

¿Oportunidad o problema?

El número de parcelas en los campings va por detrás de la demanda



de ACSI, el especialista en campings: edición otoño 2023

El Mundo ACSI



Gestión del agua en Europa

Los campings tienen que ponerse manos a la obra con la gestión del agua.

► Siga leyendo en las **páginas 2-3**

Una estrategia de marketing robusta

Póngase manos a la obra con los consejos del profesor Xavier Font.

► Siga leyendo en las **páginas 10-11**

CampingCard ACSI Digital

¿Cómo funciona el proceso de registro con código QR?

► Siga leyendo en la **página 13**

«La crisis europea de gestión»

Durante la temporada alta de 2023 se han producido condiciones climáticas extremas. Sequía y temperaturas elevadas en el sur de Europa, pero lluvias intensas en Escandinavia y en países como Eslovenia, Austria y Alemania. El origen de estos fenómenos extremos se encuentra en el cambio climático, que se une además a otro factor: la escasez de agua. E íntimamente unido a ella, su precio. Algunos directores de campings ya lo han observado, aunque a corto plazo serán muchos más los campings que se verán afectados.

Gijs Simons nos confirma estas perspectivas. Es hidrólogo principal en FutureWater, una oficina de investigación y asesoramiento especializada en toda clase de cuestiones relacionadas con la gestión del agua. En opinión de Simons, el problema no va a hacer más que aumentar. «La escasez de agua y su distribución son un problema que irá a más durante los próximos años. Recomiendo a los directores de camping que se pongan ahora manos a la obra si quieren evitar tener problemas de verdad más adelante». ACSI ha conversado con Simons y con los directores del Camping Gran Sol, Camping Orio y Landöns Camping acerca de la amenaza incipiente de escasez de agua y el modo de combatirla.

De Suecia a España

Situado por debajo de Andorra se encuentra el camping español Gran Sol. Aniol Colillas Canal, su director, nos explica que donde más aprecia la sequía es en la hierba. «Todo el camping está cubierto de hierba y ahora no está tan verde como siempre. En este momento las cosas no van mal, por lo demás. En junio cayó bastante lluvia, aunque agosto ha sido un mes muy seco».

Por otra parte, en el País Vasco (España), la sequía tampoco es uno de sus principales problemas esta temporada. Aun así, la directora del Camping Orio, Jone Olascoaga, está muy preocupada



Gijs Simons
Hidrólogo Senior en FutureWater

En calidad de hidrólogo y experto en teledetección, el Dr. Gijs Simons tiene más de diez años de experiencia en la ejecución y dirección de proyectos internacionales en el campo de la gestión del agua.

por el clima. «Este año está lloviendo mucho en nuestra región, pero el verano pasado no cayó nada de lluvia entre junio y septiembre. Aún no hemos sufrido restricciones de agua, pero me preocupa mucho. Todos sabemos que esto se va a convertir en un problema en el futuro. Pero el año pasado me dio por pensar por primera vez que quizá vamos a sufrirlo mucho antes de lo que creíamos».

No solo hay inquietud en el sur de Europa. A principios de verano, en el sur de Suecia sufrieron una sequía. Malin Valette, directora de Landöns Camping, nos cuenta su experiencia. «Prohibieron regar las plantas o rellenar la piscina. La mayoría de personas de la zona tienen conexión con un pozo de agua, aunque también se pueden secar».

Causas de la escasez de agua
Simons nos explica por qué sufrimos escasez de agua. «En primer lugar, evidentemente,

tenemos que hablar de la cantidad de agua disponible. Existen diversos métodos para obtener agua. Puede tratarse de agua de lluvia, de los ríos o de aguas subterráneas. En este momento estamos observando que las cosas están cambiando en el suministro de agua. El clima es cada vez más extremo y ha cambiado la distribución de las precipitaciones. Cada vez asistimos a períodos más largos de sequía, seguidos de lluvias extremas, como ha ocurrido en Eslovenia e Italia». No solo influye el cambio climático, también la forma en que actuamos con el agua. «En Europa, la población está creciendo y se producen avances económicos. Esto lleva aparejado un aumento del consumo de agua, especialmente en regiones con mucha afluencia de turismo y donde ofrecen actividades de ocio con agua. Esto se traduce en un incremento enorme del consumo de agua en una zona. Distribuir el agua disponible entre los usuarios representa todo un reto. Así

como guardar el agua que cae en las épocas más lluviosas para los períodos más secos».

Europa es una mancha roja

«Si echamos la vista atrás en la historia, en Europa siempre ha habido períodos de sequía y precipitaciones. No es ninguna novedad, sobre todo en el sur. Sin embargo, los fenómenos son cada vez más extremos y las temperaturas no dejan de aumentar. Esto hace que el agua de los ríos y los embalses se seque mucho más deprisa. Debemos tenerlo en cuenta, ya que desaparece sin que nosotros tengamos nada que ver», asegura Simons. Desde siempre, el sur de Europa ha sido más vulnerable a la sequía. Sin embargo, en el centro y el norte de Europa también existe un problema de sequía. «Si observamos los mapas meteorológicos del pasado verano, veremos una gran mancha roja sobre Europa».

Ahorro de agua en el camping

La sequía en Europa ya no es algo que se pueda negar, por lo que los directores de camping deben ahorrar agua. En el Camping Gran Sol, el año pasado instalaron duchas con un botón pulsador. «Así se evita el despilfarro de agua porque la gente deja correr el grifo», explica Aniol, el director. En el Camping Orio hace más de quince años que las duchas tienen un temporizador. Por otra parte, la directora, Jone Olascoaga, ha optado conscientemente por retirar los grifos de las parcelas.

«Cuando alguien necesita agua, debe ir andando hasta el bloque de los sanitarios. Al costarles algo más de trabajo, consumirán menos agua que no necesitan». Los campistas que se alojan en el Camping Orio deben usar sus toallas durante algo más de tiempo. «Para ahorrar agua, hemos decidido no lavar a diario las toallas ni la ropa de cama. Ahora lo hacemos cada cinco días y con ello conseguimos un gran ahorro de agua».

Piscina menos profunda

Durante los últimos años, el equipo de Camping Orio se ha centrado sobre todo en la energía sostenible. Sin embargo, a corto plazo está previsto realizar una actuación en la piscina para poder aplicar medidas que permitan ahorrar agua.

«Queremos trasladar la piscina y optar por agua salada para sustituir el cloro. Además, queremos que la piscina sea menos profunda, de 1,40 metros en lugar de 1,80 metros. De esta manera, confiamos en ahorrar mucha agua. Asimismo, por todo el camping hay carteles que instan a no desperdiciar el agua», explica Olascoaga.

De agua del mar a agua potable

Como ya hemos visto, la escasez de agua no es únicamente un problema en el sur de Europa. En Suecia también la están sufriendo. El gobierno de este país ya ha aplicado medidas en varias ocasiones en períodos de sequía. No obstante, estas medidas no cogerán desprevenido al Landöns Camping. Su directora, Malin Valette, nos explica que obtienen el agua del mar desde 2015. «Contamos con un gran sistema de filtración que elimina la sal del agua marina. Gracias a ello, disponemos de un abastecimiento ilimitado de agua potable que se puede utilizar en todo el camping».

Antes del año 2015, el camping estaba conectado a una fuente de aguas subterráneas, pero comenzaron a aparecer fisuras. Había muchas probabilidades de que se filtrase agua del mar en el pozo, por lo que la pareja de directores se puso a buscar otra solución. Y la encontró en un sistema de filtración. «La máquina se encuentra en una sala de unos 15 m² y obtiene el agua directamente del mar, que posteriormente se filtra varias veces. Por ello, ya no tenemos absolutamente ningún problema de agua». Este sistema es una solución ideal para el Landöns camping para evitar



Para ahorrar agua, Camping Orio adaptará dentro de poco la piscina. Pasará del cloro al agua salada y de 1,80 metros de profundidad a 1,40 metros.

del agua ya no se puede negar»



Para ahorrar agua, Camping Gran Sol instaló el año pasado duchas con pulsador temporizado.

la escasez de agua. Sin embargo, esta agua no sale gratis. La inversión realizada para adquirir el sistema de depuración fue considerable y los costes de la electricidad han aumentado. «El incremento de los precios de la energía nos ha afectado considerablemente. Pero para nosotros esta es la única opción de obtener agua», declara Valette al explicar su decisión.

Reutilización del agua

Sin embargo, Simons no espera que todos los campings de la costa o situados junto a grandes lagos opten de repente por un proceso de desalinización como el de Landöns Camping. «Un lugar en el que esto se hace a gran escala es Malta. En ese país, gran parte del abastecimiento público de agua proviene del mar. Ahora bien, un sistema de este tipo conlleva una enorme inversión y consume muchísima energía. En mi opinión, para que sea rentable, un camping tiene que tener un tamaño determinado y consumir una gran cantidad de agua».

Para Simons, una solución más realista es la reutilización del agua. «Por ejemplo, se puede emplear el agua de la piscina para las cisternas de los inodoros. O el agua de los sistemas de refrigeración para regar las plantas. Lógicamente, en ese caso hay que comprobar que el agua tenga la calidad adecuada». Asimismo, Simons recomienda construir un depósito para épocas más secas. «Se puede almacenar agua en un gran depósito o pozo de agua a la que poder recurrir en temporadas de más sequía. En ese caso, el depósito

se debe cubrir con una lona, por ejemplo. Sería una lástima que se evaporara el agua y que no se pudiera utilizar».

Concienciación

El campista también debe adoptar medidas para reducir el consumo de agua en el camping. Para ello, lo primero es la concienciación. Utilizar agua solo si es imprescindible y no alargar innecesariamente el tiempo de la ducha. Los tres directores de camping intentan concienciar por medio de carteles. «Evidentemente, colgar carteles con este tipo de mensajes no es ninguna novedad. El desperdicio de agua es algo a lo que hemos tenido que hacer frente desde

siempre. Pero es cierto que ahora hemos puesto más».

Aun así, no se ha notado mucho. Según Olascoaga, esto se debe principalmente a los costes. «Actualmente el agua sigue siendo relativamente barata y para mí ese es uno de los problemas. Al ser tan barata, la gente la utiliza más alegremente». Valette destaca además que el dinero desempeña un papel importante. «En nuestro camping permitimos duchas gratuitas ilimitadas, algo que es único en Suecia. Vemos frecuentemente que algunas personas se pasan media hora en la ducha porque es gratis. Me parece una vergüenza, por lo que estamos planteándonos instalar duchas con temporizadores para

evitar este tipo de situaciones». Está claro que muchos campistas no cambiarán su conducta hasta que no se les cobre dinero. En algunos países europeos, los precios del agua han aumentado considerablemente, por lo que seguramente es únicamente cuestión de tiempo. El problema es que resulta prácticamente imposible medir el consumo por persona en el camping y cobrárselo a cada campista de forma individualizada. No obstante, algunos campings, como el camping Gran Sol, están considerando la posibilidad de medir el consumo de cada casa móvil. «En ese caso, se les podrá sancionar si el consumo es excesivo», advierte Aniol Colillas.

