

EDICIÓN PRIMAVERA 2019

El especialista de campings de referencia en Europa edita El Mundo ACSI. En esta nueva edición, entre otros asuntos, podrá leer más información sobre la adaptación al futuro, Marco Walter nos hablará acerca de la sostenibilidad en el mundo del camping y analizaremos lo que supone el avance del coche eléctrico para usted como director de camping.

LEGISLACIÓN Y NORMATIVA EN MATERIA DE OBRAS

¿A qué obstáculos normativos se enfrenta un camping a la hora de realizar obras?

► Más información en la **página 4**

CAMPINGCARD ACSI

Cada vez son más los campings que se ponen en ruta con CampingCard ACSI. También está aumentando el número de vacaciones de acampada por cliente. ¿Cómo se benefician los campings de esta evolución?

► Más información en la **página 5**

LOS INSPECTORES ACSI SE DIGITALIZAN

Gracias a dos nuevos portales, el inspector de ACSI puede procesar la información de su camping de un modo aún más eficiente, preciso y seguro.

► Más información en la **página 7**

TENDENCIAS EN EL MUNDO DE LA ACAMPADA 2019

¿En qué país se va a ir más de camping en 2019? ¿Cuál es la principal molestia en un camping? Responderemos a estas y otras preguntas para nuestros campistas neerlandeses, alemanes, ingleses, franceses, españoles e italianos.

► Más información en la **página 10**

CONSTRUIR CON PASIÓN

Poner en marcha un camping de cero, trasladar un establecimiento o renovar un camping ya existente conlleva muchas complicaciones. Cuatro directores de camping nos hablan de su experiencia.

► Más información en la **página 8**

SISTEMA DE GESTIÓN DE PROPIEDADES

Puede ahorrarse mucho trabajo gracias a un Sistema de Gestión de Propiedades (PMS). ¿Cómo funcionan exactamente y qué nuevas aplicaciones ofrecen?

► Más información en la **página 9**

SUNLODGES DE NUEVA GENERACIÓN

Reinventar los espacios disponibles. Esta es la estrategia de SunLodge. Lo mismo ocurre con la generación de casas prefabricadas de 2019.

► Más información en la **página 15**

¿Está su camping preparado para el coche eléctrico?

Los puestos de recarga exigen una gran infraestructura

Si quiere avanzar al mismo ritmo que las aspiraciones europeas, en cinco años se calcula que habrá millones de coches eléctricos circulando por el continente. Todavía está por ver si la cosa irá tan rápida, pero puede estar seguro de que dentro de poco tendrá coches eléctricos a las puertas de su camping. ¿Está listo para ello?

Los primeros coches eléctricos aparecieron hace una década, pero eran pequeños y contaban con muy poca autonomía. Hasta que entró Tesla en el mercado en 2012 con el Model S, el primer EV (electric vehicle) con el que se podían recorrer en la práctica entre 350 y 400 kilómetros con una batería.

Desde entonces le ha salido una fuerte competencia a Tesla, ya que prácticamente todas las marcas de

► continúa en la **página 2**



Aparte de coches eléctricos, ya hay muchos campistas que se han pasado al modo eléctrico en el mercado.

La recepción del futuro

¿Cómo será la recepción del futuro? Es posible que las nuevas tecnologías y la automatización modifiquen su función y, con ello, su diseño, ubicación y apariencia. El punto de contacto central para aclarar cualquier duda seguirá existiendo, sin duda. Ahora bien, ¿las colas en los días de entrada seguirán siendo un mal necesario?

En la actualidad, la función principal de una recepción es el registro de entrada y de salida de los campistas. La entrada constituye el primer contacto con el cliente a su llegada al parque. Con frecuencia, esta primera experiencia

implica esperar en la cola hasta que se cumplen todos los trámites y le llevan hasta su parcela. Para muchos campistas y empresarios, la cola supone una gran molestia. En este artículo se ofrecen varias alternativas para hacer más



Puesto de entrada Vakantiepark Stoetenslagh (Países Bajos)

atractivo el momento de la entrada o, incluso, para eliminarlo por completo.

A su vez, esto genera espacio para otras funciones que propician la hospitalidad y mejoran el rendimiento. Vamos a analizar varias ideas en la práctica.

Entrada sin pasar por recepción

Es posible organizar de diversas maneras la entrada sin tener que pasar por recepción. Por ejemplo, se puede hacer el registro de entrada desde casa, por Internet. Al llegar, la barrera puede abrirse automáticamente mediante reconocimiento de matrículas. Se puede enviar digitalmente un plano indicando la ubicación del alojamiento. Si las cerraduras del alojamiento están dotadas de lector de tarjetas, es posible incluso enviar la tarjeta por adelantado. Otra opción sería una cerradura con un código de entrada. Marveld Recreatie, en Groenlo (Países Bajos), utiliza esta solución. Otra posibilidad sería una pulsera con un código RFID que permita acceder al alojamiento vacacional y otras instalaciones del establecimiento. A ella se podría incluso

conectar un monedero digital.

Quiosco de entrada

Otro método es el quiosco de entrada. En el camping francés Les 4 Saisons de Grane ya lo utilizan. Según sus propietarios, esta solución les permite tener más tiempo para dedicar personalmente a los huéspedes. Los quioscos también resultan de utilizada para los lugares de acampada. Una vez realizada la inscripción, se pueden desbloquear la electricidad y el agua en la parcela de acampada. El camping holandés Vakantiepark Stoetenslagh cuenta con un quiosco de entrada junto a la barrera desde 2017. El empresario Jan van Veen nos explica el sistema: «Al llegar, los clientes se dirigen directamente al puesto de recepción, donde se les entrega todo lo necesario para su estancia, como información sobre el parque y los alrededores, el programa de actividades, las duchas y las piscinas y tarjetas para la barrera. Inmediatamente después, se pueden dirigir a su parcela o alojamiento».

► continúa en la **página 2**

► *continuado de la página 1*

vehículos sacarán este año o el que viene un coche eléctrico al mercado. Y recientemente, el Jaguar I-Pace, totalmente eléctrico, ha sido designado Coche del Año.

La electricidad de 40 parcelas

Quizá ya ha visto un Tesla en los últimos años por su camping y su propietario le haya preguntado si tenía punto de carga. No es posible conectar un coche de estas características a la red del camping, ya que la batería, normalmente de al menos 85 kilovatios, necesitaría cerca de 40 horas para cargarse completamente en un enchufe de 230 V con una fuente de alimentación de 6 o 10 amperios.

Si quiere que la recarga lleve un tiempo aceptable, deberá disponer como mínimo de una instalación trifásica (de 400 V) con fusibles de 16 amperios. De esta forma, la batería tardará en cargarse unas 10 horas.

Durante este tiempo, el coche eléctrico habrá consumido prácticamente la misma corriente que 40 parcelas de su camping. Y estamos hablando de la carga completa de un solo coche

eléctrico.

La probabilidad de que de aquí a cinco años se multiplique el número de clientes que lleguen a su camping con vehículos eléctricos es muy grande.

Linda Gedink, presidenta de EFCO & HPA (la asociación europea de federaciones nacionales de camping), prevé aún más desafíos para los campings. «No solo hay que pensar

en ofrecer instalaciones de carga al campista, sino también en otros factores que hay que tener en cuenta a la hora de cargar su coche eléctrico. Puede depender de la hora de carga y, por ejemplo, es posible que salga más caro al final del día si hay varios usuarios que quieran recargar el coche simultáneamente al regresar de sus respectivas excursiones. Y, por supuesto, la infraestructura del camping. Una conexión de 3,6 kW es muy lenta cargando y solamente es adecuada para realizar una carga nocturna de un coche eléctrico con una batería pequeña. La de 11 kW es la más utilizada, pero requiere alimentación trifásica



La carga de un solo coche eléctrico consume la misma electricidad que 40 parcelas.

con un fusible de 16 amperios y la de 22 kW, el doble de capacidad. En lo que a la inversión se refiere, estamos hablando de entre 1.000 y 3.000 euros por cada punto de carga, pero la red eléctrica local también debe disponer de capacidad suficiente. Otra opción consiste en aumentar la capacidad mediante la energía renovable procedente de paneles solares o de un aerogenerador».

Los paneles solares desahogan la red

Esta última solución es la que eligió el camping La Ballena Alegre de Sant Pere Pescador, en el norte de España. «Hemos

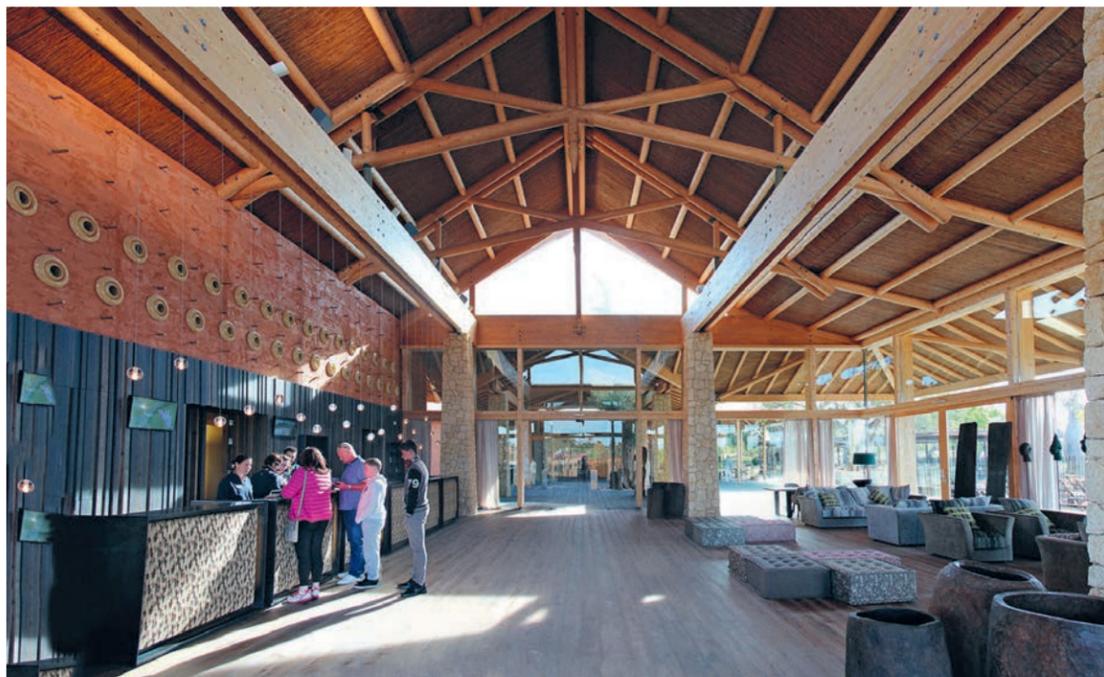
construido una nueva zona de bungalows en la que cada uno de ellos dispone de paneles solares y de una batería para guardar la energía solar no utilizada», explica su director general Alex Trias. «El exceso de energía durante el día se puede emplear

por la noche, pero además, cada bungalow cuenta con un punto de carga para un coche eléctrico para utilizar la energía sobrante. Los 39 bungalows están conectados entre sí, de forma que pueden compar-

tir la electricidad. De este modo, siempre podremos cargar los coches eléctricos con electricidad obtenida por medios sostenibles. Para aquellos que quieran cargar su coche eléctrico más rápidamente, a la entrada del camping tenemos un cargador rápido». «Se nos ocurrió esta solución porque nos preocupaba el volumen de electricidad que tendríamos que ofrecer si coincidían en el camping varios vehículos eléctricos al mismo tiempo», comenta Trias acerca de la opción de instalar paneles solares propios. «Al disponer de nuestros propios paneles, podemos prestar este servicio sin que aumente la necesidad de energía total externa del camping, ofreciendo a la vez la opción de carga rápida a quien lo necesite».

