

Tasa turística y peajes

Las diferencias en Europa de un vistazo

de ACSI, el especialista en campings: edición otoño 2026



El Mundo ACSI



ACSI Innovation Awards

Las ideas innovadoras pueden ganar un premio.

► Más información en las **páginas 8-9**

ACSI Awards 2027

Comienza un nuevo periodo de votación.

► Más información en las **páginas 10-11**

Tendencias en el mundo del camping

¿Qué servicios están ganando popularidad en los campings?

► Más información en las **páginas 12-13**

Cambio de zona de los inspectores

Los inspectores de ACSI cambian de zona de inspección cada cuatro años.

► Más información en las **páginas 14-17**

Prólogo



Estimados propietarios y gerentes de camping:

El verano de 2026 ha vuelto a demostrar la popularidad del camping. A pesar del calor y de los incendios forestales en algunas zonas del sur de Europa, muchos campings estuvieron completos. Además, el precio medio por noche aumentó sólo un 3,7% con respecto al año pasado. Por tanto, el camping sigue siendo una forma de disfrutar de las vacaciones atractiva y asequible para millones de europeos.

Aun así, hay varios aspectos que los campistas deben tener en cuenta cuando se ponen en marcha. Las tasas turísticas y las normas relativas a las zonas de bajas emisiones, los peajes y las carreteras de pago varían de un país a otro, e incluso de una región a otra. En las páginas 4-7 encontrará un resumen y podrá ver qué implicaciones tienen para el coste de unas vacaciones de camping.

Por eso, recopilar información actualizada y fiable sobre los campings sigue siendo uno de los pilares fundamentales de ACSI. Cada año inspeccionamos gratuitamente más de 10.000 campings de toda Europa. Para seguir mejorando la calidad de nuestra información, a partir de ahora los inspectores cambiarán de zona de inspección después de un máximo de cuatro años.

El sector del camping también está en constante evolución. Para dar visibilidad a este tipo de iniciativas, este año los campings y las empresas del sector de toda Europa pueden presentar sus candidaturas a los ACSI Innovation Awards. Encontrará más información en las páginas 8-9.

¡Le deseo un excelente final de temporada de camping!

Ramon van Reine

CEO ACSI

En esta edición de El Mundo ACSI

4 Tasas turísticas y zonas de bajas emisiones

En Europa existe una gran variedad de normativas turísticas. Los campistas que reservan una estancia en un camping y se ponen en marcha para disfrutar de sus vacaciones se encuentran con numerosas zonas de bajas emisiones, carreteras de pago, peajes y diferentes tarifas de tasas turísticas. ACSI ha analizado estas diferencias y cuánto repercuten en el bolsillo de los campistas.

8 ACSI Innovation Awards

Desde el año pasado, los campings y las empresas del sector con ideas y conceptos innovadores pueden optar a un ACSI Innovation Award. Este premio se creó para dar visibilidad a la creatividad e inspirar a los propietarios de campings con los mejores ejemplos del sector. Los campings con una idea o un concepto innovador pueden inscribirse y presentar su candidatura para que sea valorada por un jurado profesional.

10 ACSI Awards 2027

A partir del 15 de septiembre de 2026, los campistas de toda Europa podrán volver a votar por su camping favorito en diferentes categorías. Con el paquete promocional gratuito, los campings pueden aumentar considerablemente sus posibilidades de ganar un ACSI Award.



12 Tendencias en servicios e instalaciones

Cada año, los inspectores de ACSI registran los servicios e instalaciones de más de 10.000 campings de toda Europa. Estos datos permiten identificar claramente las tendencias y los cambios que se producen en el sector del camping. ¿Qué servicios están ganando popularidad? ¿Y cuáles se utilizan cada vez menos?

14 Rotación de las zonas de inspección

En un momento en el que ofrecer información actualizada y fiable sobre los campings es cada vez más importante, ACSI ha decidido modificar ligeramente su proceso de inspección. A partir de ahora, los inspectores estarán asignados a una misma zona durante un máximo de cuatro años. De este modo, los propietarios de campings verán con mayor frecuencia a un inspector diferente. Además, en 2026 se realizaron por primera vez inspecciones de campings en Bulgaria, Serbia y Macedonia del Norte.

18 ACSI Foundation

A través de la ACSI Foundation, ACSI contribuye activamente a la sociedad. Durante las últimas décadas, la fundación ha apoyado diferentes causas benéficas. Recientemente, Mercy Ships se ha incorporado como nueva organización beneficiaria.



20 Novedades de los productos ACSI

ACSI trabaja continuamente en el desarrollo y mejora de sus productos y servicios. Tras seis meses, ya se puede hacer un primer balance de ACSI Broker Services. Además, se ha trabajado entre bastidores en un nuevo panel de control del ACSI Campsite Portal que ofrece más información sobre los resultados de las actividades promocionales realizadas a través de ACSI.



22 Campings con una larga historia

Muchos campings europeos existen desde hace décadas y han pasado de generación en generación. ACSI ha hablado con dos propietarios sobre la larga historia de sus campings.



ACSI, muy presente durante esta temporada de ferias



El stand de ACSI durante el Caravan Salon Düsseldorf 2026.

Este otoño, ACSI volverá a estar presente en diferentes ferias de Europa. El stand de ACSI podrá encontrarse tanto en ferias dirigidas al público –a menudo especialmente a campistas– como en ferias profesionales. El Caravan Salon Düsseldorf dio el pistoletazo de salida a la temporada, pero ACSI estará presente en muchos más eventos este otoño.

La asistencia a estas ferias es importante para ACSI, explica el director Ramon van Reine. «Es uno de nuestros puntos de contacto con el sector. Precisamente en las ferias se descubre qué está ocurriendo, se pueden intercambiar ideas con otros profesionales y se consigue muchísima inspiración. Así que, desde luego, no estamos allí únicamente para promocionarnos. Establecemos contactos muy valiosos y muchas

ideas han surgido directamente en los recintos feriales»

Kampeer & Caravan Jaarbeurs
30 sept. - 4 oct. | Utrecht, P-B

InOut
14 - 16 oct. | Rimini, ITA

CampExpo
27 - 28 oct. | Maguncia, ALE

SETT
3 - 5 nov. | Montpellier, FRA

Norddeutscher Campingtag
11 - 12 nov. | Essen, ALE

Recreatie Vakbeurs
17 - 19 nov. | Hardenberg, P-B

CMT
16 - 24 ene. | Stuttgart, ALE

Reise + Camping
24 - 28 feb. | Essen, ALE

La guía CampingCard ACSI cambia de formato

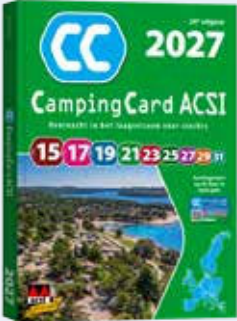
A partir de 2027, la guía CampingCard ACSI tendrá el mismo formato que las demás guías de camping de ACSI. Entre otras ventajas, esto permitirá que los campistas encuentren toda la información en un único y práctico volumen, en lugar de en una guía dividida en dos partes.

Ilse Maas, responsable de marketing de producto de CampingCard ACSI, explica los cambios. "Al reunirlo todo en una sola guía, facilitamos a los campistas el uso del producto y la búsqueda de los campings participantes. La cantidad de información sobre los campings y su fiabilidad seguirán siendo las mismas, pero la estructura de la guía será más lógica y clara.

El formato más grande también mejora la comodidad de lectura."

Además, esta elección contribuye a un proceso de producción más sostenible. "Al optar por una sola guía, reducimos el uso de materiales y los costes

de transporte. De este modo, la nueva guía encaja mejor con CampingCard ACSI Digital y con nuestra aspiración de utilizar el papel y los recursos de producción de una forma más responsable."



La guía CampingCard ACSI 2027 dejará de estar dividida en dos volúmenes y tendrá un formato más grande.

Nueva plataforma de reservas para Suncamp y Euronature

Suncamp y Euronature han migrado a una nueva plataforma de reservas. En agosto, Resalys fue sustituida por Maxxton. La nueva plataforma se adapta mejor a las ambiciones y al crecimiento futuro de ambas marcas y ofrece también más posibilidades comerciales.

Pieter Melieste, responsable de Touroperating de ACSI, explica el cambio. "Nuestra anterior plataforma de reservas, Resalys de Septeo, respondía cada vez menos a las necesidades de Suncamp y Euronature. Al combinar alojamientos propios, nuestras SunLodges, con una amplia oferta de nuestros socios, necesitábamos una mayor flexibilidad para gestionar la oferta

con eficiencia y aprovechar nuevas oportunidades comerciales."

Menor time-to-market
Maxxton ofrece importantes ventajas en este sentido. La plataforma dispone de amplias posibilidades para optimizar la ocupación y los ingresos, mejores conexiones con sistemas externos y una mayor velocidad de procesamiento de contratos. "Esto nos permite lanzar más rápidamente acciones comerciales y nuevas ofertas. Las parcelas y alojamientos que ofrecemos deben estar disponibles para los campistas de forma mucho más rápida y eficiente. Nuestra ambición es reducir el tiempo para alcanzar al mercado objetivo en al menos cuatro semanas", afirma Melieste.

Los viajes organizados de camping ganan popularidad

ACSI observa un creciente interés por los viajes organizados de camping. En los últimos tres años, el número de participantes en estos viajes en grupo ha aumentado más de un 38 %. Este año, ACSI Camping Tours organiza 120 viajes de camping a una gran variedad de destinos dentro y fuera de Europa.

Desde un viaje de cinco días al sur de Limburgo, que incluye una visita al concierto de André Rieu

en el Vrijthof, hasta siete semanas en caravana o autocaravana hasta Cabo Norte y de vuelta. Desde 23 días en bicicleta junto al Danubio hasta más de un mes recorriendo Marruecos. La oferta de viajes en grupo de ACSI Camping Tours es muy variada y atrae cada vez a más participantes. En 2022, 2.477 campistas reservaron un viaje en grupo; el año pasado ya fueron 3.426, es decir, más de un 38 % más que tres años antes. Para 2026 se espera un total de 3.700 viajeros.



El número de participantes en los viajes de ACSI Camping Tours ha aumentado más de un 38 % en los últimos tres años.

¿Qué costes adicionales tiene

Europa recibe más turistas internacionales que cualquier otro continente. Los destinos vacacionales más populares reciben cada vez más visitantes, tienen centros urbanos más concurridos y afrontan mayores costes para mantener sus servicios e infraestructuras. Por ello, las administraciones buscan formas de financiar estos gastos y, al mismo tiempo, gestionar la afluencia de turistas. Para ello aplican todo tipo de medidas, desde tasas turísticas y peajes hasta zonas de bajas emisiones y recargos especiales

Los campistas también lo notan. Unos pocos euros de tasa turística por noche pueden parecer poco, pero durante unas vacaciones largas pueden sumar una cantidad considerable. A ello se añaden los peajes, las carreteras de pago, los distintivos medioambientales y otros recargos.

Además, en 2026 países como Países Bajos y Bélgica han aumentado el IVA aplicable a las pernoctaciones. En los Países Bajos, este incremento sólo afecta a los alojamientos de alquiler, mientras que en Bélgica se aplica a todas las estancias en camping. Quien viaje por Europa en coche, caravana o autocaravana se enfrenta, por tanto, a una lista de costes cada vez mayor.

Grandes diferencias
Al mismo tiempo, viajar se está volviendo más sencillo en algunos aspectos. El número de zonas

medioambientales en Alemania, por ejemplo, se ha reducido a la mitad en los últimos años, de unas 70 a 35. Además, cada vez más países digitalizan sus sistemas de peaje y carreteras de pago. Sin embargo, las diferencias entre países siguen siendo grandes: mientras que en el norte de Europa apenas se paga tasa turística o no existe, en destinos populares de Alemania, Austria, Suiza o España puede ascender a varios euros por persona y noche.