Visión de futuro

FutureWater utiliza mucho modelos predictivos que pretenden anticipar hacia dónde se encamina el clima a largo plazo. «Estudiamos los patrones de precipitaciones y las temperaturas. A lo mejor es irrelevante, pero en el futuro próximo va a suponer un problema», vaticina Simons.

En su opinión, es necesario analizarlo en profundidad e invertir en soluciones. «No solo se aplica a los gobiernos y a las provincias, sino también a los directores de camping. La gente suele observar los últimos diez años y luego se pregunta si merece la pena realizar la inversión. Lo que pasa es que lo que hay que observar son las tendencias y preguntarse: «¿qué pasará en diez o veinte años si no hago nada ahora?» Es posible que no sea un cambio de mentalidad sencillo, pero es lo que hay. Según las previsiones, las lluvias serán más extremas y se producirán períodos más largos de sequía. En muchos sitios de Europa, esta se convertirá en la nueva realidad». En lo referente a los campings ubicados junto al mar, Simons les recomienda que tengan en cuenta la subida del nivel del mar y las posibles consecuencias para su camping.

Solicitar asesoramiento

Cada región es distinta, por lo que Simons puede ofrecer recomendaciones concretas que pueden servir a cada camping. La ubicación del camping es determinante para saber qué medidas se pueden aplicar. «Si quiere ponerse en serio con la política de agua en su camping, lo mejor que puede hacer es contactar con el organismo de gestión del agua de su región. Ellos le podrán asesorar sobre las medidas que puede adoptar en su camping», apostilla Simons.



El Landöns Camping de Suecia está junto al mar y ha instalado un sistema de desalinización que convierte el agua salada en agua dulce.

Un hito especial

En 2024, los inspectores de ACSI se volverán a poner en camino por 60ª vez

Una vez más, la base del negocio de ACSI la conforma la información fiable sobre campings que recaba anualmente el equipo de inspección de ACSI. En 2024 se volverá a poner en camino por 60ª vez.

Vuelta al principio

Por este motivo, el comienzo de la temporada de inspección en 2024 será un poco más especial. Tanto para ACSI como para su director, Ramon van Reine, particularmente. Su padre, Ed van Reine, fue quien fundó la empresa con la idea de conseguir que los demás campistas se pusieran en marcha bien preparados. Así, decidió recopilar y reunir información sobre los campings. De esta

forma, evitaba que los campistas llegaran a un sitio y se encontraran con que un camping estaba cerrado. Así sentó las bases para las guías de camping verdes de ACSI.

Inspectores de ACSI

Aquella primera guía de campings incluía 55, mientras que ahora se inspeccionan unos 10 000 campings europeos. Por su parte, el equipo de inspectores de ACSI también ha crecido considerablemente. De apenas unos cuantos inspectores (que por aquel entonces se denominaban selectores) en los primeros años a superar los 350 inspectores en 2024.

La guía número 60

La información que recabarán los inspectores durante la próxima temporada se empleará para alcanzar un nuevo hito: la 60ª edición de la guía de campings. Al cabo de todos estos años, han cambiado y se han modernizado muchas cosas, evidentemente, pero la idea original de hace sesenta años sigue ahí.



Las guías de camping ACSI siguen siendo relevantes



ACSI
Campingführer
Europa 2023
Halwag |
9783828310391

Las guías de camping de ACSI se ofrecen ahora en 21 países de Europa. Para muchos campistas, las guías siguen siendo formas de encontrar sus campings o autocaravanas favoritos.

Para los campistas

ACSI considera importante estar presente donde el campista se prepara para sus vacaciones. Las guías de campings se venden a través de varios canales. Pueden ser canales propios como la Webshop. Sin embargo las guías también están disponibles a través de librerías, socios minoristas, editores de revistas de campings concesionarios de caravanas y autocaravanas y varios clubs de campings.

ACSI ha reforzado su posición este año. Las últimas cifras de ventas de Media Control muestran que no menos de tres títulos de ACSI están entre los cinco primeros.

Crecimiento en Francia

También en Francia, la popularidad de las guías de Camping de ACSI crece rápidamente. ACSI está presente aquí con los títulos CampingCard ACSI y ACSI CampingCard & aires camping-cars.

Posición de liderazgo en el mercado alemán

En el mercado alemán del libro



ACSI
CampingCard &
Stellplatzführer
2023
Halwag |
9783828310414



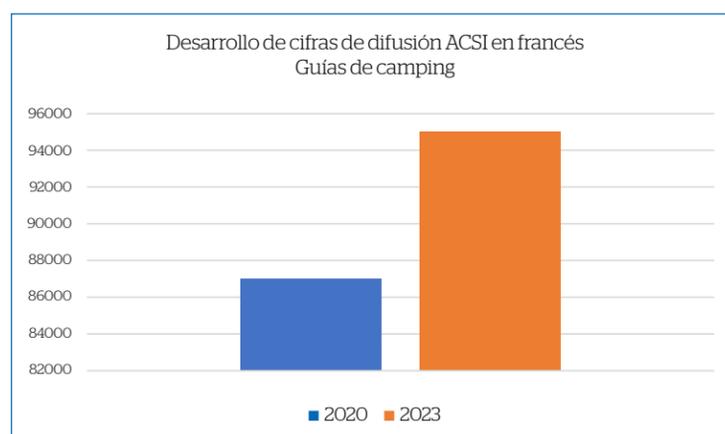
ADAC
CampingCard
& Nordeuropa
2023
ADAC Reisführer
ein imprint
von gräfe und
unzer verlag gmbh |
9783986450281



ADAC
Campingführer
Sudeuropa 2023
ADAC Reisführer
ein imprint
von gräfe und
unzer verlag gmbh |
9783986450298



ACSI
Campingführer
Deutschland
2023
Halwag |
9783828310407



Visite ACSI en las distintas ferias

Tradicionalmente, el Caravan Salon de Düsseldorf da el pistoletazo de salida a la temporada de ferias. Como no podía ser menos, ACSI estaba presente en ella, al igual que lo estará en los próximos meses tanto en ferias de consumidores como de profesionales.

En las primeras, la atención se centra sobre todo en la promoción y venta de las guías de camping ACSI y de otros productos. En las ferias profesionales, por su parte, el acento recae en la presentación de nuevos productos y servicios como, por ejemplo, la app Camping Comfort, ACSI camping.info Booking y CampingCard ACSI Digital. Ni que decir tiene que ACSI estará presente en ambas ferias para charlar con campistas, campings y otras personas del sector de la acampada.

Entre otras, ACSI contará con presencia en las siguientes ferias:

Salon Atlantica

Del 10 al 13 de octubre | Niort | Francia

Sun Beach&Outdoor Style

Del 11 al 13 de octubre | Rimini | Italia

Sett Trade Fair

Del 7 al 9 de noviembre | Montpellier | Francia

Recreatie Vakbeurs

Del 14 al 16 de noviembre | Hardenberg | Países Bajos

Norddeutscher Campingtag

Del 7 al 8 de diciembre | Wolfsburg | Alemania

Puede consultar una relación de las ferias en las que ACSI estará presente en: www.acsi.es/ferias

Temporada satisfactoria de ACSI Touroperating

La temporada 2023 ha sido muy buena tanto para el touroperador Suncamp como para ACSI, el especialista en viajes de acampada. Ha destacado positivamente la ocupación de los alojamientos SunLodge.

Buen arranque para Suncamp

Suncamp se ha aprovechado especialmente del inicio de la temporada. En enero, el número de reservas aumentó en un 20 % en relación con la temporada anterior. Si bien posteriormente se produjo una estabilización del crecimiento, con una cantidad menor de reservas de último minuto que en la temporada anterior, la temporada de Suncamp ha sido muy buena. Uno de los aspectos positivos más llamativos ha sido la ocupación total de los alojamientos SunLodge en temporada alta. Esto pone de manifiesto la confianza y la satisfacción constantes de los campistas.

Popularidad de los viajes de acampada

Al echar la vista atrás, ACSI Kampeerreizen constata que ha sido un año excepcionalmente bu-

no, con un aumento de las ventas de un 30 %. El número de reservas ha superado en un 15 % al de 2022. La innovación y el desarrollo de productos han sido dos de los principales pilares sobre los que se sustenta este éxito. Dado que los viajes de acampada suscitan un interés cada vez mayor, este año se van a organizar dos jornadas informativas.

La popularidad de ACSI Kampeerreizen se observa también en el aclamado programa de la televisión holandesa 'We zijn er Bijna!' (Casi hemos llegado). Este año, el programa sigue la andadura de los participantes en un viaje de acampada a Córcega y Cerdeña y según las expectativas, lo verán unos dos millones de espectadores.

Y después de que otro de los actores importantes en el mercado de los viajes de acampada (la holandesa ANWB) haya decidido abandonar, ACSI Kampeerreizen ha podido dar la bienvenida a una serie de nuevos guías de viaje.

Noticias breves

Suscripciones a la app ACSI Campings Europa

ACSI ha renovado la idea de la app ACSI Campings Europa. De ahora en adelante, los campistas podrán adquirir una suscripción con la que disfrutarán de acceso ilimitado a toda la información sobre campings y áreas de autocaravanas de la app. Tienen a su disposición tres tipos de suscripciones: mensual, trimestral y anual. De esta forma, ha pasado a la historia el tener que comprar paquetes de país, si bien aún se podrá descargar la información por paquetes de país con el fin de ahorrar espacio en el dispositivo.

Inclusión de Albania y Montenegro en las guías de camping

En 2023, los inspectores de ACSI han visitado por primera vez campings de Albania y Montenegro, que han sido incluidos en las guías de camping ACSI. Estas incorporaciones ofrecen nuevas alternativas a aquellos campistas que buscan experiencias de acampada nuevas y de aventura. Podrán conocer los preciosos parques naturales, su extensa costa y la rica historia de Albania. U optar por los impresionantes Parques Nacionales, los puntos de interés cultural y las bonitas playas de Montenegro. Los campistas que se dirijan a Grecia también podrán gozar de otras opciones.



Estimado director o gerente de camping:

Aún no ha concluido del todo la temporada 2023, pero ya podemos llegar a una conclusión: la acampada no ha perdido tirón.

Según estimaciones recientes de la ECF, el número de caravanas y autocaravanas ha aumentado en Europa en 1,1 millones en el período comprendido entre los años 2017 y 2022. Y este verano se ha notado. En un gran número

de campings se recomendaba reservar con antelación, sobre todo en temporada alta.

