

M.<sup>a</sup> JESÚS MIRANDA MONTERO

## EL CAMPING, LA FORMA MÁS RECIENTE DE TURISMO

### RESUMEN

En este artículo se intenta estudiar el camping, la forma más reciente de turismo, en España y en la Comunidad Valenciana, prestando especial atención a una fórmula totalmente nueva y posiblemente revolucionaria para el sector.

### RÉSUMÉ

Cet article essaie d'étudier le camping, la forme la plus nouvelle de tourisme, en Espagne et la Communauté Valencienne, en prêtant une attention spéciale à une formule tout à fait nouvelle et possiblement révolutionnaire pour le secteur.

### INTRODUCCIÓN

Se denomina camping o campamento de turismo (en la nomenclatura oficial) a un terreno acotado y preparado para recibir alojamientos móviles, tiendas de campaña o caravanas. Estas son transportadas por su propietario, bien mediante un automóvil, bien a la espalda, lo que es más raro y reservado a gente joven generalmente.

Dado que esta manera de viajar requiere un automóvil, no es extraño que sea una forma reciente de turismo y que su desarrollo haya sido paralelo al de aquél. En Europa aparece después de la segunda guerra mundial y se afianza a partir de bien avanzados los años cincuenta; en España el proceso es algo posterior, pues sólo recientemente el camping ha logrado popularizarse, como se verá más adelante.

El camping representa hoy en España una forma de alojamiento turístico, aunque muy por debajo de las otras dos formas clásicas, el hotel y la residencia secundaria. Durante 1983, 1.409.427 personas se alojaron en campings frente a 26.483.570 que lo hicieron en hoteles; respecto a viviendas secundarias no se dispone de datos, pero si se tiene en cuenta que existen 1.898.602 censadas, es fácil suponer que son la primera forma de alojamiento turístico de España.

## LA LEGISLACIÓN

La ordenación jurídica de los campings se realiza en los años sesenta, cuando España se ha convertido en una potencia turística y la demanda de los visitantes extranjeros ha hecho surgir este tipo de alojamiento. Una orden del Ministerio de Información y Turismo de 28 de julio de 1966 aprueba la *Ordenación de los Campamentos de Turismo*, que, salvo pequeñas modificaciones posteriores, sigue en vigor en la actualidad. Esta amplia normativa ordena los terrenos de camping, tanto en sus aspectos físicos como en su equipamiento, funcionamiento, personal de servicio y precios, y señala también los derechos y obligaciones de los campistas. Brevemente vamos a pasar revista a algunas de estas normas. El artículo 17 prohíbe el emplazamiento en ramblas o cauces secos susceptibles de ser inundados, a menos de 150 metros de una captación de aguas para el abastecimiento humano, en los cascos urbanos (salvo si es un camping de lujo) o en lugares que por exigencias del interés militar, industrial, turístico o de cualquier otro interés social estén afectados por limitaciones de este tipo. Reserva para zona de acampada tres cuartas partes de la superficie total del terreno. Es preceptivo el cerramiento del camping y la señalización adecuada de los viales, que deben tener 3 ó 5 metros de anchura, según que sean de uno o doble sentido. Deben contar con servicios higiénicos y evacuatorios totalmente separados para ambos sexos. La evacuación debe hacerse por medio de alcantarillado, fosa séptica o previa depuración si es a una masa de agua; específicamente se prohíbe el simple vertido al terreno. Servicios imprescindibles son: agua potable distribuida por todo el terreno y debidamente protegida, energía eléctrica, botiquín de primeros auxilios, sistema contra incendios y restaurantes y cafeterías. También se autorizan (con una normativa específica y previa) las construcciones fijas destinadas a alojamiento, que deben representar menos del 25% de la capacidad total del camping.

Los artículos 11 al 15 regulan la clasificación de los campings en cuatro categorías a partir de unas instalaciones mínimas. La mayor diferencia entre las categorías estriba en la superficie útil por campista, que es de 25, 20, 17 y 15 metros cuadrados para lujo, primera, segunda y tercera, respectivamente. Asimismo varía ostensiblemente la proporción de duchas, lavabos y evacuatorios, que es de una ducha por 30 y un lavabo y evacuatorio por cada 20 campistas en los campings de lujo, y se reducen a uno por 60, 50 y 20, respectivamente. Las restantes condiciones se refieren a servicios menos precisos e incluso meramente suntuarios: consulta médica, teléfono, lavandería, peluquería, lavado de coches, supermercado, custodia de valores, parque infantil, piscinas, que sólo se exigen en las categorías superiores. Servicios mínimos para todos los campings son: recepción, botiquín, vigilante, recogida de basuras y recogida y reparto de correspondencia diaria.

Esta reglamentación prevé, asimismo, medidas de protección, fomento y recompensa (pueden ser declarados «empresas recomendadas»), muy en consonancia con el momento en que se promulga la ley. Como medida de protección a los

campings legalmente establecidos se prohíbe acampar a menos de un kilómetro de núcleos urbanos o de campings. También se prohíbe la acampada de más de tres tiendas o caravanas, o de más de diez personas. Se quiere evitar así que se formen núcleos en sitios especialmente favorables que puedan restar clientela a los campings legales.

Sin embargo, esta norma y su forma de aplicación o de no aplicación no ha podido impedir la proliferación de terrenos de camping que no cumplen con la ley y que no cuentan con autorización y reconocimiento oficial, es decir, son «piratas».

### EL CAMPING EN ESPAÑA

En España hay, en 1985, 733 campings, que ofrecen 355.544 plazas en la temporada alta, una pequeña parte del alojamiento potencial del país, aunque en proceso de crecimiento.

Sólo se han encontrado datos acerca del número de campings y plazas existentes a partir de 1976, ya en los albores de la crisis económica; son datos proporcionados por los propios establecimientos al INE (junto con cifras de viajeros y pernoctaciones); por tanto, deben tomarse con cierta precaución y pensando que probablemente quedan por debajo de la realidad en cuanto a establecimientos debidamente autorizados. Por ejemplo, en 1976 no consta ninguna plaza en la provincia de Tarragona, que al año siguiente ya se sitúa entre las provincias punteras, con más de 21.000 plazas. Los datos de 1985 son más fidedignos, ya que se deben a la Secretaría General de Turismo.