Sin opción de carga rápida

Disponer de un auténtico punto de carga como los que se pueden encontrar en las autopistas no es factible para un camping. La compañía holandesa Fastned está especializada en la instalación de puntos de carga rápida y el presupuesto para un punto de carga rápido de 50 kW asciende a cerca de 80.000 euros, mientras que para el más reciente de 175 kW nos vamos casi al doble. «Además de esta inversión difícil de amortizar, para un punto de carga se necesita una conexión a la "red de tensión media", con voltajes de entre 3 y 30 kilovoltios», explica Kyra Hartlief, portavoz de Fastned.



Registro de entrada con toda comodidad en el Camping & Resort Sangulí (España).

► *continuado de la página 1*

La recepción en una app

Otra opción es una app del parque. Con ella, el huésped puede registrar el teléfono móvil por adelantado.

Pero ofrece más posibilidades para aumentar las ventas y para ofrecer información sobre el entorno. Para ello tampoco es necesario un empleado de recepción. Otra ventaja de tener una app es que muchas veces permanece instalada en el teléfono aún después de terminar la estancia, por lo que se puede utilizar con fines comerciales.

Recepción en una sala de estar

Una tendencia totalmente opuesta a la entrada sin recepción es recibir a los huéspedes en una sala de estar. En este sitio se da la bienvenida a los huéspedes. El

tiempo de espera se ocupa de una forma agradable y cómodamente mientras se toma un aperitivo o un refresco. Este tipo de instalaciones se puede encontrar en la recepción del Camping De Lakens (Países Bajos), por ejemplo. En este camping la sala de recepción se ha transformado en un lugar para sentarse en la playa. En el Camping & Resort Sangulí (España) intentan hacer más agradable la espera con asientos de lujo. Algún empresario de camping ha optado incluso por una combinación de recepción y bar. En los momentos en que no se necesita la recepción, el mismo mostrador puede hacer las veces de barra.

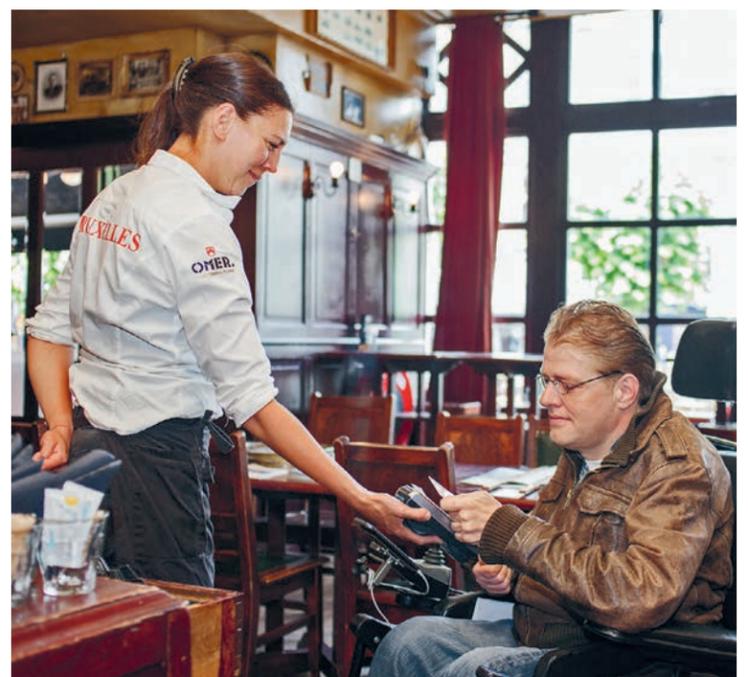
La recepción como intermediario

Al automatizar los servicios estándar, queda más tiempo para

otras funciones y para aumentar las ventas. Los huéspedes que no conocen bien los alrededores, suelen decidir una vez allí qué actividades quieren realizar durante su estancia. En la recepción se puede informar sobre las actividades en el propio parque o fuera de él. Se puede hacer personalmente, a través de los empleados, pero también se puede dar ideas a los clientes por medio de los folletos de toda la vida. Se puede trabajar a comisión en la venta de excursiones o paquetes en la región. De esta forma, la recepción se está convirtiendo cada vez más en una oficina de turismo.

La recepción accesible

En Europa existen acuerdos en materia de accesibilidad. Es conveniente adaptar las recepciones físicamente para que el mostrador sea accesible para todos. Por



Datáfono móvil para clientes en silla de ruedas.

ejemplo, con un datáfono móvil o rebajando una parte del mismo para aquellas personas que vayan en silla de ruedas. No se olvide tampoco de otras limitaciones,

como las visuales (procure que haya suficiente luz, que haya gafas disponibles) o auditivas (bucle de inducción para personas con audífono).



Recepción del Camping de Lakens (Países Bajos).



Estimado director o gerente de camping:

Algunos de ustedes ya han dejado atrás una agitada temporada de invierno, mientras que otros campings aún tienen que abrir sus puertas. Sea como sea, para todos vuelve a ser emocionante ver qué rumbo tomará la temporada de acampada. El tórrido y soleado verano de 2018 en el norte de Europa y en el Reino Unido ha llevado a estos países a experimentar un crecimiento espectacular en el número de pernотaciones. En los campings alemanes, el crecimiento del año pasado fue de nada menos que del 11,3%. Asimismo, los campings neerlandeses y escandinavos arrojan unas estupendas cifras de crecimiento y se respira optimismo con respecto a las reservas de 2019. Por otro lado, los países alpinos y Francia están de buen humor; no obstante, los campings de las zonas del Mediterráneo son más cautos en sus predicciones. El clima de 2018 ha ocasionado algo de confusión, pero la buena noticia es que acampar ha alcanzado una

popularidad inusitada en toda Europa. Motivo por el que ACSI ha llevado a cabo un estudio sobre acampadas entre más de 27.000 campistas neerlandeses, alemanes, franceses, ingleses, españoles e italianos. Podrá ver los resultados más relevantes en las páginas 10 y 11. Marco Walter de ECOCAMPING nos trae sus percepciones en esta ocasión como ojeador de tendencias: el campista que cada vez mira más la sostenibilidad y el camping como puerto seguro en un mundo agitado. Podrá leer cómo un camping puede tratar a un huésped variable en el artículo de la portada sobre coches eléctricos en el camping. Según Marco Walter, el mismo campista quiere poder ver en un único lugar dónde hay sitio. Esto es precisamente lo que hacemos con ACSI Booking. Mostramos en Eurocampings.eu, CampingCard.com y en campingspequenos.es la disponibilidad de más de 1.000

campings que se pueden reservar directamente. Los inspectores de ACSI están de nuevo impacientes por comprobar con usted todos los servicios e instalaciones y ver todas las posibilidades para el año que viene. Este año lo harán digitalmente, y usted mismo podrá organizar y supervisar de ahora en adelante muchos aspectos en el ACSI Campsite Portal. Un gran cambio para usted y para nosotros sobre el que podrá conocerlo todo en las páginas 6 y 7. Por supuesto, seguimos a su disposición para ayudarle en todo lo que necesite.

Le deseo una exitosa temporada de acampada.

Ramon van Reine
CEO

¡El futuro tiene sostenibilidad!

¡Acampar está en auge, acampar tiene futuro! Algo en lo que nos ponemos enseguida de acuerdo. Ciertamente, el deseo de la gente de vivir en armonía en plena naturaleza sigue creciendo. Acampar puede ser ese mundo perfecto que el mundo habitual está dejando de ser. Acampar le permite a uno experimentar cosas nuevas, dado que, en un viaje de acampada, las personas tienen tiempo y están abiertas a algo nuevo. Por consiguiente, el pequeño universo de las acampadas tiene la oportunidad de hacer que el gran mundo cotidiano sea un poco mejor: más ecológico, más social y más consciente.

El futuro de las acampadas reside en la sostenibilidad. Los campings que quieren conservar su posición en el mercado, o bien reforzarla, invierten en sostenibilidad y apuestan por la cohesión social. Especialmente a los campings comprometidos les complace mostrar su participación en un certificado medioambiental, como ECOCAMPING o la etiqueta ecológica europea.



Los lugares de acampada tienen que adaptarse a las nuevas circunstancias; por ejemplo, al cambio climático: a resistir



Paneles solares, una inversión para el futuro de su camping.

huracanes, sequías e inundaciones. Pero también hay que pensar en la creciente diversificación de necesidades. Gracias a la digitalización, los campistas tienen la posibilidad de escoger un camping que se adapte exactamente a sus deseos. Por ejemplo, a través de plataformas de reservas y evaluaciones que introduzcan modelos de precios flexibles. Los campings tendrán que elegir si solo quieren atender a un gran mercado o si se quieren dirigir a grupos objetivo específicos. En este contexto, aumentarán, sin ir más lejos, el «turismo de salud y bienestar y el turismo experiencial». Los vegetarianos y los veganos prefieren lugares de acampada naturales, que les ofrezcan un buen cuidado. Las

personas con movilidad reducida buscan un camping sin obstáculos. Los amantes de los perros y los gatos, los entusiastas del ciclismo, las personas solteras o los propietarios de coches eléctricos son algunos ejemplos de grupos objetivo específicos que usted podría tener en cuenta. La mejor manera de atraer a su camping a la gente que antes no salía de acampada podría estar en alojamientos de la máxima calidad preferiblemente sostenibles. Los campistas espontáneos siempre quieren poder encontrar un sitio libre. Para eso se necesita una relación general actualizada en internet de todos los lugares de acampada libres de Europa. En estos momentos, se está probando algo parecido en el lago de

Constanza. Los campistas pueden ver directamente qué campings tienen sitio hoy y mañana junto al lago de Constanza. De esta forma, se evita uno el tráfico innecesario y pone freno a la

desilusión. De igual manera, los trabajadores del camping se ahorran tiempo y estrés. Por tanto, es una situación en la que todos ganamos. Para más información: www.campingleitsystem.de

El autor: Marco Walter es cofundador de ECOCAMPING, una iniciativa europea para el turismo de acampada sostenible. Desde hace más de veinte años, él y su equipo ayudan a campings en su afán de ser más sostenibles. Los campings con mejores prestaciones reciben el reconocimiento ECOCAMPING. En estos momentos hay más de 220 campings en seis países: www.ecocamping.de



Legislación y normativa

Permisos y normativas para obras de construcción



Obras del Falkensteiner Premium Camping Zadar (Croacia).

