así a su desarrollo.

En Europa, el glamping está presente en todo el continente, destacando especialmente en el Reino Unido, Alemania, Francia, la península ibérica, Italia y los países de la costa del Mar Adriático. Según Escribano (2022), es precisamente en dichos países y zonas donde se localizan los mejores glamping europeos.

Por lo que se refiere a España, hoy en día, ya podemos realizar glamping en todas las CCAA, como se puede observar en el gráfico.

Figura 2.3.1.2. Número de alojamientos glamping ofertados en España



Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de los establecimientos que se ofertan como glamping, se encuentran localizados Cataluña. Tras ella destacan Andalucía, la Comunidad Valenciana, Castilla y León, Galicia y el Castilla La-Mancha. En el caso de todos estos territorios, hay glampings situados tanto en zonas costeras como en el interior. Este es uno de los grandes atractivos de nuestro país: su gran riqueza paisajística y de naturaleza.

2.3.2. Demanda: perfil del *glamper*

Las personas que eligen pasar sus vacaciones en glamping son amantes de la naturaleza y paisajes, quieren degustar los productos típicos de la zona y alojarse en estrecho contacto con las tradiciones locales. Durante sus vacaciones les encanta practicar deportes como el *trekking* o la bicicleta de montaña; odian el turismo de masas y les encanta pasar días tranquilos descubriendo la naturaleza incontaminada, pero sin renunciar a la comodidad (Groe, 2018). Para Budiasa *et al.* (2019), la práctica de turismo de naturaleza, el lujo y la felicidad son las tres motivaciones principales para la práctica del glamping. Como dicen Adamovich *et al.* (2021): los *glampers* buscan una experiencia exclusiva propia de un cuento de hadas.

Pokolodna *et al.* (2021) identifican cuatro tipos de *glampers*: jóvenes en grupo, matrimonios con niños, trabajadores en jornadas de convivencia para empresas y personas de alto poder adquisitivo que buscan nuevas experiencias.

El mercado más importante del glamping se ubica en Estados Unidos. Allí es algo popular. Hay estados en los que es muy habitual salir a disfrutar de la naturaleza los fines de semana. A ello se une que la población de los estados donde más se practica (los viajeros procedentes de California, Nueva York, Texas y Washington), suele tener un alto poder adquisitivo (Arenado, 2020).

El North American Glamping Report 2022 (KOA, 2022) y GVR (2023) aportan datos interesantes sobre el perfil *glamper* y sus preferencias:

- Por grupos de edad son los millenials y los integrantes de la generación Z los que más lo practican. En el caso de los *millenials*, les gusta practicarlo en compañía de amigos o la familia; mientras que los *babyboomers* y los mayores de 65 (a los que llama *silent/mature generation*) prefieren la compañía de sus parejas.
- Respecto al precio: los babyboomers parecen ser los que más se fijan en el precio a la hora de realizar su reserva, mientras que los millenials son los que menos reparan en ello. La generación Z está dispuesta a pagar un plus si ello garantiza una buena conexión wi-fi.
- El número de noches de estancia suele estar comprendido entre 3 y 5.
- El *glamper* familiar suele viajar con niños, está especialmente interesado en establecimientos que oferten actividades para toda la familia y 4 de cada 10 se plantean que hacer glamping forme parte de su plan habitual de vacaciones.

CAPITULO 3. EL GLAMPING EN NAVARRA

3.1. NAVARRA Y EL GLAMPING

En mi opinión, Navarra es un lugar ideal para el glamping. Situada al norte de la Península Ibérica, esta CCAA tiene una perfecta localización y una climatología que favorece que los visitantes puedan encontrarse con entornos naturales espectaculares y únicos como bosques, montañas, cañones o desiertos, a pocos kilómetros de distancia. A ello ha de unirse su riqueza gastronómica y cultural. Navarra es paso obligado para quienes realizan el Camino de Santiago. Es el punto de destino de las Javieradas, que cada vez atraen a mayor número de visitantes procedentes de otros lugares de España. Y qué decir de las Fiestas de San Fermín, que llenan Pamplona de turistas llegados de todo el mundo, muchos de los cuales deciden quedarse unos días más para conocer el resto de Navarra y, por qué no, practicar glamping.

En 2022, 1.767.125 personas se acercaron a Navarra, lo que supone un incremento de turistas del 52,6% con respecto a 2021, y del 14,1%, en comparación con 2019. Con un relevante incremento del turismo internacional, que creció un 171,8% y un 51,3%, respecto a 2021 y 2019. Por lo que respecta a la procedencia de sus visitantes, predomina el turista nacional (80%), principalmente llegado de País Vasco (17,5%), Cataluña (12,7%) y Madrid (12,5%). Entre los viajeros extranjeros, la inmensa mayoría son europeos. Durante la presentación del último Informe del Observatorio Turístico de Navarra se destacó la importancia de lograr la transformación del sector turístico en Navarra para convertirla en un referente de turismo sostenible. Para ello es fundamental el Plan Territorial de Sostenibilidad Turística en Destinos puesto en marcha por el Gobierno Foral apoyado con fondos europeos *Next Generation*. Las tendencias y los datos indican que se aprecia un refuerzo del turismo de rural, próximo a la naturaleza y sin masificaciones (Navarra.es). El plan para el trienio 2023-2025 fue presentado en Fitur el pasado mes de enero.

Entre los recursos turísticos naturales más destacados y visitados de esta comunidad según el Observatorio Turístico de Navarra destacan:

- Selva de Irati: es un extenso bosque de hayas y abetos, uno de los más grandes de Europa, con rutas de senderismo y zonas de acampada junto al río. Está formado por 2 reservas naturales de Mendilatz y Tristuibartea y la reserva integral de Lizardoia. Todas ellas forman un tesoro natural con gran valor ecológico, que está ubicado en los Pirineos.

