

Análisis de la inversión de fondos de capital privado en el sector del camping español (2019-2025): Evaluación de riesgo de sobrecalentamiento y burbuja financiera

I. Resumen ejecutivo: La tesis de la inversión y el diagnóstico de riesgo

El sector de la hospitalidad al aire libre (*Open Air Hospitality*) en España ha experimentado una transformación acelerada en el periodo 2019-2025, impulsada por la intensa actividad de los fondos de inversión y capital privado (*Private Equity*, PE). La inversión proyectada, que alcanzará los 900 millones de euros en transacciones hasta 2029, ha elevado significativamente las valoraciones de los activos *prime*.

1.1. Diagnóstico principal: ¿Burbuja o institucionalización acelerada?

Diagnóstico principal: ¿Burbuja o institucionalización acelerada?

El análisis de los fundamentales y las métricas de valoración sugiere que el mercado español de campings **no se encuentra en una burbuja financiera clásica**. En lugar de ser un fenómeno basado en la euforia especulativa sin base en los flujos de caja, la situación actual se define como un **proceso de institucionalización y consolidación rápida** financiado por el PE. Este proceso ha introducido una **prima de valoración sustancial** en los activos de alta calidad, justificando los múltiplos elevados mediante la expectativa de una creación de valor operativa intensa y la protección del ingreso derivada de la rigidez de la oferta.

Los activos se están valorando con un fuerte *premium* de consolidación que oscila entre 7x y 13x EV/EBITDA para portfolios estabilizados. Este rango refleja el potencial de reposicionamiento de activos familiares ineficientes a plataformas profesionalizadas que capturan el crecimiento de la demanda de alta gama (glamping).

Los principales motores que justifican las altas valoraciones son:

1. **Potencial de creación de valor operativo:** Los fondos implementan estrategias *Buy & Build* para convertir negocios familiares altamente fragmentados en operadores estandarizados y digitalizados, maximizando los márgenes operativos (yield management).
2. **Restricción inelástica de la oferta:** La demanda ha crecido explosivamente (+50% desde 2015), pero la oferta de plazas solo ha aumentado marginalmente (+2% desde 2019) debido a la complejidad urbanística. Esta escasez artificial permite un fuerte poder de fijación de precios, como lo demuestra el incremento del 14% en las tarifas de

glamping.

3. **Resiliencia de la demanda:** El sector ha mostrado una robustez superior, superando a otros segmentos turísticos en el crecimiento post-pandemia y ampliando su cuota de mercado.

Riesgos sistémicos identificados (factores de sobrecalentamiento):

Riesgos sistémicos identificados (factores de sobrecalentamiento):

Aunque los fundamentales son sólidos, el riesgo se concentra en la capacidad de los operadores para ejecutar los planes de mejora y en el costo del capital. Los múltiplos de 11x a 13x EV/EBITDA solo son sostenibles si los fondos logran ejecutar las mejoras de margen esperadas (digitalización, reposicionamiento) rápidamente. Además, el apalancamiento financiero habitual (3x-4.5x EBITDA) se vuelve más costoso en el actual entorno de tipos de interés, lo que exige un flujo de caja operativo inmediato para evitar tensiones de liquidez y refinanciación.

II. Dinámica estructural del sector español (2019-2025)

2.1. De negocio familiar a “Open Air Hospitality Institucional”

Históricamente, el sector del camping en España se ha caracterizado por una alta fragmentación empresarial, dominado por pequeños operadores y negocios familiares centrados en la explotación de un único camping. No obstante, en los últimos años ha comenzado una tendencia de configuración de grupos de cierto tamaño, apoyada por la implantación de operadores internacionales y fondos de inversión. Esta entrada de capital inversor es crucial, ya que está impulsando la modernización de la oferta y un aumento progresivo en el grado de profesionalización del sector.

A pesar de esta actividad de consolidación, los principales operadores todavía tienen una participación minoritaria en el negocio total. En 2024, los cinco mayores operadores solo alcanzaron una cuota de mercado conjunta del 10%, cifra que se elevaba al 15% al considerar los diez principales. Esta baja concentración (85% del mercado aún en manos de operadores pequeños) subraya el vasto potencial de consolidación y la estrategia de *roll-up* que atrae al *Private Equity*.