Costes adicionales de acampar
¿Cuánto cuesta realmente acampar en Europa en 2026? ACSI reúne los principales costes adicionales y normas de los destinos de camping más populares de Europa. Desde la tasa turística, los peajes y las (e-)carreteras de pago hasta las zonas de bajas emisiones, el IVA y otros recargos turísticos especiales. Así queda claro qué puede encontrarse un campista tanto durante el trayecto como en su destino.

Tasa turística

Los municipios y regiones pueden aplicar un impuesto a las pernoctaciones turísticas de pago. Quién debe pagarlo, qué exenciones existen y cómo se calcula varía según el destino. Los viajes de negocios también pueden estar sujetos a esta tasa. El importe y el método de cálculo varían según el país y, en ocasiones, incluso según el municipio. Los sistemas más habituales son:

- **Porcentaje:** un porcentaje del precio de la estancia
- **Importe fijo por noche:** normalmente por persona
- **Según el alojamiento:** el importe depende del tipo o categoría del alojamiento
- **Tarifa estacional:** por ejemplo, un importe más elevado en temporada alta
- **Recargo único:** importe fijo por estancia

Una de las principales razones de la tasa turística es que los visitantes utilizan los servicios locales

sin contribuir a ellos mediante impuestos municipales en la misma medida que los residentes. Los destinos populares tienen gastos adicionales en servicios como recogida de residuos, aseos públicos, carreteras, rutas de senderismo y ciclismo, mantenimiento de zonas verdes, servicios de emergencia y transporte público. Especialmente en temporada alta, estos costes pueden aumentar considerablemente.

La tasa turística también puede ayudar a combatir el exceso de turismo. El debate pasa de «¿cómo podemos atraer a más turistas?» a «¿cómo conseguimos que el número de visitantes sea adecuado para el destino?». Una tarifa más elevada o estacional genera ingresos adicionales para gestionar la afluencia, puede disuadir a los visitantes más sensibles al precio y fomentar los viajes fuera de la temporada alta.

Distintivo medioambiental

Cada vez más ciudades europeas restringen el acceso a vehículos antiguos y contaminantes. Las normas varían según el país y la ciudad. En Francia y Alemania, por ejemplo, se necesita un distintivo medioambiental, mientras que Dinamarca y Bélgica utilizan sistemas de registro online. En otros lugares se cobra una tarifa diaria o se prohíbe el acceso a determinados vehículos antiguos.

Peajes y (e-)carreteras de de pago

En nueve países europeos, los usuarios de determinadas carreteras necesitan un distintivo o un sistema similar: Bulgaria, Hungría, Moldavia, Austria, Rumanía, Eslovenia, Eslovaquia, República Checa y Suiza. Otros países cobran peajes por trayecto o por kilómetro mediante cabinas de peaje o sistemas electrónicos. Es el caso de Albania,

Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Croacia, Montenegro, Macedonia del Norte, Noruega, Polonia, Portugal, Serbia y determinadas zonas de España. En el resto de Europa, las autopistas son en gran medida gratuitas. Existen excepciones, como algunos puentes y túneles de peaje. Las normas exactas dependen de la categoría del vehículo, su peso y la ruta.



Países Bajos

Tasa turística
Determinada por cada municipio

Tarifa media
1,84 € (con equipo de camping propio)

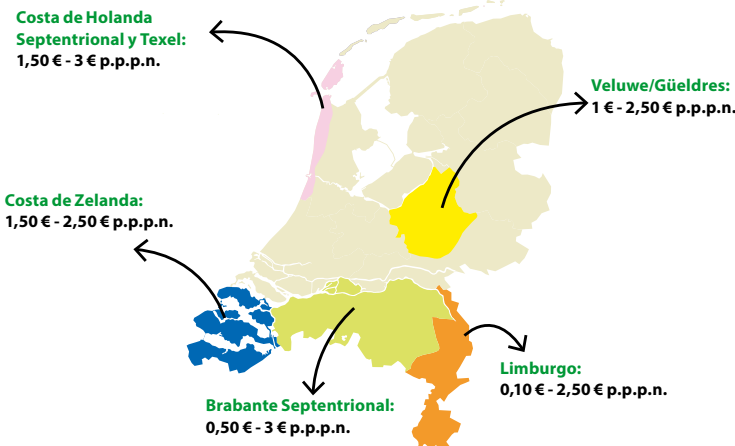
Zonas de bajas emisiones: n/a

Peaje o distintivo: n/a

La tasa turística se aplica en 320 de los 342 municipios neerlandeses. Ámsterdam se encuentra entre las ciudades con la tasa más elevada, con un porcentaje del 12,5 %. Las tarifas de los alojamientos de alquiler son superiores a las de los campings. Desde el 1 de enero de 2026, el IVA aplicable a las estancias de corta duración en

alojamientos de alquiler ha subido del 9 % al 21 %. Este aumento no se aplica a las parcelas de camping.

En carretera
Los Países Bajos no tienen distintivo de autopista ni distintivo medioambiental y, en general, tampoco peajes. Algunos túneles y tramos son excepciones.



Bélgica

Tasa turística
Determinada por cada municipio

Tarifa media
0 € - 2 € p.p.n.

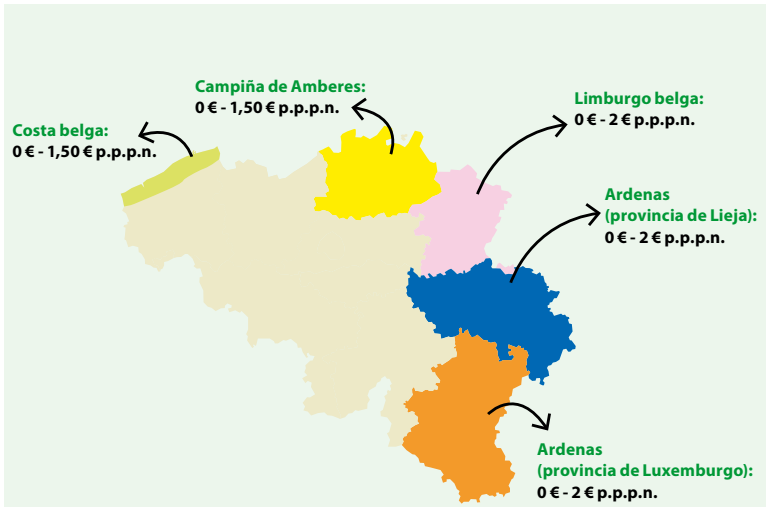
Zonas de bajas emisiones
Zonas de bajas emisiones en algunas grandes ciudades; en el resto, n/a

Peaje o distintivo
Previsto para 2027

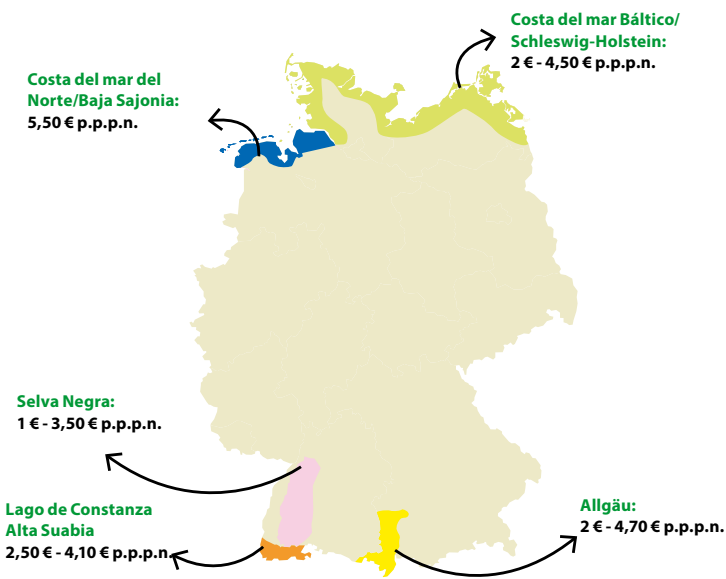
Desde el 1 de marzo de 2026, el IVA de hoteles y campings ha aumentado del 6 % al 12 %. Este incremento es independiente de la tasa turística, pero influye en el coste total de la estancia.

En carretera
Las regiones de Flandes, Valonia y Bruselas van a implantar un distintivo digital conjunto para turistas y autocaravanas de menos de 3.500 kg, que se aplicará tanto

a residentes como a turistas. Este cambio en la fiscalidad de las infraestructuras europeas entrará en vigor el 1 de mayo de 2027. Se prevé que la viñeta cueste entre 8,10 € por un día y 125 € por un año. Hasta entonces, las carreteras seguirán siendo en gran medida gratuitas. Amberes, Bruselas y Gante cuentan con zonas permanentes de bajas emisiones. Los requisitos de acceso se endurecerán aún más en 2026 y 2027.



acampar en Europa en 2026?



Alemania

Tasa turística
Determinada por cada municipio

Tarifa media
0,50 € - más de 3 € p.p.p.n.

Zonas de bajas emisiones
Sí, se necesita una Umweltplakette en 35 zonas

Peaje o distintivo: n/a

En Alemania, los huéspedes de campings y hoteles suelen pagar la misma tarifa. Los campings urbanos próximos a grandes ciudades cobran a menudo un porcentaje del precio de la pernoctación. A cambio de la tasa turística, los visitantes suelen recibir ventajas como transporte público gratuito o una tarjeta de descuentos.

En carretera
El número de zonas medioambientales en Alemania ha disminuido en los últimos años de 70 a 35. Cada vez se eliminan más porque un número creciente de vehículos cumple los requisitos. Una Umweltplakette verde suele costar entre 5 € y 10 €, está vinculada a la matrícula y tiene validez ilimitada.



Francia

Tasa turística
Marco legal con tarifas mínimas y máximas

Tarifa media
0,20 € - 0,60 € p.p.p.n.

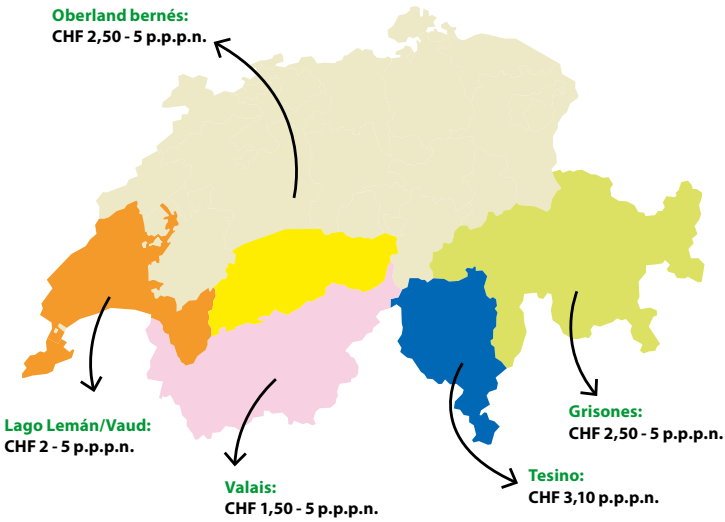
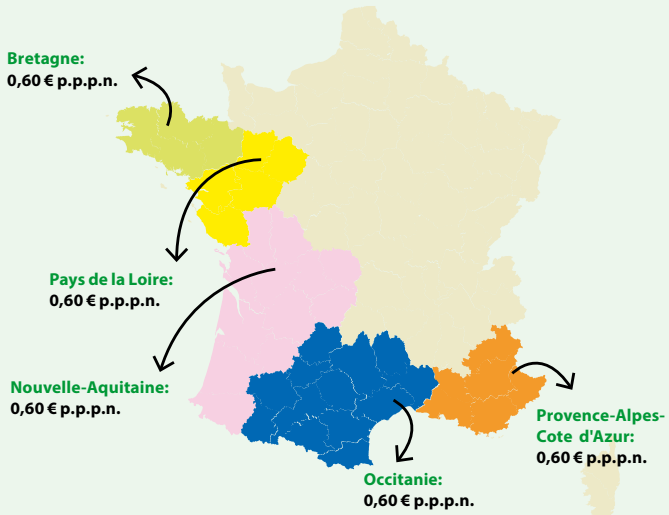
Zonas de bajas emisiones
Sí, distintivo Crit'Air obligatorio en las zonas medioambientales

Peaje o distintivo
Sí, peaje por trayecto

La taxe de séjour francesa está fijada en 0,20 € p.p.p.n. para campings de 1 y 2 estrellas, y entre 0,20 € y 0,60 € para campings de 3, 4 y 5 estrellas.