- Cuevas de Zugarramurdi: o Cuevas de las Brujas son unas grandes galerías prehistóricas, excavadas por el transcurrir de las aguas del Orabidea a lo largo de los siglos, siendo escenario de aquelarres. se encuentran cerca del municipio de Zugarramurdi, al norte del Valle de Baztán.
- Parque Natural de las Bardenas Reales: paisaje semidesértico, que se encuentran al sureste de Navarra (Tudela). Se trata de un parque natural de Parque Natural de 42.500 hectáreas, declarado reserva de la Biosfera por la UNESCO en el año 2000. Está formado por tres Reservas Naturales.
- Nacedero del Urederra: espacio natural protegido, situado en el Parque Natural de Urbasa-Andía, es la salida natural del acuífero formado en el macizo kárstico de dicho parque. Tiene un recorrido de 6 km (ida y vuelta) que parte del pueblo de Baquedano.
- Robledal de Amati: Se trata de zona protegida de especial interés arbóreo y ornitológico y espectacular belleza en pleno valle de Ultzama. Entre los atractivos de este entorno destacan rincones como el Bosque de Orgi, el puerto de Belate y el mirador de Eltso-Gerendiain y la posibilidad de combinar naturaleza y cultura por su cercanía a los cascos urbanos de Eltzaburu y Arraitz, las casas blasonadas de Zenotz y Eltso-Gerendiain, la iglesia de Urritzola-Galain y las tallas marianas de Belate en Alkotz. En esta zona tiene mucha importancia la recogida de setas, creándose en 2007 para su control el Parque Micológico de Ultzama.
- Parque Natural del Señorío de Bertiz: parque natural situado al norte de la región que cuenta con 2.000 HA de terreno donde poder realizar diferentes rutas de senderismo y visitar el jardín botánico.

Por otra parte, la web oficial de Turismo de Navarra contabiliza unas 140 empresas especializadas en actividades turísticas tanto de tipo cultural, como deportivas y de turismo activo. La actividad más ofertada y practicada es el senderismo. Entre las rutas más visitadas está La Foz de Lumbier. Se trata de un desfiladero excavado por el río Irati y protegido por paredes verticales de piedra caliza. El cañón es una reserva natural y forma una geología espectacular que da hogar a varias especies de animales.

Todo lo apuntado hace de Navarra un lugar ideal para la práctica del turismo de naturaleza. Seguramente por ello, existen en la actualidad diversos establecimientos que ofrecen a sus clientes la posibilidad de disfrutar de la naturaleza navarra *in situ*, en primera línea y rodeados de todas las comodidades. Este es el caso de los glamping que se recogen en la tabla, en la que se incluye además su ubicación y tipo de estructura ofertada.

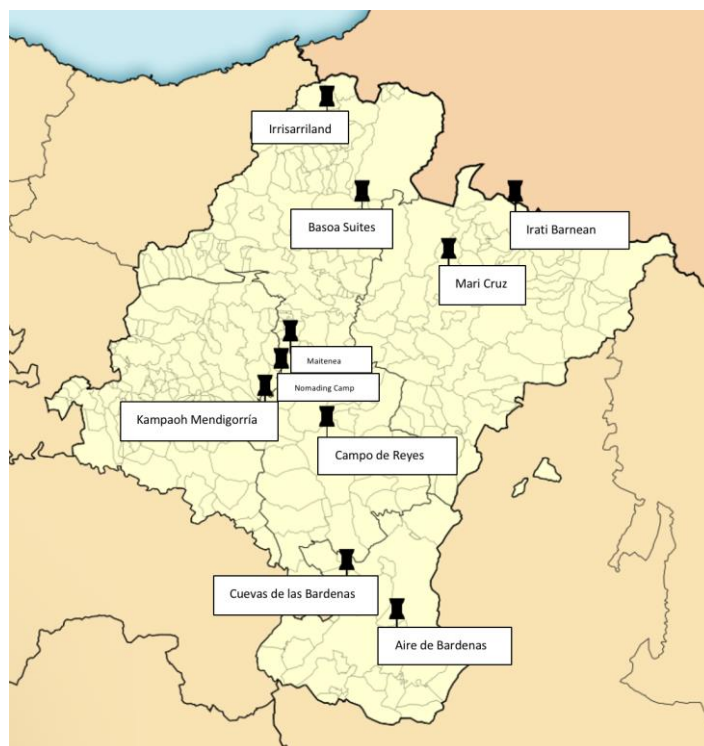
Tabla 3.1. Alojamientos glamping en Navarra

NOMBRE	UBICACIÓN	ESTRUCTURA
Basoa Suites	Lizaso	Alojamientos en árboles
Maitenea	Puente La Reina	Alojamientos en árboles
Agroturismo Mari Cruz	Villanueva de Arce	Alojamientos en árboles
Cuevas de las Bardenas	Valtierra	Cuevas
Campo de Reyes	Tafalla	Hurtas Mongolas
Aire de Bardenas	Tudela	Burbujas y cubos
IrrisarriLand	Igantzi	Casas de maderas
Irati Barnean	Selva de Irati	Iglús
Kampaoh Mendigorria	Mendigorria	Tiendas Tipi
Nomading Camp	Puente La Reina	Burbujas

Fuente: Elaboración propia.

La imagen que se presenta a continuación nos muestra la ubicación exacta de cada uno de ellos. Como vemos se encuentran situados en algunos de los lugares más visitados por su riqueza paisajística. Cada zona cuenta con un encanto diferente, con paisajes, flora y fauna diversas.

Figura 3.1.1. Localización de los glamping en Navarra



Fuente: Elaboración propia.

El precio de estos alojamientos varía según diferentes factores como: temporada - en algunos de ellos, como Basoa Suites puede llegar hasta los 1.000 euros por noche-, tipo de estructura (tipi, domo, burbuja...), los servicios que ofrece

3.2. ENTREVISTAS A ESTABLECIMIENTOS DE GLAMPING

Con el objeto de saber algo más del glamping desde la perspectiva de los propietarios, se contactó vía telefónica con tres establecimientos al objeto de concertar una entrevista. Se trata de Aire de Bardenas, Basoa Suites e Irati Barnean. Los tres se encuentran situados en zonas distintas y las estructuras de alojamiento ofertadas son también diferentes.