En diciembre de 2018, las autoridades catalanas invitaron a ACSI, junto con otras organizaciones de consumidores, a una audiencia pública sobre la nueva normativa para campings. El gobierno catalán anunció en noviembre de 2018 una moratoria de 18 meses para todos los campings nuevos y en expansión debido al considerable número de solicitud de licencias para nuevos campings. ¿Qué está ocurriendo, cuáles son las consecuencias y a qué normas burocráticas se enfrentan estos establecimientos en otros países?

La situación en Cataluña es llamativa. Las autoridades quieren revisar las normas para la construcción de campings nuevos o la ampliación de los ya existentes, lo que suscita preocupación en el sector, como es comprensible. Durante la audiencia se consultó a ACSI acerca de los deseos de los campistas europeos para tenerlos en consideración a la hora de decidir. Ward Wijngaert, director de la Associació Càmpings de Girona y miembro de la Federación Catalana de Camping, no está tranquilo. «Esta nueva situación limita en gran medida las posibilidades de inversión para los campings actuales y futuros en Cataluña, lo

que puede suponer una amenaza para nuestra posición de liderazgo en Europa». El nuevo escenario en Cataluña se suma además a la decisión del gobierno catalán de declarar como zonas con riesgo de inundación a determinadas partes de la región. Esto también restringe las posibilidades de los campings situados en la costa en estas zonas a la hora de acometer ampliaciones o renovaciones. Ward Wijngaert está convencido de que la situación legislativa de Cataluña es mucho más complicada en este momento que en otros países. «Después de realizar viajes de estudio a campings de los Países Bajos y Croacia, enseguida nos dimos cuenta de que los países tanto del norte como del sur de Europa tienen una legislación mucho más flexible para la construcción y la ampliación de campings».

Evaluación de impacto

Christian Günther, director de BVCD, explica que la situación en Alemania también es complicada. «La estructura federal no facilita las cosas a los propietarios de los campings. Hay 16 estados federales y otras tantas normativas de construcción diferentes.

En lo que a las normativas de construcción para campings se refiere, la situación es aún más variopinta, ya que no todos los estados federales las tienen. Esto acarrea problemas especialmente para los campings que quieren alojar a campistas en sus instalaciones». En los Países Bajos, la situación es lenta y costosa para los empresarios. Pese las promesas del gobierno de limitar las normas para los empresarios, los directores de campings aún no lo perciben. En opinión de Marcel Tap, de RECRON, llevar a cabo renovaciones en los campings cuesta mucho dinero y esfuerzo. «A menudo conlleva adaptar planes de uso del suelo, la obtención de licencias ambientales y similares. Para ello,

el empresario se ve obligado a encargar innumerables evaluaciones (de impacto) sobre el suelo, ruidos, medio ambiente, etc. a un coste elevado. Esto hace que puedan pasar muchos años hasta que se dé luz verde al proyecto».

Barreras administrativas

Los obstáculos normativos a los que se enfrenta un camping dependen en gran medida del alcance y el tipo de obra. Franco Vitali, presidente de FAITA Emilia Romagna, opina que hay demasiadas autoridades encargadas de los permisos. Por otra parte, cree que los campings no tienen que hacer frente a demasiadas barreras administrativas, aunque para obtener una licencia de reforma

se necesitan al menos dos años. Franco no cree que la situación sea más problemática en Italia que en otros países europeos. En todas partes, los campings tienen que lidiar con todo tipo de leyes, normativas y permisos que influyen sobre las posibilidades y los plazos de las obras de construcción. No solo para construir un nuevo camping, sino también cuando se prevé construir un nuevo bloque sanitario, una piscina o un restaurante. En la página 12 de El Mundo ACSI puede leer las experiencias de varios empresarios que han construido un camping nuevo o que han llevado a cabo reformas. Nos contarán a qué se han enfrentado.



En diciembre de 2018, ACSI se reunió con el gobierno catalán para hablar sobre la nueva normativa para campings.



Más campistas, más rentabilidad

La evolución de CampingCard ACSI

Cada año, más campistas se ponen en marcha con CampingCard ACSI. El número de vacaciones de acampada también crece por cliente. ¿Se benefician los campings adheridos al sistema de descuento CampingCard ACSI de estos avances? Todos los años, ACSI pregunta a los campings que participan en CampingCard ACSI su experiencia y opinión. Los resultados de las encuestas de años anteriores son muy positivos.

ACSI sabe cómo seguir fidelizando a un creciente número de campistas con la tarjeta de descuento CampingCard ACSI.

En 2018, 512.500 campistas europeos adquirieron una CampingCard ACSI o ACSI CampingCard & Camperplaatsen,

un aumento nada menos que del 46 % en comparación con 2014. Además, el número de campings aumentó en la guía CampingCard



ACSI en el mismo periodo hasta los 3.330 campings, un incremento del 22 %. Por consiguiente, el número de usuarios de CampingCard ACSI creció mucho más que el número de campings participantes.

Temporadas de primavera y otoño

Esto se refleja en los resultados por camping. En este contexto, preguntamos por el número de usuarios de CampingCard ACSI en las temporadas de primavera y otoño. En la primavera de 2014, la media de usuarios era de 449; en la primavera de 2018 era ya de 471. El número de usuarios en la temporada de otoño también creció; de una media de 254 en 2014 a 313 en 2018. De manera que vemos crecer el número de usuarios de CampingCard ACSI al tiempo que el número de clientes con la tarjeta también sigue creciendo por camping. Más campings, más huéspedes, más pernoctaciones.

Fidelización

También preguntamos por el porcentaje de usuarios de CampingCard ACSI que solo se alojaba en los campings durante el periodo en el que estaba en vigor la tarifa CampingCard ACSI. En 2014, el 56,8 % de los campings indicó que los usuarios de CampingCard ACSI se alojaban en el camping únicamente en los periodos de admisión. En 2018, este porcentaje se redujo a 48,6 %. De modo que más de la mitad de los campings determina que los campistas CampingCard ACSI también acampan a la tarifa normal. En definitiva, adherirse a CampingCard ACSI en un buen método para fidelizar clientes a los campings.



Tarifas inmejorables CPC en medios publicitarios ACSI



En el departamento de marketing en línea de ACSI y Suncamp holidays contamos, además de su labor como el publicista de su camping, con años de experiencia en el ámbito de la venta de publicidad por internet. Hablamos, por ejemplo, de las referencias hacia su sitio web mediante el coste por clic (CPC). Quizá le extrañe, pero como expertos en marketing en línea, miramos con envidia y estupor los precios bajos por clic en Eurocampings.eu y CampingCard.com.

Para fundamentar esta opinión, es importante comprender cómo determinamos en ACSI y Suncamp holidays el grado de éxito de una campaña en internet. Para ello miramos varios indicadores clave de rendimiento (KPI). Nuestro KPI principal con respecto a la realización de reservas es el Effective Revenue Share (ERS). El ERS indica el porcentaje de los ingresos que se utiliza para gastos de marketing: los gastos divididos entre los ingresos. Cuanto menor sea este porcentaje, menores serán los gastos en publicidad con relación a los ingresos que ha generado.

Buenas mediciones

Para poder determinar bien cómo rentabiliza una campaña es de suma importancia que establezca buenas mediciones. Le recomendamos que utilice Google Analytics u otro paquete de análisis en su sitio web. Podrá encontrar más información al respecto en acsi-media.com o bien pedir ayuda a su desarrollador web.

En ACSI creemos que una campaña tiene éxito cuando el ERS es inferior al 8 %. Si el ERS se mantiene por debajo del 8 %, nuestro presupuesto es ilimitado: realmente no hay límite en cuanto a gastos porque generan ingresos.

Porcentaje de conversión

Conocemos campings que en Eurocampings.eu y CampingCard.com sacan un porcentaje de conversión en reservas del 1 % mediante CPC. Lo que supone que una de cada cien personas que hace clic en el enlace al sitio web del camping hace una reserva. Esto se traduce en que con un CPC de ACSI de, por ejemplo, 23 cts., una reserva cuesta 23 €. Con un montante de reservas de 600 €, el ERS es del 3,8 %. Realmente nos parece un resultado excelente.

Los clics relativos al camping nos cuestan por término medio en Google Ads 44 cts. por clic. El CPC en Zoover (sitio neerlandés de evaluaciones) está entre 35 cts. y 1 euro. A través de nuestras campañas obtenemos aquí una ratio de conversión del 0,5 %, pero nuestro montante de reservas medio es algo más alto: 950 €. Lo que significa que obtenemos un ERS de entre el 7 y el 10 %. Comprenderá que este ERS origine discusiones a nivel interno. Sería estupendo que hubiera sitios parecidos a Eurocampings.eu y Campingcard.com para la promoción de nuestros productos, donde también pudiéramos hacer publicidad a precios tan favorables. En el centro del grupo objetivo correcto.

PUBLICIDAD

Discovery 300/500

Modelos:
300 - 2 personas
500 - 4/5 personas



¿Desea una experiencia de acampada única para los clientes en su festival, evento o camping? La tienda tipi Discovery se la ofrece. La Discovery es una tienda tipi confeccionada con tejido de tienda TenCate KD de la máxima calidad. Además, tiene la opción de personalizar su tienda tipi. ¡Déjese sorprender!



www.redazeilmakerij.nl - T +31 342 473 351

Un entorno digital para la

Dentro de nada, 340 inspectores de ACSI volverán a ponerse en camino para visitar y revisar más de 10.000 campings de toda Europa. También llegarán a su camping, comprobarán si ha cambiado algo y hablarán con usted. Durante la visita le ofreceremos además opciones de promoción para destacar más su camping en los medios de ACSI y atraer más campistas a su establecimiento. Pero este año lo haremos de una forma diferente a lo acostumbrado. A continuación le explicamos todos los cambios.

Gracias a dos nuevos portales (el Inspector Portal y el Campsite Portal), ACSI ha desarrollado plataformas que beneficiarán al camping, al inspector y a ACSI. En estos entornos, tanto en línea como fuera de línea, se puede procesar la información de una manera más efectiva, precisa y segura. Todas las partes salen ganando. ¿Qué conlleva esto para usted, como director de camping?