En carretera
En muchas ciudades francesas, entre ellas Burdeos, Lille, Lyon, Marsella, Toulouse y París, es obligatorio disponer de un distintivo medioambiental, que cuesta 3,11 €. Los vehículos afectados por las restricciones varían según la ciudad.

Aunque existe debate político sobre la supresión de las zonas de bajas emisiones, por el momento siguen vigentes. Los campistas pagan peaje por trayecto en muchas autopistas francesas. Los costes para caravanas y autocaravanas son, de media, entre un 50 % y un 60 % superiores a los de los turistas. Las cabinas de peaje tradicionales están siendo sustituidas progresivamente por el sistema Flux Libre, que permite pagar electrónicamente o posteriormente.



Suiza

Tasa turística
Determinada por los cantones y municipios

Tarifa media
CHF 1 - 7 p.p.p.n.

Zonas de bajas emisiones: n/a

Peaje o distintivo
Distintivo anual obligatorio

Las tarifas en Suiza varían según la región, el tipo de alojamiento y la importancia turística del destino. Los huéspedes de camping suelen pagar una tarifa diferente a la de los hoteles. Los ingresos se destinan al mantenimiento y mejora de las infraestructuras turísticas. A cambio de la tasa turística, los visitantes suelen recibir ventajas como el Ticino

Ticket en Tesino.
En carretera
En las autopistas suizas es obligatoria un distintivo anual físico o digital. Cuesta 40 CHF. Las caravanas necesitan un distintivo independiente. Algunos túneles no están incluidos en el distintivo y cobran un peaje adicional.



Austria

Tasa turística
Determinada por cada municipio

Tarifa media
1,50 € - 5 € p.p.p.n.

Zonas de bajas emisiones: n/a

Peaje o distintivo
Sí, distintivo obligatorio

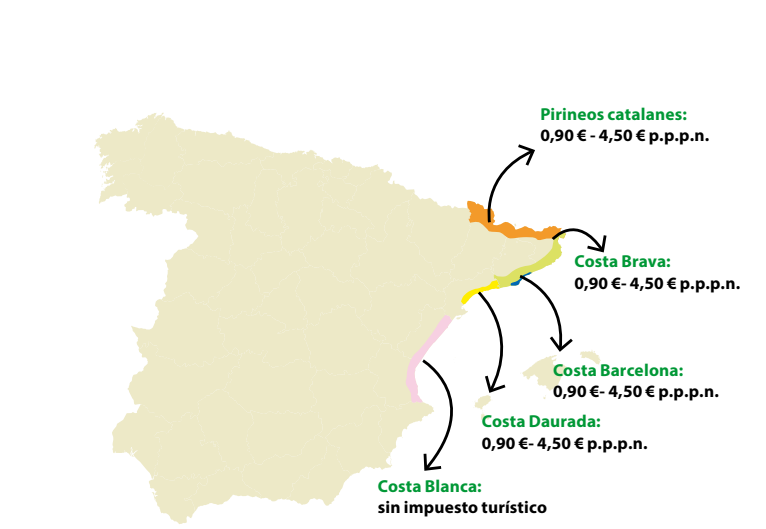
En Austria, los niños suelen estar exentos de la tasa turística o pagan una tarifa reducida.

En carretera
A partir de 2027 desaparecerá el distintivo físico y el sistema será completamente digital. Los precios oscilan entre 9,60 € por un distintivo de un día y 106,80€ por un distintivo anual. En seis

tramos de autopista se cobra un peaje adicional de entre 7 € y 15 €. Aunque Austria no cuenta con zonas generales de bajas emisiones, en algunas autopistas se aplican límites de velocidad IG-L para reducir las emisiones. Los vehículos eléctricos están exentos si cumplen determinadas condiciones.



España



Tasa turística
Determinada a nivel regional/
municipal

Tarifa media
0,80 € - 5 € p.p.p.n.

Zonas de bajas emisiones
Zonas de bajas emisiones en gran-
des ciudades

Peaje o distintivo
Determinados tramos de peaje

En España, la tasa turística no es habitual en todas partes. Se estima que el 87 % de los municipios espa- ñoles no la aplica. Barcelona sí lo hace y figura entre los destinos más caros de Europa. Los huéspedes de un camping convencional pueden pagar hasta 7 € p.p.p.n., incluidas las tasas municipales. En campings convencionales de Cataluña situa- dos fuera de Barcelona, la tasa es de 0,90 € p.p.p.n.

En carretera
Aunque España no cuenta con un distintivo general de peaje, deter- minados tramos sí son de pago. Las grandes ciudades españolas tienen zonas de bajas emisiones. La aplicación práctica y las normas varían según la ciudad. La Umweltplakette alemana y el distintivo Crit’Air francés son válidos para turistas. En Barcelona se aplican otras normas y existe obligación de registro. Los distinti- vos extranjeros no son válidos allí.

Italia

Tasa turística
Determinada por cada municipio

Tarifa media
0,50 € - 2,50 € p.p.p.n.

Zonas de bajas emisiones
n/a, pero existen zonas ZTL

Peaje o distintivo
Sí, autopistas de peaje

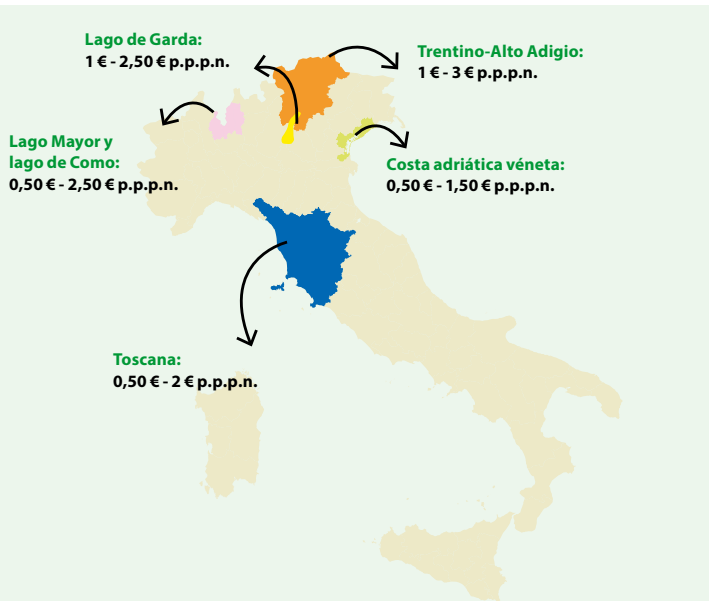
Los huéspedes de hoteles y alojamientos de alquiler pagan generalmente más que los cam- pistas. Los niños de hasta 14 años inclusive suelen estar exentos

y, con frecuencia, se establece un número máximo de noches sujetas a la tasa. Algunos lugares turísticos cobran además entra- das especiales. En Venecia, los visitantes de un solo día pagan 5 € de entrada, salvo quienes pernoc- tan en la ciudad. El acceso a la zona delimitada alrededor de la Fontana di Trevi cuesta 2 €, y la entrada a la Casa di Julietta en Verona cuesta entre 5 € y 12 €.

En carretera
Los turismos pagan una media de 0,07 € por kilómetro de peaje. Los conjuntos de coche y caravana

y las autocaravanas de más de 3.500 kg pagan más. Desde junio de 2026, los conductores pueden recuperar parte de los costes de peaje si cumplen determinadas condiciones, por ejemplo, en caso de retrasos importantes causados por obras o atascos.

Los centros históricos de ciudades como Roma y Florencia cuentan con zonas ZTL, a las que no se puede acceder o sólo se puede acceder de forma limitada sin permiso. Milán destaca espe- cialmente por sus estrictas zonas medioambientales.



Norte de Europa

Tasa turística
Menos habitual; prevista en Noruega y Finlandia para 2027

Tarifa media: n/a

Zonas de bajas emisiones: n/a

Peaje o distintivo: n/a

Suecia, Dinamarca y Finlandia no aplican una tasa turística general en 2026. Finlandia trabaja en la introducción de un sistema a partir de 2027. En Noruega, en 2026 se aprobó una ley que per- mitirá a los municipios turísticos introducir una tasa sobre las

pernoctaciones a partir de 2027. Las parcelas de camping estarán exentas.

En carretera
Las autopistas del norte de Europa son generalmente gratuitas, salvo algunos puentes y túneles. En Noruega, los peajes se cobran de forma automática y electrónica. No se necesita distintivo elec- trónico ni distintivo medioam- biental. En las ciudades suecas de Estocolmo y Gotemburgo, el impuesto de congestión se cobra automáticamente mediante la matrícula.



Europa del Este



Tasa turística
Grandes diferencias en Croacia, Eslovenia, Hungría y República Checa. N/a en Polonia.

Tarifa media
1 € - 3,50 € (en toda Europa del Este)

Zonas de bajas emisiones: n/a

Peaje o distintivo: sí

Aunque Polonia no aplica una tasa turística general, algunas zonas turísticas sí cobran tasas

locales. En Hungría, las tarifas varían considerablemente según la ubicación.

En carretera
Los distintivos electrónicos son obligatorios en Eslovenia, Hungría, República Checa y Eslovaquia. En Eslovenia, los precios van de 16 € por un distintivo semanal a 117,50 € por un distintivo anual. Se aplican tarifas más altas a autocaravanas y vehículos altos. En República Checa y Eslovaquia, los precios van de 8 € por un día a 17 € por

30 días. Hungría aplica tarifas más elevadas, con 16 € por un día y 31,70 € por un mes.

Croacia y Polonia cobran peajes por trayecto. En Polonia, esto se aplica a algunas autopistas. Croacia trabaja en un sistema completamente electrónico. República Checa tiene previsto ampliar su red de peaje. Las zonas de bajas emisiones no son habi- tuales en Europa del Este, aunque pueden existir restricciones de tráfico locales.

¿Cuánto paga un campista de más?

Mediante tres ejemplos, ACSI ha calculado qué significan todas estas normas para el bolsillo del campista. Tres familias europeas, cada una formada por dos adultos y dos niños de 11 y 14 años, viajan con exactamente el mismo conjunto de coche y caravana, con un consumo medio de un litro cada 9 kilómetros. Todas pasan 14 noches en un camping familiar comparable durante la temporada alta. ¿Qué costes encuentran de camino a su destino? ¿Cuánto gastan, aparte del alojamiento, en tasa turística, combustible (precio de referencia del 13-8-2026), peajes y distintivos? ¿Y qué restricciones de tráfico, como las zonas de bajas emisiones, se encuentran?

Ruta 1: Países Bajos - Italia



La familia 1 viaja de Utrecht (NL) al Camping Lido, junto al lago de Garda (IT). El viaje de ida y vuelta es de unos 2.300 kilómetros.

Ruta 2: Alemania - España



La familia 2 viaja de Hamburgo (DE) al Camping Las Dunas, en la Costa Brava (ES). El viaje de ida y vuelta es de unos 3.260 kilómetros.

Ruta 3: Francia - Croacia



La familia 3 viaja de París (FR) al Camping Bijela Uvala, en Istria (HR). El viaje de ida y vuelta es de unos 3.000 kilómetros.