En los próximos años, la demanda de parcelas libres seguirá siendo alta. Aun así, en muchos campings se observa la evolución contraria. En ellos se está reduciendo el número de parcelas y está aumentando el de alojamientos de alquiler. Además, cada vez hay más personas que no disponen de equipamiento de acampada propio que consideran el camping como el lugar ideal para pasar sus vacaciones. En las páginas 6 y 7 profundizaremos en esta evolución a contracorriente.

Por otra parte, este verano se han podido observar las consecuencias del cambio climático, una vez más. En algunas partes de Europa han sufrido graves incendios forestales y olas de calor en las

que la temperatura ha superado muchas veces los 40 grados. En otras regiones, por el contrario, han tenido que hacer frente a inundaciones provocadas por las intensas lluvias o se han visto asoladas por fuertes granizadas que han causado numerosos daños. Todavía está por ver si este clima extremo influirá sobre los desplazamientos de los campistas, pero es una situación preocupante.

En ACSI también se han producido novedades interesantes. A partir de enero se pondrán en camino los primeros campistas con la versión digital de CampingCard ACSI. Se trata de un paso apasionante pero lógico en la era digital en que vivimos. Son muchos los campistas que quieren disponer de la CampingCard ACSI en formato digital y estoy totalmente convencido de que a los campings también les aportará un valor

añadido. En la página 13 puede ver con más detalle cómo funciona. Por otra parte, ACSI ha recibido hace poco la visita del Dr. Xavier Font. Pronunció una disertación en nuestras oficinas sobre marketing y sostenibilidad y la retención de clientes. En las páginas 10 y 11 puede leer consejos interesantes que espero que le puedan servir.

Le deseo que termine satisfactoriamente esta temporada de acampada y le deseo un buen 2024.

Ramon van Reine
CEO ACSI

Francia es el destino más popular, con mucho

Los campistas reservan cada vez más con antelación

La plataforma de reservas puesta en marcha conjuntamente por ACSI y camping.info, ACSI camping.info Booking, ha experimentado un aumento en el número de reservas también en 2023. En este momento, la tendencia sigue siendo reservar. En 2023 las reservas se produjeron de media 41 días antes de la salida. El año anterior, la media fue de 35 días.

Incremento de las reservas

Tanto ACSI como camping.info han visto cómo aumentaban las visitas a sus sitios web. El número de reservas también se ha incrementado. Hasta mediados de marzo de 2023 se habían producido 2,5 veces más de reservas que durante el mismo período de 2022. Muchos campings colgaron el cartel de completo, por lo que esta cifra cayó lentamente hasta 1,3, para volver a remontar de nuevo a partir de principios de junio.

> Consulte el gráfico 1

Los británicos han vuelto

El aumento del número de reservas se ha observado de nuevo en muchos países europeos. Lógicamente, la mayoría de ellas proceden de los Países Bajos y Alemania, pero las reservas han aumentado en todas partes. Se ha visto incrementado especialmente el número de reservas procedentes de Gran Bretaña, Francia y Austria.

> Consulte el gráfico 2

En las cifras del gráfico 2 no se han incluido las llamadas reservas CampingCard ACSI. Estas son reservas de campistas que se van de vacaciones en temporada baja con la tarjeta de descuento CampingCard ACSI. Si se incluyeran estas reservas, los británicos volverían estar de nuevo en los tres primeros puestos. Pisan los talones a Alemania (22,3 %) y a los Países Bajos (40,9 %), con un porcentaje de nada menos que el 21 %.

Destinos demandados

Francia es, con mucho, el destino de acampada más popular. Su porcentaje ha aumentado, incluso. El porcentaje de Italia ha descendido ligeramente, aunque el país se mantiene con solidez en el segundo puesto. El mayor crecimiento lo han experimentado Croacia, Polonia, Suecia y Gran Bretaña. Sin embargo, en lo que respecta a la cantidad media de reservas, los tres primeros puestos ofrecen una imagen totalmente distinta. Los ocupan Croacia, Italia y España. Esto se debe al hecho de que estos países están algo más lejos de los Países Bajos y de Alemania, por lo que se suelen reservar para estancias más largas. Asimismo, estos destinos suelen disponer de muchos alojamientos de alquiler.

> Consulte el gráfico 3

Novedades

ACSI camping.info Booking trabaja para seguir creciendo. Aspira a convertirse en una plataforma de reservas interesante para todo tipo de campistas. Desde la acampada básica hasta alojamientos de lujo y desde países habituales para acampar hasta otros menos conocidos. Por este motivo, ACSI y camping.info dedican gran parte de sus energías a seguir ampliando la oferta de camping. Y una forma de conseguirlo es simplificar el modo de que los campings

entren a formar parte de este sistema. Así, se han llevado a cabo

conexiones con distintos PMS y se sigue trabajando de manera continua para ampliar este número.

Por ejemplo, existen conexiones con los siguientes PMS:

- BookingExpert
- Booking Experts
- C1: Manager
- Campgest
- Camping.care
- Code One
- CompuCamp
- Easycamp
- eSeason
- EveryOffice
- Gastmanager
- Master Camping
- Naxi Gestion
- Newyse
- Phobs
- Pod.camp
- Qenner
- RCS Enterprise
- Recranet
- Resalys
- RoomCloud
- Secureholiday
- Tommy
- Tourist 2008
- Unicamp
- Vertical Booking

Se puede pedir una relación completa de todas las conexiones a través de sales@acsi.eu.

Gráfico 1

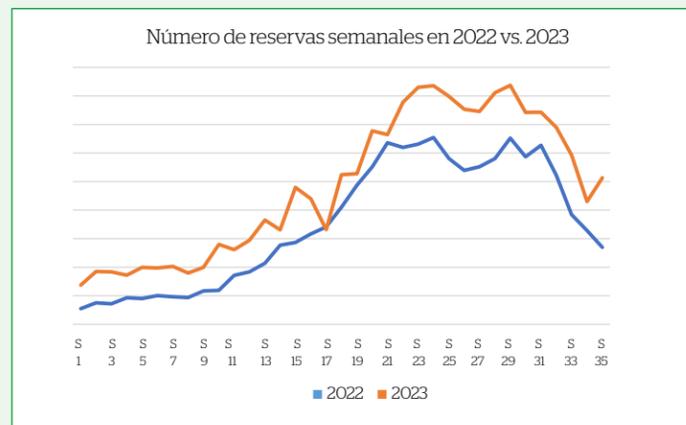


Gráfico 2

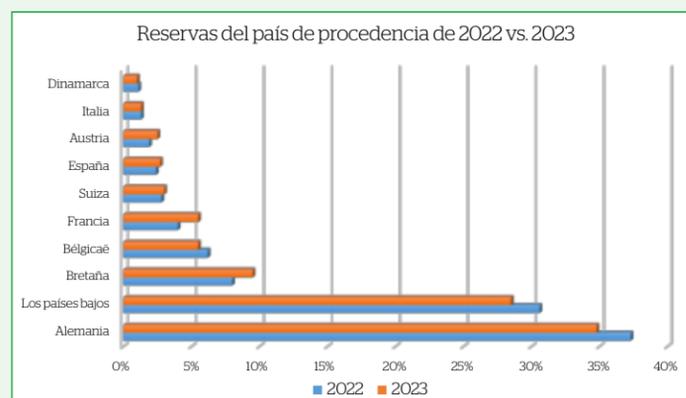
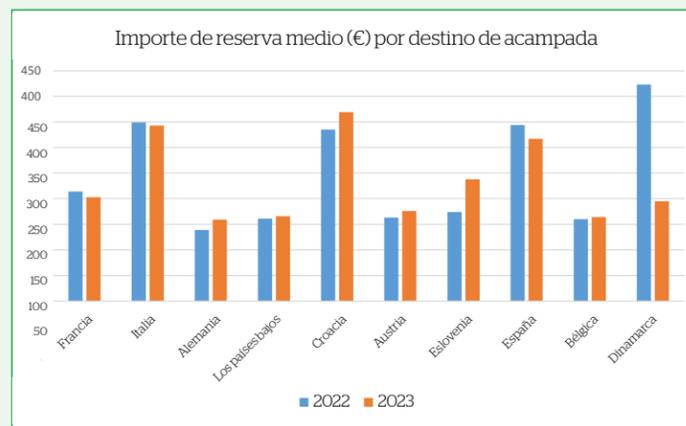


Gráfico 3



Tendencia descendente en el

Ir de acampada goza de una gran popularidad en todas partes. Y no solo lo hacen personas con equipo de acampada propio, sino cada vez también más gente que no lo tiene. Por este motivo, los campings disponen de una oferta cada vez más grande y variada de alojamientos de alquiler. Además, las parcelas normales suelen ser más grandes y lujosas que antes. Analizando las cifras que arroja esta evolución, ACSI observa una situación contrapuesta: mientras que está aumentando la demanda del número de parcelas, la oferta de los campings está disminuyendo.

ACSI registra anualmente los datos de casi 10 000 campings de toda Europa. Así se puede hacer un seguimiento de la evolución del número de parcelas (véase la tabla). Si analizamos las cifras, vemos que baja el número medio de parcelas por camping, a la vez que aumenta el número de caravanas y autocaravanas. La diferencia es considerable entre 2017 y 2023, especialmente en los países situados más al sur: Croacia, Italia, Portugal y Eslovaquia. Los países escandinavos, así como los países del centro y noroeste de Europa, muestran una imagen llena de matices.

Número creciente de equipos de acampada

Un factor importante en esta situación es la venta de caravanas y autocaravanas. La Federación Europea de Caravanas (ECF) calculó que en 2022 había en Europa 6,3 millones de caravanas y autocaravanas en propiedad de campistas. En 2017, la cifra era de 5,2 millones. Es decir, el número ha aumentado en 1,1 millones en cinco años. La pandemia de coronavirus supuso un estímulo adicional a la popularidad de la acampada. La demanda de caravanas y autocaravanas fue tan grande que empezó a considerarse normal un plazo de entrega superior a un año.

El remolque plegable como alternativa

Según las cifras de la ECF, el crecimiento parece estabilizarse algo y los plazos de entrega también

se están reduciendo. Sin embargo, las ventas siguen siendo muy buenas. Y no solo hay demanda de caravanas y autocaravanas. Los remolques plegables son cada vez más populares. Esto se debe a la irrupción de los vehículos tractores eléctricos. Para este tipo de vehículos, el remolque plegable supone una alternativa más ligera que la caravana.