Es clara la evolución positiva de esta forma de alojamiento (fig. 1), ya que en diez años casi se ha triplicado el número de plazas disponibles. Sin embargo, el crecimiento no ha sido homogéneo; ha sido mayor en aquellas regiones en las que este tipo de alojamiento era irrelevante al comienzo del período considerado: Castilla-La Mancha, Navarra y Aragón; por el contrario, ha sido modesto en Cataluña, Comunidad Valenciana, Madrid, Andalucía y Cantabria, regiones que ya en 1976 se situaban a la cabeza de la oferta de plazas de camping.

Conviene destacar también que a medida que crece el volumen de plazas aumenta el tamaño de los campings: en 1976, el camping medio tiene 397,5 plazas, que pasan a 485 en 1985.

### LOCALIZACIÓN Y EMPLAZAMIENTO

El 72% de los campings (527 exactamente) se encuentran junto a una playa o próximos a ésta, lo que indica que éste es el principal factor de localización, y está en relación con el carácter climático y litoral que tiene el turismo español y que se plasma en la aglomeración de todo tipo de alojamientos turísticos en la franja litoral mediterránea.

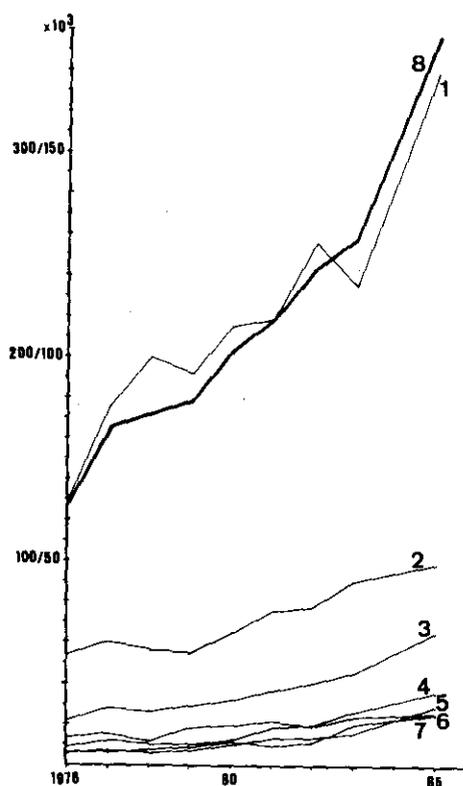


Fig. 1. Evolución del número de plazas de camping en España y en las regiones autónomas con mayor volumen de campings. 1, Cataluña; 2, Comunidad Valenciana; 3, Andalucía; 4, Cantabria; 5, Castilla-León; 6, Madrid; 7, Asturias; 8, España. El primer número de la escala corresponde al volumen de España.

Otros factores que también influyen y se valoran en el emplazamiento son: en primer lugar, la accesibilidad, representada por la proximidad a una carretera de cierta entidad, ya que es el automóvil el vehículo más utilizado por los campistas. Un segundo factor es un paisaje pintoresco con buenas perspectivas, que valora especialmente la existencia de un curso de agua, o un lago, o un embalse, que permitan la práctica de algún deporte náutico; es el emplazamiento más frecuente en zonas de montaña, si bien la ausencia de masas de agua se palió con la construcción de piscinas. Un tercer factor, que a menudo complementa a los anteriores, es la presencia de lugares histórico-artísticos que posibiliten excursiones cortas.

Necesaria en cualquier tipo de emplazamiento es la presencia de sombras abundantes, pero éste no es un factor de localización, ya que es muy sencilla su producción artificial. Eucaliptos y pinos son los árboles más frecuentes, que proporcionan sombra en cualquier época del año, si bien se entremezclan con ellos otras especies, como acacias o chopos, que permiten una mayor insolación cuando el sol tiene menos fuerza.

Su reparto por el territorio nacional es muy heterogéneo (fig. 2). Cuatro son las zonas principales:

- El litoral mediterráneo prolongado a las provincias atlánticas de Cádiz y Huelva.
- El Pirineo catalano-aragonés.
- La cornisa cantábrica centrada en Asturias y Cantabria.
- La provincia de Madrid.

Como ya se ha dicho antes, es la costa mediterránea el emplazamiento fundamental, que concentra dos tercios del total de plazas nacionales, la mayor parte en el litoral catalán y valenciano. Conviene destacar el modesto equipamiento de alojamiento al aire libre de Granada y Almería y, sobre todo, de una región que basa su economía en el turismo, Baleares. Esta cuenta con sólo 1.724 plazas, que se explican porque su accesibilidad, limitada al aire y al mar, dificulta y encarece el transporte del automóvil y mucho más si éste lleva una caravana remolcada. Algo semejante, pero más agudizado por el factor distancia ocurre en el archipiélago canario: Tenerife (junto a Teruel y Guadalajara) no cuenta con ningún alojamiento de este tipo, y Gran Canaria sólo tiene dos campings, que ofrecen 750 plazas, cifra inapreciable en el conjunto del alojamiento turístico de las islas. En