Portal para inspectores

Los inspectores de ACSI llevan años realizando los controles de todas las instalaciones de los campings en papel. El ordenador portátil con el Inspector Portal va a facilitar su labor y servirá además para mejorar la calidad de los datos. En el curso de la conversación que el inspector mantendrá con usted en el camping, este utilizará el ordenador lo menos posible. Al fin y al cabo, se trata de un intercambio de información con usted, como las nuevas instalaciones y la modificación de las ya existentes, así como una exposición de sus deseos. Esto lo haremos en papel en la medida de lo posible, tras lo cual el inspector lo procesará digitalmente. Pero para hacer las cosas bien, no se puede evitar que el inspector registre en el ordenador sus posibles deseos en lo que a las diversas opciones



de promoción de ACSI se refiere: anuncios en las guías de camping, CampingCard ACSI, paquetes de Medio, CPC o ACSI Booking.

Desaparecen los contratos en papel

Antiguamente sucedía a veces que los contratos en papel estaban incompletos o que circulaban distintas versiones después de las modificaciones. Confuso tanto para usted como para la redacción, por no hablar del riesgo de errores. Al contratar digitalmente la promoción deseada, podemos trabajar con mayor precisión. Para este fin, sería conveniente que el inspector pudiera conectarse a la

red wifi. El inspector tramita de manera digital la promoción que usted elija desde la oficina, en la recepción o desde la tranquilidad de una terraza y posteriormente le enviaremos un correo electrónico

con un enlace a un entorno seguro (Figura 1). En él encontrará la confirmación de pedido, con todas las promociones seleccionadas (Figura 2). Únicamente usted, en calidad de signatario autorizado,

podrá autorizarlas por medio de un código de verificación. Recibirá este código aparte, mediante un mensaje a su teléfono móvil (Figura 3). ACSI utilizará su número de teléfono exclusivamente para enviarle el código de verificación.

Firma digital

Este procedimiento mediante código de verificación se ofrece a través de Evidos, una plataforma que cumple los requisitos más estrictos de seguridad, como SOC e ISO

1

Para consultar todos los acuerdos establecidos en el contrato, haga clic aquí. A continuación podrá estampar su firma digital.

Haga clic aquí para ver el documento «Confirmación de pedido» y firmarlo digitalmente si está de acuerdo.

El documento estará disponible hasta el 4.5.2019.

Una vez firmado digitalmente el documento «Confirmación de pedido», recibirá el documento firmado por correo electrónico.

© Firmar.es es un servicio de Evidos.nl.

Confirmación de la promoción deseada.

2

ACSI SINCE 1965

Número de contrato: 2019-0000000000
Fecha: 24-04-2019

Confirmación de la orden

ACSI Publishing BV (contratista) y [contratante] han acordado que el contratista realizará para el contratante las acciones de marketing estipuladas en especificación adjunta en los medios publicitarios en línea y fuera de esta del contratista en año natural 2020.

Contratante
[Nombre del camping]
[Dirección]
[Teléfono]
[Correo electrónico]

Contratista
ACSI Publishing BV Geurdeland 9, NL 6673 DR Andelst
Postbus 34 NL 6670 AA Zetten Nederland
T: +31 488452055 E: info@acsi.eu I: www.acsi-media.com
Número de registro mercantil: 10142919

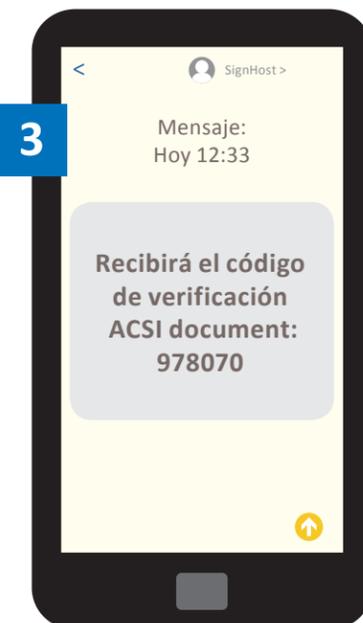
Visitado por el inspector

[Foto del inspector]
J. Urlings
Número ACSI: 933
Fecha de la visita: 3 abril 2019

www.instagram.com/acsi_nl
www.facebook.com/ACSI_EUR

Confirmación de la promoción deseada.

3



Recibirá el código de verificación en su teléfono móvil.

inspección de campings

27001 (Figura 4). Por supuesto, tanto la firma como la identificación digitales son conformes al eIDAS (legislación europea). Evidos procesa a diario miles de firmas digitales de organizaciones de prestigio. De este modo se garantiza un tratamiento seguro del contrato para ambas partes, usted y ACSI.

Portal del camping

Naturalmente, una vez que haya dado su consentimiento, recibirá una confirmación del acuerdo. Posteriormente, en el Campsite Portal podrá revisar el contrato siempre que quiera y modificarlo hasta la fecha de finalización indicada en el mismo. Al hacerlo, se creará un acuerdo modificado y tendrá que realizar de nuevo el procedimiento con el código de verificación. De este modo, mantendrá en todo momento el control de sus documentos y de la promoción contratada. Ni que decir tiene que toda la información del portal del camping está disponible en el idioma que haya indicado.

Un ejemplo de los datos que se pueden adaptar después de la visita de inspección en el Campsite Portal son las fechas de aceptación de la CampingCard ACSI. Es posible que cuando le visite el inspector de ACSI quiera participar en el programa CampingCard ACSI, pero que aún no

tenga claras las fechas de aceptación. En este sentido, pueden influir determinados días festivos. En este caso, el inspector hará clic en «Propuesta» en su ordenador portátil en lo referente a CampingCard ACSI y posteriormente rellenará los datos que ya conozca. Más adelante, durante la temporada, podrá rellenar las fechas de aceptación en el Campsite Portal cuando lo tenga más claro, tras lo cual tendrá que repetir el procedimiento mencionado con el código de verificación. Cuando haya aceptado el acuerdo, recibirá una solicitud de ACSI para que suba el material que falte (material publicitario, descripción del ambiente, fotos, vídeos y logos) al Campsite Portal. Por otra parte, esto le permite tener una perspectiva completa y mantener el control del material promocional propio que ha elegido.

Un lugar central

Con el Campsite Portal hemos creado un espacio central para usted en el que se puede gestionar toda la comunicación entre su camping y ACSI. Al iniciar sesión con su nombre de usuario y contraseña, accederá a todos los datos relevantes. Asimismo, en este entorno puede también cargar todo el material que necesita ACSI para llevar a cabo todos los trabajos acordados. Aquí

puede ver también cuántas fotos puede poner, así como las fotos y materiales promocionales que tiene ACSI en cada momento (Figura 5). Esto supone una gran claridad para ambas partes. Si nos falta algún dato sobre usted, podemos informarle fácilmente. Esto nos permite asegurarnos más rápidamente de que disponemos del material correcto.

Preparación minuciosa

La digitalización del método de trabajo de los inspectores de ACSI supone un gran cambio tanto para nosotros como para usted. A fin de facilitar al máximo el proceso, preparamos minuciosamente a los inspectores para ello. Durante los meses de marzo y abril se celebraron las jornadas de formación en la sede de ACSI, donde se explicó con claridad el funcionamiento de los portales. Pero no nos olvidamos de usted. Por ello, antes de la inspección ACSI enviará a todos los campings un extenso boletín informativo anunciando la visita y con un enlace al nuevo folleto de medios. Así conocerá todas las opciones de promoción antes de la visita para hacer que su camping destaque aún más.

La prioridad es el camping

Con los portales le damos la oportunidad de tener controlada en

todo momento su comunicación con ACSI. Otra ventaja es que se reduce considerablemente el riesgo de errores. Para nosotros, usted y su camping son prioritarios.

El inspector de ACSI y nuestro equipo de la sede de ACSI están a su disposición para ayudarle en lo que necesite.

Todos los cambios de un vistazo:

- ✓ Se acabaron los contratos en papel.
- ✓ Firma digital segura a través de un código de verificación.
- ✓ Confirmación digital de pedidos.
- ✓ Posibilidad de modificar el pedido usted mismo o hablando con ACSI hasta la fecha límite indicada en la confirmación de pedido.
- ✓ Puede subir o eliminar fotos, descripción del ambiente, vídeos, logos y material promocional en el Campsite Portal.
- ✓ A partir de ahora ya no se puede enviar material a ACSI por correo electrónico, WeTransfer o cualquier otro método.

Firma digital e identificación digital.

Cómo tratar a los **campistas con perros**

Un nada desdeñable 24 % de los usuarios de CampingCard se va de vacaciones con el perro. Disfrutar de la naturaleza, el espacio y la libertad. Hay campings que hacen todo lo que está en su mano para ofrecer un servicio óptimo a los huéspedes con perros. Así, por ejemplo, disponen de tratamientos de bienestar o de playas especiales para perros. A continuación le hablaremos de algunos de estos paraísos para nuestros fieles amigos y le daremos algunos consejos sobre lo que tienen en cuenta los propietarios de perros a la hora de elegir un camping.