Nuevos campistas

Mientras que los campistas con equipo de acampada buscan parcelas libres, evidentemente, también hay otro grupo en el mercado. Este lo forman las personas que valoran muchísimo el ambiente y las instalaciones del camping pero que quieren mayores lujos que los campistas tradicionales. Asimismo, este tipo de campista está aumentando y normalmente aprecian mucho los alojamientos de alquiler.

Alojamientos para parcelas

Por lo general, estos alojamientos están totalmente equipados, por lo que no hace falta llevar tantas cosas de casa. De esta manera, los campistas disfrutan de las ventajas de la vida al aire libre en el camping, pero con mucho confort. Esto consigue que nuevos grupos objetivo entren en contacto con esta forma de celebrar las vacaciones y descubran el mundo del camping. Son muchos los campings que están respondiendo a esta demanda ofreciendo más alojamientos de alquiler. Cada vez con más frecuencia las caravanas fijas, chalets, tiendas de glamping y



Acampar en alojamientos, como estos barriles de vino en el Mosel-Islands Camping, es cada vez más popular.

bungalows están sustituyendo a la tradicional parcela de acampada.

Una temporada más larga

Para los campings, ofrecer alojamientos representa otra ventaja añadida. Al ofrecerlos con todas las comodidades, la temporada se alarga. Actualmente, gracias a la calefacción, el aire acondicionado y a servicios como los parques y piscinas interiores, el camping resulta atractivo durante todo el año. Aunque no acompañe el tiempo, el alojamiento es un lugar confortable.

Parcela XL

Así pues, por un lado los alojamientos hacen que haya menos parcelas disponibles. Pero, por otro, las parcelas también están

aumentando de tamaño. La consecuencia es que en un camping caben menos parcelas en la misma superficie. El motivo del aumento de tamaño es doble: los equipos de acampada propios son más grandes y el campista exige más intimidad y mayores lujos en su parcela. Un ejemplo son los sanitarios privados, cada vez presentes en más parcelas.

El auge de la autocaravana

Estas están aumentando también de tamaño y este grupo de campistas tiene una serie de requisitos adicionales. Por ejemplo, es importante la superficie (preferentemente asfaltada) y debe estar bien organizado el suministro y la descarga de agua. Todo esto influye en la forma de dividir las

zonas de acampada del camping.

Dilemas

En algunos casos, estos cambios están llevando a los campings a encontrarse ante un dilema. ¿A qué grupo de campistas deben dirigir su atención? ¿O es mejor tener un camping al que pueda acudir toda clase de campistas? Algunos campings aprovechan la oportunidad optando únicamente por parcelas de acampada o designando partes concretas del terreno como «camping natural». Al fin y al cabo, la acampada básica a la antigua usanza volviendo a la naturaleza también está en boga. Lo que un camping considera una amenaza o un problema, otro lo puede ver como una ocasión única para crecer.



También en el Lone Camping A/S de Noruega se combinan los alojamientos y los campings.

número de parcelas por camping

La evolución en imágenes

Los gráficos adjuntos ofrecen una buena imagen de los avances del sector. Por un lado, se ve que el número de vehículos de acampada aumenta; por otro, se ve que el número medio de parcelas por camping disminuye. Al elaborarlo por país, se aprecian mejor las diferencias.

El gráfico 1 muestra la evolución del número de caravanas y autocaravanas vendidas nuevas (fuente: ECF). Es el número de ejemplares nuevos que se suma a los vehículos de acampada ya existentes, por lo que la cifra total sigue aumentando. Según estimaciones recientes de la ECF, el número de caravanas y autocaravanas ha aumentado en Europa en 1,1 millones entre 2017 y 2022.

Se puede suponer que los campistas no compran una caravana o autocaravana nueva para un solo uso. Además, existe un mercado de modelos de segunda mano y las plataformas de alquiler también están haciendo buen negocio. La demanda de parcelas libres en los campings seguirá aumentando en los próximos años.

El gráfico 2 refleja que la oferta no está dando respuesta a esta situación. Los datos de este gráfico proceden del archivo de datos de camping de ACSI. Con respecto al año 2013, el número medio de parcelas por camping es considerablemente más bajo. En los últimos años, se aprecia cierto tipo de estabilidad, pero el nivel de 2013 a 2015 queda muy lejos.

El gráfico 3 muestra la misma evolución, pero elaborado por país de acampada. Lo que hace visibles las diferencias en todo

el continente europeo. Y, aunque hay pocos países en los que el número medio de parcelas sea más alto en 2023 que en 2013, parece ser mayor el descenso en determinadas partes de Europa que en otras. Sobre todo, en países del sur y centro de Europa, como Croacia, Italia, Eslovenia y Portugal, la caída es notable. Los países más al norte, como Bélgica, Dinamarca y Alemania, muestran una imagen más estable.

Una de las razones de la disminución del número de parcelas es que los campings reservan cada vez más espacio a los alojamientos de alquiler. Esto se explica por el hecho de que está aumentando la demanda y porque los márgenes son mayores. Sin embargo, los campistas que buscan parcelas de acampada normales se encuentran cada vez en una situación más desfavorable.

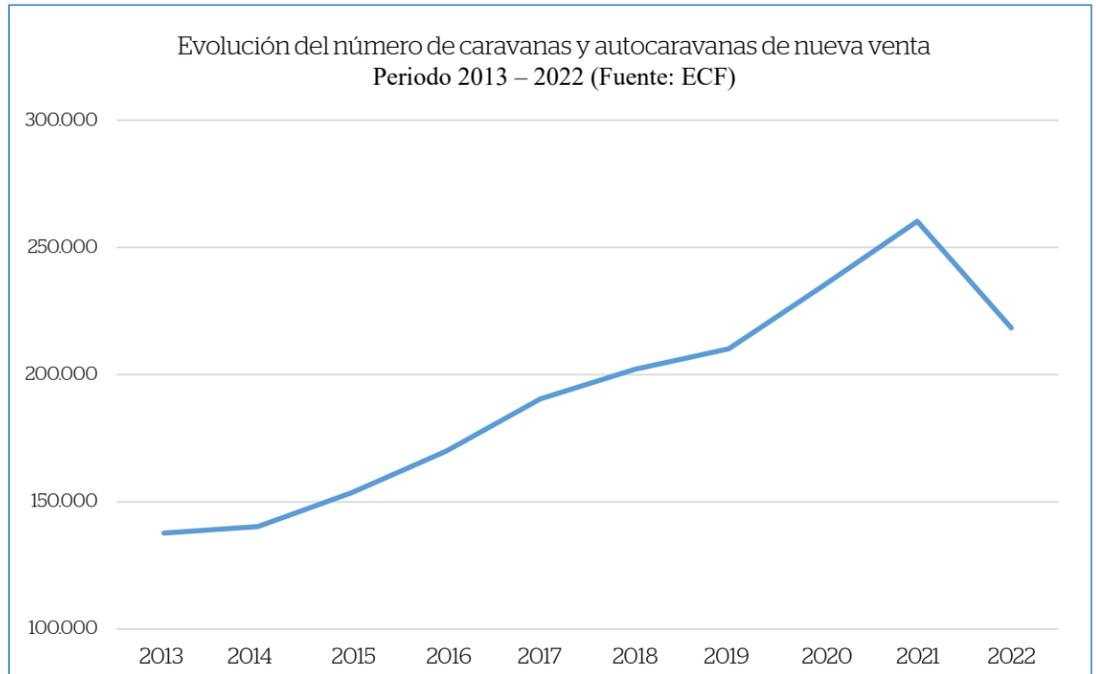


Gráfico 1

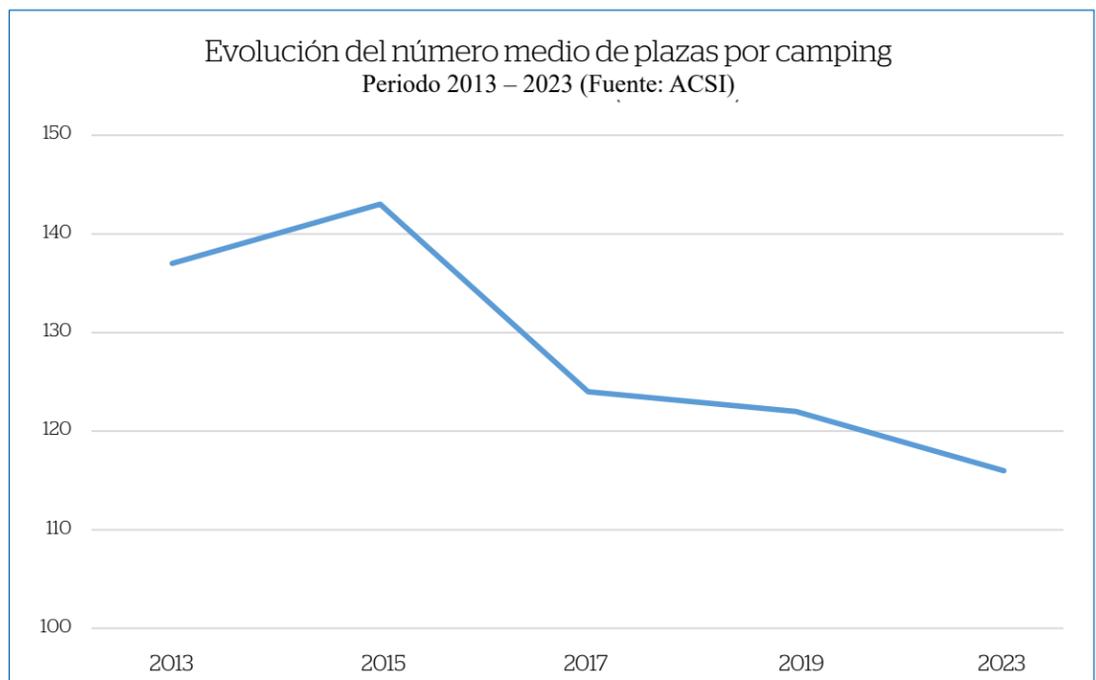


Gráfico 2



El camping Ferienpark Perlsee se centra en los campistas que viajan.