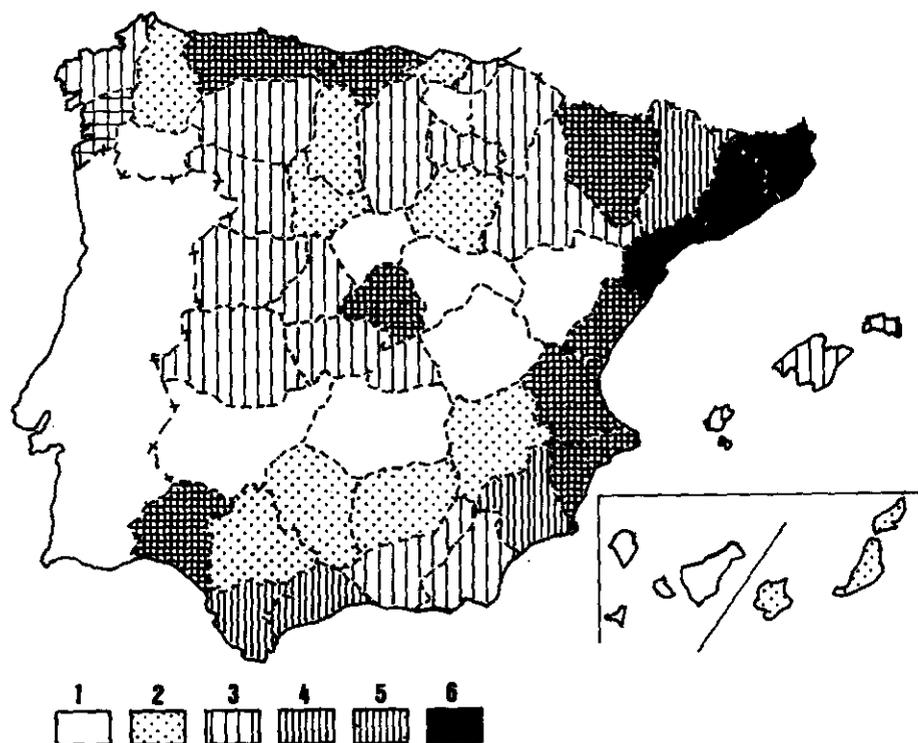


Fig. 2. Distribución del número de plazas de camping por provincias: 1, < 500; 2, 501-1.000; 3, 1.001-5.000; 4, 5.001-10.000; 5, 10.001-20.000; 6, > 20.000.

suma, los campings de las islas dependen predominantemente de la clientela local.

En el Pirineo catalano-aragonés se sitúan 65 campings, que ofrecen 22.396 plazas, distribuidas siempre a lo largo de carreteras que garantizan un fácil acceso, aun en los meses de invierno, y también próximos a los ríos, sobre todo Aragón, Gállego, Noguera Ribagorzana, Noguera Pallaresa y Segre. La conjunción en Gerona, de localización marítima y montañosa, la convierten en la provincia con mayor número de plazas de camping, ya que concentra el 19% del total nacional, casi una quinta parte.

La tercera zona importante incluye Cantabria y Asturias, donde los campings se localizan predominantemente a la orilla del mar, donde aprovechan un clima suave y también la proximidad de la montaña, es decir, la combinación de los dos factores. Únicamente en torno a los Picos de Europa aparecen cuatro campings, uno en Covadonga y tres cerca del Naranco de Bulnes, que buscan la zona más pintoresca de la cordillera Cantábrica, donde un carst activo, unido a la acción glaciaria, dan lugar a caprichosas formas en las que el agua desempeña un importante papel (lagos, gargantas, etc.).

Madrid, con sus 12.239 plazas, destaca claramente en la zona centro, donde ninguna provincia, salvo León (3.040), alcanza las 3.000, y, por el contrario, Guadalajara no cuenta con ninguna, y Cuenca, sólo con 50. Esta concentración

CUADRO 1  
DISTRIBUCIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS, 1985

Comunidad	Campings		Plazas		C. medio
	N.º	%	N.º	%	
Galicia .....	48	6'5	11.712	3'3	244
Castilla-León .....	40	5'5	14.117	4	353
Rioja .....	3	0'4	1.052	0'3	351
Cantabria .....	36	4'9	17.716	5	452
País Vasco .....	18	2'5	4.901	1'4	272
Murcia .....	10	1'4	8.036	2'3	804
Andalucía .....	62	8'5	32.333	9'1	521
Extremadura .....	6	0'8	1.722	0'5	287
Castilla-Mancha .....	11	1'5	4.077	1'1	371
Madrid .....	20	2'7	12.239	3'4	612
Asturias .....	26	3'5	12.601	3'5	485
Navarra .....	6	0'8	1.910	0'5	318
Aragón .....	25	3'4	11.798	3'3	472
Cataluña .....	289	39'4	169.546	47'7	587
C. Valenciana .....	126	17'2	49.310	13'9	391
Baleares .....	5	0'7	1.724	0'5	345
Canarias .....	2	0'3	750	0'2	375
España .....	733	100	355.544	100	485

Fuente: Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas. Elaboración propia.

de campings se desarrolla al servicio de la aglomeración urbana de la capital y es de destacar que mientras el cinturón de residencias secundarias de Madrid se extiende hasta las provincias vecinas (VALENZUELA, 1977), en el caso del camping tiene un radio menor y raramente sobrepasa el límite provincial; únicamente se prolonga por la provincia de Avila, donde estos terrenos se concentran en la sierra de Gredos. La distribución de los campings en la provincia de Toledo, junto a la capital y en zonas monumentales, indica que su funcionalidad es distinta, están destinados a recibir parte del numeroso turismo que visita la provincia y no a zona de ocio de los madrileños.

La distribución de las plazas de camping por comunidades autónomas es muy desigual: Cataluña reúne casi la mitad del total nacional, seguida a gran distancia de la Comunidad Valenciana y Andalucía; entre estas tres concentran más del 60%. El resto se reparte de forma bastante homogénea, si bien hay que resaltar que Rioja, Navarra, Baleares y Canarias no llegan al 1% nacional.

#### CARACTERÍSTICAS DEL CAMPING

Dos son las características que se pueden cuantificar en los campamentos de turismo: el tamaño y la categoría. El tamaño, materializado en el número de plazas, indirectamente proporciona información aproximada sobre su superficie, ya que se requiere entre 15 y 25 metros cuadrados (según la categoría) por persona para obtener la legalización.

CUADRO 2

#### EL TAMAÑO DEL CAMPING EN ESPAÑA, 1985

Capacidad	Plazas		Campings	
	N.º	%	N.º	%
< 200 .....	22.804	6'4	179	24'4
201-400 .....	77.067	21'7	255	34'8
401-600 .....	70.517	19'8	141	19'2
601-800 .....	50.407	14'2	71	9'7
801-1.000 .....	24.983	7	27	3'7
1.001-1.500 .....	40.649	11'4	32	4'4
1.501-2.000 .....	21.170	6	12	1'6
2.001-2.500 .....	18.030	5'1	8	1'1
2.500 < .....	29.917	8'6	8	1'1

Fuente: Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas. Elaboración propia.