Costes

- **Tasa turística:** 40 €. En Camping Lido se pagan 1 € p.p.p.n. durante un máximo de 10 noches. Los niños menores de 4 años están exentos.
- **Combustible:** aprox. 480 € - 540 € ida y vuelta.
- **Peajes:** aprox. 70 € - 90 € ida y vuelta. En la A13 austriaca, el peaje del Brennero cuesta 12,50 € por trayecto en 2026, es decir, 25 € ida y vuelta. Después se paga el peaje italiano de la A22 en dirección al lago de Garda. Debido al número de ejes, un conjunto de coche y caravana pertenece a una categoría de peaje superior a la de un turismo sin remolque.
- **Distintivos:** 25,60 € - 32 € para Austria, dependiendo de los distintivos elegidos: dos de 10 días o una de dos meses.
- **Zonas de bajas emisiones:** normalmente se pueden evitar en esta ruta, pero puede ser útil disponer de lo necesario por si se hace algún desvío. Coste: 10 € (opcional).

Total: aprox. 616 € - 662 €

Costes

- **Tasa turística:** 13,86 €. Los dos adultos pagan 0,99 € p.p.p.n. durante un máximo de 7 noches. Los menores de 18 años están exentos.
- **Combustible:** aprox. 650 € - 700 € ida y vuelta.
- **Peajes:** aprox. 180 € - 220 € ida y vuelta. Alemania no cobra peaje a este conjunto de coche y caravana. La mayor parte del importe se paga en Francia. Un coche con caravana suele pertenecer a la categoría 2 en las autopistas francesas, por lo que el peaje es considerablemente más alto que para un turismo sin remolque. Unos 180 € - 220 € para un viaje de ida y vuelta por Francia es una estimación realista. El importe exacto depende de la ruta y de las entradas y salidas utilizadas.
- **Distintivos:** 0 €. Alemania, Francia y España no exigen un distintivo de autopista en esta ruta. En Francia, la familia paga el peaje por trayecto.
- **Zonas de bajas emisiones:** se necesita una Umweltplakette para las zonas medioambientales alemanas. También hay que tener en cuenta las normas Crit'Air. El distintivo cuesta como mínimo 3,11 €.

Total: aprox. 844 € - 934 €

Costes

- **Tasa turística:** aprox. 45,50 €. Camping Bijela Uvala cobra 1,30 € p.p.p.n. en temporada alta. El niño de 11 años está exento y el de 14 suele obtener un descuento del 50 % en Croacia.
- **Combustible:** aprox. 580 € - 620 € ida y vuelta.
- **Peajes:** aprox. 138 € ida y vuelta. En Francia puede haber peajes en el primer tramo de la ruta; Alemania es gratuita para este conjunto. En Austria pueden aplicarse peajes específicos de algunos tramos y túneles, además del distintivo. Croacia cobra peaje según el trayecto y la categoría del vehículo. Una caravana puede hacer que el conjunto entre en una categoría superior.
- **Distintivos:** 64 €. Austria y Eslovenia exigen respectivamente un distintivo de dos meses y uno mensual, ambos de 32 €, dependiendo de la categoría del vehículo. La caravana no necesita un distintivo independiente.
- **Zonas de bajas emisiones:** 8 € - 15 €. El viaje comienza en una zona francesa de bajas emisiones. En París hay que tener en cuenta las normas Crit'Air. Las zonas medioambientales alemanas pueden evitarse en gran medida manteniéndose en las autopistas, aunque se recomienda disponer de un distintivo medioambiental. Austria, Eslovenia y Croacia no exigen un distintivo general para este conjunto estándar de coche y caravana.

Total: aprox. 827 € - 867 €

¿Por qué las diferencias son tan grandes?

¿Quién paga los servicios turísticos y cuánto debe aportar un visitante a los costes del turismo? Los gobiernos toman decisiones diferentes. Por eso, las tasas turísticas varían mucho entre países, regiones e incluso municipios.

¿Cómo afecta la tasa turística a los campistas?
Unos pocos euros por noche parecen poca cosa, pero durante unas vacaciones largas en camping la suma aumenta rápidamente. Dos adultos que pagan 2 € p.p.p.n. durante 14 noches gastan 56 € adicionales. Con una tarifa de 5 € p.p.p.n., el importe sube a 140 €. Si los niños también deben pagar la tasa, puede alcanzar los 300 €.

Por tanto, la tasa turística puede ser un coste relativamente importante para los campistas. Si se

suma a todos los demás gastos adicionales de las carreteras europeas, acampar se vuelve considerablemente más caro. Para los campistas, la tasa puede pesar especialmente porque suelen permanecer varias noches en un mismo destino. Sin embargo, una tasa turística elevada no implica automáticamente menos turismo.

Los destinos populares pueden aplicar tarifas elevadas y seguir atrayendo a grandes cantidades de turistas. El atractivo del destino, la calidad de los campings, la accesibilidad, el clima y el precio

total de las vacaciones suelen pesar más que una única tasa.

¿Influye la tasa turística en el comportamiento de viaje?
Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la tasa turística no parece ser una herramienta especialmente potente para disuadir a los turistas. Hay algunos indicios de que las tarifas influyen en el comportamiento, pero sus efectos no pueden separarse de factores como los precios del alojamiento, el transporte y la situación económica.

Uno de los principales inconvenientes es la fragmentación de las normas. Las tarifas, los límites de edad, el número máximo de noches gravadas y los métodos de cálculo varían según el destino y generan confusión entre los turistas. Junto con los peajes, distintivos y zonas de bajas emisiones, esto dificulta calcular de antemano el coste total de las vacaciones.

Los campings también soportan una carga administrativa adicional: registrar a los huéspedes, comprobar las exenciones, cobrar

la tasa y transferirla a las autoridades. Algunos países sin tasa turística deciden conscientemente evitar estas cargas.

La tasa también puede beneficiar a los campistas cuando los ingresos se destinan, por ejemplo, a carriles bici, rutas de senderismo, playas, aseos públicos, conservación de la naturaleza y transporte público. Son servicios que los campistas utilizan con frecuencia. Según la OCDE, explicar claramente en qué se emplean los ingresos también aumenta la aceptación.

La innovación como motor del

Campings y empresas del sector de toda Europa pueden ganar un ACSI Innovation Award

El sector del camping está en constante evolución. Las nuevas tecnologías, los cambios sociales y el creciente número de campistas obligan a las empresas a seguir innovando. Para dar visibilidad a estas innovaciones, ACSI creó el año pasado los ACSI Innovation Awards. En un principio, los premios estaban reservados al Benelux y Austria. A partir de este año, los campings y empresas del sector del resto de Europa también tendrán la oportunidad de conseguir este reconocimiento.

Un escaparate europeo

El director de ACSI, Ramon van Reine, hace un balance positivo de la primera edición y considera que la ampliación al resto de Europa es el siguiente paso lógico. "Al otorgar los ACSI Innovation Awards el año pasado únicamente al Benelux e Austria, pudimos comprobar si había suficiente interés y si las candidaturas tenían la calidad necesaria. En ambos aspectos, los resultados superaron ampliamente las expectativas. Vimos que en el sector existen muchas ideas innovadoras. Por eso este año damos el siguiente paso."

Según Van Reine, esta ampliación encaja perfectamente con el papel que ACSI desempeña en el sector desde hace más de sesenta años. "Cada año inspeccionamos más de 10.000 campings y, a través de nuestros canales, inspiramos a millones de campistas de toda Europa. Pero también mantenemos un contacto diario con propietarios de campings y profesionales del sector. Esto nos permite conocer como pocos los avances que se están produciendo y las innovaciones que ayudan al sector a seguir progresando."

Los ACSI Innovation Awards permiten dar a conocer estos avances a otras empresas y propietarios de campings. "Así, estas ideas y conceptos reciben la visibilidad que merecen y, al

mismo tiempo, sirven de inspiración para otros."

Sin votación del público

Los ACSI Innovation Awards no son deliberadamente unos premios decididos por votación popular. Van Reine explica que se ha optado conscientemente por un jurado profesional en lugar de dejar la decisión en manos del público. "Todas las candidaturas son evaluadas por un jurado profesional independiente compuesto por especialistas de ACSI. Ellos pueden valorar las innovaciones de forma fundamentada, compararlas objetivamente y decidir finalmente quién gana." Entre otros aspectos, el jurado tiene en cuenta la originalidad, la aplicabilidad práctica, la sostenibilidad, la innovación tecnológica y el valor añadido para el sector del camping. Innovaciones de todo tipo y tamaño

Las ideas y conceptos innovadores pueden presentarse en cuatro categorías (véase el recuadro). "El año pasado las inscripciones comenzaron lentamente, pero finalmente recibimos muchas candidaturas", explica Van Reine. También señala que una innovación no tiene por qué ser necesariamente grande ni costosa. "Lo más importante es que tenga impacto. A veces, la innovación está precisamente en una adaptación inteligente que hace más agradable la estancia de los

huéspedes o permite gestionar el negocio de forma más eficiente."

No sólo para campings

Además de los campings, también pueden participar otras empresas del sector del camping. "Sus productos y servicios también pueden contribuir de forma importante al desarrollo del sector", explica Van Reine. «Un buen ejemplo es Henk Pen Campers & Caravans, una empresa líder en autocaravanas y caravanas con sede en Groenlo, Países Bajos. Escanee el código QR de la página de enfrente para ver un vídeo dedicado a la noticia. El año pasado recibió un ACSI Innovation Award por ofrecer a los campistas una experiencia de camping completamente nueva en sus instalaciones recién estrenadas."

Empresas como Henk Pen ofrecen a los campistas todo lo que necesitan y hacen que iniciarse en el mundo del camping resulte más fácil y atractivo. "Esto repercute positivamente en el número de aficionados al camping y, en última instancia, en el número de huéspedes que se alojan en los campings. Todos salen beneficiados."

Una nueva cosecha de innovaciones

Van Reine tiene curiosidad por conocer las innovaciones que se presentarán este año. "Naturalmente, mantenemos un contacto estrecho con el sector, por lo que sabemos en gran medida lo que está ocurriendo. Aun así, cada año aparecen iniciativas que también son nuevas para nosotros. Espero que este año las candidaturas vuelvan a sorprendernos", concluye.



El proceso de inscripción de un vistazo

Los campings y empresas del sector pueden presentar directamente su propia idea o concepto innovador. Escanee el código QR que aparece a continuación o visite www.acsi.eu/innovationawards y rellene el formulario de inscripción.



¿Cómo funciona?

Paso 1: los campings y empresas del sector pueden presentar su idea innovadora mediante el formulario disponible en www.acsi.eu/innovationawards. Las candidaturas pueden presentarse hasta el 31 de diciembre de 2026 inclusive.
Paso 2: el jurado profesional de ACSI evalúa todas las candidaturas y determina el ganador. Por tanto, no hay votación del público.
Paso 3: los ganadores se anunciarán en la primavera de 2027.

¿Qué supone ganar?

Ganar un ACSI Innovation Award es un gran reconocimiento. Los ganadores reciben un premio de cristal y un diploma enmarcado. Además, se benefician de las siguientes ventajas:

- Mayor visibilidad y mejor posicionamiento en los sitios web y las aplicaciones de ACSI
- Mayor atención de los medios, entre otros en ACSI Handelsblad y la revista ACSI FreeLife
- Promoción activa (online) por parte de ACSI
- Mayor confianza entre los campistas

¿Qué se considera innovador?

Las innovaciones pueden ser de todo tipo y tamaño. Por eso se trabaja con cuatro categorías diferentes.

Experiencia y comodidad de los huéspedes: por ejemplo, aplicaciones inteligentes que ofrecen a los huéspedes recomendaciones personalizadas en función de sus preferencias o zonas de juego interactivas con realidad aumentada.

Sostenibilidad: algunos ejemplos son alojamientos contruidos con materiales reutilizados o naturales, sistemas que depuran y reutilizan el agua de las duchas o cubiertas verdes que ayudan a refrescar los edificios y generar energía.