La escasa oferta que actualmente cumple con los estándares institucionales, cifrada en solo el 7% de los 1.250 campings existentes en España, es el principal motor de la estrategia de adquisición. Los fondos ven una oportunidad de arbitrar la diferencia de eficiencia. Los negocios familiares no profesionalizados suelen venderse a múltiplos bajos (por ejemplo, entre 5x y 7x EBITDA en la región DACH, un mercado con similitudes de fragmentación). El PE paga un múltiplo más alto (11x-13x) porque aplica gestión institucional (digitalización, *revenue management*) para elevar el margen operativo significativamente, justificando así la prima pagada en la adquisición. Este es un caso claro de creación de valor activo, donde la alta valoración se basa en el potencial de mejora del EBITDA, no solo en el crecimiento pasivo de tarifas.

2.2. Fundamentales de la demanda y su resiliencia Post-COVID

El crecimiento del sector del camping en España está fundamentado en una demanda

excepcionalmente robusta, catalizada por la pandemia de COVID-19, que llevó a un "redescubrimiento" de este modelo de alojamiento por parte de un gran número de viajeros. Los datos de mercado confirman esta solidez: la facturación del sector superará los 1.600 millones de euros en 2025, proyectando un crecimiento de alrededor del 5% interanual respecto a los 1.590 millones de euros registrados en 2024. La demanda ha crecido aproximadamente un 50% desde 2015, con una aceleración notable después de la crisis sanitaria. En 2024, el sector alcanzó máximos históricos con 10.3 millones de viajeros (+2.4% frente a 2023) y 49.3 millones de pernoctaciones (+4.8%). Este crecimiento ha permitido al sector ampliar su cuota en el mercado total de alojamiento, alcanzando el 10.1% en 2022 (frente al 8.7% de 2019), lo que indica un cambio estructural en las preferencias de los consumidores.

La demanda es especialmente fuerte en el turismo internacional, destacando los viajeros de Francia, Alemania y Países Bajos.

Un elemento fundamental para la justificación de las valoraciones es la capacidad del camping para capturar un amplio espectro de demanda. En un contexto de inflación (2022-2024), el camping es una opción de alojamiento percibida como más económica que el hotel tradicional. Sin embargo, el auge simultáneo del *glamping* (alojamiento de lujo en la naturaleza) permite al sector capturar no solo la demanda sensible al precio, sino también la demanda de experiencia de alta gama. Esta doble captura otorga al sector una resiliencia superior a la media turística, mitigando los riesgos cíclicos y justificando la confianza de los inversores.

2.3. La “premiumización” de la oferta (*Glamping*) y el poder de fijación de precios

La modernización del sector está intrínsecamente ligada al concepto de *glamping* y a la inversión en alojamientos innovadores y sostenibles. El mercado global de *glamping* alcanzó 2 mil millones de dólares en 2022 y se espera que crezca a una tasa anual compuesta (CAGR) del 8.1% hasta 2032.

Este proceso de *premiumización* ha resultado en un notable poder de fijación de precios (pricing power), un factor clave para la sostenibilidad de las altas valoraciones. Los índices de precios de los campings han mantenido una tendencia alcista. En 2024, se registraron aumentos significativos en las tarifas por noche: un 8% en parcelas estándar y un extraordinario **14% en tiendas *glamping***.

Este fuerte crecimiento de tarifas no es simplemente un reflejo de la inflación general. Es una consecuencia directa de un **desequilibrio estructural crónico** en el mercado español. A pesar del crecimiento constante de la demanda (casi +5% en pernoctaciones interanual), el crecimiento del inventario de plazas ha sido insignificante, aumentando solo un 2% (unas 17.000 plazas) entre 2019 y 2024. La dificultad para aumentar la oferta se debe a la "complejidad urbanística" y la lentitud en el desarrollo de suelo rústico en España.

La restricción inelástica de la oferta asegura un monopolio de facto para los activos existentes. Los fondos de inversión están pagando múltiplos elevados no solo por el potencial operativo de los activos, sino también por la renta especulativa generada por esta escasez artificial de nuevos competidores.