El campismo español aparece dominado por un acusado minifundismo, apreciable en el cuadro 2, donde se muestra que el 59'2% de los campings tienen menos de 400 plazas, y sólo el 8'2% superan el millar, y merecen la consideración de grandes campings. Consecuentemente, los primeros ofrecen sólo el 28% de las

plazas, mientras que algo más del 30% se sitúan en lo que se ha denominado grandes campings.

Es interesante conocer dónde se localizan los campings extremos. Las más grandes, con capacidad para más de 1.500 personas, se encuentran en las zonas con mayor desarrollo turístico: Gerona, Barcelona, Tarragona, Huelva, Cantabria, Valencia, Murcia y Madrid, con la particularidad de que sólo las provincias catalanas y Huelva cuentan con más de uno de estos terrenos; en Cataluña están situados 20 de los 28 grandes campings. Por el contrario, los campings más pequeños se reparten de forma más heterogénea, tanto en provincias turísticas con abundante equipamiento campista, donde se aprovecha el terreno al máximo (Barcelona, Castellón, Murcia, Lérida, Gerona y Valencia), como en otras donde el turismo y esta forma de alojamiento es sólo un proyecto de futuro (Burgos, Cuenca, País Vasco, Soria, Las Palmas, etc.). Ahora bien, es en Galicia donde este tipo de campamentos alcanza mayor desarrollo: en La Coruña y Lugo se sitúan 19 de los 33 campings que existen en el territorio nacional con menos de cincuenta plazas.

El tamaño del camping está en relación directa con su categoría, ya que hay una serie de servicios que sólo son rentables o se pueden mantener a partir de cierto umbral de uso, mientras que los terrenos con capacidad inferior a cincuenta personas tienen muy simplificadas las exigencias y los trámites necesarios para su puesta en funcionamiento. Por ello se observa una muy notable disminución en el número de plazas de los campings en las categorías más bajas; mientras que entre los de primera categoría más de la mitad tienen más de 500 plazas y se encuentran los más grandes (4.000 y 5.000 plazas), entre los de tercera sólo ocho superan el medio millar. Consecuentemente el camping medio disminuye con la categoría, como se aprecia en el cuadro 3, donde destaca que las medias de segunda y tercera categoría se sitúan sustancialmente por debajo de la media nacional.

CUADRO 3

## DISTRIBUCIÓN DEL CÁMPING POR CATEGORÍAS, 1985

Categoría	Campings		Plazas		C. medio
	N.º	%	N.º	%	
Lujo .....	1	0'1	1.950	0'6	—
Primera .....	196	26'8	152.286	42'8	777
Segunda .....	390	53'2	167.541	47'1	430
Tercera .....	146	19'9	33.767	9'1	231
Total .....	733	100	355.544	100	485

Fuente: Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas. Elaboración propia.

La distribución de campings por categorías parece indicar bastante aproximadamente la condición social de su clientela, que pertenece mayoritariamente a las capas medias de la sociedad. Sólo hay un camping de lujo en la playa de Pals,

provincia de Gerona, dotado de servicio de correos, teléfono, custodia de valores, cambio de moneda, biblioteca, supermercado, peluquerías, atención médica y todo tipo de comodidades, que justifican que una familia de cuatro miembros deba pagar 2.220 pesetas diarias por utilizar sus instalaciones.

Los más numerosos, más de la mitad del conjunto, son los de segunda categoría, que ofrecen también un volumen de plazas próximo al 50%. El grupo más escaso es el de tercera categoría, grupo en el que están comprendidos el 9% de las plazas.

La clasificación de terrenos de camping en una u otra categoría se basa sobre todo en criterios de superficie y servicios higiénicos en relación a su capacidad y, más raramente, en la calidad de las instalaciones, más difícil de evaluar. Por tanto, no es totalmente exacto que la calidad de un camping vaya pareja con la categoría, y de esto es buena prueba la disparidad de precios que existen en cada categoría: es posible encontrar campings de primera más económicos que algunos de segunda, y aun que algunos de tercera. En el litoral barcelonés, a una familia de cuatro personas puede costarle un día de estancia entre 1.170 y 2.100 pesetas en un camping de primera, de 1.000 a 1.410 en uno de segunda y de 960 a 1.260 en uno de tercera, según las características de cada uno, pero teniendo en cuenta que, como en cualquier objeto o servicio, calidad y precio no siempre se corresponden.

#### ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA

El alojamiento en camping constituye la forma más reciente de turismo y, por tanto, aún se halla en fase de desarrollo. Sólo se dispone de datos a partir de 1966 y no se puede valorar su exactitud; pero dado que la fuente es única, el INE, deben ser bastante homogéneos. En la figura 3 se ha representado la evolución del número de visitantes anuales, distinguiendo entre españoles y extranjeros. La tendencia positiva de la demanda es manifiesta, si bien hay una serie de oscilaciones que parecen confirmar que se trata de una forma de turismo sin consolidar todavía. Se parte de una cifra bastante baja, (644.000 visitantes, en un momento en que España es uno de los grandes países receptores de turistas en Europa; los primeros años, hasta 1971, muestran valores estancados; 1972-73 son dos años positivos a los que sigue un período de contracción con fuertes altibajos, probablemente influidos por la crisis económica, y en el caso de 1976, que registra la cifra más baja con mucho, quizá influyera la situación política de España tras la muerte de Franco, que se mostraba incierta a los ojos extranjeros; a partir de 1980 el número de campings aumenta de forma clara hasta 1983, último año del que existen datos publicados.