Tecnología: por ejemplo, un proceso de check-in sin contacto alguno mediante reconocimiento facial, sistemas de reservas basados en inteligencia artificial que predicen los periodos de mayor afluencia, mapas interactivos en 3D o sensores inteligentes que miden automáticamente el consumo de energía y agua

Servicios y gestión empresarial: por ejemplo, herramientas digitales de planificación que optimizan automáticamente los turnos de trabajo, sistemas de feedback en tiempo real que permiten responder inmediatamente a las necesidades de los huéspedes o análisis de datos que ayudan a tomar decisiones estratégicas.



El propietario Georg Giner y la responsable de marketing Lara Weintraut reciben el premio ACSI Innovation Award para el Camping Ferienparadies Natterer See.

sector del camping



Los ganadores de 2026

En marzo de 2026 se concedieron los primeros cinco ACSI Innovation Awards a campings y empresas del sector que han contribuido a su avance mediante conceptos innovadores.

Camping Ferienparadies Natterer See | Austria

El Secret Koi Garden lleva el glamping a un nivel superior. Este exclusivo concepto combina de forma cuidada la experiencia de estar en contacto con la naturaleza y el lujo. El resultado es un resort dentro del camping, inspirado en un jardín japonés con carpas koi, donde los huéspedes pueden disfrutar de total tranquilidad y privacidad.



Marveld Recreatie | Países Bajos

Con el parque de atracciones cubierto Bommelerwereld se ha creado un parque temático único que ofrece una experiencia vacacional completa durante todo el año. Más de veinte atracciones sumergen a los visitantes en las aventuras de Olivier B. Bommel y Tom Poes.



Camping De Lilse Bergen | Bélgica

El camping destaca en el ámbito de la sostenibilidad gracias a sus inversiones en energía verde, recuperación de aguas grises y sistemas de almacenamiento de agua de lluvia de mayor capacidad. Mediante la aquatermia se calienta el agua de las duchas y los dos grandes edificios sanitarios.



Vakantiepark Eiland van Maurik | Países Bajos

La creación del Family Entertainment Center MAUK hace que el parque vacacional resulte atractivo durante todo el año, tanto para campistas como para visitantes de un día. Funciona como un punto de encuentro central en el que la restauración y el entretenimiento van de la mano.



Henk Pen Campers & Caravans | Países Bajos

Esta empresa de referencia en el sector de las autocaravanas y caravanas ha inaugurado unas nuevas instalaciones que ofrecen una experiencia de camping 2.0. Venta, mantenimiento, reparación y almacenamiento se combinan en una experiencia única e inmersiva.



Material promocional gratuito para conseguir votos

ACSI Awards 2027: comienza el periodo de votación

Estas son las categorías de los ACSI Awards 2027



Mejor camping



Mejor camping pequeño con gran encanto



Camping más divertido para los niños



Camping más cordial con los perros



La piscina de camping más bonita



Camping con la mejor ubicación



Mejor camping de senderismo



Mejor camping de ciclismo



Mejor restaurante de camping



Mejores parcelas para autocaravanas



Camping con los mejores sanitarios



Falkensteiner Camping Grubhof ganó en 2025 un ACSI Award en la categoría «Mejores parcelas para autocaravanas» de Austria y recibió una Mención de honor en 2026.

A partir del 15 de septiembre se abre la votación para los ACSI Awards 2027. Por sexta vez, campistas de toda Europa pueden votar por sus campings favoritos. El año pasado se emitieron alrededor de 100.000 votos, lo que demuestra que los ACSI Awards se han convertido en todo un referente dentro del sector del camping. Una nominación o una victoria no solo supone el reconocimiento de los huéspedes, sino que también proporciona a los campings una mayor visibilidad a través de las páginas web, las aplicaciones y otros canales de comunicación de ACSI.

Hasta el 15 de enero de 2027 inclusive, los campistas de toda Europa pueden votar por su camping favorito. Se puede votar en nueve categorías, entre ellas 'Camping con la mejor ubicación', 'Mejor restaurante de camping' y 'Camping más cordial con los perros'. Además, se conceden los premios 'Mejor camping' y 'Mejor camping pequeño con gran encanto'.

Mayor visibilidad en los canales de ACSI

Un ACSI Award es mucho más que un bonito reconocimiento.

Como son los propios campistas quienes eligen a los ganadores, el Award constituye un importante sello de calidad. Los campings ganadores reciben una mayor visibilidad en los sitios web y las aplicaciones de ACSI y aparecen destacados, entre otros, en ACSI FreeLife magazine y El Mundo ACSI. También reciben atención adicional en newsletters, blogs y en los canales de redes sociales de ACSI.

Además, los campistas que votan pueden dejar directamente una reseña del camping al que han dado su voto. Esto no sólo

proporciona a los campings más valoraciones, sino que también aumenta su visibilidad online.

Award y diploma enmarcado

Los ganadores reciben un ACSI Award de cristal, una placa para la recepción y un diploma enmarcado. Estos pueden colocarse en un lugar destacado de la recepción o la entrada del camping. Los campings que se quedan por poco sin los votos suficientes pueden recibir una Mención de honor, también en forma de una placa para la recepción y un diploma enmarcado.

Material promocional gratuito para conseguir votos

Durante el periodo de votación, los ACSI Awards se promocionan ampliamente a través de los canales de ACSI. Los campings pueden aumentar sus posibilidades de ganar consiguiendo también votos por su cuenta.

Para ello, ACSI ofrece gratuitamente material promocional, que incluye banners para sitios web y redes sociales, un cartel para la recepción y textos listos para utilizar en sus propios canales de comunicación.

Escanee el código QR o visite www.acsi.eu/promo y empiece a conseguir votos desde ya.



Retrospectiva: ganadores de los ACSI Awards 2026

También en 2026, los ACSI Awards se otorgaron de forma festiva. Durante el Camping Gipfel de Graz, el Congr s de C mpings de Catalunya en La Seu d'Urgell y el Camp Day Denmark, el director de ACSI, Ramon van Reine, entregó personalmente los Awards a los ganadores presentes. Los demás premiados recibieron su Award de cristal y su diploma de manos de un inspector de ACSI. Además, varios campings fueron recibidos una Mención de honor.



1. El director de ACSI, Ramon van Reine, entregó los ACSI Awards durante el Camping Gipfel de Graz. | 2. Lake Shkodra Resort fue elegido «Mejor camping» de Albania. | 3. Camping De Kleine Wolf ganó un ACSI Award en la categoría «Mejor camping» de los Países Bajos. | 4. Bernd Pfandl recibí un ACSI Personality Award por su contribución al sector del camping. | 5. Killarney Flesk Caravan Park fue elegido «Mejor camping» de Irlanda. | 6. El premio «Mejor camping de senderismo» de Alemania fue para Camping Braunlage. | 7. Camping Anderegg fue elegido «Camping más cordial con los perros» de Bélgica. | 8. Kur & Feriencamping Holmernhof Dreiquellenbad recibí el premio «Mejor restaurante de camping» de Alemania. | 9. El inspector Winkelhuijzen entrega el ACSI Award a Recreatiepark TerSpegelt. | 10. El Camping La Quercia, en Italia, fue elegido «Camping más divertido para los niños». | 11. Los ganadores españoles fueron anunciados durante el Congr s de C mpings de Catalunya. | 12. Los ganadores daneses recibieron sus ACSI Awards de manos de Ramon van Reine durante el Camp Day Denmark.

Nuevas tendencias en los

La información recopilada cada año sobre los campings, una fuente fiable

Gracias a la inspección anual de más de 10.000 campings europeos, ACSI dispone de una base de datos actualizada y fiable que permite detectar desde una fase temprana nuevas tendencias y evoluciones en el sector del camping. ¿Qué instalaciones están ganando terreno? ¿Cuáles están desapareciendo? ¿Y cómo responden los campings a las nuevas demandas de los campistas? Los datos de las inspecciones muestran que los propietarios de campings están invirtiendo mucho en comodidad, sostenibilidad y seguridad. Además, cada vez se atreven más a centrarse en un público específico y a adaptar sus instalaciones a sus necesidades. ACSI identifica seis tendencias.

1. El auge de los campings sólo para adultos

El número de campings europeos dirigidos exclusivamente a campistas adultos ha aumentado un 41% en los últimos cinco años.

Mientras muchos campings invierten en instalaciones para toda la familia –parques infantiles, zonas de juegos acuáticos y sanitarios familiares–, otros optan por un enfoque totalmente distinto. Se centran en la tranquilidad y la comodidad, y ofrecen a los campistas unas vacaciones sin el ruido de niños jugando, llorando o gritando.

Todavía son pocos
Aunque todavía son relativamente pocos, los campings sólo para adultos están claramente en auge.

Con un total de 90 establecimientos, sigue siendo un mercado de nicho, pero el crecimiento es evidente y, según ACSI, continuará durante los próximos años. La mayoría de los campings sólo para adultos se encuentran actualmente en el Reino Unido (40 campings) y los Países Bajos (23 campings).

Elegir un público específico
Según ACSI, el auge de los campings sólo para adultos refleja una tendencia más amplia: los campings se atreven cada vez más a posicionarse claramente para un público determinado. "La idea de que un camping debe ser adecuado para todo tipo de campistas se está abandonando cada vez más. Esto también resulta algo más fácil porque el número total de

campistas lleva años aumentando", explica Ramon van Reine, director de ACSI.

Los campings se atreven cada vez más a centrarse en un público específico.

Como consecuencia, los empresarios se atreven más a elegir un público específico. "En el caso de los campings sólo para adultos, se trata de personas que durante sus vacaciones prefieren no tener niños a su alrededor. Pero, en el otro extremo, también vemos muchos campings que precisamente invierten en una oferta familiar de alta calidad. Por tanto, funciona en ambas direcciones."



Quienes eligen un camping sólo para adultos disfrutan de unas vacaciones tranquilas sin ruido de niños.



Las vacaciones activas siguen siendo populares.

2. Una oferta deportiva más moderna

Los campings adaptan su oferta deportiva a los nuevos tiempos. El pádel, el SUP, las rutas de bicicleta de montaña y los pump tracks están en auge, mientras que ver deporte en directo también es cada vez más habitual.

La popularidad del pádel resulta especialmente evidente. En cinco años, el número de campings con pistas de pádel se ha triplicado hasta superar los 400. Esto parece ir en detrimento de las pistas de tenis tradicionales, cuyo número ha disminuido un 16% hasta situarse en casi 1.700.

SUP y bicicleta de montaña

También ha aumentado considerablemente el número de campings que alquilan material de SUP, pasando de 306 en 2021 a 1.057 en 2026. Lo mismo ocurre con los campings que ofrecen la posibilidad de seguir una ruta de bicicleta de montaña: en 2026 son más de 3.000. El deseo de los campistas de mantenerse en forma durante las vacaciones también se refleja en el número de campings con aparatos de fitness, tanto interiores como exteriores. La cifra ha pasado de 832 en 2021 a 1.131 este año.

Deporte en pantalla grande
Al igual que el tenis, el squash

y los paseos a caballo o en poni también parecen perder terreno. El número de campings donde se puede montar a caballo o en poni, por ejemplo, ha disminuido una cuarta parte. Sin embargo, hay buenas noticias para quienes prefieren ver deporte: nada menos que 854 campings ofrecen la posibilidad de seguir en pantalla grande acontecimientos como el Mundial de fútbol, el Tour de Francia y la Fórmula 1.

El pádel, la bicicleta de montaña, el SUP y el fitness son populares entre los campistas.

3. Más puntos de recarga para coches eléctricos

Los datos de las inspecciones de ACSI muestran que uno de cada cinco campings europeos ya dispone de puntos de recarga para coches eléctricos.

El número de campings con instalaciones de recarga casi se ha triplicado en sólo dos años y medio (2023-2025), lo que demuestra que el sector está respondiendo al rápido crecimiento de la movilidad eléctrica entre los campistas. En comparación con 2025, el número de campings con instalaciones de

Uno de cada cinco campings ya dispone de instalaciones de recarga.

recarga ha aumentado otro 15%.