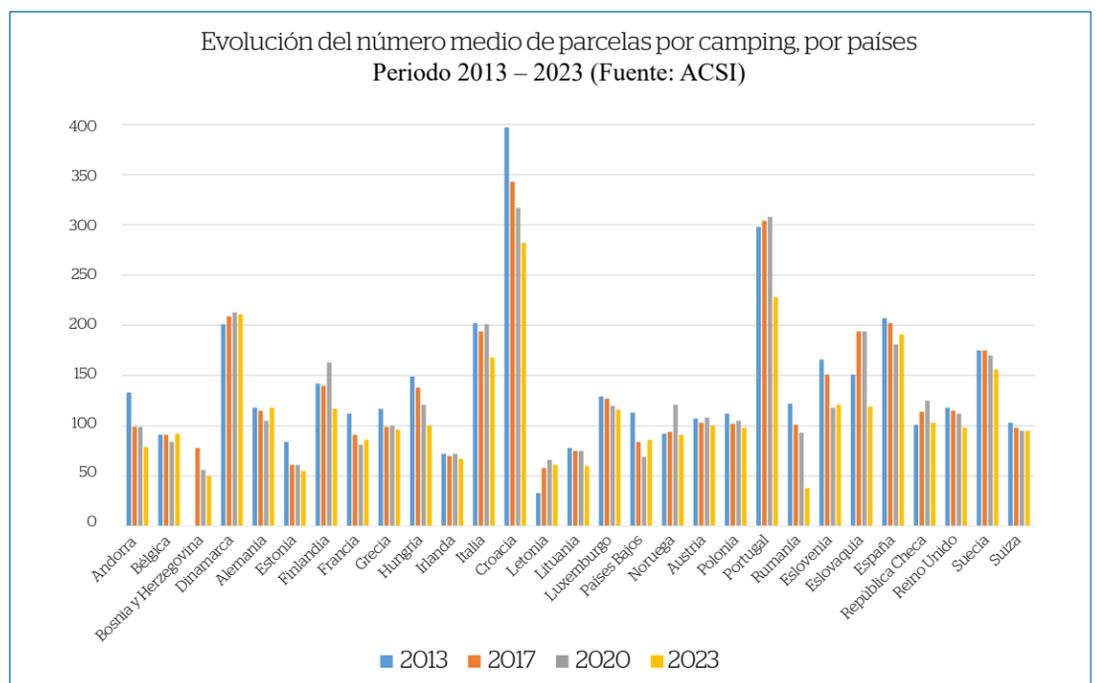


Gráfico 3

Los campistas pueden votar hasta el 15 de enero de 2024

Los ACSI Awards vuelven a llamar la



Los ACSI Awards se han convertido en un elemento imprescindible en el sector de la acampada. En 2024 ACSI estos codiciados premios por tercera vez. El viernes 15 de septiembre se abrirá la votación digital y hasta el 15 de enero de 2024 los campistas de toda Europa podrán votar por su camping favorito en diversas categorías. Los ACSI Awards representan una oportunidad inmejorable para poner a los campings en primera plana.

Los campistas pueden votar en nueve categorías diferentes. Por ejemplo, en la categoría 'Piscina de camping más bonita', 'Mejor restaurante de camping' o 'Mejor camping para niños'. Como novedad, este año se incorporan las categorías 'Mejor camping para ciclismo' y 'Mejor camping para senderismo'. También se otorgan ACSI Awards al 'Mejor camping' y al 'Mejor camping pequeño con encanto'. Los campistas pueden seleccionar tres categorías como máximo en las que consideran que destaca el camping.

Beneficios para los campings

Para un camping, ganar un ACSI Award le supone muchos beneficios. Lo primero, es un gran honor. Los campistas son quienes designan a los ganadores. Un ACSI Award es el reconocimiento de sus huéspedes y es la manera de mostrar que los campistas pasan unas buenas vacaciones en su camping.

Por otra parte, los campings vencedores obtienen una mayor visibilidad en los sitios web y en las apps de ACSI. De esta forma, destacarán más entre los campistas. En la página del camping se muestra un icono especial que permite que los visitantes vean directamente que es un camping premiado. A través de un filtro de búsqueda, los campistas pueden buscar fácilmente a aquellos que hayan ganado un ACSI Award.

Los campings ganadores aparecerán en diversas comunicaciones de ACSI. Aparecerá un artículo en la revista de campings de los Países

Bajos, ACSI FreeLife magazine. También aparece una página web especial donde se recogen todos los ganadores. Dicha página se promociona de manera activa en los canales de internet de ACSI.

Trofeo de cristal y certificado

Los ganadores recibirán un bonito ACSI Award de cristal y un certificado. El camping podrá exponer orgulloso ambas cosas en la recepción. De esta forma, todos los clientes verán en seguida que el camping ha ganado uno de los prestigiosos ACSI Awards.

Captar votos con el kit promocional

Un factor importante de los ACSI Awards es conseguir entusiasmar a los campistas para que voten. Para ayudar a los campings en este sentido, ACSI ha enviado recientemente un kit promocional gratuito a los directores de campings. Este kit incluye, entre otras cosas, un banner para colgar en el sitio web, una publicación y un vídeo que se pueden compartir en las redes sociales, así como un folleto para distribuir en la recepción. El kit promocional se puede descargar desde el siguiente código QR.



Los campistas pueden votar entre el 15 de septiembre de 2023 y el 15 de enero de 2024 a través de acsi.eu/awards. Los campings ganadores se darán a conocer en mayo de 2024.

Estás son las categorías de los ACSI Awards 2024

En 2024 se entregarán ACSI Awards en las siguientes categorías. En las dos primeras categorías se cuenta el número total de votos que ha recibido el camping en todas las categorías. En las restantes nueve categorías se cuenta el número de votos recibidos por el camping en la categoría correspondiente.

-  **Mejor camping**
Camping con el mayor número de votos en un único país.
-  **Mejor camping pequeño con encanto**
Camping pequeño (máx. 50 parcelas) en el que disfrutar de la naturaleza rodeado de paz.
-  **Mejor camping para niños**
Los niños se lo pasan pipa en este camping por las instalaciones de juego y su fantástica animación.
-  **Piscina de camping más bonita**
A los campistas les encanta pasarse el día en esta preciosa piscina.
-  **Mejor camping para ciclismo**
Este camping se encuentra en una zona perfecta para recorrer en bici.
-  **La mejor área para autocaravanas**
Este camping lo tiene todo para los amantes de la autocaravana. Las mejores parcelas y todos los servicios están a mano.
-  **Camping más cordial con los perros**
Nuestros fieles amigos reciben una verdadera bienvenida. También son vacaciones para el perro.
-  **Camping con la mejor ubicación**
Este camping está situado en lugar precioso, cerca del bosque, el agua, la ciudad o las montañas. ¡La ubicación es perfecta!
-  **Mejor restaurante de camping**
Los huéspedes pueden disfrutar de una deliciosa comida en el restaurante del camping. Los platos son deliciosos y el servicio, magnífico.
-  **Camping con los mejores sanitarios**
Los sanitarios de este camping destacan de verdad: limpios y modernos.
-  **Mejor camping para senderismo**
Los campistas se llevan una buenas botas de montaña para hacer las más bonitas rutas de senderismo.

atención sobre los campings en 2024

Revisión: el acto de los ACSI Awards en Altea (España)

La entrega de la mayor parte de los ACSI Awards y de los certificados corre a cargo de los inspectores de ACSI. Sin embargo, todos los años el director ejecutivo de ACSI, Ramon van Reine, acude en persona para entregar algunos de los premios. En esta ocasión, van Reine se desplazó junto con Frank Jacobs, desarrollador de negocio, hasta la localidad española de Altea con el fin de poder hacer entrega personalmente de su ACSI Award a los ganadores de España y Portugal. Este acto festivo tuvo lugar el 23 de mayo. A él fueron invitados todos los directores de camping de España y Portugal que habían ganado un ACSI Award o una mención de honor. Pese a lo lluvioso del día, el acto fue un rotundo éxito, con presentaciones, un extenso almuerzo, una ceremonia festiva y un agradable cóctel de clausura.



1. Menciones de honor España - 2. Alejandro Giménez y Ana Giménez, de Playa Montroig Camping Resort, junto a Ramon y Sabine van Reine - 3. Ralph Heinze, Naomi Rigterink y Frank Jacobs - 4. Presentación de Ramon van Reine
5. Ganadores y menciones de honor de Portugal presentes en el acto - 6. Naomi Rigterink, gestora de cuentas y Ventas - 7. Pieter Melieste, gerente de Touroperating

Consolidación de una estrategia

Font ofrece información en el ámbito de la sostenibilidad, el grado de ocupación y la retención de clientes

La sostenibilidad, el grado de ocupación en temporada baja y la retención de campistas. Para muchos directores de camping, estas cuestiones están a la orden del día. ¿Qué le parece contar con una buena estrategia para dar respuesta a las mismas como camping e integrarla en su política y en sus actividades de márketing? ACSI ha hablado sobre ello con Xavier Font, catedrático de márketing y sostenibilidad de la Universidad de Surrey y redactor principal del Tijdschrift voor Duurzaam Toerisme (Periódico de Turismo Sostenible). Font, que es un experto en este ámbito, ha compartido con nosotros algunos consejos interesantes.

Sostenibilidad: el poder del márketing justo

En la sociedad actual, la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad desempeñan un papel muy importante. Estos temas tampoco se pueden descuidar en la imagen futura del sector del camping. Font opina lo mismo, aunque advierte de los peligros de la ecoimpostura, es decir, el querer parecer más responsable socialmente de lo que realmente es la organización. «En 2023, la gente ya no se lo cree y acabará golpeándote como un bumerán», asegura Font.

En este sentido, ser honesto es lo que más dura. «La sostenibilidad va más allá de las palabras. Hay que pasar a la acción y, para ello, la

palabra clave es autenticidad. Los clientes buscan acciones reales y sinceras por parte de las empresas. Evidentemente, como director de camping, puede emprender e integrar en su estrategia de márketing iniciativas en materia de sostenibilidad. Eso sí, no lo haga si no es con la sincera intención de causar un cambio positivo».

«Todos los campings son distintos por naturaleza», agrega Font. «Cada uno de ellos está situado en un entorno concreto con diversas opciones y oportunidades. Asimismo, el grupo objetivo puede variar de un camping a otro. Así pues, cada camping debe decidir por sí mismo qué iniciativas son

las más adecuadas para ellos y cuáles son viables».

Si tiene en cuenta estos consejos y llevan a la práctica estos ejemplos, en opinión de Font, los campings podrán integrar la cuestión de la sostenibilidad de una forma auténtica y efectiva en su actividad comercial y en su comunicación con los campistas. «Esto no solo afecta positivamente sobre el medioambiente, sino también en el ámbito de la reputación y la fidelidad de los clientes. Incorporar la sostenibilidad y reforzar las relaciones con los clientes constituye un proceso dinámico que requiere personalización y flexibilidad», concluye Font.



En un mercado local, los campistas conocen los productos de la región.

Consejos en el ámbito de la sostenibilidad

• **Transparencia:** comunique de forma abierta y sincera lo que está haciendo en el campo de la sostenibilidad y los resultados cosechados. También puede mencionar las cosas que aún se pueden mejorar.

Ejemplo: comparta periódicamente en sus boletines de noticias, redes sociales o sitio web las novedades acerca de los objetivos de sostenibilidad fijados. Estos pueden estar relacionados con la reducción del consumo de energía o de los residuos u otras iniciativas que haya puesto en marcha. Enseñe en qué punto se encuentran las cosas y dónde hay margen de mejora.