En esta trayectoria alcista del número de usuarios del camping conviene destacar el espectacular crecimiento de los visitantes nacionales, que no experimenta retroceso alguno (salvo 2.000 personas en 1979) en el período estudiado y que son los que tiran de la demanda, ya que el número de extranjeros oscila en torno a

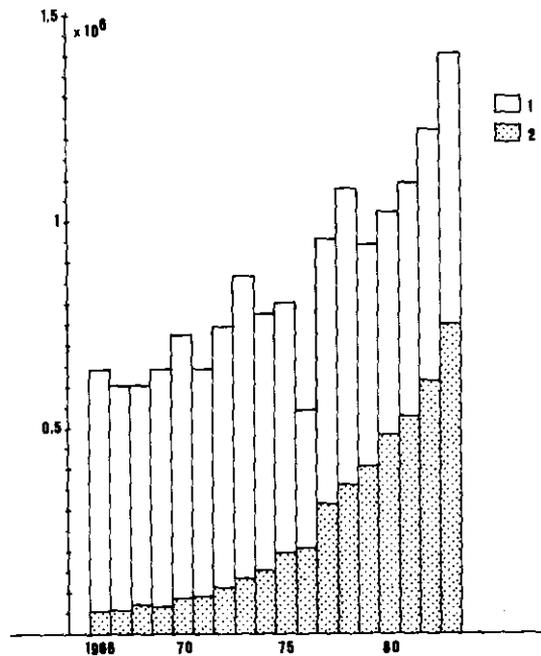


Fig. 3. Evolución del número de usuarios del camping en España. 1, extranjeros; 2, españoles.

600.000, de una manera anárquica, sin mostrar una tendencia clara. Los españoles han pasado de representar alrededor del 10% de los visitantes hasta 1970 a ser más de la mitad en 1982, prosiguiendo la tendencia al alza en 1983.

La procedencia de los usuarios varía de unas regiones a otras (figura 4): los españoles son más de los dos tercios en Extremadura, Madrid, Murcia, Rioja y, sobre todo, en Asturias y Cantabria, donde los visitantes extranjeros son, consecuentemente, minoría, sin que ninguna nacionalidad alcance una cifra destacada (superior al 10%). Es en las regiones donde los visitantes españoles son menos de la mitad del total donde adquiere interés la procedencia extranjera. Francia, Alemania Federal y los países del Benelux se reparten los primeros lugares en todas las regiones, seguidas a gran distancia de Gran Bretaña, que, sin embargo, envía una cuarta parte de los usuarios del camping canario, en franca igualdad con los españoles, que son el 28'4% de los visitantes totales del archipiélago; este escaso número de españoles está en relación con el factor distancia, que no compensa el clima suave a los europeos meridionales, ya que también es reducido el número de franceses.

Paralela es la evolución en las pernoctaciones (figura 5): las realizadas por españoles sobrepasan el 50% en 1980, debido a que la duración de las estancias de los españoles es siempre ligeramente superior a la de los extranjeros. Respecto a la estancia es curioso que apenas cambia en los catorce años, para los que se dispone de datos (6'9 días por persona en 1970 y 6'3 en 1983), si bien registra

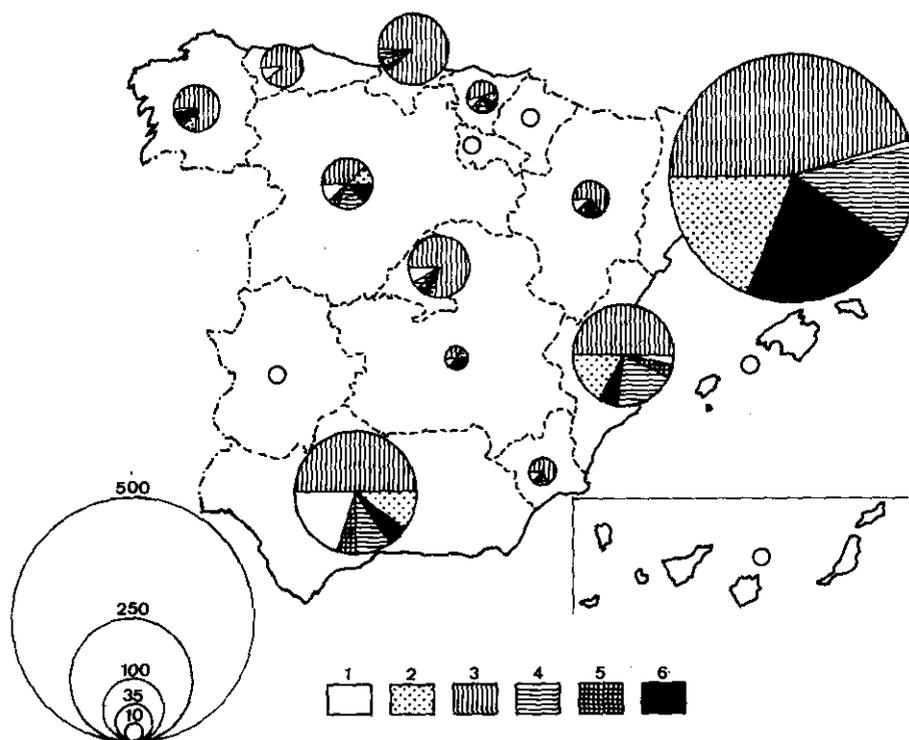


Fig. 4. Procedencia y volumen de los usuarios del camping por regiones. 1, sin especificar; 2, Alemania Federal; 3, España; 4, Francia; 5, Gran Bretaña; 6, Países del Benelux.

una oscilación al alza hasta 1976, y a la baja, a partir de este año, de manera que la cota más baja se produce en 1983; para extranjeros y españoles la coyuntura cambia en 1975 y 1977, respectivamente, quizá debido a que la crisis económica llega al ciudadano español más tarde que al europeo.

Así pues, el camping, que empezó a desarrollarse en función de la demanda extranjera, ha penetrado en el modo de vida español y es una forma de turismo en pleno auge.

Ahora bien, la demanda de plazas de camping presenta una acusada estacionalidad, como el turismo en general, y éste es su principal problema. La concentración de la mayor parte de los visitantes en unos pocos meses, los de verano, se traduce en que muchos campings cierran durante parte del año por no ser rentable en absoluto su mantenimiento; esto, asimismo, limita la afluencia fuera de temporada, de donde resulta un círculo vicioso.