Seguidamente se presenta una breve descripción y un comentario de las principales cuestiones abordadas durante la visita a cada uno de ellos.

3.2.1. Aire de Bardenas

A tan solo 15 minutos en coche de Tudela y muy cerca del Parque Natural y la Reserva de la biosfera de las Bardenas Reales de Navarra, está, según se comenta en diversos medios de comunicación, el que probablemente sea el alojamiento burbuja más conocido de toda España y elegido como uno de los mejores glamping del país (Velarde, 2019; Fernández, 2023). El hecho de que diversas producciones cinematográficas y series de éxito, como Juego de Tronos, hayan elegido el paisaje que lo rodea como escenario, le añade un atractivo adicional.

A ello se une la enorme red de pistas y caminos a tiro de piedra, entre las que se encuentran la Cañada Real de los Roncaleses procedente del Pirineo, lo que permite a quienes lo eligen la práctica de senderismo y ciclismo en un entorno sin igual.

Este glamping cuenta con diferentes tipos de habitaciones o cubos (con variedad de diseños) que disponen de todo tipo de comodidades, además de, en algunos casos, de un patio/jardín privado y de una bañera exterior de agua caliente desde la que poder disfrutar de vistas al desierto de las Bardenas. También cuentan con burbujas de 25 metros cuadrados con vistas panorámicas al cielo y con bañera climatizada exterior.

Entre las actividades ofertadas destacan: visita al parque natural de las Bardenas en segway acompañado por el famoso guía Fernando Ordovás; la experiencia denominada

Trujal de Aceite ¹⁰, masajes relajantes en el desierto y dependiendo de la época del año, el espectáculo de las Perseidas y/o la visión de miles de estrellas en un cielo libre de contaminación. El precio medio por noche para dos personas está en torno a los 490 euros.

Figura 3.2.1.1. Aire de Bardenas



Fuente: www.airebardenas.com



Fuente: www.airebardenas.com

Seguidamente recojo de manera resumida las repuestas a las preguntas planteadas durante la entrevista mantenida con Isabel, la jefa de recepción de Aire de Bardenas.

Este “glamping” abrió sus puertas en 2007. Realmente nació como hotel, pero con el paso del tiempo y, a raíz de la incorporación de las burbujas, decidieron ofertarse también como glamping. Sobre todo, a partir de que la prensa especializada comenzara a referirse a ellos como tal. Posiblemente, esto justifique que se trate del establecimiento con mayor capacidad de los tres, pues puede acoger hasta 50 huéspedes. Éstos suelen ser personas de entre 30 y 60 años, con un nivel económico medio-alto. Fundamentalmente se trata de parejas o familias, que suelen alojarse una media de 2 noches. El periodo con mayor actividad coincide con la temporada de verano, siendo habitualmente menor en invierno, aunque con la situación provocada por la pandemia, han notado un notable incremento de las reservas.

Las actividades ofertadas son organizadas por el propio establecimiento que, para su oferta gastronómica, utiliza productos de la zona, tal y como comenta Isabel

Aire de Bardenas tiene página web propia, pero de los tres glampings entrevistados es el que cuenta con mayor presencia en redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn) e incluso utiliza la colaboración de *influencers*. Pero sin duda, su mayor escaparate y del que provienen la mayor parte de las reservas (65%), son las plataformas de reserva

¹⁰ Consiste en una cata y explicación del proceso de elaboración de aceite de oliva virgen extra en trujal ecológico previa visita al olivar y la almazara.

online como Booking. “Las plataformas de reserva online nos ayudan a llegar a más público, aun así, no es suficiente para darnos bien a conocer”. El resto de las reservas son realizadas por sus clientes directamente a través de su página web.

Para sus propietarios la calidad y la sostenibilidad son muy importantes. Prueba de ello es que tienen la Q de Calidad Turística y un distintivo de turismo sostenible. Entre otras cosas, utilizan placas solares para generar energía, recogen y reciclan el agua de lluvia y utilizan recursos de kilómetro cero. “La sostenibilidad es más una concienciación y una mentalidad que grandes acciones”, señala la jefa de recepción. Entre los planes de Aire de Bardenas cara al futuro estaría obtener el certificado “S” de Sostenibilidad Turística. Como dice Isabel: “los establecimientos responsables y que están atendiendo a este aspecto de la sostenibilidad, crean un atractivo ineludible para el turista, por lo que contar con esta certificación nos permitiría atraer a más clientes”.

Entre los secretos para el éxito de un glamping, en opinión de la entrevistada, se encuentran: la originalidad de la estructura ofertada, su ubicación en un paraje natural de indudable atractivo, el confort, la exclusividad de sus instalaciones, así como la autenticidad de la experiencia ofrecida. Sin duda, Aire de Bardenas lo cumple con creces, si bien lo que le diferencia de otros glamping es ser capaz de combinar lujo, disfrute de la naturaleza y tranquilidad con un amplio programa de actividades *non stop* y una excelente oferta gastronómica de la comarca.

Por lo que respecta al futuro, si bien a corto plazo no se plantean crecer, no es algo que descarten a largo. Lo que sí tienen claro es, que, en el caso de hacerlo, seguirán apostando por el mismo tipo de estructuras, especialmente las burbujas.

3.2.2. Basoa Suites

Basoa Suites es un glamping ubicado a tan solo 30 minutos en coche de Pamplona y 50 de San Sebastián, pero en plena naturaleza. Se trata de un complejo integrado por siete casas en los árboles, a las que en su publicidad se refieren como suites dobles situadas sobre robles centenarios. Cada una tiene un nombre diferente (Beigorri, Belea, Okolin, Bedats, Mirua, Triku y Eki) y están separadas unas de otras por bastante distancia, lo que proporciona una sensación de absoluta intimidad. Esto no es obstáculo para que cuenten con servicio de habitaciones, balcón privado y wifi.