A continuación, se presenta un resumen de las métricas clave que demuestran este desequilibrio estructural:

Evolución de la Demanda y Oferta del Sector Camping en España (2019-2025)

Métrica	2019 (Pre-Pandemia)	2024 (Estimado)	2025 (Proyectado)	Variación Relevante
Facturación Total del Sector	N/A	€1.590 Millones	> €1.670 Millones	Crecimiento +5% interanual
Pernoctaciones Anuales	N/A	49.3 Millones	N/A	Crecimiento +4.8% (2023-2024)
Capacidad de Alojamiento (Plazas)	762.415	765.000	N/A	Crecimiento del inventario de solo +2% (2019-2024)
Variación Tarifas Glamping (2024)	N/A	N/A	N/A	Incremento interanual +14%
Inversión Proyectada (Transacciones hasta 2029)	N/A	N/A	€900 Millones (Total 5 años)	Foco institucional

III. Flujo de capital privado y estrategias de consolidación

3.1. Panorama de la inversión y actores clave

El mercado de campings, referido en términos inmobiliarios como 'Open Air Hospitality', ha pasado de ser un nicho de inversión a un objetivo prioritario para el capital riesgo. Según EY, se espera que el mercado transaccione operaciones por 250 millones de euros solo en 2025, con una acumulación total de 900 millones de euros en los siguientes cinco años.

Si bien la inversión en España comenzó con fondos nacionales en 2015, ahora son los fondos internacionales quienes están poniendo un foco intenso en estos activos. Los principales actores involucrados operan bajo una lógica paneuropea de consolidación. Ejemplos de esta actividad incluyen a fondos como Meridia Capital, que gestiona el grupo WeCamp, y la intensa actividad transfronteriza, como la adquisición de Sandaya (uno de los grupos mayores de Europa) por el fondo francés Infravia en 2021, con una inversión de 400 millones de euros. Los principales operadores nacionales y extranjeros (como Alannia, Sénia, We Camp, Homair, Eurocamp y VacancesSelect) todavía compiten en un mercado dominado por la fragmentación, lo que garantiza el potencial de crecimiento a través de adquisiciones.

3.2. La estrategia de creación de valor (*Buy & Build*)

La estrategia de inversión dominante en el sector es la de *Buy & Build* o *roll-up*. Los fondos adquieren activos fragmentados de baja eficiencia y los integran en plataformas consolidadas, replicando modelos exitosos ya maduros en Francia y el Reino Unido.

El valor real se encuentra en la **sinergia de escala** y la creación de un "campeón" regional o europeo. La adquisición de Vacancesselect por parte de European Camping Group (ECG),

respaldado por PAI Partners, por 1.000 millones de euros, ilustra esta tesis, ya que duplicó los ingresos y el EBITDA del grupo consolidado. Este tipo de operaciones demuestra que los altos múltiplos pagados por los activos españoles se justifican por la posibilidad de integrarlos en una gran plataforma paneuropea con una mayor valoración de salida (*Exit Value*), minimizando el riesgo de venta individual.

Las plataformas institucionales se centran en la modernización y la gestión profesional. La consultora EY destaca que la digitalización y la sostenibilidad son factores clave para el crecimiento. Los nuevos operadores buscan activamente talento en la gestión de activos, *revenue management* y criterios ESG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) para impulsar la rentabilidad. Un ejemplo de cómo la gestión activa puede transformar el valor se observa en el caso de Lodgyslife, que incrementó el margen EBITDA de un camping adquirido del 9% al 25% en pocos años mediante optimización operativa y marketing.

IV. Análisis de valoración y múltiplos (EV/EBITDA): ¿Se justifica el precio?

El segmento central para evaluar la posible burbuja es el análisis de los múltiplos de valoración. El consenso de mercado sitúa el rango de múltiplos de EBITDA en el sector *Open Air Hospitality* en España entre **7x y 13x**.

4.1. Análisis de los múltiplos de transacción y benchmarking

Los múltiplos pagados reflejan una dualidad:

1. **Múltiplos bajos (7x):** Corresponden a activos individuales, no profesionalizados o con necesidad de fuerte inversión (*Capex*) y mejora operativa.
2. **Múltiplos altos (11x-13x):** Corresponden a portfolios *prime* o a la valoración de la plataforma consolidada, que ya cotiza con la prima de integración y el potencial de creación de valor ya descontado.

El *benchmarking* europeo confirma que los inversores de capital privado en mercados maduros están dispuestos a pagar múltiplos elevados. Los grandes portfolios consolidados en Europa se han transaccionado a valores entre 11x y 13x EV/EBITDA. Además, el índice de M&A de Camping & Hiking de Capstone Partners registró un promedio de **12.7x EV/EBITDA** en 2023. La rentabilidad inicial de estos activos (*Yields*) es atractiva, con portfolios *prime* estabilizados que nivelan sus *Net Initial Yields* alrededor del **8.0% al 8.5%**. Este rendimiento es competitivo frente a otras clases de activos inmobiliarios turísticos. Asumiendo un margen operativo optimizado (por ejemplo, 25%), un *yield* del 8.3% se traduce aproximadamente en 12x EBITDA, alineándose con el extremo superior del rango de múltiplos.