1. Camping Slatina, Croacia

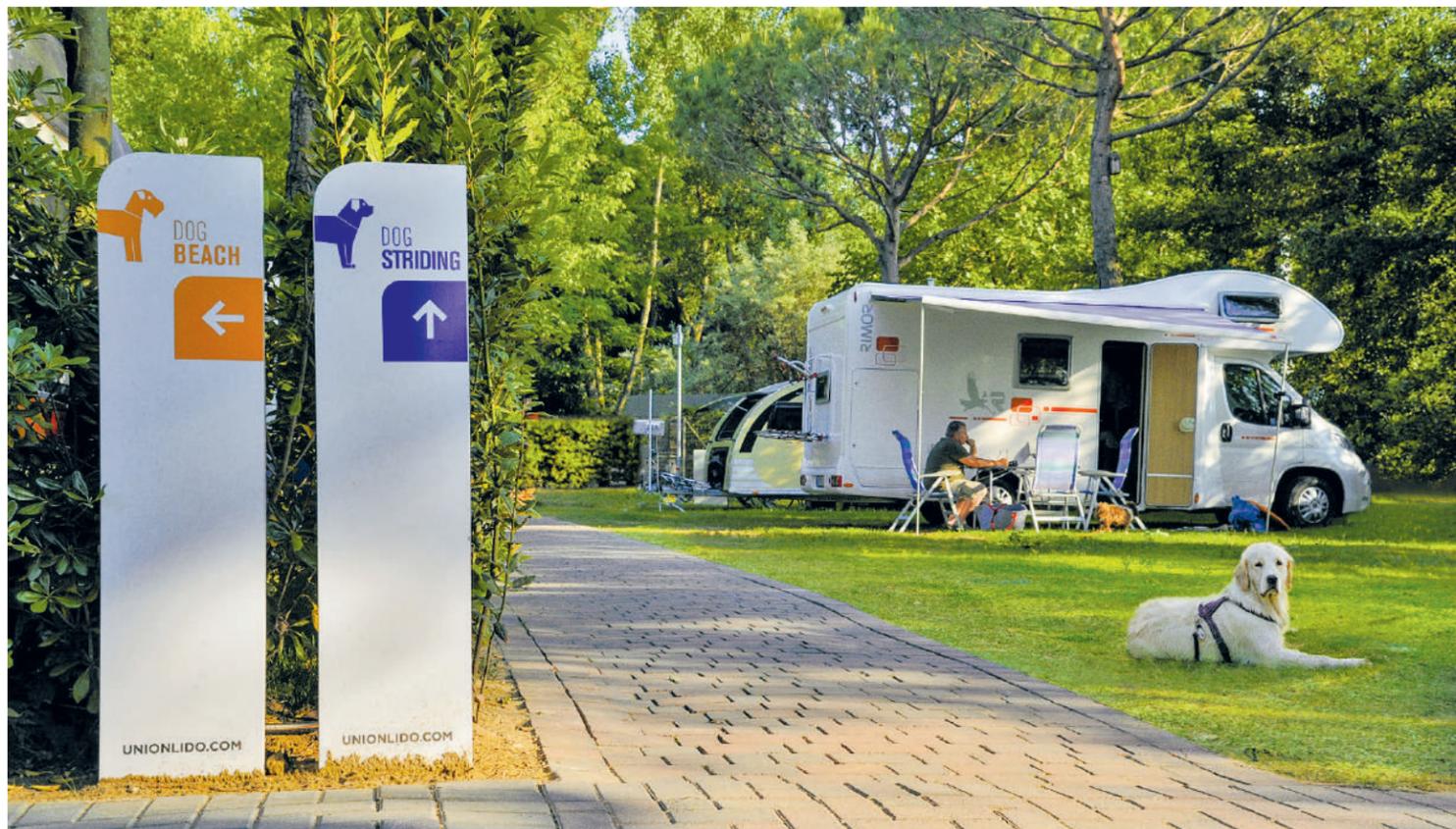
Durante los meses de verano, el camping contrata a un adiestrador de perros que ofrece gratuitamente entrenamientos diversos. También puede consultarle directamente si su perro tiene problemas de comportamiento. El camping quiere garantizar una perfecta convivencia entre los campistas con y sin perro. Por todo el camping hay distintas zonas en las que se puede sacar y soltar al perro. Asimismo, en la playa hay una zona específica para el baño de los animales.

2. Tiliguerta Camping Village, Italia

En verano se organizan espectáculos caninos y hay una playa especial donde los perros pueden correr, jugar y bañarse. Tiliguerta Dog Beach está completamente equipada para perros. Hay sombrillas y tumbonas, escudillas para beber, juguetes flotantes para el agua, ducha para perros y aperitivos, además de veterinario, cuidador y adiestrador. Para acceder a la playa es necesario mostrar el pasaporte europeo para perros o una cartilla de vacunación. Tiliguerta Camping Village está en Cerdeña.

3. Camping Besthmenerberg, Países Bajos

En este camping situado en los bosques de la región de Vechtdal en Overijssel puede llevar gratui-



Parque canino en Union Lido (Italia).

tamente hasta cuatro perros. Tiene numerosas comodidades, como la posibilidad de alquilar una valla para la parcela, una ducha canina o una zona de juegos para perros donde pueden estar sueltos. Disponen incluso de un servicio de guardería donde se ocupan muy bien del perro mientras el campista disfruta de un refrescante baño en la piscina. Y en el Centro Canino de Wraf puede realizar cursos, entrenamientos o actividades especiales con su perro.

4. Union Lido, Italia

Union Lido en Cavallino (Venecia) inauguró un Dog Camp especial en 2016 con 220 parcelas y numerosas instalaciones para nuestros amigos de cuatro patas. Por ejemplo, los campistas pueden mimar a sus mascotas con un auténtico spa para perros, una rica bebida en el Dog Bar, un refrescante chapuzón en la Dog Pool o una sesión lúdica en la Dog Beach. ¿Que le apetece tomarse unas vacaciones como propietario durante un rato? En

ese caso, un cuidador se llevará a su perro a dar una vuelta. También dispone de veterinario y ambulancia para perros para casos de emergencia.

5. Recreatiepark Samoza, Países Bajos

Después de pasear por los bosques de Veluwe, el perro puede darse una ducha. Para ello, el camping dispone de una ducha especial para perros gratis para los campistas. Puede llevar gratuitamente hasta cuatro perros y participar en las actividades del Centro Canino de Wraf, como sesiones de fotos o entrenamientos de agilidad. El camping organiza periódicamente jornadas caninas con actividades extraordinarias para los perros y sus dueños.

6. Camping Lanterna, Croacia

Lanterna Premium Camping Resort, situado en la península croata de Istria, alberga el Happy Dog Premium Village, totalmente adaptado para las mascotas. Las instalaciones van desde masajes y

tratamientos de bienestar caninos, hasta un bar con una cerveza especial para perros, un campo separado, una ducha y una playa específicamente para perros. También

existe la posibilidad de alojarse en este pueblo temático en 18 casas de camping con un equipamiento muy moderno.

Factores en los que se fijan los dueños de perros

- Los huéspedes con perros suelen buscar un camping en un entorno natural, donde poder disfrutar de la naturaleza con sus alegres amigos de cuatro patas.
- Consideran muy importante que las parcelas tengan sombra, sobre todo en las temporadas más cálidas, cuando hay más peligro de que los perros sufran golpes de calor.
- No todos los perros son igual de sociables con sus congéneres o con las personas. Por eso, para los dueños de perros está bien poder cerrar su parcela con una valla. La mayoría de campistas suele llevarla consigo, pero es un buen servicio que puede ofrecer el camping.
- Para los propietarios es importante conocer las normas vigentes en el camping y en el país al que van a viajar. También es conveniente mencionar claramente las reglas relativas a los perros en la página web del camping.
- Los amantes de los perros suelen optar por campings situados cerca del mar, de un lago o un río.
- Asimismo, prefieren no estar demasiado cerca de niños o instalaciones infantiles.



Recreatiepark Samoza (Países Bajos).



Tiliguerta Camping Village (Italia).

La araña en la red

Sistema de Gestión de Propiedades

Gestionar las reservas a través de la página web, controlar la barrera automáticamente, preparar la factura en un rato a la salida, etc. Puede ahorrarse mucho trabajo gracias a un Sistema de Gestión de Propiedades (PMS). ¿Cómo funcionan exactamente y qué nuevas aplicaciones ofrecen? ACSI se lo explica.

Los campistas ven como algo natural que el camping tenga página web para poder hacerse una idea del ambiente y de la oferta, para comprobar si tiene parcelas libres en las fechas deseadas y reservar, llegado el caso. Tampoco les sorprende ya ver cómo se abre automáticamente la barrera al llegar al camping o saber qué parcela les corresponde. Con solo pulsar un botón a la salida, se les prepara la factura, incluyendo los costes de consumo de electricidad. Lógicamente, todo está ya procesado en la contabilidad del camping, se envía una invitación de revisión y, al cabo de unos meses de su estancia, el cliente recibe automáticamente una buena oferta para la temporada siguiente. Lo que no saben los campistas es lo que hay detrás y todo lo que puede hacer un Sistema de Gestión de Propiedades (PMS) y un gestor de canales. Para muchos profesionales del sector del camping es pan comido, pero aún hay muchos para los que es un mundo totalmente nuevo.

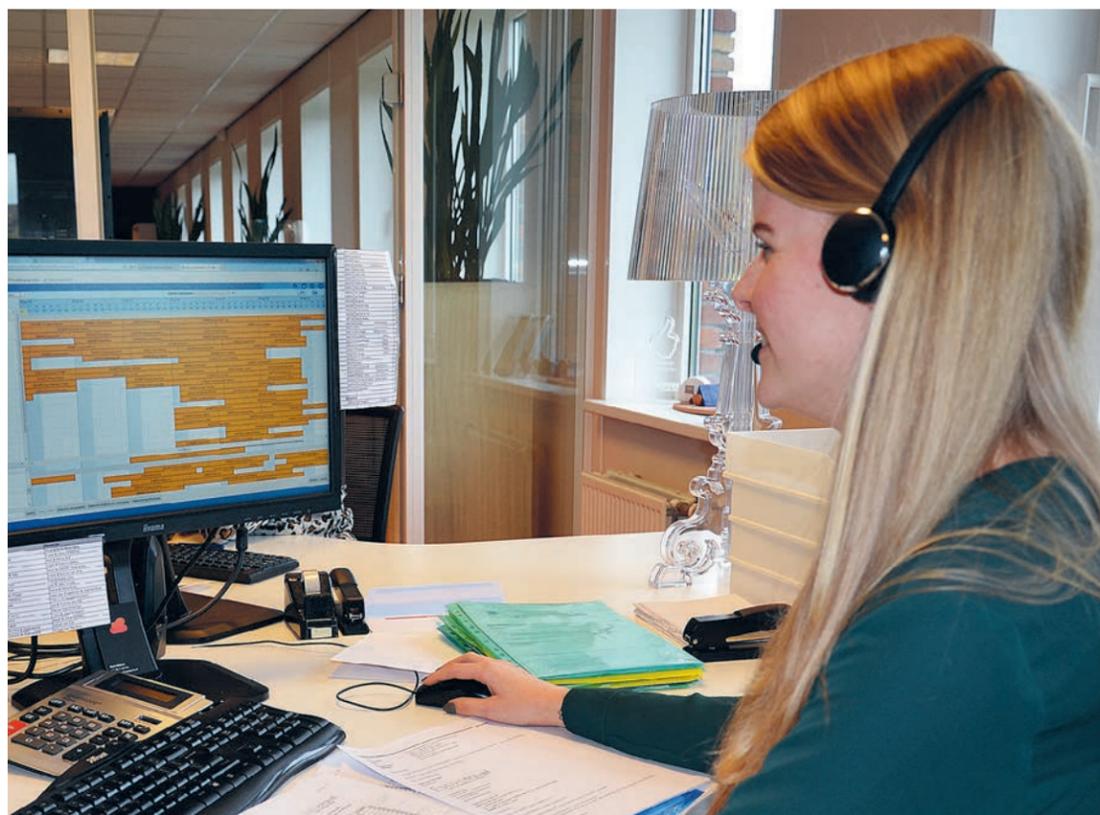
Precios dinámicos

Al principio, la función principal de un PMS consistía en distribuir a los huéspedes por el camping de la mejor manera posible. Hoy en día, las herramientas de reserva, ventas y marketing son probablemente los recursos más importantes de un PMS. Esto comprende desde distintos widgets o conductos de reserva hasta la integración de Google Ads. La última ampliación se refiere a

la posibilidad de ofrecer «precios dinámicos», es decir, precios que varían en función de la fecha de la reserva, y «gestión de ingresos» (herramientas dirigidas a conseguir automáticamente el precio más alto posible: el sistema intenta detectar el precio «óptimo» en el momento en que los campistas desean reservar). Cada vez hay más PMS que admiten los precios dinámicos.