No se conoce el número de visitantes y pernотaciones mensuales, pero se conoce el número de plazas disponibles en cada mes, lo que da una idea bastante aproximada del grado de estacionalidad. En el conjunto nacional el 100% de las plazas sólo existen en julio y agosto, si bien junio y septiembre se aproximan mu-

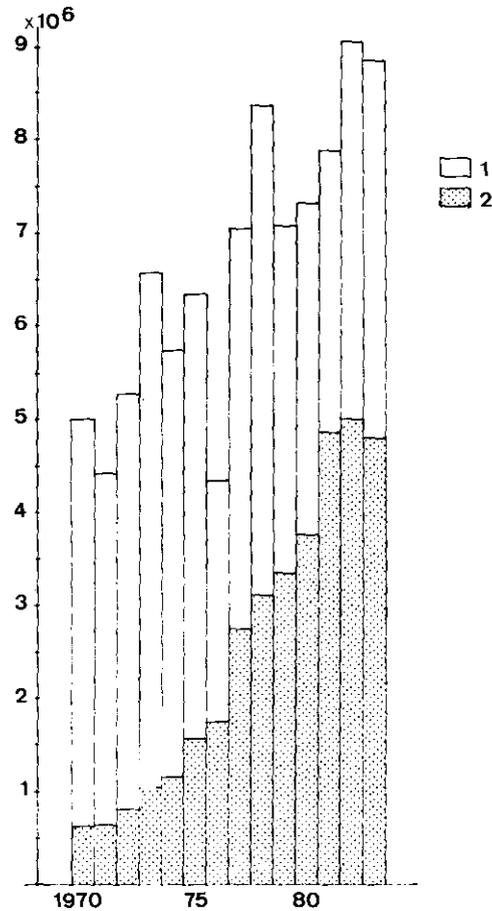


Fig. 5. Evolución del número de pernoctaciones en campings españoles. 1, extranjeros; 2, españoles.

cho; por encima del 50% (figura 6) hay de abril a octubre, ambos inclusive. Por regiones, las diferencias son considerables: sólo Canarias (a causa de su falta de estacionalidad climática), Madrid (porque sus campings funcionan de hecho como residencias de fin de semana para buena parte de sus usuarios, que son locales), Rioja (que mantiene abierto un camping de 700 plazas durante todo el año), Andalucía y Murcia (regiones con buen equipamiento turístico general) tienen más de la mitad de las plazas de la temporada alta disponibles durante todo el año.

En el extremo opuesto, con una temporada de sólo cuatro meses con más del 50% de las plazas, se sitúan las regiones cantábricas, Galicia (cinco meses), Asturias, Cantabria, más Navarra y Extremadura.

El resto tienen la temporada alta (máxima) de abril a septiembre inclusive, salvo el País Vasco, que la alarga de marzo a noviembre, aproximándose a sus

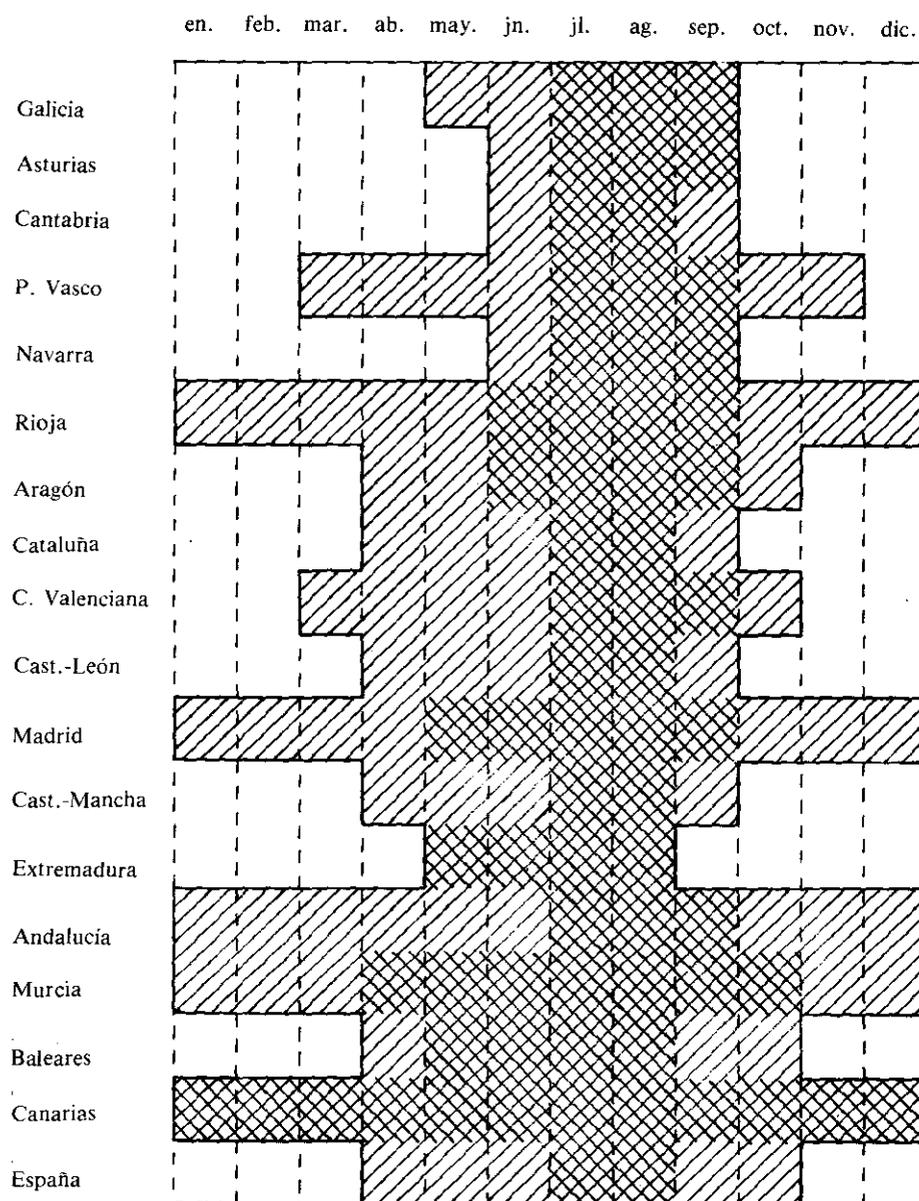


Fig. 6. Estacionalidad de la oferta de plazas de camping. Rayado, más del 25%; doble rayado, más del 50%.

regiones vecinas, y la Comunidad Valenciana, donde dura de marzo a octubre.