Tabla de múltiplos de valoración (EV/EBITDA) y rentabilidades estimadas

Activo	Rango Típico EV/EBITDA	Rentabilidad Inicial Neta (Yields)	Contexto de Inversión
Campings No Profesionalizados/Fragmentados	5x - 7x	N/A	Arbitraje de eficiencia (Oportunidad de <i>roll-up</i>)

Activo	Rango Típico EV/EBITDA	Rentabilidad Inicial Neta (Yields)	Contexto de Inversión
Portfolios Prime Consolidados (Europa/España)	11x - 13x	8.0% - 8.5%	Valoración de mercado institucional/Maduro

Pagar entre 12x y 13x EBITDA por activos en España, donde la institucionalización está aún en sus etapas iniciales (con solo el 7% de campings *compliant*), implica que el PE está valorando el potencial de crecimiento y la prima de escasez a la par de mercados más maduros como Francia o el Reino Unido. Esta situación conlleva un riesgo inherente de sobrevaloración si los equipos gestores no consiguen alcanzar rápidamente los estándares de rentabilidad esperados.

4.2. Evaluación de múltiplos frente a la restricción de suministro

La clave para comprender la sostenibilidad de los múltiplos se encuentra en la legislación urbanística. El lento crecimiento del inventario de plazas (+2% desde 2019) debido a la "complejidad urbanística" y los procesos lentos de desarrollo en suelo rústico funciona como una poderosa barrera de entrada.

Esta situación genera una **renta especulativa** o un "impuesto urbanístico" que beneficia a los activos existentes. Los fondos no solo están pagando por el potencial de mejora del EBITDA, sino también por el control de un recurso escaso y difícilmente reproducible. La rigidez regulatoria garantiza que los propietarios actuales de activos prime mantengan su poder de fijación de precios, lo cual sostiene la alta rentabilidad inicial (Yields 8%-8.5%) y, por ende, los múltiplos de valoración.

El riesgo exógeno para estas altas valoraciones reside en la regulación: un hipotético cambio regulatorio que simplificara significativamente la conversión de suelo o el desarrollo de nuevos proyectos podría erosionar rápidamente este *scarcity premium*, impactando las valoraciones del inventario actual.

V. Diagnóstico de riesgo financiero: Factores de burbuja vs. fundamentales sólidos

Una burbuja financiera se caracteriza por valoraciones desproporcionadas respecto a los flujos de caja futuros y un apalancamiento excesivo que amplifica las pérdidas ante cualquier corrección.

5.1. El riesgo del apalancamiento y el coste de capital

El *Private Equity* emplea el apalancamiento financiero como herramienta habitual de adquisición. En el sector *Open Air Hospitality*, las estructuras de deuda institucional suelen situarse entre **3X y 4.5X EBITDA**. Si bien las estructuras de financiación post-2022 son generalmente más conservadoras que las observadas en 2021 (cuando se utilizaron estructuras que recordaban a los tiempos previos a la crisis de 2008), el aumento del coste de capital ha añadido una presión considerable.

Los acuerdos de financiación pueden provenir de la banca tradicional (Euribor + 280/400 bps),

que exige un *track record* probado y ubicaciones *prime*, o de fondos de deuda privada (Euribor + 600/700 bps), que ganan impulso dada la expectativa de alto crecimiento, aunque a un coste más alto.

La **sensibilidad al Euribor** es un riesgo palpable. Un múltiplo de adquisición de 12x (que implica un *yield* del 8.5%) apalancado 4x significa que la operación depende intensamente de la capacidad de la gestión para generar un crecimiento de EBITDA que supere el coste creciente de la deuda. Si el crecimiento de tarifas (+14% en *glamping*) se modera o la ejecución operativa se retrasa, el alto apalancamiento puede volverse insostenible, estrangulando la liquidez del *equity* y forzando correcciones.

Ejemplos como la atracción de 21 millones de euros en deuda por parte de HolaCamp demuestran la necesidad de capital externo para financiar el ambicioso *Capex* de expansión y modernización. Si este capital se obtiene a costes elevados, se aumenta la presión para que las mejoras operativas se materialicen rápidamente.