La gestión de ingresos parte de la base de que, mientras no descienda el número de reservas y el importe de las mismas, los precios seguirán aumentando un poco. Cuando los resultados bajen

pueda influir sobre las reservas, como el tiempo. Estas técnicas son habituales en la aviación y en el sector de la hostelería. Phobs ofrece este tipo de recursos desde hace varios años. Master acaba de introducir la gestión de ingresos. Se hace especial hincapié en el marketing. Los PMS incorporan continuamente nuevas herramientas y ofrecen soluciones de otras empresas asociadas. Así, por ejemplo, Tommy colabora con una empresa que ofrece planos y dispone de diversos widgets de reserva listos para usar. Por otra parte, siguen trabajando en más conexiones de equipos. Stratech



Uso de un PMS para el registrar de una reserva telefono.

ligeramente, los precios seguirán la misma tendencia hasta que los resultados vuelvan a subir. Una herramienta de gestión de ingresos tiene en cuenta los datos históricos de reservas, el patrón estacional, el país de procedencia del cliente y todo aquello que

se integra con sistemas externos de caja, mientras que Erdmann Edv Service hace lo propio con un sistema de restaurantes.

Todo a la nube

Gran parte de las empresas que ofrecían PMS se centraron al principio en otras formas de alojamiento, hoteles, por lo general, aunque luego incluyeron también los campings. También ocurre al contrario. Erdmann Edv Service comenzó ofreciendo un PMS para campings y ha ampliado su oferta a otros alojamientos. Antes de la llegada de Internet, los PMS eran totalmente locales y se limitaban al camping. Posteriormente, los datos pasaron a un servidor central del proveedor. El hecho de guardar los datos en servidores centrales hizo posible reservar campings por Internet.

Ahora se almacena todo lo posible en la nube y numerosos PMS están íntegramente en la web. Los campings de mayor tamaño con equipos conectados suelen optar por combinar el almacenamiento

Gestionar un camping sin PMS

Un PMS cuesta dinero y, para muchos campings, este es uno de los motivos para seguir haciendo todo de forma manual. Esto es posible mientras no se pueda reservar el camping en línea, pero los campistas quieren poder reservar en cualquier momento del año. Para aquellos campings que disponen de una página que permita reservas y que quieran participar en los sitios de reservas como los de ACSI, es prácticamente inevitable trabajar con un PMS. Por otra parte, con ello el camping aumenta radicalmente su productividad: dejará de recibir gran parte de las llamadas para preguntar por los precios y la disponibilidad. Los clientes que llegan sin reserva pueden comprobar por adelantado si hay sitio, en una de las páginas de ACSI, por ejemplo.

local (para el control de las barreras, cajas, etc.) y en la nube (para los datos de las reservas).

un sistema que respalda completamente a los campings en la gestión y optimización de sus reservas y rendimientos. Asimismo, son un gestor de canales para las plataformas de reservas. Phobs está conectado con veinte PMS.

Recién llegados

Cambiar de PMS no es sencillo. No obstante, ocurre todo el tiempo y constantemente llegan al mercado nuevos proveedores y productos que resultan asequibles para los campings más pequeños. Así, recién llegados como Inaxel, Camping.Care y Booking Experts consiguen atraer a un número relativamente importante de campings. Lo mismo pasa con los nuevos productos de nombres conocidos del sector de los PMS, como el programa Tommy 2.0 de AICN. Se tiende a una mayor facilidad de uso y hacia una configuración que requiera la menor asistencia posible, de forma que el camping tenga que pagar menos por los servicios. Es imprescindible ofrecer buenas opciones de integración con los paquetes informáticos más habituales, como paquetes de contabilidad, CRM y de correo electrónico.

La función de los gestores de canales

La gestión de canales desempeña un papel importante a la hora de conseguir el mayor número de reservas al menor coste posible: es posible indicar para cada canal (ACSI Booking, por ejemplo), por tipo de parcela o de alojamiento la oferta a través de ese canal.

Muchos PMS disponen de una función de gestión de canales integrada, así como enlaces a gestores externos de canales. Por ejemplo, Ctoutvert Channel Manager (unos 30 PMS y gestores de canales abiertos), Phobs (90% del mercado croata), Nextpax (Tommy, Maxxton), Qenner (Stratech, Maxxton) y Siteminder (Mastercamping). Algunos gestores de canales están conectados entre sí.

Nombre	Url	Mercados principales
AICN / Tommy 2.0	www.aicn.nl	Países Bajos
Booking Experts	www.bookingexperts.nl	Países Bajos
Camping.Care	camping.care	Países Bajos, Alemania, Italia
Compusoft	www.compusoft.dk	Dinamarca, Alemania
Easycamp	www.easycamp.info	Alemania, Austria, Italia
Erdmann Edv Service	www.erdmann-edv-service.de	Alemania
Inaxel	www.inaxel.com	Francia
Master Camping	www.mastercamping.com	España
Maxxton	www.maxxton.com	Países Bajos, Bélgica
Sequoiasoft (Thelis)	camping.sequoiasoft.com	Francia, España
Stratech	www.stratech.nl	Países Bajos, Bélgica, Luxemburgo
Ctoutvert	www.ctoutvert.com	Múltiples países
Phobs	www.phobs.net	Múltiples países
Qenner	qenner.com	Múltiples países
Nextpax	nextpax.com	Múltiples países
Siteminder	www.siteminder.com	Múltiples países

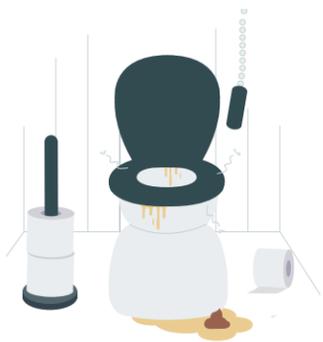


¿Quiere conocer mejor a los campistas europeos?
¿Qué opinión merecen, por ejemplo, los campings naturistas?
¿Qué se come durante las vacaciones?
¿Qué alimentos nos llevamos desde casa?
¿Para qué se utiliza internet en el camping?

Puede descargar el informe completo del estudio en www.eurocampings.es/estudio-acampada

italianos y franceses) estén el doble de enfadados por el mal tiempo durante las vacaciones que el resto de las nacionalidades (neerlandeses, alemanes e ingleses). Por tanto, parecen apreciar especialmente acampar con buen clima.

No obstante, hay también tareas en el camping que al campista le pueden suponer una lata. En el número uno, entre los campistas de varias nacionalidades, está a menudo la limpieza del baño (químico). Sin embargo, a los italianos les parece que preparar el equipo de acampada es la tarea más engorrosa (35 %). ¿Hacer la compra durante las vacaciones? De todas las nacionalidades, son los franceses los que opinan que es la tarea más pesada.



Evaluaciones

Los campistas conceden valor a lo que otros campistas opinan del camping. La mayoría de los campistas leen las evaluaciones de campings de otros. Sobre todo los españoles parecen guiarse por esta información. El 64 % lee a menudo o siempre la evaluación de otros campistas acerca del camping. De todas las nacionalidades, los franceses son a los que menos les atraen las opiniones de otros.

Los temas más importantes en una evaluación de camping son para la mayoría de las nacionalidades los sanitarios y la higiene. El entorno y la relación calidad-precio son igualmente asuntos importantes.

Widgets de ACSI

Muestre a los visitantes de su sitio web que apuesta por la calidad

Como camping de ACSI tiene la posibilidad de poner un widget de ACSI en su sitio web. Así podrá hacer un uso excelente de ACSI como marca de calidad.

Un widget es un pequeño elemento gráfico que puede añadir fácilmente a su sitio web y que contiene información útil para el visitante del sitio. Podría ser el logo de ACSI o la cifra que le han asignado los campistas que han dejado evaluaciones en nuestros sitios web o en nuestras apps.

Marca reconocible para millones de campistas

El logo de ACSI es una marca de calidad y es muy reconocible para millones de campistas de toda Europa. Al colocar el logo de ACSI en su sitio web, mostrará a sus visitantes la valiosa colaboración con ACSI, lo que generará confianza en los futuros clientes.

Enseñe las evaluaciones de su camping

Además del logo de ACSI, las evaluaciones de su camping también son importantes para los futuros huéspedes del camping.

1. Widget de evaluación

Muestre las cifras de calificación reales de los campistas. ¡Puede estar orgulloso!

Elegir widget de evaluación

2. Widget de logotipo

¡Demuestre que trabaja con nosotros!

Elegir widget de logotipo

3. Widget de inspección

¡Destaque que inspeccionamos su camping todos los años!

Elegir widget de inspección

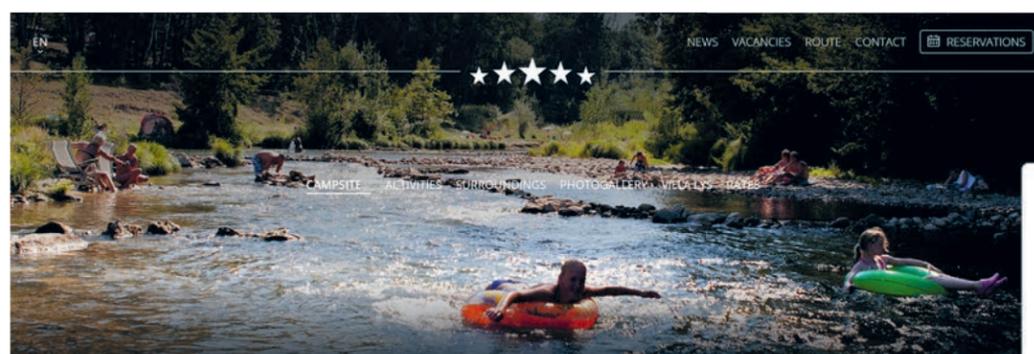
Puede descargar tres tipos de widgets:

1. Cifra asignada de evaluación ACSI
2. Widget con logo de ACSI
3. Widget con logo de ACSI + año de inspección

Para más información eche un vistazo a www.eurocampings.es/widget

Widgets de ACSI:

- ✓ Muy sencillos de crear
- ✓ Fácil de colocar en su sitio web
- ✓ Elevado atractivo para los visitantes
- ✓ Muestra que colabora con ACSI



CAMPSITE

UNIQUE

La Belle is a terraced camp site positioned next to a wooded hillside and set in 36 hectares of grounds. The site can only be accessed along a 1 km track. The site is positioned right by the River Cèze, one of the tributaries of the de Rhône.