La estacionalidad puede medirse con mayor exactitud mediante el índice de amplitud estacional (MIRLOUP, 1981, I, p. 175), que relaciona las plazas ofertadas en julio, agosto y septiembre con las de diciembre, enero y febrero, de tal manera que la unidad indica ausencia de estacionalidad. Los resultados se han representado en la figura 7, donde destaca la falta de estacionalidad de Madrid, Murcia, Andalucía y Canarias, y la estacionalidad extrema de Extremadura, Asturias y, sobre todo, Cantabria (11'2). En general, el grado de estacionalidad es alto en el conjunto nacional (2'6), incluso en las regiones con mayor equipamiento y/o con un clima más suave.

#### EL CAMPING VALENCIANO

Una vez vistos los aspectos generales del camping nacional, vamos a detenernos especialmente en el camping de la Comunidad Valenciana, donde se ha podido obtener más información de la administración autonómica, que permite completar el estudio, pues no hay que olvidar que ésta es la segunda región del país en cuanto a plazas ofertadas. Por otra parte, aquí se ha encontrado, como se verá a continuación, una nueva fórmula de camping, caso único en España, digna de estudio.

La Comunidad Valenciana cuenta con 126 terrenos de camping, casi todos situados en el litoral, que ofrecen un total de 49.310 plazas. Por provincias es Alicante la que ocupa el primer lugar, con 18.407 plazas, seguida de Valencia (16.017) y Castellón (14.886), aunque, como se ve, las diferencias no son excesivas.

El minifundismo que se aprecia en el panorama nacional aparece aún más acusado en la región, ya que casi dos tercios de los terrenos tienen menos de 400 plazas, lo que reduce el camping medio a 391'3 plazas, muy por debajo de la media nacional; sólo hay cinco campings con más de mil plazas que se asientan en Castellón y Valencia, ya que el camping más grande de Alicante no supera las 800 plazas.

Por categorías, en el camping valenciano hay un predominio absoluto, mayor que en el conjunto nacional, del tipo medio, ya que más de la mitad pertenecen a la segunda categoría y, a diferencia de aquél, son escasos los campings populares (de tercera). Quizá lo más destacable sea el reparto de la oferta de plazas en la provincia de Castellón, donde el 55% son de primera y sólo el 2'5 de tercera, lo que parece indicar un mayor nivel económico en los visitantes, que sería interesante corroborar en los otros sectores turísticos, residencias secundarias y hoteles, para ver si esta apreciación puede hacerse extensiva al turismo de la provincia.

Respecto a la titularidad de los campings, que no siempre coincide con la propiedad del terreno en que se asientan, la mayoría la ostentan particulares, y es raro que una misma persona o sociedad ejerza la titularidad de más de un terre-

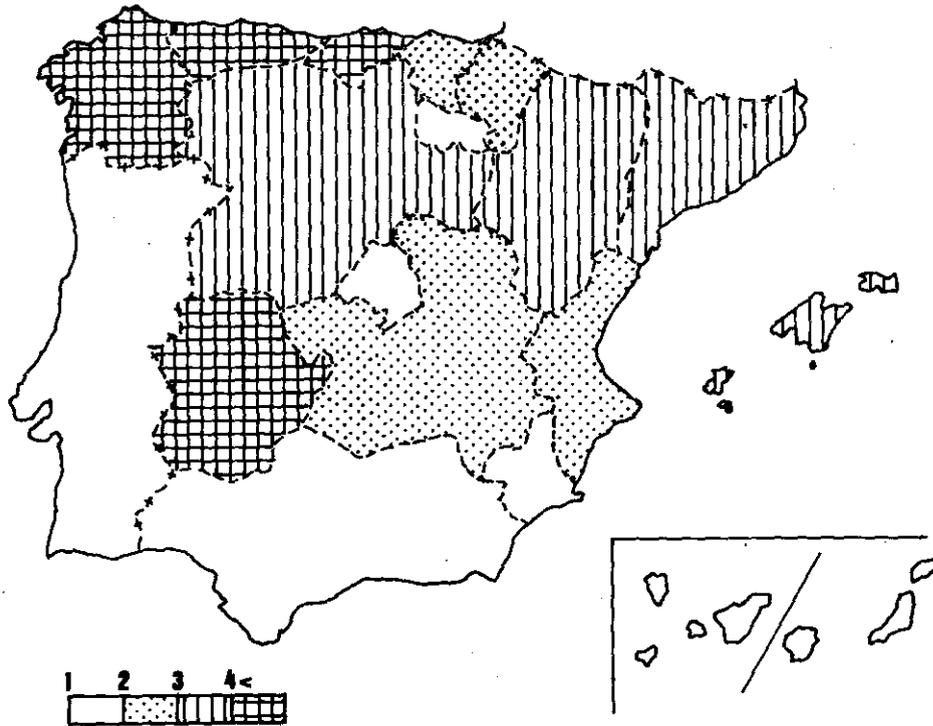


Fig. 7. Índice de amplitud estacional de la oferta por regiones

no. Sin embargo, un 16% de los campings de la región son explotados por extranjeros, con la particularidad de que este porcentaje se eleva al 29% en Castellón, lo que quizá esté en relación con la mayor categoría de sus campamentos, equipados de acuerdo con las exigencias comunes en otros países donde esta fórmula de alojamiento turístico cuenta con más tradición y mayor popularidad. Hay que destacar la existencia de tres campings municipales en Cullera (Santa Marta), Altura y Valencia (El Saler), explotados en la actualidad de manera directa, si bien el de El Saler ha estado alquilado hasta 1981 a una empresa hostelera de la capital.