Los campings neerlandeses están a la vanguardia de la electrificación, seguidos de los de Luxemburgo, Noruega, Bélgica y Croacia. En cifras absolutas, Francia ocupa el primer puesto. Cada vez más campings prohíben expresamente cargar vehículos eléctricos utilizando la toma de corriente de la parcela.



La conducción eléctrica es cada vez más popular entre los campistas y, por ello, el número de puntos de recarga en los campings crece rápidamente.

campings europeos



Los servicios de los campings están cada vez más digitalizados

5. Reservar se vuelve imprescindible

Cada vez más campings desaconsejan llegar sin reserva. Aproximadamente el 80% de los campings recomienda actualmente reservar con antelación durante la temporada alta.

El reducido número de campings en los que no es posible reservar una parcela ha disminuido aún más en los últimos años.

Los modernos sistemas de reservas online y las conexiones con

plataformas como ACSI camping.info Booking facilitan actualmente que los campings reciban reservas por Internet. Además, hoy en día los campistas esperan poder reservar su parcela online.

El 80% de los campings recomienda reservar con antelación durante la temporada alta.

4. Las normas de piscina siguen muy presentes

En los campings europeos siguen aplicándose numerosas normas en las piscinas. En muchos campings continúan siendo obligatorios los bañadores ajustados y los gorros de baño. Sobre todo para los campistas del norte de Europa, esto puede requerir cierto tiempo de adaptación.

Por ejemplo, en muchos campings italianos es obligatorio

utilizar gorro de baño en la piscina, mientras que en numerosos campings franceses los hombres sólo pueden bañarse con un bañador ajustado (ambos +10% respecto a 2025).

La higiene es importante
El objetivo de estas normas es garantizar la higiene, explica Van Reine. «De esta manera se intenta evitar que el pelo y las partículas de piel acaben en el agua. En este sentido, los campings pueden

solicitar a las autoridades locales una exención de la obligación de llevar gorro de baño si pueden demostrar que mantienen limpia el agua de la piscina de otra manera.»

Los datos de las inspecciones ponen de manifiesto que las normativas locales siguen variando considerablemente y que, por tanto, conviene comprobar las reglas con antelación.



La obligación de entrar en la piscina con gorro de baño o bañador ajustado es más habitual de lo que algunos campistas piensan.

6. Abiertos durante la temporada de invierno

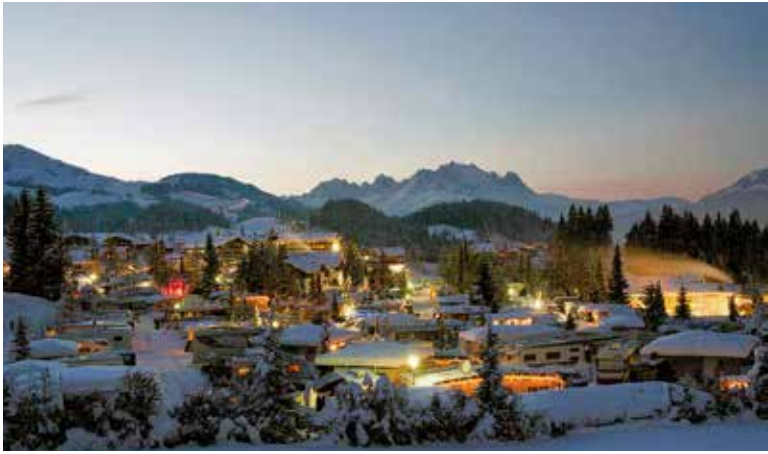
Hace tiempo que el camping dejó de ser una actividad exclusiva de los meses de verano. Muchos campings también permanecen abiertos durante el invierno.

Los campings invierten cada vez más en instalaciones que hacen más atractivo acampar en invierno, como parques acuáticos (+13% respecto a 2021), saunas y sanitarios privados (+16% respecto a 2025). De este modo,

Los campings se centran cada vez más en los huéspedes que viajan fuera de la temporada alta tradicional.

el sector responde tanto a la creciente demanda de quienes pasan el invierno en un camping como a una nueva generación de campistas que también viaja fuera de la temporada alta. Además, así los campings amplían su temporada y

pueden distribuir sus ingresos de manera más uniforme a lo largo del año.



Acampar hace tiempo que dejó de ser una actividad exclusiva del verano. Acampar en invierno también es cada vez más popular.

El número de aficionados al camping sigue aumentando

El director de ACSI, Ramon van Reine, observa varios indicios de que el número de campistas sigue creciendo.

«En muchos países continúa aumentando el número de pernoctaciones en campings. Los Países Bajos, por ejemplo, volvieron a registrar un año récord en 2025, con 5,6 millones de huéspedes (+8,6%) y 26,8 millones de pernoctaciones.»

También hay señales positivas en otros lugares. «Las ventas de vehículos y material de camping siguen funcionando bien en muchos países y vemos que los campistas se van de vacaciones con más frecuencia y durante más tiempo. Y ya no sólo durante la temporada alta, sino a lo largo de todo el año. Esto hace que los campings dependan menos de los meses de julio y agosto. Si algo sale mal durante ese periodo, a menudo queda tiempo suficiente para recuperarse. Todo apunta a que los próximos años serán positivos.»



El número de aficionados al camping sigue aumentando, por lo que los campings registran una buena ocupación tanto en temporada alta como en temporada baja.

Nuevas caras con más frecuencia

Los inspectores de ACSI cambiarán de zona de inspección cada cuatro años

A partir de la temporada de inspecciones de 2027 se producirá un cambio importante en la forma en que ACSI asigna a sus inspectores para recopilar información sobre los campings. A partir de entonces, un inspector podrá encargarse de la misma zona durante un máximo de cuatro años. Aunque este cambio no será nuevo para todos los campings, para otros significará recibir nuevas caras con mayor frecuencia. ACSI no toma esta decisión por motivos de calidad o rendimiento, sino para adaptarse mejor a la rápida evolución del entorno digital. Existen varias razones para esta modificación.

1. El auge de la IA

El rápido auge y el desarrollo todavía más acelerado de la inteligencia artificial desempeñan un papel importante. Ofrecer información actualizada, fiable y única es cada vez más relevante en internet.

Durante muchos años, el contenido digital y la visibilidad online se centraron principalmente en el Search Engine Optimisation (SEO), es decir, la optimización para motores de búsqueda. Mediante textos bien redactados y basados en palabras clave importantes, las páginas web podían aparecer en los primeros puestos de los resultados de Google. Desde allí, los usuarios hacían clic para acceder a una web. Para ACSI, una posición destacada en Google era, por tanto, la principal forma de atraer visitantes a sus sitios web.

Actualmente existen otras formas de obtener respuestas online. Google ha lanzado su propio modo de IA, que ofrece respuestas directamente al usuario. Además, cada vez más campistas utilizan herramientas como

ChatGPT, Gemini o Perplexity para buscar campings y destinos. Por tanto, se espera que disminuya el número de visitantes que lleguen a una web a través de grandes canales como Google o Meta.

Al mismo tiempo, la aparición de herramientas de IA ofrece nuevas oportunidades para atraer tráfico. Estas herramientas utilizan numerosas fuentes y buscan especialmente aquellas que se consideran una autoridad dentro de su campo, ofrecen contenido único y en profundidad y reciben una buena valoración de los usuarios.

2. Una mirada renovada

El reto para ACSI es ser reconocido como fuente para las respuestas generadas por IA. El contenido único y de valor es uno de los requisitos. Al asignar a los inspectores de ACSI una nueva zona cada cuatro años, se garantiza automáticamente una mirada renovada sobre los campings y la región.

Con esta información nueva y única, ACSI puede enriquecer aún más sus contenidos, lo que a su vez contribuye a que los

campings sean más fáciles de encontrar a través de ACSI. Así se crea un proceso continuo que genera datos más precisos y mejor contenido. Exactamente lo que ACSI necesita para seguir siendo relevante en la era de la IA.

3. Reforzar la autoridad

Con más de sesenta años de experiencia en el sector del camping y un equipo de unos 400 inspectores que visita cada año más de 10.000 campings, ACSI es una autoridad en el mundo del camping. Muchas personas ya lo saben, pero también es importante que las herramientas de IA lo reconozcan y sigan haciéndolo. Por eso es fundamental continuar ampliando y mejorando la información de los campings.

Los inspectores son los ojos y los oídos de ACSI. Proporcionan a la organización información única que garantiza que los contenidos creados por ACSI aporten un valor real a los campistas. Al cambiar las zonas de inspección cada cuatro años, ACSI se asegura de aprovechar al máximo el conocimiento y la experiencia de sus inspectores.

¿Qué significa esto para los campings?

La rotación de zonas y el hecho de recibir nuevas caras cada cuatro años no elimina el aspecto personal de la inspección.

El director de ACSI, Ramon van Reine, está convencido de ello. "A la hora de seleccionar inspectores, seguimos teniendo en cuenta, como siempre, sus preferencias y conocimientos lingüísticos. Así podemos seguir tomando decisiones meditadas y garantizar la mejor combinación posible entre camping e inspector."

Además, todos los inspectores reciben un acompañamiento intensivo por parte del equipo de inspecciones de ACSI, formado por tres personas. "Les ayudan cuando tienen preguntas o cuando necesitan a alguien con quien intercambiar ideas. Además, se encargan del proceso continuo de formación y capacitación."

Otra función del equipo de inspecciones es definir la distribución de las zonas. Se trata de un proceso muy cuidadoso. "Cambiar de zona de inspección no significa que vayamos a asignarlas al azar. Analizamos bien qué zonas encajan con cada inspector. El dominio de idiomas, por ejemplo, es un factor muy importante."

De esta forma, la calidad se mantiene elevada y los campings siempre reciben a inspectores bien preparados. "Así, cada inspector es un interlocutor profesional para el propietario del camping, incluso si anteriormente realizaba inspecciones en otra zona."



El equipo completo de inspecciones de ACSI cierra la temporada en septiembre con un fin de semana de convivencia que también incluye una evaluación.