5.2. Riesgos exógenos y competencia

Dos riesgos exógenos merecen especial atención:

1. **Riesgo climático:** Los campings, por su naturaleza, se ubican en zonas de alto valor natural, que a menudo son vulnerables a catástrofes naturales. El riesgo de inundaciones es particularmente destacado en España. Precedentes históricos, como el desastre de Biescas en 1996, subrayan la necesidad de una rigurosa *due diligence* climática y la inclusión de costes de mitigación en el *Capex* inicial.
2. **Competencia hotelera:** Aunque el sector del camping ha superado al hotelero en crecimiento porcentual post-COVID, la competencia por la demanda turística de alto valor sigue siendo intensa. El sector hotelero español también ha experimentado un crecimiento récord en RevPAR (+33.6% entre 2019 y 2024), indicando una fortaleza general del turismo en España.

VI. Conclusiones y posicionamiento estratégico

6.1. Síntesis final: ¿Estamos ante una burbuja?

La evidencia analizada permite concluir que el sector del *Open Air Hospitality* en España no exhibe los síntomas de una burbuja financiera generalizada a punto de colapsar, sino de un **mercado en rápida fase de institucionalización**. Las altas valoraciones se sostienen sobre tres pilares fundamentales interconectados: una demanda estructuralmente fuerte y resiliente; una clara oportunidad para la creación activa de valor mediante la profesionalización (*Buy & Build*); y un factor inflacionario clave que es la escasez artificial de oferta debido a las barreras urbanísticas.

El sobrecalentamiento existe, pero se localiza en la **prima de consolidación y en el apalancamiento de las operaciones**, no en una demanda irracional. El riesgo principal no radica en la caída de la demanda turística, sino en:

1. **Riesgo de ejecución:** La incapacidad de las plataformas para transformar los activos familiares y alcanzar los márgenes de eficiencia necesarios para justificar múltiplos de 11x a 13x.
2. **Riesgo de capital:** El impacto del alto coste de la deuda sobre la estructura de capital,

especialmente si el crecimiento del EBITDA pro forma se retrasa.

6.2. Estrategias de mitigación de riesgos para inversores

Para los inversores de capital privado que buscan mitigar los riesgos asociados a los altos múltiplos de adquisición, se recomiendan las siguientes estrategias:

- **Priorizar el *Due Diligence* regulatorio y climático:** Es imperativo realizar una *due diligence* exhaustiva para evitar activos con procesos de regularización urbanística complejos o aquellos ubicados en zonas de alto riesgo de inundación. La seguridad regulatoria y la adaptación climática deben valorarse como *Capex* necesario, no opcional.
- **Apalancamiento cauteloso y deuda estructurada:** Dada la volatilidad del Euribor y el coste creciente de la financiación (*debt funds* a Euribor + 600/700 bps) , se aconseja mantener los ratios de apalancamiento por debajo de 4x EBITDA. Es crucial estructurar la deuda con *covenants* flexibles que permitan un *ramping-up* del EBITDA *pro forma* durante los primeros 18-36 meses post-adquisición.
- **Foco estratégico en el *Glamping* y reposicionamiento:** La inversión en *Capex* debe orientarse a las áreas que impulsan los mayores crecimientos de tarifas. Dado que el *glamping* registró aumentos del 14% en 2024 , la prioridad debe ser la transición de parcelas tradicionales a alojamientos de alta gama que justifiquen el *premium* cobrado. El valor de la inversión reside en la experiencia y el servicio de alta calidad, no solo en la propiedad de la tierra.

6.3. Perspectivas 2026-2029: Hacia la madurez sectorial

Se espera que el mercado siga una trayectoria de **mayor concentración**, impulsando los 900 millones de euros en transacciones proyectadas hasta 2029. A medida que los principales operadores (liderados por jugadores como Alannia, We Camp y los grupos europeos respaldados por PE) alcancen una escala significativa, las oportunidades de arbitraje en activos fragmentados disminuirán.

En la fase de madurez, las valoraciones deberían estabilizarse, reflejando múltiplos consistentes con los rendimientos de activos inmobiliarios turísticos consolidados, probablemente asentándose en el rango inferior del 11x-13x EV/EBITDA (equivalente a *Yields* netos del 8% al 9%). El éxito a largo plazo dependerá de la capacidad de las plataformas consolidadas para mantener su poder de fijación de precios frente a la posible competencia de nuevos formatos turísticos y la gestión efectiva de los riesgos regulatorios y climáticos.