The camp site is under Dutch management. You will receive a warm and personal welcome and a motivated team is at your service. You can get the utmost enjoyment from your holiday!



OPENING CAMPING

The campsite is open from 30 March till 21 September 2019. Our reception is open daily from 8.30 till 17h. (After opening hours you can check in at the bar).

A part of the campsite has an access to handicapped persons or reduced mobility.



Campsite La Belle

7.9

30 reviews

Toilet facilities	7.9
Staff	8.0
Price - quality comparison	7.8
Child friendliness	7.8
Entertainment	8.2
Sports facilities	7.8
Swimming pool	7.8
Food and drink	7.8
Surroundings	8.5

[Add a review](#)



Annually inspected by ACSI

Costruire con passione

Abrir un camping completamente nuevo, reubicarlo o renovarlo por completo trae consigo muchos desafíos. Hablamos de ello con cuatro campings y con el Baia Holiday Group. Nos cuentan que es

necesaria mucha pasión y perseverancia para levantar un camping nuevo. Escuchar a los clientes y tener una visión propia es esencial.

Camping Cisano/San Vito en Bardolino (Italia)

«Nuestra paciencia ha tenido su recompensa»

El camping Cisano / San Vito se encuentra a cerca del lago de Garda. Hablamos con el director Umberto Borsotti a propósito de la extensa renovación de éste.

«En noviembre de 2018 comenzamos con una gran ampliación que incluía un parque acuático nuevo, 130 parcelas por estrenar y un hotel. La capacidad se ha incrementado en un veinte por ciento, lo que exige una buena organización. Hemos mandado hacer un profundo estudio técnico y arquitectónico y hemos tenido en cuenta las directrices de las organizaciones italianas y del norte de Europa. Es importante asumir estar directrices ya desde la fase de diseño, porque así se puede mejorar el servicio al cliente. No solo queremos cumplir los requisitos mínimos y las reglamentaciones, queremos asentar un estándar elevado en un mercado que está en constante movimiento».

Paneles solares

Borsotti quiere llevar a cabo un diseño innovador y respetuoso con el medioambiente. «Para ello hemos pedido asesoramiento a todo tipo de especialistas. Hemos instalado paneles solares que van a suministrar el treinta por ciento de la energía al hotel. También

«QUEREMOS
ASENTAR
UN NUEVO
ESTÁNDAR»

recogemos el agua de la lluvia en un tanque, con la que rociamos las plantas en periodos de sequía. El sistema de descarga se ha adaptado en los baños nuevos, por lo que se requiere menos agua».

Muy satisfechos

Sobre la planificación, Borsotti comenta: «La planificación acapa-



ró varios años porque tuvimos que trabajar con muchas partes, como el ayuntamiento de Bardolino; la provincia de Verona; la región de Véneto; y la Superintendencia de Arqueología, Bellas Artes y Paisaje, una organización que vela por

la conservación del paisaje. Las respuestas de los administradores se hicieron esperar en algunos casos, pero nuestra paciencia ha tenido su recompensa. La construcción casi ha finalizado durante este tiempo y estamos muy satis-

fechos con el resultado. Cuando el suelo y el césped se hayan recuperado y florezca la vegetación, no se verá que ha habido una renovación. ¡Todavía estamos esperando la reacción de nuestros huéspedes!».

Camping Resort Bodenmais en Bodenmais (Alemania)

«Resulta que hemos captado bien el espíritu»

El Camping Resort Bodenmais es un camping nuevo en vías de construcción. El deseo abrigado desde hace tiempo de un grupo de empresarios alemanes nuevos en el ramo del camping.

Diane Heigl, jefa de *marketing*:

«Teníamos desde hace años el deseo y la visión de comenzar un camping y hemos estado controlando el mercado de las acampadas. Contamos con mucha experiencia profesional en el ámbito de la tecnología, automati-

zación, construcción e industria. Ya desde el principio contábamos con clientes del sector turístico. Por lo que ya estábamos familiarizados con las posibilidades y retos de este mundo. El paso hacia un camping propio ha sido muy meditado y planificado con mucha antelación».

Un sitio donde sentirse bien

El concepto para Bodenmais es un «sitio donde sentirse bien», con un ambiente rústico y exclusivo y todo el confort. El camping cuenta con instalaciones para el bien-

Calidad por encima de la calidad

«Ya contábamos en casa con mucha experiencia para la planificación y construcción del camping», comenta Heigl. «Hemos estudiado las tendencias del camping y los deseos de los campistas y nos hemos hecho la pregunta de si esto conectaba con el concepto que nos imaginábamos. Afortunadamente, resulta que hemos captado bien el espíritu y tenemos visión de futuro. Asimismo, la escala relativamente pequeña del camping es un gran punto a favor. Nos parece que la calidad está por encima de la calidad».

La inauguración del camping está programada para abril de 2020. A partir de agosto de 2019 se podrán hacer reservas. «Seguimos aprendiendo mucho y estamos expectantes acerca de nuestras experiencias dentro de un año», dice Heigl. «Estamos ilusionadísimos con este nuevo proyecto».

«UN CAMPING
PROPIO ERA EL
PASO LÓGICO»

estar, una SkyPool y en todo el terreno hay agua Grandewasser (tratada especialmente, agua saludable). También la sostenibilidad juega un papel importante. Heigl: «Utilizamos vehículos eléctricos y sacamos nuestra energía de los paneles solares principalmente. Estamos adheridos al sistema regional de calefacción por combustión de madera. Y gracias al agua Grandewasser necesitamos menos cloro y tenemos menos carga de cal».



Camping Waterhout de Almere (Países Bajos)

«Recuperamos los deseos de los campistas»

El Camping Waterhout de Almere sufrió un proceso particular. Este camping tenía que haber estado emplazado en su conjunto en otra ubicación. Hablamos con la propietaria Tineke Fokkens.

«Tuvimos que mudar nuestro camping porque el ayuntamiento de Almere había planificado en nuestro sitio la Exposición Universal de Horticultura Floriade y un nuevo barrio residencial. El ayuntamiento sostuvo hasta 2016 que el camping podía quedarse, pero más tarde resultó que esta nunca había sido la intención. Hemos hecho todo para poder quedarnos, pero frente a las autoridades no se puede hacer nada».

Seis meses

«Para el nuevo camping hicimos nosotros mismos un proyecto y pedimos que nos lo dibujaran», comenta Fokkens. «La construcción tenía que levantarse en medio año y eso es todo un

trabajo. Debido a un ayuntamiento lento trabajando, tan solo pudimos empezar a principios de septiembre y teníamos que abrir antes de Semana Santa. Además, ha hecho muy mal tiempo, con muchas lluvias y tormentas, lo que ha obstaculizado bastante. Pero hemos seguido buscando soluciones para estar listos antes de Semana Santa».

Forma circular

«En el nuevo camping se han tenido en cuenta los deseos de los campistas», afirma Fokkens. «El antiguo camping tenía una forma circular que los huéspedes apreciaban. La hemos recuperado para el nuevo camping. Contamos con amplias parcelas con electricidad, agua y desagüe. También tenemos parcelas para autocaravanas, lodges, tiendas de glamping y una balsa para acampar. Hemos diseñado los edificios de manera sostenible y hemos colocado calentadores de

agua y paneles solares. Por otro lado, reciclamos la basura, contamos con nuestro propio huerto y árboles frutales y la vegetación es sostenible».

Con placer

Acerca de todo el proceso Fokkens comenta: «Piensa bien

con antelación lo que quieres y empieza con tiempo si es posible. Supone una diferencia de mucho estrés. Llegar a buenos acuerdos con los contratistas es importante. No es factible levantar un camping nuevo en tan corto espacio de tiempo. Nos ha salido bien porque creemos en ello y nos

gusta hacerlo. Después podremos tomárnoslo con más calma porque nuestros hijos continuarán con el camping». Los huéspedes de Waterhout sostienen el camping. La familia Fokkens está muy ilusionada con la nueva temporada y lista para dar la bienvenida y mimar a los clientes.



Kamp Omišalj in Omišalj (Croacia)

«Cada huésped debe sentirse bienvenido»

Kamp Omišalj en la isla croata de Krk ha sido renovado completamente. Tiene la palabra Iva Biskupi, directora de ventas y marketing.

«En Omišalj puedes encontrarte unas vacaciones de lujo en un entorno mediterráneo», cuenta Biskupi. «Cualquier huésped puede encontrar aquí su camping o alojamiento favorito. Las parcelas cumplen con los más altos estándares. Los sanitarios también cumplen con las exigencias más elevadas en términos de higiene».

Estudio de clientes

Biskupi nos cuenta que la construcción se prolongó dos años. «Durante todo el periodo hubo un equipo de expertos presente. Nos

topamos con algunos problemas, de modo que tuvimos que paralizar la construcción en el verano de 2017. Ese otoño pudimos retomarla».

Para satisfacer los deseos de los huéspedes, entablamos mucha comunicación con los campistas acerca de sus ideas y necesidades. También llevamos a cabo un estudio de clientes. «Cada huésped es importante para nosotros y queremos que todos se sientan bienvenidos», comenta Biskupi. «Después del registro de entrada, acompañamos personalmente

a los huéspedes a su parcela. También destinamos tiempo para informar sobre los eventos del camping. Hemos invertido mucho en un acercamiento personal. Además, los huéspedes del camping pueden acceder gratis a todas las instalaciones».

Acciones ecológicas

La sostenibilidad también acompaña la atención. Biskupi: «El agua se calienta mediante energía solar, reciclamos la basura y organizamos «acciones ecológicas» para mantener limpio el mar y las zonas subacuáticas. Colaboramos a menudo con organizaciones locales y clubes de buceo extranjeros».



Reforma de la mano de Baia Holiday Travels & Leisure

¿Cómo se pone manos a la obra una compañía grande como Baia Holiday Group - con complejos vacacionales en Italia, Croacia y Francia - a la hora de una reforma? Luca Neboli, director de marketing y comunicación de la sección italiana de Baia Holiday Group: «Queremos ofrecer lo mejor para cada temporada y para cada tipo de cliente. Por este motivo, invertimos mucho en formación, en nuevos métodos de estudio y desarrollo y en ayuda de técnicos y asesores

«SE NECESITA PASIÓN PARA OBTENER ÉXITOS»

especializados. El propósito de todo esto es lograr el «efecto sorpresa». Los permisos y los procedimientos burocráticos acaparan mucho tiempo y energía. Preferiríamos emplearlos en mejorar la experiencia vacacional de nuestros huéspedes. Los proyectos también son a largo plazo. Gracias a la tenacidad de trabajadores, como nuestro presidente Mario Vezzola, hemos podido realizar un proyecto como el Camping Village Roma Capitol (*un complejo de camping justo en Roma*). Este proyecto se terminará finalmente en 2019. La sostenibilidad y la ecología son prioridad. Seguimos una política ecológica estricta para mantener intactos los ecosistemas y reducir al máximo la contaminación. También implementamos energía sostenible y paneles solares. El ingrediente más importante para realizar una reforma con éxito es la pasión. No todo el mundo cuenta con espíritu emprendedor, pero para nosotros la pasión es necesaria para obtener éxitos en este ramo».