Al llegar a Basoa Suites, te reciben en el edificio de servicios o Casa Amati, el único del lugar, que es donde se encuentra la recepción. Es precisamente allí donde soy recibida por la gerente del glamping. Junto al mostrador se encuentra un salón con sofás donde

poder sentarse a descansar, un comedor y baños con duchas. Los desayunos y cenas que se ofrecen en el restaurante del alojamiento están elaborados con productos naturales de la zona, pudiendo el cliente configurar el menú a su gusto.

Figuras 3.2.2.1. Basoa Suites



Fuente: <https://www.basoasuites.com/es>



Fuente: <https://www.basoasuites.com/es>

El desayuno se sirve en una cesta de mimbre que es recogida por el huésped mediante una polea para que pueda degustarlo disfrutando de la belleza del paisaje con total intimidad. También se ofrece la opción de cenar a la carta en la propia cabaña utilizando el mismo sistema. Los precios van desde los 150 € hasta los 250 € dependiendo de la época del año, la temporada y la suite que se elija. Una peculiaridad es que las cabañas no disponen de electricidad ni de agua, pero cuentan con un wc seco, lámparas led y calefacción. La capacidad máxima de cada una es de dos personas y la edad mínima requerida es de 8 años dado que se encuentran a unos 5 metros de altura. No se admiten mascotas.

Entre las actividades ofertadas por Basoa Suites se encuentran: visita guiada al bosque de Orgi, recogida de setas acompañado de un micólogo, clases de golf en el Golf-pitch and putt Lizaso, visita guiada al Museo de la Miel, paseo a caballo por el bosque y/o introducción a la comunicación con el caballo, vuelo en paramotor; rutas en *quad* y observación de aves.

Se comenta ahora la entrevista realizada a Leire, la gerente de Basoa Suites. Durante la misma, cuenta que el proyecto de crear un complejo de estas características comenzó a desarrollarse en el 2010, pero que hasta el año 2014 no empezaría la actividad de cara al público. Aunque su idea inicial era ofertarse como un hotel rural, fueron regulados por el Gobierno de Navarra como albergue de segunda categoría. “Una clasificación y un tipo de alojamiento con el que no nos sentimos identificados”, comenta la gerente.

El perfil del huésped que encontramos en este establecimiento ronda entre los 30 y 50 años, con un nivel económico medio alto. Basoa Suites fue pensado para hospedar parejas que querían intimidad y disfrutar de la naturaleza. Leire cuenta que la estacionalidad no es un problema para este glamping, pues durante todas las épocas del año tienen una ocupación del 90%, siendo habitual que tengan problemas de disponibilidad. Todo ello coincide con la reapertura después de los confinamientos a raíz de la pandemia, “ya que los clientes buscaban lugares tranquilos, poco masificados, donde poder disfrutar de la naturaleza”.

Quienes eligen Basoa Suites suelen hospedarse, por término medio, una noche. Es habitual que contraten alguna de las actividades que son ofertadas por el establecimiento, si bien para su organización y prestación recurren a empresas con las que tienen firmado un acuerdo. Cuentan con página web propia a través de la cual gestionan la práctica totalidad de sus reservas. En el pasado han trabajado con Escapada Rural y, aunque cuentan con página en Facebook y perfil en Instagram, no tienen mucha presencia en redes, “ya que el boca a boca y las reseñas que reciben son óptimas y suficientes para darnos a conocer”, afirma Leire.

Los propietarios de Basoa Suites apuestan por la calidad y la sostenibilidad. Tienen la Q de calidad turística y acaban de recibir un reconocimiento vinculado al Programa de Turismo del Gobierno de Navarra de Sostenibilidad. Tal vez, por ello, no descartan apostar por conseguir más adelante el certificado “S” de sostenibilidad turística: “nos dará notoriedad y atraerá a más turistas”. Sin embargo, entre sus planes de futuro no está el crecimiento, ni en forma ni en número. “Con las plazas que contamos es suficiente. No nos hace falta crecer ni nos interesa. Y de hacerlo, no abandonaríamos nuestra esencia: las casas en los árboles. Queremos mantenernos como un glamping pequeño, para mostrar un lugar acogedor y familiar y para mantener la sensación de intimidad”.

Entre los secretos para el éxito de un glamping, en opinión de la entrevistada, se encuentran: la originalidad de la estructura ofertada, su ubicación en un paraje natural de indudable atractivo y la atención. Lo que aporta Basoa Suites y le diferencia de los demás es, según sus palabras: “El lujo natural. Transmitir con sencillez que se puede tener lujo”.

3.2.3. Irati Barnean

Este pequeño glamping se localiza en la Selva del Irati a una hora en coche de Pamplona. Cuenta con 5 iglúes: dos para dos personas y otros tres para cuatro. Uno de ellos cuenta con una habitación adaptada para personas con movilidad reducida y otro

está adaptado para aquellos que viajan con sus mascotas. Como todo iglú, todos tienen una estructura circular. No son de hielo, sino de madera. Han sido construidos mediante un sistema de edificación modular y ecológico inspirado en los principios de las casas pasivas o “passive house”, que busca reducir al máximo el consumo de energía y resulta perfectamente adaptable tanto a climas fríos como cálidos. Todos cuentan con una balconada con hamacas desde la que disfrutar de lo realmente importante: las increíbles vistas de la Selva de Irati. Para el interior se han utilizado materiales naturales y una decoración minimalista, pero con estilo. La intimidad está garantizada pues los iglús están equipados con nevera, microondas y una cafetera, por lo que, si se desea, no es preciso tener contacto con nadie más. Un sistema de puertas automáticas no requiere, ni siquiera, hacer entrega de llaves a los visitantes.

Aunque este glamping no cuenta con servicio de almuerzo –existen numerosos restaurantes por la zona con precios para todos los bolsillos que los propietarios del glamping recomiendan-, sí que ofrecen a sus clientes packs con productos de la zona, para que puedan degustarlos en su iglú para cenar. En la pequeña cocina en la que se encuentra el edificio que alberga la recepción y una zona de biblioteca, se preparan los desayunos. El precio medio por noche para dos personas está en torno a los 220 euros. En Irati Barnean ofrecen a sus huéspedes la posibilidad de realizar una amplia variedad de actividades: recorridos por la Selva de Irati de la mano de un biólogo experimentado, rutas guiadas en bicicleta. A ellas se suman las rutas micológicas y las salidas con raquetas de nieve, las rutas ornitológicas y el avistamiento de estrellas con un telescopio astronómico. Todas ellas realizadas, si se desea, con el acompañamiento de un guía local especializado.