Obras citadas

1. Fondos de inversión apuestan por el negocio del camping en España, <https://www.campingredprofesional.com/noticias/id37-fondos-de-inversion-apuestan-por-el-negocio-del-camping-en-espana.html>
2. España transaccionará en 2025 operaciones de campings por un valor superior a los 250 millones de euros, <https://forbes.es/turismo/629369/espana-transaccionara-en-2025-operaciones-de-campings-por-un-valor-superior-a-los-250-millones-de-euros/>
3. The Open-Air Property Telescope - EY, <https://www.ey.com/content/dam/ey-unified-site/ey-com/es-es/insights/strategy-transactions/documents/ey-the-open-air-property-telescope2025.pdf>
4. Los campings españoles facturarán más

de 1.600 millones de euros en 2025, un 5% más,
<https://forbes.es/economia/791756/los-campings-espanoles-facturaran-mas-de-1-600-millones-de-euros-en-2025-un-5-mas/> 5. Informe Sectorial - CaixaBank Research,
<https://www.caixabankresearch.com/sites/default/files/content/file/2023/07/26/91184/IS%20Turismo%201%202023%20CAST.pdf> 6. PRIVATE EQUITY, evolución reciente y perspectivas - Deusto Business Open Alumni,
<https://www.deustobusinessopenalumni.es/s/colaboracion/private-equity-evolucion-reciente-y-perspectivas-MCUNYZQAGC7BAQTPNI3O2ZO4G7WA> 7. El camping en España: un sector que pisa fuerte - Realidad Turística -,
<https://realidadturistica.com/realtur/el-camping-en-espana-un-sector-que-pisa-fuerte/> 8. INITIAL STUDY 'LEISURE' BUY lodgyslife AG, <https://www.more-ir.de/d/30975.pdf> 9. Los campings facturarán más de 1.600 millones de euros en 2025,
https://www.hosteltur.com/171515_los-campings-facturaran-mas-de-1600-millones-de-euros-en-2025.html 10. 13 DIFERENCIAS ENTRE IR DE CAMPING O DE HOTEL | by Albert - Medium,
https://medium.com/@aquero_77693/13-diferencias-entre-ir-de-camping-o-de-hotel-3503578a423b 11. ¿Qué es el 'glamping'? La tendencia que está revolucionando la manera de hospedarse en plena naturaleza - elEconomista.es,
<https://www.eleconomista.es/vivienda-inmobiliario/noticias/12891679/07/24/que-es-el-glamping-la-tendencia-que-esta-revolucionando-la-manera-de-hospedarse-en-plena-naturaleza.html> 12. Los cinco campings de lujo más increíbles de España para tachar la experiencia del glamping en nuestra bucket list - Tendencias,
<https://www.tendencias.com/viajes/siete-campings-lujo-increibles-espana-para-tachar-experiencia-glamping-nuestra-bucket-list> 13. Así es el ambicioso plan de expansión de HolaCamp para 2024 - Profesional Horeca,
<https://www.profesionalhoreca.com/la-nueva-era-del-camping-asi-es-el-ambicioso-plan-de-expansion-de-holacamp-para-2024/> 14. INEbase / Servicios /Hostelería y turismo /Campings: encuesta de ocupación e índice de precios / Últimos datos,
https://www.ine.es/dyngs/INEbase/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176961&menu=ultiDatos&idp=1254735576863 15. La fiebre de los 'campings': por qué los fondos de inversión no paran de invertir,
https://www.elnacional.cat/oneconomia/es/management/fiebre-campings-fondos-inversion-invertir_1034697_102.html 16. PAI Partners and ECG go glamping with Vacanceselect - PE Hub,
<https://www.pehub.com/pai-partners-and-ecg-go-glamping-with-vacanceselect/> 17. Capstone Partners Outdoor Recreation & Enthusiasts M&A Coverage Report June 2023,
https://www.capstonepartners.com/wp-content/uploads/2023/06/Capstone-Partners-Outdoor-Recreation-Enthusiasts-MA-Coverage-Report_June-2023.pdf 18. HolaCamp atrae €21 millones de deuda con el Fondo Smart de Banco Santander,
<https://www.webcapitalriesgo.com/holacamp-atrae-e21-millones-de-deuda-con-el-fondo-smart-de-banco-santander/> 19. Viabilidad de los campings afectados por riesgo de inundación - La Administración al Día, <https://laadministracionaldia.inap.es/noticia.asp?id=1253449> 20. Spanish hotel revenue per available room (RevPAR) grows by 11.5% in 2024, achieving a new record of €118.30. - Cushman & Wakefield,
<https://www.cushmanwakefield.com/en/spain/news/2025/02/spain-hotel-revpar-2024-record>