Se ha podido obtener la fecha de concesión de la autorización oficial para su funcionamiento de una parte de los campings de la región (74 de los 126) con el siguiente resultado:

Antes de 1970 .....	28	37'8%
1971-75 .....	6	8'1%
1976-80 .....	18	24'3%
1981-85 .....	22	29'7%

El primer camping data de 1962, y a partir de esa fecha en esta década se produce un importante número de implantaciones; sigue un quinquenio en el que

apenas hay nuevas aperturas, seguramente porque el sector espera ver la evolución de la demanda; a partir de 1975 se recupera el ritmo de nuevos establecimientos, que se acelera en los años ochenta. Es muy destacable que este sector no acuse la crisis económica en forma de recesión de la oferta, del modo que lo hacen otros sectores turísticos, como el de la segunda residencia, que a partir de 1977 disminuye drásticamente su ritmo de crecimiento (MIRANDA, 1985).

#### UNA NUEVA FORMA DE CÁMPING: LA PIRÁMIDE (TORRENT)

En el mes de junio de 1982 se inaugura el camping La Pirámide, a pocos kilómetros de Valencia, en Torrent, un municipio con gran tradición como lugar de verano. La Pirámide se sitúa concretamente en un lugar muy prestigiado como zona de segunda vivienda, junto a la mayor urbanización residencial de ocio de la provincia, Cumbres de Calicanto.

Este camping presenta una serie de innovaciones importantes: en primer lugar, su estructura, a base de parcelas perfectamente delimitadas y de una superficie de cien metros cuadrados como máximo. En segundo lugar, la forma de funcionamiento: las parcelas se ofrecen en régimen de propiedad y su comprador puede utilizarlas libremente a lo largo del año, fijando incluso un habitáculo móvil, es decir, no edificado, de forma permanente. A medida que son vendidas las parcelas los adquirentes pasan a ser copropietarios, encargados, por tanto, de su mantenimiento.

El camping La Pirámide ofrece en sus 53.835 metros cuadrados 943 parcelas (fig. 8), los servicios higiénicos necesarios de acuerdo con su capacidad, una red de viales que garantizan la comunicación de todas las parcelas con el centro cívico, en el que se ubican instalaciones deportivas y club social.

La Pirámide está concebida para servir, de hecho, como segunda residencia a sus compradores, teniendo en cuenta que, por lo general, todos los campings cuentan con una clientela habitual importante; aprovecha para ello su situación en la periferia de una gran aglomeración de población y en una zona tradicional de segunda vivienda.

#### CONCLUSIONES

El camping es la forma más nueva de turismo, de implantación bastante reciente en España y, por tanto, aún en fase de desarrollo. Dado que apenas ha acusado la crisis económica, parece tener unas perspectivas bastante favorables que será necesario tener en cuenta en cualquier planificación turística.

Por otra parte, el camping es quizá la forma de turismo que menos deteriora el medio físico o, al menos, que no lo deteriora de forma irreversible, aunque no se debe despreciar su capacidad de alteración. La cuestión más grave es la del desagüe que con frecuencia se vierte al terreno o a un curso de agua sin depuración previa, con la consiguiente contaminación de éste o de algún acuífero subte-

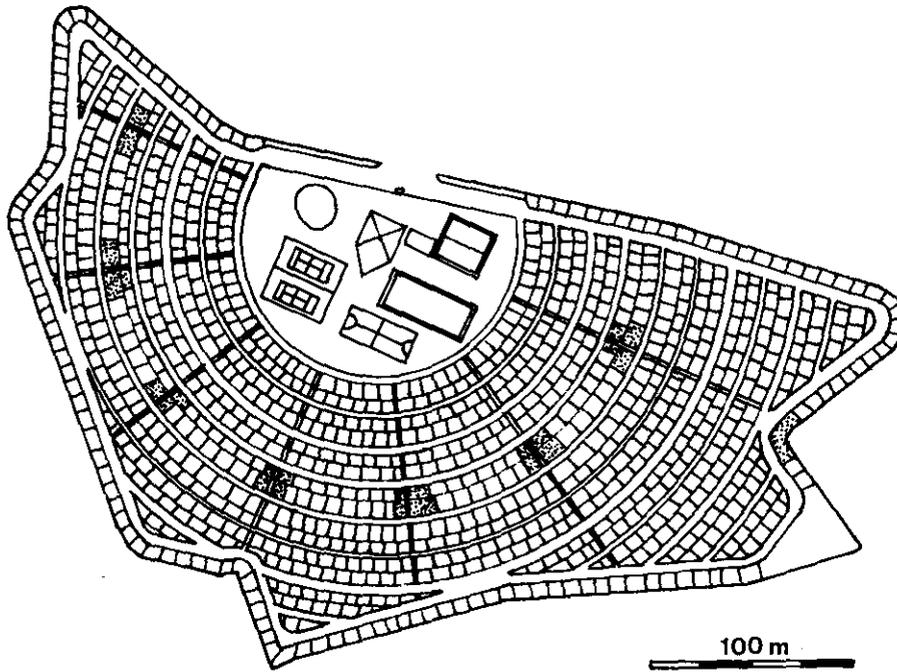


Fig. 8. El camping La Pirámide, Torrent (Valencia)

rráneo. También es importante la alteración que se produce en la vegetación cuando se plantan especies extrañas para conseguir buenas sombras. El caso más grave lo constituye la desgraciadamente frecuente plantación de eucaliptos, dada la esquilación que este árbol ocasiona al suelo. Ahora bien, la escasez de construcciones y que normalmente no se modifica el terreno para mantener un cierto grado de naturaleza hace que la alteración del paisaje no sea comparable con la de las otras dos formas de alojamiento turístico.

#### BIBLIOGRAFIA

- Guía de campings 1985*, Madrid, Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas.  
 INE: *Estadísticas del movimiento de viajeros en alojamientos hoteleros y acampamentos turísticos*, 1970, Madrid, 1971.  
 INE: *Viajeros en hoteles y acampamentos. Resumen anual, 1974*, Madrid, 1976.  
 INE: *Movimiento de viajeros en establecimientos turísticos. Resumen anual*, Madrid, 1983 y 1984.  
 MIRANDA, M. J. (1985): *La segunda residencia en la provincia de Valencia*, Valencia, Departamento de Geografía.  
 MIRLOUP, J. (1981): *Les fonctions touristiques et de loisirs en Loire Moyenne*, Paris, Université de Paris.  
 VALENZUELA, M. (1977): *Urbanización y crisis rural en la sierra de Madrid*, Madrid, I.E.A.L.