Figuras 3.2.3.1. Irati Barnean



Fuente: www.iratibarnean.com



Fuente: www.iratibarnean.com

Por último, vamos a comentar la entrevista con Marina, propietaria de este establecimiento, que, a diferencia de los anteriores, nació como un glamping en su espíritu y en su forma. Sin embargo, a efectos administrativos no tiene esa

consideración, dado que la regulación turística de la Comunidad Foral de Navarra no hace mención expresa a esta figura. Junto a su marido Iñaki, en junio de 2021, tras los momentos más duros de la pandemia del Covid-19, iniciaron su actividad. Todo el proyecto fue desarrollado durante los meses de pandemia, periodo que aprovecharon para la realización de las obras que posibilitaron su apertura. Tenían claro que su propuesta era original, pero en línea con una de las tendencias del turismo vinculado a la naturaleza en boga en otros países: el glamping. Eligieron el iglú por su estética y originalidad, pero pronto se dieron cuenta de que una construcción en forma circular ofrecía numerosas ventajas para lograr el aislamiento térmico.

En Irati Barnean, se alojan huéspedes de todo tipo, pero predominan los de un rango de edad entre los 25 a 50 años. Según Marina, por lo general, se trata de una clientela con un nivel económico medio-alto. Este alojamiento está enfocado para parejas, familias (ya que disponen de camas supletorias para añadir en los iglús), y también para grupos de amigos. Marina afirma, “que normalmente suelen hospedarse entre 1 y 2 días, casi siempre en fin de semana”. Entre sus clientes predomina el turista nacional, aunque en los últimos tiempos notan el incremento de la presencia de extranjeros. Aunque el glamping lleva operativo apenas dos años, resulta evidente que el pico de demanda coincide con el verano, llegando a haber lista de espera. A pesar de ello, no se plantean crecer, pues entienden que, para el tipo de experiencia que ofrecen, el número de plazas es perfecto. En el resto de las estaciones del año también reciben numerosas reservas, pero en menor medida.

Irati Barnean cuenta con una alta presencia en redes sociales (Facebook, Instagram e incluso en Tik Tok) y el 40% de las reservas y ventas tienen lugar a través de Booking, Airbnb, Alohacamp, entre otras plataformas. El resto se producen directamente mediante su propia página web que es su principal herramienta de comunicación.

Para Marina y su marido Iñaki, calidad y sostenibilidad van de la mano. Acaban de recibir la Q de Calidad Turística y no descartan prepararse para conseguir en el futuro el certificado “S” de sostenibilidad turística. Consideran que poseer distintivos como éstos, no solo es una forma de demostrar algo que tienen claro desde el principio, “prestar un servicio excelente no está reñido con el consumo responsable”, sino que además puede servir como reclamo.

En último lugar, Marina, dice que lo que hace especial a su glamping es que “es un espacio al que vas a desconectar, pero al mismo tiempo a reconectar, ya que el cliente vive una experiencia rural en contacto 100% con la naturaleza, de forma respetuosa con el medioambiente”. Otra cosa que quiere destacar es el fuerte compromiso con la

comunidad, su amplio catálogo de actividades es fruto de la colaboración con empresas locales. Así contribuyen a la creación de empleo, a la fijación de población en la zona y a la conservación, difusión y respeto de las tradiciones locales. Es su forma de luchar contra la Navarra vaciada. “Nosotros formamos parte de una asociación “Cederna Garalur”, un grupo de Acción Local que trabaja en la Montaña de Navarra con el objetivo de impulsar el desarrollo social y económico de la zona, así como atraer y mantener la población en el medio rural. Al mismo tiempo, pertenecer a este tipo de asociaciones también ayuda a darles a conocer y promover un turismo sostenible respetuoso con el medio ambiente”, comenta.

Para el éxito de un glamping hay que elegir bien la estructura, ofrecer actividades variadas y ofrecer exclusividad.

En la Tabla adjunta se recogen de manera resumida las opiniones de los tres entrevistados. En ella se puede observar la existencia de enormes similitudes en las respuestas a las diferentes cuestiones planteadas. Sin embargo, es Irati Barnean el establecimiento que nació con un verdadero espíritu de glamping, algo que también se refleja en su fuerte compromiso con la comunidad local en la que se encuentra. En cualquier caso, los tres glamping cumplen con las características de esta oferta turística: ofrecer una experiencia singular, en una estructura única enclavada en la naturaleza, disfrutando de un servicio de lujo, en un alojamiento sostenible, en el que la privacidad y la tranquilidad están garantizadas, pero con la posibilidad de disfrutar -si el cliente lo desea- de una amplia oferta de actividades complementarias.

Tabla 3.2. Tabla resumen entrevistas a glampings.

EMPRESA	AIRE DE BARDENAS	BASOA SUITES	IRATI BARNEAN
Año de creación	2007	2014	2021
¿Cómo nació?	Como hotel	Como albergue	Como glamping
Nº máximo huéspedes	50	12	16
Perfil del huésped: <ul style="list-style-type: none"> • Edad • Nivel económico • Estancia • Origen 	Parejas/Familias 30-60 Medio-alto 2 noches Nacional/Internacional	Parejas 30-50 Medio-alto 1 noche Nacional	Parejas/Familias/Amigos 25-50 Medio-alto Fin de semana Nacional/Internacional
Organización de actividades	Directamente por ellos	Acuerdo con una empresa de turismo activo/deportes aventura	Directamente por ellos Acuerdo con empresas locales
Comunicación <ul style="list-style-type: none"> • Página web • Redes Sociales • Plataformas online 	SI SI SI	SI SI, pero escasa SI	SI SI SI
Distribución <ul style="list-style-type: none"> • Página web • Agencia tradicional • Plataforma online 	30% 5% 65%	90% 10%	60% 40%
Periodo mayor ocupación	Verano	Todo el año	Verano
Planes de crecimiento	NO	NO	NO
Certificaciones <ul style="list-style-type: none"> • Q Calidad Turística • Turismo Sostenible • “S” sostenibilidad 	SI SI En el futuro	SI SI En el futuro	SI NO En el futuro
Para el éxito de un glamping... <ul style="list-style-type: none"> • Muy importante 	Estructura original Entorno natural Confort Exclusividad Autenticidad	Estructura original Entorno natural Atención	Estructura original Variedad actividades Exclusividad
¿Qué diferencia su glamping?	Tranquilidad Lujo Amplia oferta de actividades	Lujo sencillo	Conexión con la naturaleza Experiencia rural