• **Formación:** conciencie sobre las iniciativas de sostenibilidad emprendidas por el camping. Tanto entre el personal como entre los huéspedes. Poner en común los conocimientos relevantes puede dar lugar a cambios positivos de conducta.

Ejemplo: relacione las actividades educativas con la animación infantil. Así, por ejemplo, durante la animación puede hablar de temas como el reciclaje, la protección de la naturaleza y la importancia de mantener limpio el entorno donde vivimos.

• **Colaboración:** trabaje con las comunidades, proveedores y organizaciones de cada región para alcanzar los objetivos comunes en materia de sostenibilidad. De esta forma, no solo refuerza el trabajo que usted realiza en este campo, sino que además aumenta el grado de implicación de la población local.

Ejemplo: colabore con artistas de la zona para elaborar obras a partir de materiales reciclados y expóngalas en el camping. Así se pone de relieve la creatividad, además de resaltar la importancia de la reutilización. También puede organizar mercadillos locales en su camping en los que presentar a los campistas los productos frescos de la zona. No solo apoyará a la economía local, sino que además fortalecerá sus vínculos con la comunidad.

Retención de campistas:

construir fidelidad y experiencias únicas

Una de las razones para ponerse a trabajar en la sostenibilidad y aumentar el atractivo de la temporada baja es procurar la retención de campistas y estimular que repitan. «Camper retention», como lo llama Font. «Como es lógico, usted quiere que su camping ofrezca una imagen positiva y que los campistas se sientan identificados con

este lugar. Cuando esto ocurre, aumenta la probabilidad de que vuelvan o que recomienden el camping a otros campistas. Para lograrlo, es crucial no limitarse a las estrategias convencionales e intentar crear experiencias únicas e inolvidables para los campistas».



Tan pronto como los campistas empiezan a sentirse conectados con el camping y la región, son más propensos a volver más a menudo.

de marketing más fuerte

Consejos para aumentar el grado de ocupación en temporada baja

• **Descuentos especiales:** un clásico que siempre funciona. Unos descuentos atractivos pueden incitar a los campistas a reservar en períodos de menos bullicio. En este aspecto, CampingCard ACSI es uno de los sistemas de descuento más conocidos, tanto para los campistas como para los campings.

• **Eventos:** se pueden organizar eventos que den respuesta a los intereses de los campistas. La temporada baja es un momento perfecto para hacerlo. La zona

registra una afluencia mucho menor y es posible que el camping disponga de más tiempo para organizarlos. Pueden ser, por ejemplo, unas vacaciones especiales de ciclismo o senderismo, paquetes de wellness o experiencias gastronómicas locales. Combine el evento con otros factores como el transporte, las comidas, actividades y ocio para hacer más completa la experiencia total de los campistas.

• **Actividades enriquecedoras:** constituye un elemento de

ampliación de los eventos. Los campings pueden organizar talleres, ponencias o visitas guiadas que destaquen la cultura y la naturaleza de la región. Gracias a ellos, hay huéspedes que pueden sentirse atraídos a viajar fuera de la temporada alta y disfrutar de experiencias únicas que únicamente son posibles en esa época. Por ejemplo, actividades vinculadas a cada estación, como la búsqueda de flores específicas o hacer ángeles de nieve con hojas de otoño. Estas actividades no solo resultan divertidas, sino que

además suscitan emociones en los clientes. Así, en invierno hay un ambiente distinto al que hay en verano, por lo que se pueden realizar actividades que no son posibles durante el periodo estival. Mientras que en verano los días pasan muy deprisa, en invierno los huéspedes pueden deleitarse con pequeños placeres, como pasarse un par de horas leyendo junto al fuego tomando una deliciosa taza de café. A los directores de camping les resulta complicado adaptar sus fotos y comunicaciones para reflejar este cambio.



El Dr. Xavier Font es profesor de la Universidad de Surrey y experto en el campo del marketing de sostenibilidad y la experiencia del cliente. Es uno de los expertos con más publicaciones en el campo del turismo sostenible y ha asesorado sobre este tema a varios comités europeos, VisitEngland, Fáilte Ireland, el Fondo Mundial y la Travel Foundation. Recientemente, Font fue invitado a ACSI y pronunció una conferencia sobre este tema.

Ocupación en temporada baja: jugar con las estaciones

Un segundo factor que Font tiene en cuenta es el aumento de la ocupación en temporada baja. Los sistemas de descuento como la CampingCard de ACSI son una herramienta importante para conseguir que los campistas acudan al camping fuera de la temporada alta. Pero la cosa no acaba ahí. Font subraya que las distintas temporadas atraen a distintos tipos de campistas. «Los campistas de temporada baja no son calcos de los de temporada alta que sólo quieren pagar menos. Suelen venir precisamente en busca de experiencias únicas que coincidan con esa época concreta».

Font lo ilustra con un ejemplo que encuentra a menudo en las páginas web de los campings. «Suelen mostrar fotos de piscinas soleadas con gente en bañador. Así se crea estacionalidad sin querer. Sin querer, podría transmitir el mensaje de 'no vengas aquí en octubre'».

Es importante que el contenido visual del sitio web esté en consonancia con la temporada. Por eso, Font recomienda cambiar regularmente las fotos. «En una situación ideal, el camping es comparable a un jardín. Si quieres disfrutar del jardín durante todo el año, plantas flores que florezcan en distintas épocas del año. Así siempre hay algo bonito que ver».

También en este caso, cada camping es único y debe decidir por sí mismo qué situación le conviene más. «Hay que experimentar», recomienda Font. «También se aprende mucho experimentando. Vea la temporada baja como una oportunidad para aprovechar el carácter y la versatilidad del camping. Facilite lo que los huéspedes pueden hacer, ver, experimentar y sentir en el camping. El objetivo no es solo aumentar los índices de ocupación, sino también el compromiso y la fidelidad de los huéspedes, independientemente de la temporada», afirma Font.



La temporada baja se presta a experiencias únicas como la de acampar en la nieve.

Consejos en el ámbito de la retención y la fidelidad de los campista

• **Programas de fidelización:** elaborar programas que ofrezcan ventajas exclusivas a los clientes que repiten puede constituir un modelo efectivo. Por ejemplo, tarifas especiales, mejoras gratuitas o acceso exclusivo a instalaciones específicas. Recompense a los clientes más fieles con la posibilidad de invitar a otra pareja, por ejemplo. De esta forma, puede atraer a nuevos clientes fieles a su camping. U ofrezca una estancia más larga a los campistas que vayan más veces a su camping, a modo de agradecimiento.

• **Planteamiento personalizado:** es posible entablar relaciones fuertes demostrando un interés sincero por las necesidades individuales de los clientes. Envíe una sorpresa a sus clientes por su cumpleaños o aniversario. O póngase a recabar activamente opiniones para llevar su camping a otro nivel. Esto permite que los campistas se sientan especiales y valorados.

• **Inclusividad y diversidad:** no se quede en los estereotipos y favorezca la llegada de huéspedes de diversos orígenes. Por ejemplo,

haga que el camping sea accesible para discapacitados y propicie la igualdad y la diversidad. Haga que todos se sientan a gusto en el camping. No solo es una responsabilidad ética, sino que además abre oportunidades comerciales. Cada vez son más las empresas centradas en la diversidad que están experimentando un crecimiento considerable.

• **Experiencias únicas:** a la hora de lograr la retención de campistas, el hecho de crear experiencias únicas desempeña un papel importante. Son precisamente

estas experiencias las que hacen que las personas decidan volver o recomendar positivamente su camping a amigos, familiares, conocidos o a otros campistas. Puede merecer la pena organizar noches temáticas, aventuras al aire libre o actos culturales locales. Mencínelo en sus comunicaciones para que los campistas sepan qué les espera. Asimismo, puede aumentar la implicación de los campistas ofrecer vales de descuento para actividades en su próxima visita.



Les presentamos al equipos de ventas de ACSI

Lo que hace que una empresa avance son las personas que trabajan en ella. Y en ACSI no es distinto. En esta edición, el protagonismo recae en el equipo de ventas de ACSI. Este equipo comprometido va mucho más allá de las cifras y los resultados. Este departamento sienta las bases para establecer relaciones a largo plazo con campings, cadenas de campings y representantes. Cada uno de los empleados de ventas es responsable de uno o varios países europeos específicos.

Nombre del representante de ventas	Responsable de:
Anja Kierzek	Retail
Aris-Jan Bos	Países Bajos
Dilek Özcan	Alemania, Austria, Polonia, República Checa
Gianluca Sartori	Italia
Hubertus Seyffardt	Alemania, Suiza, Hungría, Rumanía
Jeannette Kasberg	Reino Unido, Irlanda, Albania, Montenegro, Estonia, Letonia, Lituania, Eslovaquia, Bosnia-Herzegovina, Grecia
Margriet Harteman	ACSI Freelife
Robin Schrier	Países Bajos, Bélgica, Luxemburgo
Sandra Huizenga	Italia
Saskia Machielse	Países Bajos, Jefe de equipo de ventas
Vincent Smit	Alemania, Suiza, Finlandia, Noruega, Suecia, Dinamarca, Croacia, Eslovenia



Donovan Herman, 31 años

Responsable de:

Jefe de Ventas Francia y director comercial de Ventas

¿Desde cuándo trabaja en ACSI?
Desde septiembre de 2016.

¿Por qué empezó a trabajar en ACSI?

El camping siempre me ha atraído muchísimo. Trabajé en un camping antes de entrar en ACSI.

¿Qué es lo que más le gusta de su puesto en ACSI?

La gran variedad de actividades.

Forma de acampada favorita:

Tienda

Destino preferido de vacaciones:

Francia

¿Cuál sería su máxima prioridad si tuviera un camping?

Procuraría centrarme en crear una experiencia auténtica de acampada. Mi objetivo sería ofrecer un entorno en el que los huéspedes pudieran escapar del ajetreo de la vida diaria.



Naomi Rigterink, 23 años

Responsable de:

Francia, España, Portugal

¿Desde cuándo trabaja en ACSI? Desde marzo de 2021

¿Por qué empezó a trabajar en ACSI?

Al principio me presenté para un puesto en el Centro de Atención al Cliente (CCC), porque me gusta trabajar con idiomas. Hice un máster en Turismo y Cultura, por lo que me interesa también la relación entre los idiomas y el turismo.

¿Qué es lo que más le gusta de su puesto en ACSI?

Lo que más me gusta es ir con los inspectores. Este puesto te permite ayudar a otras personas a crecer y a aprender. También me encanta colaborar con otros compañeros e inspectores en un buen producto.