Aún más cerca de la naturaleza

Novedades del mercado de alquiler

El campista exigente desea experimentar, pero esto ya lo saben bien los fabricantes de alojamientos de alquiler. Crece la oferta de chalets de lujo en plena naturaleza y de las cómodas tiendas de campaña glamping que se levantan en el entorno. Una selección de los diseños inspiradores que estarán en el mercado a partir de esta temporada de acampada.



El Safari Adria Adriatic tiene una fabulosa terraza.

Por primera vez, CrippaConcept estuvo presente en la prestigiosa Semana del Diseño de Milán que tuvo lugar en abril. El fabricante italiano de los alojamientos de alquiler presentó con un gran terreno de glamping el futuro de las vacaciones al aire libre al público, prensa y diseñadores de todo el mundo. El concepto

futurista presentado Nuovi Sogni, «nuevos sueños», se centró en dos diseños de primera línea de la marca. Para la casa móvil Queenslander, el arquitecto milanés Luca Colombo se inspiró en el mundo náutico. Entre otros aspectos, puede apreciarse en el revestimiento de cinc, cobre y titanio de la fachada y en un interior que nos

recuerda la cubierta de un yate de lujo. El otro diseño, el A-Luxury Lodge del arquitecto Roberto Perego, es un lodge de glamping con dos plantas. Los diseños de CrippaConcept proporcionan la experiencia vacacional definitiva, comenta el director Sergio Redaelli: «Ponemos mucha atención en la sostenibilidad y el diseño, y creamos una experiencia de bienestar asequible para todo el mundo».

Base y lujo

Luxetenten.com celebra su décimo aniversario con un diseño flamante, la Romanov Residence. Este modelo exclusivo es el primero de una línea nueva. Al añadir una planta adicional, hay espacio suficiente en la tienda de glamping para, entre otros ambientes, un lujoso baño, una cocina y dos dormitorios. También cuenta con una amplia terraza. El principio fundador de este diseño, según Luxetenten.com, es



Romanov es el primer modelo de una línea nueva.



La Queenslander está inspirada en un yate.

«volver a la base y estar más cerca de la naturaleza, pero con el lujo de un hotel de cinco estrellas». La empresa trabaja desde hace poco con la agencia de diseño belga Black Sheep Productions para el desarrollo de nuevos conceptos en materia de glamping.

Distintas opciones

En la pasada edición de El Mundo ACSI ya enseñamos los nuevos diseños Alpline de Adria (chalet modular para zonas de montaña), Floating Resort (casa móvil flotante) y Safari Loft (tienda de campaña de glamping grande). La marca también presenta esta tem-

porada una serie SLine completamente nueva de casas móviles con detalles de diseño especiales, como una fachada delantera en la que se puede poner una impresión fotográfica. Las series MLine y XLine se han renovado por completo, con distintas opciones para revestimientos de fachada, tejado y parte interior de la terraza. Safari Adriatic también es novedad: una tienda de glamping que da opción a distintos niveles de equipamiento, desde el básico hasta el superlujo. Gracias a la gran terraza delante de la entrada, los campistas siguen estando cerca de la naturaleza.



Lujo en la naturaleza: A-Luxury lodge.

Inspiración: experiencias en la naturaleza en complejos vacacionales

No solo los campings, también los complejos vacacionales invierten en conceptos para poder ofrecer a los clientes o propietarios de viviendas de vacaciones una experiencia de lujo en la naturaleza. En este contexto, la plataforma en línea 2HB presenta los llamados Forest Cubes en las Ardenas belgas a los consumidores que buscan una segunda vivienda. Estas modernas cabañas entre los árboles están equipadas con todas las comodidades y proporcionan una confortable sensación de vida rural. Quirios Holiday Retreats desarrolla un nuevo tipo de alojamiento en el sur de los Países Bajos. Las novedosas viviendas en grupo son idóneas para diez o doce personas. Se construyen alrededor de un árbol para lograr la experiencia definitiva en la naturaleza.



Viviendas en grupo de Quirios



Forest Cube en las Ardenas belgas.

(Fuente: www.pretwerk.nl)

Una nueva generación de SunLodges



Crear algo que no haga nadie más, esta es la visión de Ramon van Reine (director ejecutivo de ACSI) y, por tanto, la estrategia de SunLodge. Con las casas prefabricadas SunLodge pretendemos sobre todo reinventar el espacio disponible, ofrecer experiencias y sorprender. Lo mismo ocurre con la generación de 2019.

Las modernas casas prefabricadas de nuevo desarrollo no tienen nada que ver con las caravanas fijas. La naturaleza sigue siendo la inspiración, lo cual se puede apreciar en un estilo de vida de aventura y en el uso de materiales

de primera calidad, así como de colores y tejidos exclusivos. Con su terraza vallada y cubierta y su acabado en madera de alerce, parece en realidad una vivienda vacacional de lujo. Las actuales casas prefabricadas de SunLodge

son conocidas por sus grandes camas, su lujosa ropa de cama, la cocina con lavavajillas, el sistema de audio con Bluetooth y la terraza cubierta con un bonito farol colgante. Los nuevos modelos cuentan además con un cuarto de baño con ducha en cascada y una imagen selvática especial, con una mesa hecha con el tronco de un árbol, asientos tapizados con diseño safari y estampados de animales africanos en las paredes.

Variedades especiales de árboles

Los nuevos nombres proceden una vez más de variedades especiales

de árboles, con el BigLeaf, por un lado, (similar al modelo Aspen de tres dormitorios) y el Catalpa, por otro, (similar al RedWood, con dos baños).

El modelo Catalpa dispone incluso de una cocina exclusiva en isla y, de nuevo, el cuarto de baño separado del aseo. La terraza (cubierta) es quizá lo más importante de la experiencia vacacional, por lo que le hemos prestado una atención especial y la hemos equipado con un sofá de terraza DuoLounger con cojines gruesos.

Combinación doble

Por otra parte, hemos adquirido nuevos pabellones para 2019, entre los que destaca una exclusiva combinación doble. El modelo

Colofón

Edición

ACSI Publishing BV
Geurdeland 9
NL-6673 DR Andelst - Países Bajos
Postbus 34
NL-6670 AA Zetten - Países Bajos
Tel. +31 (0)488-452055
Correo electrónico: info@acsi.eu
Página web: www.acsi.eu

Dirección

Ramon van Reine

Redacción principal

Timo de Boer en Frank Jacobs

Eindredactie

Margot Eggenhuizen

Redacción final

Richelle Alewijn, Raymond ten Barge, Joyce Broekhuis, Femmy Hesselting, Marieke Krämer, Pieter Melieste, Hans Pijnenburg, Katinka Schippers, Hubertus Seyffardt, Guido van den Tillaart, Jeroen Timmermans, Mario Vos

Venta de publicidad

Departamento de Ventas de ACSI

Redacción de imágenes

Bobo Freeke, Maurice van Meteren

Maquetación

Suzanne Bas, Jet Bouwmans, Peter Dellepoort, Rein Driessens, Maurice van Meteren, Ton Oppers, Rick Reijntjes, Mariëlle Rouwenhorst-Küper, Esther Schoonderbeek, Tina van Welie

Diseño

Ton Oppers

Impresión

Rodi Rotatiedruk

Asistencia a la impresión

Ronnie Witjes

Pamoja, con tres dormitorios, uno de los cuales con cama empotrada y un espacio de juego debajo, está unido por una terraza al Kambi, un minialojamiento para dos personas. En total, esta combinación con cuatro dormitorios puede albergar hasta ocho personas. El otro modelo, el Taiga, presenta acabados igual de lujosos, con una cama con dosel y aseo separado, dos dormitorios y espacio para cinco personas.

¿Dónde se pueden admirar?

En el Camping Terme Catez (Eslovenia) puede encontrar todos los nuevos modelos. En el Camping San Vito (Italia) tienen prácticamente todos, solo falta el Pamoja. En el Camping Roma (Italia) y el Camping Poljana (Croacia) solamente tienen las casas prefabricadas. Lógicamente, está previsto que los nuevos modelos lleguen a más campings a partir de 2020.

Las modernas casas prefabricadas parecen viviendas vacacionales de lujo.





Media 2020

Your European Media Specialist

ACSI guías de campings

Todos los campings inspeccionados anualmente figuran de manera gratuita en las diversas guías de camping de ACSI, que se venden en varios países. En 2020, la tirada total de las guías será de 710 500 ejemplares. Gracias a un anuncio, usted obtiene más promoción, por ejemplo, en los canales de difusión en línea de ACSI.



Eurocampings.eu

La extensa información de su camping se publica gratuitamente en el sitio de acampadas más visitado de Europa, disponible en 14 idiomas. ¡Los más de 10 000 000 de visitantes de Eurocampings.eu son sus clientes potenciales! ¿Desea más visibilidad? Como anunciante, su mención puede lograr todavía más visibilidad para el campista europeo.



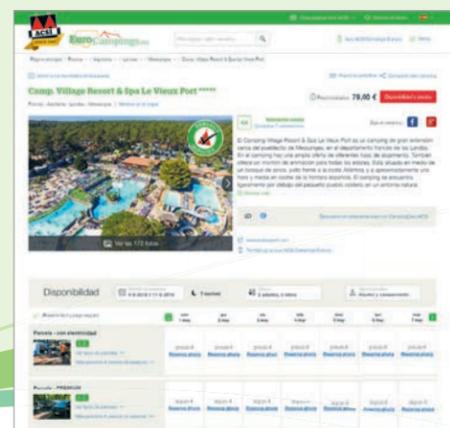
App ACSI Campings Europa

La extensa información de su camping se publica también de manera gratuita en la app ACSI Campings Europa. Esta app se visita 2 500 000 al año, se puede utilizar con en línea o sin conexión y está disponible en 13 idiomas. ¡Como anunciante, aquí también se beneficia de una visibilidad extra!



ACSI Booking

Con ACSI Booking puede presentar la oferta de su camping en los sitios y las apps de ACSI. ¿Quiere beneficiarse de este sistema de reservas práctico? Vincular su camping es muy sencillo: usted paga siempre una comisión baja, determina por sí mismo la oferta y el campista paga el precio oficial del camping.



Para ver todas las posibilidades de promoción, consulte:

www.ACSI-MEDIA.com