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Tras la realización de este TFG sobre el glamping y, especialmente, a raíz de las entrevistas realizadas he llegado a las siguientes conclusiones:

El glamping es una forma innovadora y sostenible de hacer turismo en la que la relación con la naturaleza tiene lugar en un contexto de confort y lujo. Sus practicantes, los *glampers*, son personas de nivel económico medio-alto, que suelen viajar en pareja o en familia. Realizan su reserva por Internet, normalmente a través de la página web del establecimiento o vía plataforma de reservas. La estancia media suele ser de dos noches. Los glampings entrevistados cuentan con presencia en las redes sociales y son de pequeño tamaño en cuanto a número de estructuras y plazas ofertadas. Se trata en cualquier caso de una tipología turística difícil de contextualizar. La existencia de una regulación que, de forma expresa, se refiriera a ella en todo el territorio nacional y/o en cada CCAA, facilitaría su consideración bien como una forma de turismo rural, bien como turismo de acampada, o ya sea como una nueva tipología turística.

Tampoco ayuda a solucionar esta situación el hecho de que algunos propietarios de glampings tampoco lo tengan muy claro. Aire de Bardenas se oferta principalmente como hotel, pero también se reconoce como glamping. Por otra parte, algunas cadenas hoteleras comienzan a ofertar parte de sus instalaciones como glamping. Así sucede con MedPlaya, la compañía hotelera especializada en complejos vacacionales, que cuenta con un hotel en Tossa del Mar que incluye un glamping (Trindade, 2022). En mi opinión, esto constituye una seria amenaza para los glampings actuales, que se arriesgan a que cadenas hoteleras u hoteles boutique con instalaciones en parajes naturales, se transformen o amplíen su oferta con servicios de alojamiento en estructuras propias del glamping. Frente a ello, los glampings tienen como punto fuerte la autenticidad y el ofrecer una cercanía real al cliente, sin artificios. Un lujo sencillo, como decía uno de los entrevistados.

Asimismo, se trata de un tipo de oferta turística en el que la sostenibilidad juega un papel fundamental. La elección del tipo de estructura, de los materiales utilizados para su construcción, de las fuentes energéticas empleadas, en todo ello, subyace el máximo respeto al medioambiente y su preservación.

Por todo ello, sería importante la consideración y la regulación del glamping como una categoría turística con entidad propia. Algunas propuestas para conseguirlo, serían, en mi opinión:

- La creación de una asociación de empresas de glamping. Ello permitiría:

- dar a conocer esta nueva modalidad de alojamiento aún desconocida para muchos mediante la realización, por ejemplo, de campañas publicitarias de carácter colectivo;
- dar más visibilidad a cada establecimiento;
- y crear una ruta del glamping en España. Esto ayudaría a fomentar su práctica y permitiría atraer a nuevos clientes.
- Apoyo institucional. Esto sería muy ventajoso para las CCAA en las que se oferta este tipo de alojamiento, por varios motivos:
 - Podrían beneficiarse del hecho de que perfil del *glamper* es el de una persona de nivel económico medio-alto. De esta manera, conseguirían atraer a sus territorios a turistas de elevado poder adquisitivo.
 - Además, dado que glamping y naturaleza van de la mano, sería una oportunidad única de aumentar al atractivo de su autonomía, pues a la riqueza gastronómica, cultural, etc, se uniría su atractivo como un paraíso para la práctica de esta nueva forma de hacer turismo.
 - Por el potencial de esta opción turística para contribuir a frenar la despoblación de las zonas rurales, impulsando la creación de empresas de ocio turístico y la conservación de las costumbres y usos tradicionales.

Finalmente, a título personal me gustaría añadir lo siguiente.

Hasta ahora no sabía lo que era el glamping. Gracias a la realización de este trabajo me he familiarizado con lo que es y lo que significa. Mi familia es propietaria de una Bodega ecológica acogida a la Denominación de Origen Rioja, ubicada en Andosilla, Navarra, por lo que el vino y todo lo que le rodea, no me es desconocido. Puedo constatar, a través de la experiencia propiamente de las bodegas, que hay una creciente demanda por conocer y participar en las diferentes actividades agrícolas que se desarrollan a lo largo del ciclo vegetativo de la vid, como pueden ser la vendimia, la poda, la elaboración del vino y su cata, así como visitas guiadas.

Muchas bodegas e instalaciones vitivinícolas se hallan ubicadas en zonas rurales con un alto valor paisajístico asociado al viñedo. Por ello, cuentan con potencial para diversificar su actividad con el glamping. En este sentido, una construcción que podría ofrecerse como estructura de alojamiento serían los guardaviñas.

Un guardaviñas, es una construcción de forma circular que antiguamente se usaba como refugio de los labriegos viñadores. Estaba construida creando una estancia escavada en el suelo rematada en una cúpula de piedras de un diámetro aproximado

de 6 a 8 metros. Con una abertura en su frontal donde se encontraba la entrada a la estancia, eran capaces de mantener la temperatura adecuada tanto en invierno como en verano. Esta especie de iglú de piedra servía al labriego como refugio para protegerse de las inclemencias del tiempo, pudiendo disponer de un pequeño mobiliario para realizar almuerzos, comidas e incluso dormir cuando había que quedarse a realizar las tareas agrícolas propias de los viñedos en las diferentes estaciones del año. Por ello, esta construcción –lógicamente, adaptada a los tiempos modernos y a las comodidades propias de un glamping- sería la ideal, no sólo por su bajo impacto en el paisaje, sino también, porque permitiría recuperar una estampa típica que serviría como instrumento para transmitir la historia y la cultura del mundo del vino.