¿Cuál es su forma de hacer campings favorita?

Siempre voy de acampada con la tienda.

¿Cuál es el objeto más raro que no puede faltar en uno de sus viajes de acampada?

Nunca llevamos demasiadas cosas.

¿Cuál es su destino preferido de vacaciones?

Me gusta Francia. Sobre todo Lavardin, una zona preciosa, donde vive mi madre. He ido de acampada por toda Francia y siempre me sorprende la diversidad del país. Es una verdadera pasada.

¿Cuál sería su máxima prioridad si tuviera un camping?

Mi máxima prioridad sería el bienestar de mi personal y de los huéspedes, así como crear un entorno agradable donde todo el mundo se sintiera a gusto. Desde el punto de vista comercial y estratégico, confiaría en los conocimientos de Donovan.



Maarten Brugge, 47 años

Responsable de: Francia

¿Desde cuándo trabaja en ACSI? Desde mayo de 2022

¿Por qué empezó a trabajar en ACSI?

Me apetecía muchísimo trabajar en el sector del camping.

¿Qué es lo que más le gusta de su puesto en ACSI?

El contacto con los campings y los inspectores.

Forma de acampada favorita: La tienda, aunque una un poco de lujo.

Destino preferido de vacaciones: Croacia.

¿Cuál es el objeto más raro que no puede faltar en uno de sus viajes de acampada? Un lanzador de pelotas para mi perro

¿Cuál sería su máxima prioridad si tuviera un camping?

Me esforzaría por hacer que el camping fuera un buen sitio para los perros, con alojamientos aptos para ellos y una piscina para nuestros amigos de cuatro patas.



Hanneke Eppink, 43 años

Responsable de: Coordinadora de ventas minoristas

¿Desde cuándo trabaja en ACSI? Desde septiembre de 2002

¿Por qué empezó a trabajar en ACSI? Fue el primer anuncio que vi en el que pedían dominar tantos idiomas.

¿Qué es lo que más le gusta de su puesto en ACSI? Trabajar con tantos clientes distintos en Europa.

¿Cuál es su forma de hacer campings favorita?

Al principio no iba de camping. Ahora hace unos 15 años que acampo con mi familia. Primero iba con tienda, después con remolque plegable. Es lo que más nos gusta, la sensación de dormir en tienda, pero sin tener que hacerlo en el suelo.

¿Cuál es el objeto más raro que no puede faltar en uno de sus viajes de acampada?

Siempre intentamos llevarnos lo menos posible. La cosa más rara que nos hemos llevado este año ha sido uno de esos molinillos para ahuyentar a las avispas. Insuperable.

¿Cuál es su destino preferido de vacaciones? República Checa y Francia.

¿Cuál sería su máxima prioridad si tuviera un camping?

Parcelas amplias, para que los huéspedes no tengan que ponerse al lado del camino. Y ofrecer actividades divertidas, un parque de juegos y una piscina para niños. De esta forma, los padres también pueden tener vacaciones.

Renovación de la CampingCard ACSI

Introducción de la versión digital y escaneado del código QR a partir de 2024

A partir de enero de 2024, ACSI introducirá algunos cambios en el conocido sistema de descuentos CampingCard ACSI. Los dos cambios más llamativos son la introducción de una versión digital de la CampingCard ACSI y la incorporación de un código QR, tanto en la versión digital como en la física. Gracias a esto, el registro de entrada en recepción se agiliza bastante.

Un deseo de los campistas

Ilse Maas, comercializadora de productos, participa de cerca en las novedades. «Los campistas ya llevan un tiempo reclamando una versión digital de la CampingCard ACSI. Por un lado, porque es lo lógico en la era de la sostenibilidad, pero también desde un punto de vista práctico. Cada vez son más los que buscan y reservan su camping por Internet. Y al disponer de la versión digital en la práctica app CampingCard ACSI, la tienen siempre a mano. Junto con toda la información sobre campings». Y, por si fuera poco, tiene otra ventaja. «Evidentemente, al ser todo digital, la probabilidad de pérdida o deterioro de la CampingCard ACSI es mucho más reducida».

Seguridad para los campings

Para los campings adheridos a la CampingCard ACSI, la versión digital también es segura. «El registro de entrada se realiza mediante un código QR que se renueva cada cinco minutos», explica Maas. «De esta manera, es prácticamente imposible hacer una copia rápidamente y utilizar la tarjeta de manera fraudulenta. Al escanearla, se abren los datos personales del campista en el ACSI Campsite Portal. Lógicamente, el camping puede comprobarlos en caso de duda».

Registro de entrada más rápido

Además, el código QR ofrece una ventaja importante. El registro de entrada se simplifica y agiliza.

«Los campings ya no tienen que introducir manualmente los datos en su sistema. Desde el ACSI Campsite Portal se pueden copiar y pegar fácilmente a su propio sistema de reservas. También es posible enviarse a uno mismo un correo con todos los datos para poder procesarlos tranquilamente en otro momento», explica Maas. «Esto supondrá un gran ahorro de tiempo en recepción».

Y no solo para la versión digital. Como explica Maas, la CampingCard ACSI física que acompaña a las guías de camping ACSI también incorpora una novedad. «En ella también aparece un código QR. Los campistas que así lo deseen, pueden rellenar el dorso de la tarjeta como hasta ahora. Sin

embargo, esperamos que estas tarjetas se registren también en línea en la medida de lo posible. De esta forma, el camping podrá también escanear el código QR de la tarjeta física, con lo que el registro de entrada será muy rápido».



Cómo funciona el escaneado y la transferencia de datos

Para poder acogerse a la tarifa económica de CampingCard ACSI por noche, el campista debe poseer una tarjeta de descuento CampingCard ACSI válida. A la hora de realizar una reserva, hay que mencionar que el campista va a utilizar la CampingCard ACSI y al hacer el registro de entrada, deberá mostrar la correspondiente tarjeta.

A partir de 2024, los campistas podrán presentar tanto la CampingCard ACSI digital como la física. Esta última se venderá conjuntamente con una de las guías de camping ACSI. La CampingCard ACSI digital se puede adquirir en combinación con la app CampingCard ACSI. Independientemente de la versión que elija el campista,

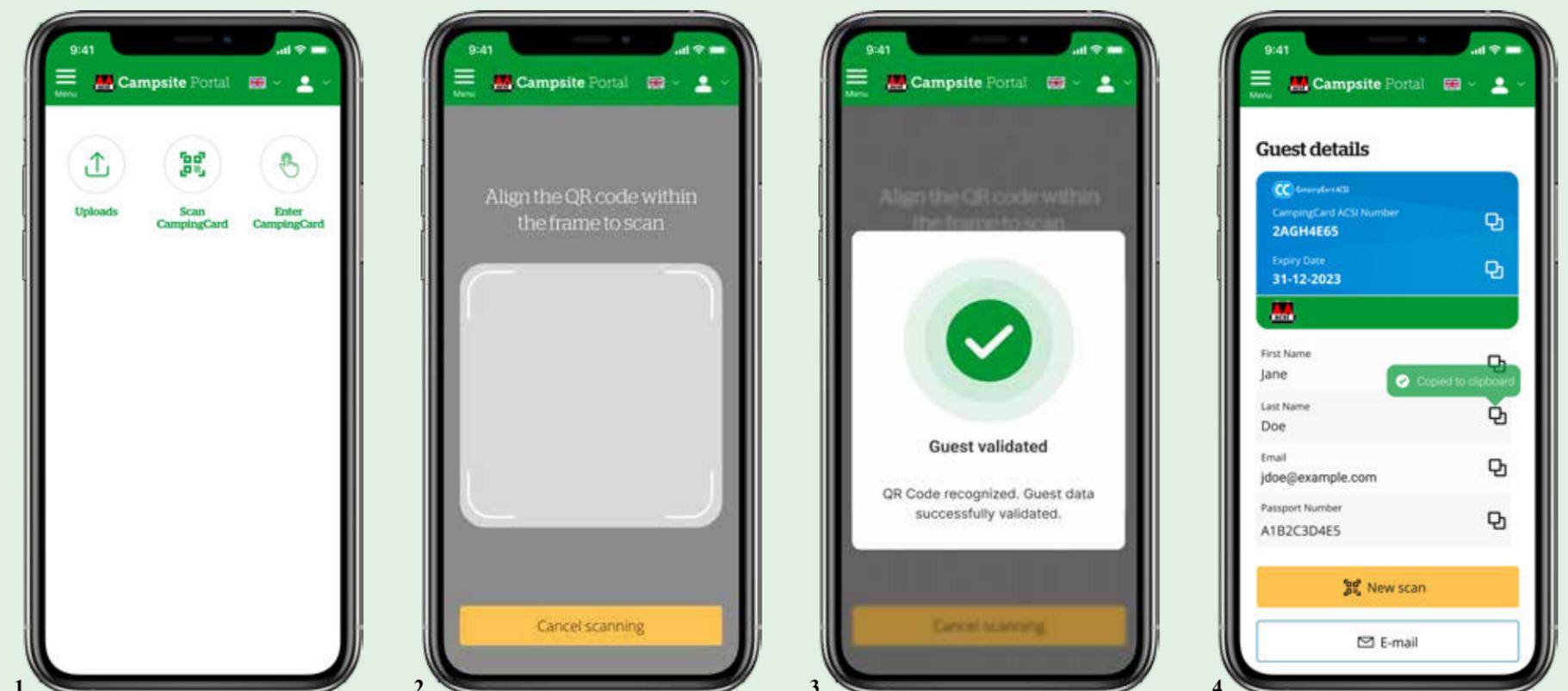
el registro de entrada se hace rápidamente.

Tanto en la versión digital como en la física figura un código QR. Este se puede escanear con la cámara de cualquier teléfono, tableta, ordenador portátil o de sobremesa. La forma más rápida de hacerlo es iniciando sesión antes en el ACSI Campsite Portal (1.) Una vez dentro, se

puede escanear el código QR (2.). Si es una CampingCard ACSI válida, (3.) los datos del cliente se mostrarán en pantalla (4.). Desde el ACSI Campsite Portal se pueden transferir fácilmente los datos al sistema de reservas del camping. Se puede hacer copiando y pegando los campos. También es posible enviar todos los datos por correo electrónico

al camping. De esta manera se puede introducir todo correctamente en el sistema propio en otro momento.

Para más información, escanee el código QR →



Código único

¿No se puede escanear? Puede pasar, por ejemplo, si no hay ninguna cámara disponible para escanear el código QR. En ese caso, tanto en la versión física como en la digital figura un código único,

el cual se puede introducir en el ACSI Campsite Portal. De esta forma se puede acceder también a los datos de cliente del campista. Resulta muy práctico también si llama una persona desde su coche o autocaravana para hacer una

reserva, por ejemplo. Puede acceder inmediatamente a todos los datos introduciendo este código.