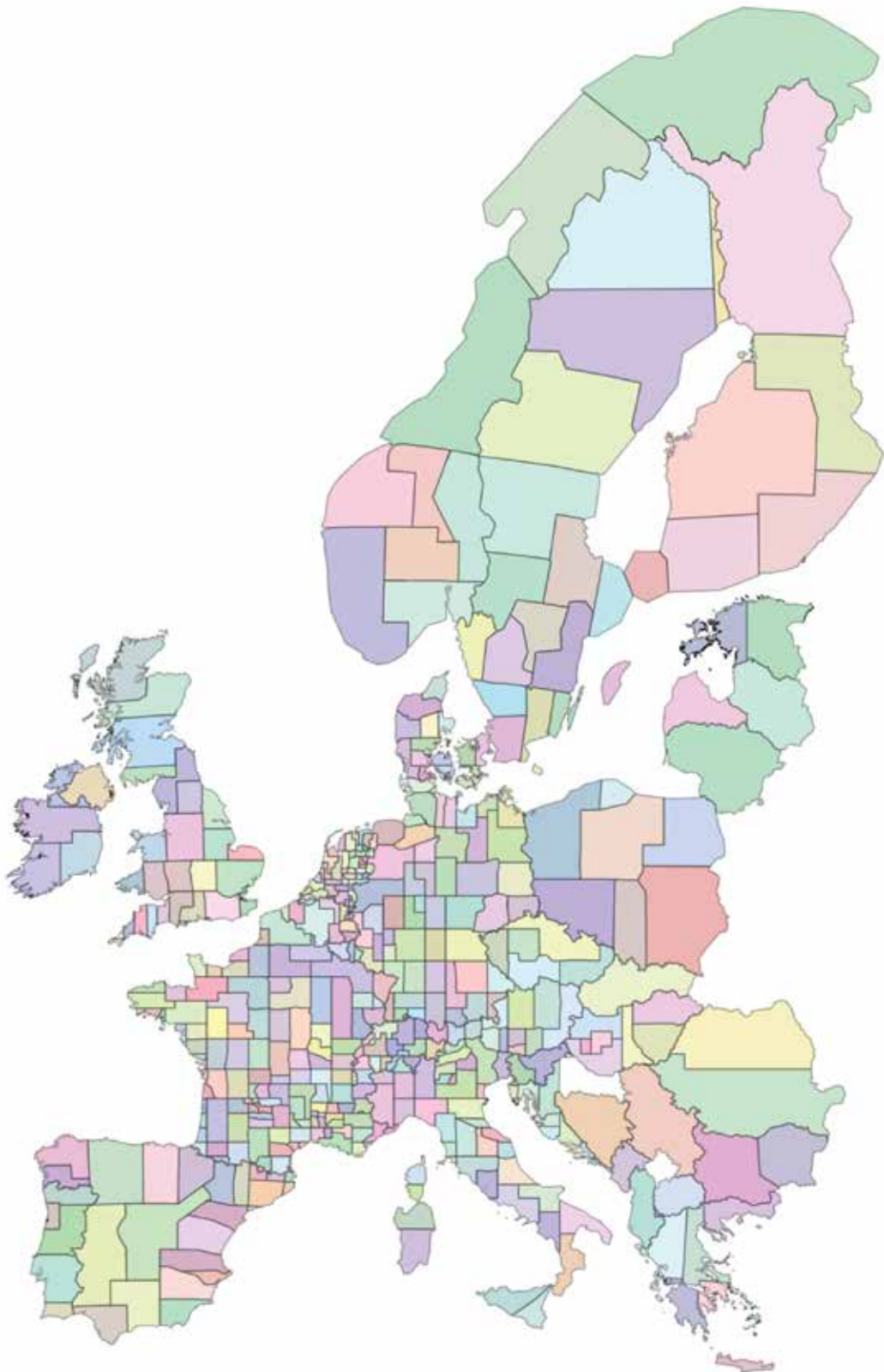
Cambio de zona de inspección

La inspección anual de campings es un proceso empresarial importante dentro de ACSI. El equipo de 400 inspectores - a menudo parejas - que realiza esta tarea es cuidadosamente seleccionado y formado por ACSI. Los campings que superan la inspección aparecen gratuitamente en las webs, aplicaciones y guías de ACSI.

Para estructurar el proceso de inspecciones anuales, Europa se ha dividido en diferentes zonas. Dependiendo de la densidad de campings, estas zonas son más grandes o más pequeñas. En las costas españolas o alrededor del lago de Garda, en Italia, por ejemplo, hay muchos campings concentrados en una superficie pequeña, mientras que en regiones menos turísticas - como el norte de Europa - se encuentran mucho más alejados unos de otros. En total existen 420 zonas de inspección.

Equipo de inspecciones de campings
Los inspectores están coordinados por el equipo de inspecciones de campings. Al asignar una zona a un inspector, se tienen en cuenta varios factores, como los conocimientos lingüísticos, la experiencia en la región y las preferencias del inspector. Lo mismo se hará cuando, cuatro años después, se le asigne una nueva zona.

Desde 2026, el número de zonas de inspección ha vuelto a aumentar. ACSI también inspecciona ahora varios campings en Bulgaria, Serbia y Macedonia del Norte. Los inspectores evalúan los campings que visitan basándose en 250 servicios y características. La información recopilada constituye la base de las actividades de ACSI. Gracias a ella se dispone de datos actualizados y fiables que se utilizan como contenido para las guías, webs y aplicaciones.



Para garantizar el buen funcionamiento de las inspecciones anuales, ACSI ha dividido Europa en 420 zonas de inspección.



Lisan Lommen, Florian van Beem y Verona Theloosen forman el equipo de inspecciones de campings.

Las inspecciones anuales de ACSI seguirán siendo gratuitas

En mayo de 2026, PiNCAMP, una colaboración entre ANWB, ADAC y TCS, anunció que comenzaría a cobrar por sus inspecciones de campings. Esto generó cierta confusión entre algunos campings respecto a las inspecciones de ACSI. Sin embargo, éstas seguirán siendo completamente gratuitas.

Según PiNCAMP, este cambio de política es necesario debido al aumento de los costes y a la reducción de los ingresos publicitarios. El precio de una inspección oscila entre 149 € y 299 €. Los campings que quieran recibir la visita de un inspector de PiNCAMP deben registrarse. Las inspecciones se realizan una vez cada tres años y dan lugar a una clasificación por estrellas y a un informe de inspección.

Si un camping decide no pagar la tarifa, aparecerá sin clasificación

en los canales de las organizaciones asociadas.

ACSI sigue siendo único
ACSI también se enfrenta a un aumento de los costes. Aun así, las inspecciones anuales seguirán siendo completamente gratuitas. La inspección anual de más de 10.000 campings es un pilar tan importante de las actividades de ACSI que esto no cambiará.

Especialmente teniendo en cuenta la creciente importancia de disponer de información actualizada y fiable, ACSI concede mucho valor a las inspecciones anuales. Así, los campistas pueden confiar en que la información que consultan ha sido revisada cuidadosamente.



400 inspectores de ACSI inspeccionan personalmente 10.000 campings en toda Europa cada año.

ACSI amplía fronteras: ahora también realiza inspecciones en Bulgaria, Serbia y Macedonia del Norte

El número de campings inspeccionados por ACSI ha vuelto a aumentar desde este verano. En 2024 se añadieron Albania, Montenegro y Bosnia-Herzegovina a la lista de países de inspección, y en 2026 los inspectores visitaron por primera vez campings en Bulgaria, Serbia y Macedonia del Norte. En total, cuatro inspectores visitaron 82 campings. Dos se repartieron 46 campings en Bulgaria, un inspector visitó 10 campings en Macedonia del Norte y otro viajó por Serbia en nombre de ACSI, donde inspeccionó 26 campings. A continuación comparten sus primeras experiencias en estos «nuevos» países de camping.

Bulgaria

La pareja de inspectores Hillie Hooiveld y Jan Haijer visitó Bulgaria por primera vez esta temporada. Inspeccionaron 25 campings en el oeste del país.

"Pronto vimos que el camping forma parte de la cultura búlgara. En temporada alta se ven muchos abuelos con sus nietos en los campings mientras los padres están trabajando. También encontramos muchos campistas en ruta hacia Grecia y Turquía."

Diferencias visibles

En comparación con los países de camping clásicos de Europa, Hillie y Jan observaron varias diferencias. "La mayoría de los nuevos campings se parecen a áreas de autocaravanas con parcelas delimitadas. Hay praderas de camping, pero no demasiadas. Un edificio de recepción tiene menos importancia; a menudo el responsable está disponible sobre todo por teléfono."

También les llamó la atención otra cosa. "Debido al calor en

temporada alta, los meses de verano son en realidad temporada baja en Bulgaria."

Campings pequeños en el oeste

En el oeste de Bulgaria, la pareja de inspectores encontró principalmente campings pequeños. "La mayoría no supera las cien parcelas. Pero en cuanto a nivel, desde luego no tienen nada que envidiar a los campings de los países más conocidos."

Destacaron especialmente el ambiente relajado y la

hospitalidad. Además, muchos campings tienen muchas ganas de modernizarse. "Actualmente todavía hay pocas instalaciones para personas con movilidad reducida y muchos campings aún no están conectados a la red de alcantarillado. También se sigue trabajando mucho en las carreteras."

Los precios de las pernoctaciones son relativamente altos: a menudo el doble que una estancia en camping en Rumanía. "A cambio, la comida y el combustible son más baratos."

Más turismo en el mar Negro

Los inspectores René y Carla Joosse visitaron el este de Bulgaria. Inspeccionaron 21 campings, entre ellos varios en la costa del mar Negro. "Sobre todo allí se ven muchas parcelas de temporada permanente. Hay muchos campistas búlgaros, polacos, eslovacos y alemanes en el país, y viajan principalmente en autocaravana o caravana. Puede que la infraestructura todavía no sea en todas partes como estamos acostumbrados en Europa occidental, pero la naturaleza es preciosa."



Los inspectores que visitaron Bulgaria por primera vez quedaron impresionados por la naturaleza.



Los propietarios de los campings estaban muy contentos con la llegada de los inspectores de ACSI.



La mayoría de los nuevos campings se parecen a áreas de autocaravanas con parcelas delimitadas.

Serbia



Además de realizar la inspección del camping, Gerben Post (derecha) tuvo mucho tiempo para hablar con los propietarios sobre su camping, sus planes y el desarrollo del camping en Serbia.

El inspector Gerben Post visitó este verano 26 campings en Serbia en nombre de ACSI. Encontró un país de camping en desarrollo y campings con

grandes ambiciones de seguir creciendo.
"Muchos campistas no piensan inmediatamente en Serbia

como destino de vacaciones. Me sorprendieron la naturaleza, el espacio y la hospitalidad. La cultura del camping es pequeña y personal. Muchos campings

son negocios familiares, donde el propietario está presente y dedica mucha atención a sus huéspedes. La hospitalidad suele ser más importante que las instalaciones de lujo."

Un país lleno de descubrimientos
Post destacó sobre todo la tranquilidad y el espacio. "En Serbia apenas hay turismo de masas. Casi no se ven grandes complejos vacacionales. Los campistas suelen tener la sensación de descubrir algo realmente nuevo. Aquí se encuentran sobre todo autocaravanistas experimentados y viajeros aventureros a los que les gusta salirse de las rutas habituales. Serbia es ideal para quienes disfrutan de la naturaleza, la cultura y la tranquilidad."

Post también considera que Serbia es fácil de recorrer en autocaravana o caravana. "Las distancias entre los principales destinos son manejables y hay suficientes servicios disponibles."

Hospitalidad serbia
Durante las inspecciones, Post comprobó que muchos campings han invertido en sus instalaciones durante los últimos años. Especialmente los sanitarios suelen superar las expectativas. "Serbia suele verse como un destino barato, pero esa imagen

ya no es del todo correcta. Los precios han subido en los últimos años, como en el resto de Europa. Aun así, Serbia sigue siendo una opción atractiva en cuanto al coste total del viaje."

"Serbia es un país accesible donde los campistas se sienten rápidamente como en casa", señala Post. "Muchos viajeros vienen para unos días y al final se quedan más de lo previsto. Eso dice mucho del atractivo del país. La hospitalidad serbia es mencionada por casi todo el mundo como uno de los puntos destacados del viaje."

Ambición de crecer
Además de la enorme hospitalidad, Post observó que muchos propietarios quieren seguir desarrollando su camping y dar mayor visibilidad a Serbia como destino de camping. "Confían en poder conseguirlo junto con ACSI y están dispuestos a invertir en sus campings. Es estupendo verlo."

Post ve oportunidades, por ejemplo, en la visibilidad online y la posibilidad de reservar. "¡Precisamente son aspectos en los que ACSI puede ayudar, por supuesto!"

Macedonia del Norte

Los inspectores Leo Kok y Carine Peeters visitaron diez campings en Macedonia del Norte durante esta temporada. Les llamó la atención que los macedonios del norte no son tradicionalmente campistas.

"Los campings de Macedonia del Norte son ideales para quienes prefieren volver a lo básico. Son sencillos y consisten principalmente en parcelas con un punto de agua, con o sin electricidad, y un bloque sanitario."

Bebida de bienvenida
Lo que más destacó para la pareja de inspectores fue la hospitalidad de los propietarios. "A los huéspedes que llegan se les recibe habitualmente con café o una bebida de bienvenida. Y prácticamente en todas partes se les ofrece ayuda."