BIBLIOGRAFÍA:

ADAMOVICH, V.; NADD, V.; KOT, M. & HAQUE, A. U. (2021): "Camping versus glamping tourism: providers' perspective". *Journal of Environmental Management and Tourism*, Vol XII, 6(54), pp. 1431-1441.

ARENADO, R. (2020): "El glamping como forma de alojamiento sostenible y su marco legal en España". *Tesis Doctoral*, Universidad de Sevilla. Disponible en <https://idus.us.es/handle/11441/97500>

BOSCOBOINIK, A. y EJDERYAN, O. (2014): "Glamping: un nuevo concepto de turismo rural". *Periferias, Fronteras y Diálogos*. Actas del XIII Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español, pp. 5451-5467.

BUDIASA, M.; SUPARTA, K. y NURJAYA, W. (2019): "Implementation of Green tourism concept on glamping tourism in Bali", *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, vol. 354, pp. 210-214.

CACERES, D. (2021): "Todo lo que tienes que saber sobre el "glamping": qué es, características, ejemplos y motivos por los que deberías probarlo". *Business Insider*. Disponible en <https://www.businessinsider.es/guia-glamping-caracteristicas-ejemplos-ventajas-872857>

CHICA, J. (2022): "El camping se apunta al lujo para un turismo de calidad y sostenible" <https://theconversation.com/el-camping-se-apunta-al-lujo-para-un-turismo-de-calidad-y-sostenible-187237>

CRAIG, C.A., & KARABAS, I. (2021): "Glamping after the coronavirus pandemic". *Tourism and Hospitality Research*, DOI: 10.1177/1467358421993864.

DESCALZO, H. (2022): "¿Qué es el glamping y qué tipos hay? *Camping Sport*. Disponible en <https://campingsport.es/the-blog/post/88-que-es-glamping-tipos.html>

ESCRIBANO, D. (2022): "Los seis mejores glamping de Europa". *Viajablog: Revista de viajes*. Disponible en <https://www.viajablog.com/los-6-mejores-glampings-de-europa/>

FEO PARRONDO, F. (2003): "Los campings en España". *Cuadernos de Turismo*, 11, pp. 83-96.

FERNANDES, S., FERREIRA, D., ALVES, T., de SOUSA, B.M.B. (2021): "Glamping and the Development of Sustainable Tourism: A Portuguese Case Study". In: Lubowiecki-Vikuk, A., de Sousa, B.M.B., Đerčan, B.M., Leal Filho, W. (eds) Handbook

of Sustainable Development and Leisure Services. World Sustainability Series. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-59820-4_14

FERNANDEZ, M.L. (2023): "Dormir bajo las estrellas". *Escápate cerca*, primavera/verano, pp. 66-69.

FILIFE, S.; AMARAL-SANTOS, C. y BARBOSA, B. (2018): "Tourists' motivations and obstacles for choosing glamping: an exploratory study". Proceedings of CBU International Conference on innovations in science and education, pp. 113-119.

GAVALA, E. (2019). Glamping research in Tourism Awards. Recuperado de <https://www.emmagavala.com/glamping-research-in-tourism-awards-2019/>

GONZALEZ-HONTORIA, M. (2022): "La popularidad del glamping se ha disparado: es el nuevo hotel boutique". *El Mundo Viajes*, 21 de febrero. Disponible en <https://www.elmundo.es/viajes/el-baul/2022/02/21/61e6ddfffc6c8335568b45d3.html>

GRAND VIEW RESEARCH (GVR) (2023): Glamping market size, share and trends analysis, 2022-2030. Disponible en <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/glamping-market#:~:text=Report%20Overview,10.2%25%20from%202023%20to%202030.>

GROE, L. (2018): "Glamping: the new sustainable tourism development model". En Conference Proceedings of the International Conference about Tourism and migration, economic policies in the Mediterranean area –(ICTEA), pp. 109-126. Universita della Calabria.

LOPES, D.; BRANDAO, F.; BRENDA, Z. & COSTA, R. (2021): "The four dimensions of tourist experience: a comparative analysis between camping and glamping", en Carvalho J.V. de *et al.* (Eds.): ICCOTTS 2020, SIST 208, pp. 385-395.

KOA (2022): North America glamping report, 2022. Kampgrounds of America. Inc. Disponible en <http://koa.uberflip.com/i/1480652-2022-national-glamping-report-terramor-outdoor-resort/1?>

MEJÍA, L. (2023): "El turismo rural sigue ganado terreno y en 2022 casi la mitad de los españoles hicieron escapadas a la naturaleza". *Newtral*, 23 de enero. Disponible en <https://www.newtral.es/turismo-rural-espana/20230123/>

MELGOSA, F.J. (2002). La ordenación de los campamentos de turismo y de las acampadas. En Blanquer Criado, D. (Dir.), "Ordenación y gestión del territorio

turístico", pp. 741-792. Tirant lo Blanch. Disponible en

<https://gredos.usal.es/handle/10366/122094>

MORCH, A. (2019): "How hoteliers can capitalize on the glamping trend". eHotelier.

Disponible <https://insights.ehotelier.com/insights/2019/09/09/how-hoteliers-can-capitalise-on-the-glamping-trend/>

OBSERVATORIO DEL TURISMO RURAL (2023): "Informe anual del turismo rural en 2022". Disponible en <https://www.escapadarural.com/blog/informe-anual-del-turismo-rural-2022/>

OTERO, N. (2023): "El camping vuelve a seducir a los turistas". *El País*, 14 de abril.

Disponible en <https://elpais.com/economia/negocios/2023-04-11/el-camping-vuelve-a-seducir-a-los-turistas.html>

PEREDA, A.M. (2021): "Irati Barnean: De "glamping" en un iglú". Deia, 23 de agosto.