Tarjetas registradas

A los campistas que viajen con la CampingCard ACSI se les

pedirá que registren primero su producto en línea. Cuando lo hayan hecho, se podrá acceder a todos los datos directamente. No es posible utilizar la CampingCard ACSI digital si el campista no la ha registrado. Para las tarjetas

físicas no es necesario hacerlo. En ese caso, los campistas pueden optar por rellenar a manos los datos en el reverso de la tarjeta.

Un recorrido por la historia del camping

 **Camping Kikopark Playa, España**

Una cálida acogida para los primeros turistas que llegaron a España

La historia del camping Kikopark se remonta al año 1965. Por aquella época, el turismo en España apenas estaba dando sus primeros pasos. En ese momento a Vicente Frasquet Savall, abuelo del actual director del camping, se le ocurrió la idea de abrir un camping.

Vicente era una persona de mente abierta e innovadora que tenía una tienda de telas en Oliva, un pueblo cercano a Valencia. En su tienda trabó muy buena amistad con varios clientes franceses, que se contaban entre los primeros turistas que viajaron a España. Poco después se le ocurrió la idea

«Fuimos los primeros en abrir todo el año»

de anticiparse al creciente número de turistas.

Vicente montó su camping en una pequeña finca agrícola que pertenecía a la familia, situada junto al mar. Allí acudían familia-

res y amigos todos los domingos para reunirse y disfrutar de una tradicional paella española. ¡Era el lugar perfecto para acoger a campistas!

Abierto todo el año

Durante los primeros años aún no había demasiados campings por la zona. Posteriormente, el turismo no dejó de crecer, lo que supuso

«Lo que ofrece el camping es el contacto con la naturaleza»

un empujón económico para la región. Kikopark también creció. En 1990, el camping se convirtió en el primero de la zona de Valencia que permanecía abierto todo el año.

Competencia en el mercado

Desde entonces, Kikopark ha seguido expandiéndose hasta convertirse en un auténtico parque vacacional, con apartamentos, glamping y restaurante. En la actualidad lo dirige Luis Sánchez,

nieto de Vicente. Según él, hay muchas diferencias entre el turismo actual y el de entonces. En este momento, la oferta turística es enorme y el mercado ha evolucionado muchísimo, adaptándose a las preferencias de los turistas de hoy en día. Actualmente, Luis

y su equipo trabajan mucho para ser más eficientes y prestar más y mejores servicios.

Según subraya Luis, la acampada ha alcanzado cotas de popularidad como nunca antes y él espera que este crecimiento exponencial se mantenga en el futuro. «La

gente está cada vez más concienciada sobre el medioambiente y la sostenibilidad. Al acampar, los turistas están en contacto con la naturaleza, que es exactamente lo que puede ofrecerles el camping».



 **Balatontourist Camping & Bungalows Füred, Hungría**

Toda una institución desde hace 65 años en el lago Balatón

En la actualidad, en el apreciado lago Balatón de Hungría hay numerosos campings. Balatontourist Camping & Bungalows Füred fue uno de los primeros y desde entonces se ha convertido en el más grande. El camping se fundó hace 65 años, en 1958.

Los dos primeros campings del lago Balatón fueron puestos en

marcha por la oficina de turismo de la provincia de Veszprém. Balatontourist Camping & Bungalows Füred fue uno de ellos. Rápidamente, los dos campings se hicieron muy populares.

Recibe su nombre del rally

En 1966 se celebró en el camping el 27º Rally de la FICC. Este acontecimiento sirvió para poner en el mapa internacional tanto

Hungría como el lago Balatón. Gracias a él, la demanda de campings creció tanto que se tuvieron que construir varios. Balatontourist Camping &

«Un importante rally puso al lago Balatón en el mapa en 1966»

Bungalows Füred también fue objeto de una ampliación. En ese momento, el camping todavía no tenía ni siquiera nombre. Por este motivo, durante años se conoció el camping como «XXVII FICC Rally».

Con el paso de los años, el camping ha acogido cada vez más acontecimientos de relevancia. Así, por ejemplo, en 2017 se

celebró el campeonato europeo de Raceboard Surf y este año acogerá por duodécima vez un importante evento para corredores de ultramaratón.

Bungalows de lujo y caravanas fijas

La mayoría de los clientes venían año tras año con su propia tienda o caravana. Asimismo, había tiendas para alquilar, para que también pudieran disfrutar de la acampada los huéspedes que no disponían de su propio equipo. En los años 80, el camping inició la construcción de bungalows de lujo, ya que la demanda era cada vez mayor. A partir del año 2000 se incorporaron cada vez más caravanas fijas modernas.

En constante evolución

Todavía a día de hoy el camping sigue en desarrollo, puesto que el sector del tiempo libre cambia continuamente. Por ejemplo, se ha ampliado con una playa renovada, una piscina, oferta de esquí acuático, minigolf, alquiler de equipos para deportes acuáticos y de bicis, normales y eléctricas. Para el año previsto está previsto inaugurar un nuevo parque acuático con toboganes.



 **Lærdal Ferie og Fritidspark, Noruega**

Parque de aventura en un fiordo noruego

Lærdal Ferie og Fritidspark es perfecto para los amantes de la naturaleza y para los que busquen descansar. Pero eso no es todo, el camping, que dirige Even Aarethun desde hace 30 años, tiene una gran oferta de ocio. Por ejemplo, dispone de un auténtico teatro de espectáculos y del primer Motorikpark™ de Escandinavia.

El ayuntamiento de Lærdal construyó el camping en 1991 y posteriormente lo alquiló a una sociedad local. En la primavera

de 1993 pidieron a la familia Aarethun que se encargara de gestionar el camping. Durante el primer año de gestión de la familia, el camping recibió a unos 3000 huéspedes. En la actualidad, este parque vacacional está abierto prácticamente todo el año y en él se alojan entre 40 000 y 45 000 clientes.

Más visitas

Si piensa en los primeros años y los compara con la situación actual, Even cree que los clientes se quedaban antes más tiempo



en el camping. Venían aquí para relajarse y disfrutar del entorno. El estilo de vida actual es más ajetreado y activo y la gente viaja con más frecuencia. Los campistas se alojan menos noches y no quieren ver solo un sitio durante sus vacaciones. Por otra parte, reservan con menos antelación que antes.

Teatro de espectáculos y parque de aventura

Aparte del precioso lugar en el que está encuadrado, en un fiordo noruego, el camping tiene más cosas que lo hacen especial. En

2014 se inauguró aquí el primer Motorikpark™ de Escandinavia. Se trata de un parque de aventura al aire libre en el que pueden disfrutar a lo grande niños y mayores y que incluye parques

infantiles, un circuito de escalada, entrenamiento de fuerza y rutas de senderismo.

«Los campistas viajan con más frecuencia»

Even también está muy orgullosos del Lærdal Show Theater, inaugurado en 2019. Aquí se representan periódicamente musicales y espectáculos de otro tipo. El lema de Even es que, si eres propietario de un camping, debes estar siempre dispuesto a desarrollar nuevas ideas y actividades.


 **Camping Sikia, Grecia**

Acampada en el mar desde 1960

La historia del camping comienza en 1958. Los abuelos de la actual propietaria compraron un terreno junto al mar. El camping fue fundado en 1960. Al principio solo tenía un restaurante al lado del mar y posteriormente se añadieron algunos servicios para los huéspedes.

Por aquel entonces, cada vez pasaban más personas que se dirigían a sus vacaciones con tiendas.

Estos campistas nos preguntaban si podían plantar su tienda en este lugar tan bonito junto al mar, entre los olivos. Así es como a los primeros propietarios se les ocurrió la idea de abrir un camping. Los turistas también acudían a las tabernas de la zona (restaurantes griegos), por lo que fue algo bueno para todo el pueblo.

Mejores carreteras

Evidentemente, las cosas han

cambiado mucho desde 1960. Los primeros clientes eran campistas en busca de aventuras, con pequeñas tiendas y furgonetas. Venían aquí para pasar sus vacaciones en la naturaleza, sin lujos. Con el paso de los años, las tiendas, caravanas y autocaravanas se han ido haciendo más grandes y

«Antiguamente, los campistas venían con tiendas pequeñas y furgonetas»

las parcelas se han adaptado en consecuencia. Por otra parte, las vacaciones también se planifican más: antiguamente no era habitual hacer reservas, mientras que ahora la mayoría de huéspedes reservan de antemano.

Un cambio importante es que las carreteras de los países balcánicos son mejores. Esto ha hecho que ahora sea más fácil para los cam-



pinistas viajar a Grecia, con lo que el número de clientes de camping ha crecido y se ha alargado la temporada de acampada.

ACSI Award al restaurante más bonito

Entretanto, la tercera generación de directores del camping trabaja con el mismo esfuerzo que sus abuelos para convertir al Camping Sikia en un destino vacacional atractivo. Son plenamente conscientes de la bonita empresa que les han legado y siguen perfeccionándola. Y se nota. Así, el

camping se llevó un ACSI Award en 2022 al mejor restaurante de camping de Grecia.

La propietaria ve con optimismo el futuro de las vacaciones de acampada. A la gente le gusta estar en contacto con la naturaleza en sus vacaciones y esta es la principal ventaja de los campings. Las personas que buscan algo más de lujo también van ahora de camping. Uno de los problemas de los campings, como ocurre con muchos otros negocios, es encontrar buen personal.



Colofón

Edición

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

Dirección: Ramon van Reine | **Jefe de redacción:** Frank Jacobs | **Coordinación/redacción final:** Bram Kuhnen, Robin Peeters

Redacción: Laura ten Barge, Lisette van Bommel, Marieke Krämer, Laura Mestrum, Merel Revet

Venta de publicidad: Salesafdeling ACSI | **Redacción de imágenes:** Maurice van Meteren | **Diseño:** Daniël Uleman, Marloes Buijs, Mariëlle Rouwenhorst-Küper, Peter Dellepoort,

Tina van Welie | **Maquetación:** Rein Driessens

Guía de impresión: Ronnie Witjes | **Impresión:** Rodi Rotatiedruk

camping comfort

Su camping ya aparece en la app.
¡Descúbralo ahora!



Powered by



LA APLICACIÓN IDEAL PARA SUS CLIENTES

- Traducción automática al idioma del cliente
- Simplificación del proceso de pedido de pan y snacks, por ejemplo
- Envío sencillo de mensajes push a sus huéspedes

1

Escanee el código QR

ver su aplicación



2

Introduzca el nombre de su camping y vea la app

3

Pruebe gratis la app durante tres meses!

4

Si queda satisfecho/a, contrate una suscripción (cancelable mes a mes)

www.campingcomfort.com