Disponible en <https://www.deia.eus/in/2021/08/23/irati-barnean-glamping-iglu-1938188.html>

PORTELA, F. (2019): "Tipos de alojamiento glamping". Escola de Hotelaria e Turismo do Oeste. Curso de Formação profissional. In: Tipos de alojamiento: Glamping. Gestao de Turismo. Professor: Nuno Garcia Janeiro de 2019, sept.

POKOLODNA, M.M.; POLCHANINOVA, I & RYABEV, A. (2021): "Glamping as a promising type of tourism and hotel business". *Business Inform*, January, pp. 338-348.

REPARAZ, G. (2019): "El lujo añadido", 2 de noviembre, *Fuera de Serie*, Expansión, p. 78.

ROBA, S. (2018): "Acampadas cinco estrellas". *Viajar: la primera revista española de viajes*, nº 467, pp. 50-53.

RUIZ DE LA PRADA, S. (2021): "Siente la selva de Irati en este iglú con vistas". *Conde Nast Traveller*, 1 de agosto. Disponible en [Siente la Selva de Irati en este iglú con vistas | Traveler](#)

SANCHEZ, A.M. y JESUS, F. (2018): "Impacto del turismo rural sobre el empleo en España: una aproximación a escala provincial". *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 15 (82), pp.

TRINDADE, G. (2022): "MedPlaya incorpora dos nuevos hoteles y factura 78 millones", *Expansión*, 5 de febrero, pp. 14.

VALDES, L. (1996): "El turismo rural en España", en Pedreño, A. (dir) y Monfort, V. (coord.), *Introducción a la economía del turismo en España*, CIVITAS, Madrid.

VELARDE, D. (2019): "GLAMPING: Duerme en una burbuja rodeado de estrellas en España". *Intriper*. Disponible en <https://intriper.com/glamping-duerme-en-una-burbuja-rodeado-de-estrellas-en-espana/>

VILLARINO, J.P. (2021): "¿Qué es el glamping: o por qué Oscar Wilde estaba equivocado?". *Acróbata del Camino*. Disponible en <https://acrobatadelcamino.com/que-es-el-glamping/>

WARD, C. Y HARDY, D. (1986). *Goodnight Campers: The History of the British Holidays Camp*. Londres, Reino Unido: Mansell Publishing

WEBGRAFIA:

123 EMPRENDE: "Esta startup española es líder en turismo de lujo y naturaleza". Disponible en <https://123emprende.com/blog/esta-startup-espanola-es-lider-en-turismo-de-lujo-y-naturaleza/>

AIRE DE BARDENAS: <https://airebardenas.com/>

BASOA SUITES: <https://www.basoasuites.com/es>

BOJA (2018): Decreto 26/2018, de 23 de enero, de ordenación de los campamentos de turismo, y de modificación del Decreto 20/2002, de 29 de enero, de Turismo en el Medio rural y Turismo Activo. Disponible en <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2018/27/1>

CANARIAS AHORA (2017): "Gran Canaria abre la puerta al camping de lujo". Disponible en https://www.eldiario.es/canariasahora/brands/gran-canaria-informa/gran-canaria-abre-puerta-camping_132_3247450.html

CANARIAS AHORA (2022): "Gran Canaria aprueba definitivamente su nuevo Plan Insular de Ordenación". Disponible en https://www.eldiario.es/canariasahora/politica/gran-canaria-plan-insular-ordenacion-red-senderos-zonas-protegidas-novedades_1_9831354.html

DESTINIA.COM: "Una habitación con vistas a los escenarios de Juego de Tronos". Disponible en <https://blogdestinia.com/una-habitacion-con-vistas-a-los-escenarios-de-juego-de-tronos>

DIARIO DE NAVARRA (2022):

<https://www.diariodenavarra.es/noticias/vivir/turismo/2022/05/04/aire-bardenas-elegido-mejores-glamping-espana-526276-3193.html>

EUROPA PRESS (2023): <https://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-sector-camping-espana-preve-2023-cifras-record-reservas-pitchup-20230215125405.html>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE): <https://www.ine.es/>

IRATI BARNEAN: <https://iratibarnean.com/>

JUNTA DE ANDALUCÍA: <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2018/27/1>

MURCIA.COM (2023): <https://www.murcia.com/empresas/noticias/2023/04/18-el-sector-del-camping-en-espana-inicia-el-primer-trimestre-de-2023-con-un-crecimiento-del-50.asp>

NEXOTOUR (2023): <https://www.nexotur.com/noticia/119068/nexohotel/el-sector-camping-crece-en-espana-un-50-durante-el-primer-trimestre-de-2023.html>

LA PEKA (2018): “Nueva regulación de campamentos de turismo en Andalucía”. Disponible en <https://plataformalapeka.wordpress.com/2018/01/23/nueva-regulacion-de-campamentos-de-turismo-en-andalucia/>

NAVARRA.ES:

- a) <https://www.navarra.es/es/-/nota-prensa/los-datos-de-2022-confirman-la-recuperacion-del-sector-turistico-en-la-comunidad-foral-con-un-14-mas-de-turistas-que-en-el-2019#:~:text=Los%20datos%20obtenidos%20por%20el,%25%2C%20en%20comparaci%C3%B3n%20con%202019.>
- b) <https://www.navarra.es/es/-/navarra-recibi%C3%B3-la-visita-de-1.148.377-personas-el-pasado-a%C3%B1o-un-83-m%C3%A1s-que-en-2020>

PITCHUP: <https://www.pitchup.com/es/>

TECNOHOTEL: “Tendencia: el glamping también atrae al sector hotelero”. Disponible en <https://tecnohotelnews.com/2019/11/glamping-atrae-sector-hotelero/>

VISITNAVARRA: Informe Coyuntura Anual 2022. Disponible en <https://www.visitnavarra.es/documents/8257989/22693448/Informe+Coyuntura+Anual+2022b.pdf/19444b1a-0421-c6fb-7c8a-dc6c7aae824f?t=1676382770454>