Influencias turcas
Según Leo y Carine, este país balcánico se recorre bien en autocaravana o caravana, aunque las carreteras son estrechas y

a menudo están en condiciones distintas a las que conocen en Europa occidental. "Pero las distancias entre destinos son cortas y hay suficientes servicios por el camino. Entrás en una cultura completamente diferente. Las frutas y verduras, por ejemplo, se compran en el bazar y el pan en la panadería. Hay muchas influencias turcas visibles."

Izar la bandera
En su primera visita al Camping Rino, situado junto al lago Ohrid, quedaron gratamente sorprendidos por la entusiasta bienvenida. "El camping estaba encantado de que lo visitáramos para incluirlo en las guías de ACSI. Tanto, que inmediatamente izaron la bandera de ACSI y colocaron el cartel de ACSI en la entrada."



La bandera de ACSI se izó inmediatamente en Camping Rino, junto al lago Ohrid.

ACSI Foundation: devolver algo a la sociedad



Los dos modernos buques hospital de Mercy Ships atracan en zonas de África donde existe una gran necesidad de atención médica especializada.

Desde hace más de sesenta años, ACSI gira en torno a los campistas, los campings y la pasión por el camping. Pero para ACSI, el compromiso no termina en la entrada del camping. A través de la ACSI Foundation se apoyan desde hace años, de forma discreta, diferentes iniciativas sociales. Desde asociaciones locales y proyectos culturales hasta ayuda médica y asistencia de emergencia en caso de catástrofes. Mercy Ships es la organización benéfica más reciente en recibir el apoyo de la ACSI Foundation. De esta manera, ACSI contribuye a la misión de Mercy Ships de facilitar a las personas de África el acceso a la atención médica que necesitan.

Una empresa comprometida con impacto social
La ACSI Foundation se creó para dar una estructura permanente al compromiso social de ACSI. A través de esta fundación, ACSI apoya una amplia variedad de causas y proyectos, desde iniciativas locales hasta proyectos internacionales.

La ACSI Foundation apoya a clubes deportivos y organizaciones sociales y contribuye a iniciativas relacionadas con el arte, la cultura y la asistencia médica. También presta apoyo en grandes catástrofes. Entre otras iniciativas, se ha colaborado con Giro 555 para ayudar a las víctimas de emergencias humanitarias. Además, ACSI contribuye regularmente a proyectos locales que tienen un impacto positivo en la sociedad.

El compromiso social está profundamente integrado en la forma de trabajar de ACSI. Por ejemplo, en la celebración del 60.º aniversario, se pidió a los invitados que, en lugar de hacer un regalo, donaran dinero a diferentes organizaciones benéficas. De este modo, ACSI no solo contribuye a crear buenos recuerdos de vacaciones, sino también a iniciativas sociales con un impacto duradero. La colaboración con Mercy Ships es el ejemplo más reciente.

Atención médica que cambia vidas
Una sencilla operación de cataratas, el tratamiento de una quemadura grave o la extirpación de un tumor pueden cambiar radicalmente una vida. En los países occidentales, este tipo de intervenciones suelen estar al alcance de la población. Sin embargo, en muchas zonas de África no ocurre lo mismo. La falta de instalaciones médicas y atención especializada hace que enfermedades que podrían tratarse eficazmente queden a menudo sin tratamiento, con graves consecuencias para la salud, la vida cotidiana y el futuro de los pacientes.

Mercy Ships hace que esta atención sea accesible. La organización internacional de ayuda humanitaria navega con dos modernos buques hospital hacia países donde la necesidad de atención quirúrgica es elevada. A bordo trabajan juntos miles de voluntarios procedentes de decenas de países. Cirujanos, enfermeros, anestelistas, técnicos, cocineros y muchos otros especialistas ofrecen su tiempo de forma

altruista para tratar gratuitamente a los pacientes.

Ahora y también en el futuro
La ayuda va más allá de las operaciones. Mercy Ships también invierte en el futuro de la atención sanitaria formando a médicos, enfermeros y otros profesionales sanitarios locales. Además, colabora con hospitales y gobiernos para reforzar de forma sostenible los conocimientos médicos y las instalaciones sanitarias. Así, el impacto continúa incluso después de que el barco se haya marchado. Precisamente esta combinación de ayuda directa y desarrollo sostenible es lo que atrae a ACSI. Mercy Ships hace exactamente eso: cambiar vidas y reforzar al mismo tiempo la atención sanitaria local.

Para Mercy Ships, la colaboración con ACSI es más que una aportación económica. Ya durante los primeros encuentros quedó claro que ambas organizaciones comparten los mismos valores: construir relaciones duraderas y querer hacer algo por los demás. Actualmente, ACSI no solo es donante de Mercy Ships Nederland, sino que también forma parte del Mercy Ships Business Network, una red de más de 230 empresas que apoyan la misión de Mercy Ships.

Las donaciones de ACSI se realizan sin un destino específico. De esta manera, Mercy Ships puede emplear el dinero donde más se necesita en cada momento, por ejemplo, en el mantenimiento de los buques hospital, material médico u operaciones que cambian vidas.

Un nuevo futuro para Theogette

Durante diez años, Theogette, de Madagascar, vivió con un tumor creciente en el rostro. Lo que empezó como un fuerte dolor de muelas terminó cambiando poco a poco toda su vida.

Los habitantes de su pueblo pensaban que era contagiosa y le dieron la espalda. Incluso su marido la abandonó. Aun así, como madre soltera de tres hijos, siguió trabajando en los arrozales para mantener a su familia.

Theogette conoció Mercy Ships a través de su primo. Él sabía que podía operarse gratuitamente a bordo del Africa Mercy. Tras un viaje de tres días en canoa,

ferry y coche, llegó al HOPE Center, donde los voluntarios la prepararon para la operación.

La intervención fue un éxito. Por primera vez en diez años, Theogette pudo volver a casa sin el tumor. Ahora vuelve a mirar al futuro con confianza y espera poder trabajar de nuevo en el campo, cuidar de sus hijos y formar parte de su comunidad sin sentir vergüenza.

La historia de Theogette demuestra lo que puede significar una sola operación: no solo recuperar la salud, sino también la dignidad, el futuro y la esperanza.



La ACSI Foundation apoya

- También reciben apoyo estas organizaciones e iniciativas nacionales e internacionales:
- Proyectos culturales locales y asociaciones, incluidas las deportivas
 - Iniciativas médicas: Stichting Beter Lopen, Stichting CAP
 - Organizaciones benéficas & Giro 555: War Child, Save the Children

ACSI camping.info Booking continúa creciendo

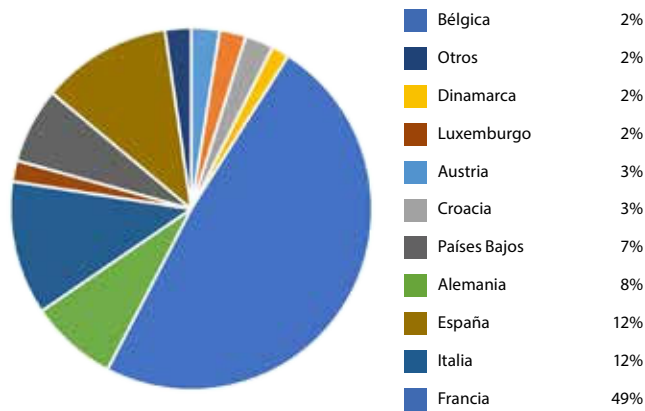
En miles de campings asociados a ACSI, los campistas pueden reservar directamente una parcela o un alojamiento. En 2026, éste es un servicio que los viajeros esperan encontrar y que ofrece numerosas ventajas a los campings. La plataforma de reservas llega cada año a millones de campistas, principalmente de los grandes mercados del camping del norte de Europa. ACSI ha analizado los datos del periodo comprendido entre agosto de 2025 y julio de 2026 para extraer consejos útiles para los campings. Una de las conclusiones es, por ejemplo, que merece la pena ofrecer disponibilidad con suficiente antelación.

Destinos más populares

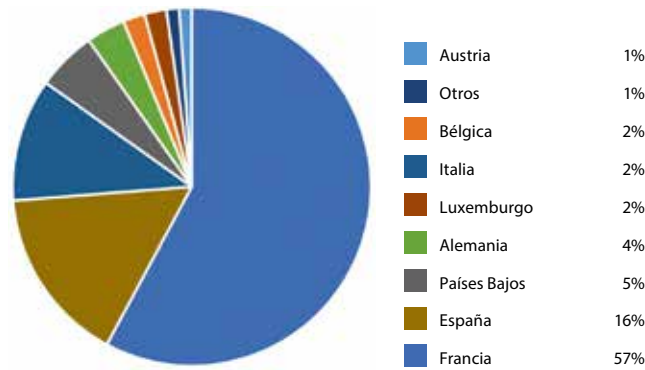
Los gráficos muestran el porcentaje de cada país de destino sobre el número total de reservas. Se distingue entre el total de reservas (1), las reservas en las que se utiliza CampingCard ACSI (CCA) (2) y las reservas sin CampingCard ACSI (3). Se observan algunas diferencias destacables.

El porcentaje de reservas con destino a España y Francia es considerablemente mayor si se tienen en cuenta únicamente las reservas con CampingCard ACSI (2). Esto puede estar relacionado con el elevado número de campistas que pasan el invierno en estos países y con su popularidad como destinos de camping durante todo el año. En las reservas sin CampingCard ACSI (3), la distribución entre países es más amplia. Países como Alemania y Croacia tienen en este caso un porcentaje casi dos veces mayor que en el total de reservas (1).

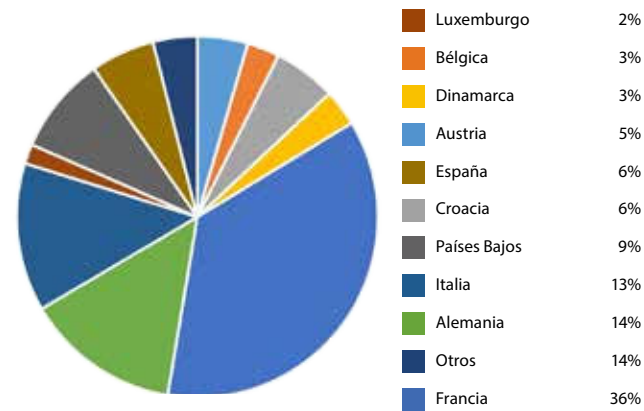
1. Número de reservas por destino | Todas las reservas



2. Porcentaje de reservas por destino | Sólo CCA



3. Porcentaje de reservas por destino | Sin CCA



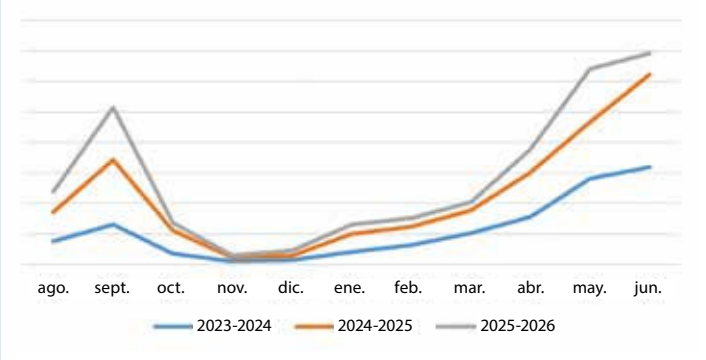
Aumenta el porcentaje de reservas con CampingCard ACSI

El número de reservas en las que los campistas utilizan CampingCard ACSI sigue aumentando.

Se trata principalmente de estancias relativamente cortas en primavera y otoño. El

número de reservas aumenta especialmente en abril. Cabe destacar que se realizan tanto reservas para el propio mes de abril como para fechas posteriores del año. Por eso, merece la pena que los campings tengan su disponibilidad online ya en marzo o abril.

Número de reservas con CampingCard ACSI por mes



¿Con cuánta antelación se reserva?

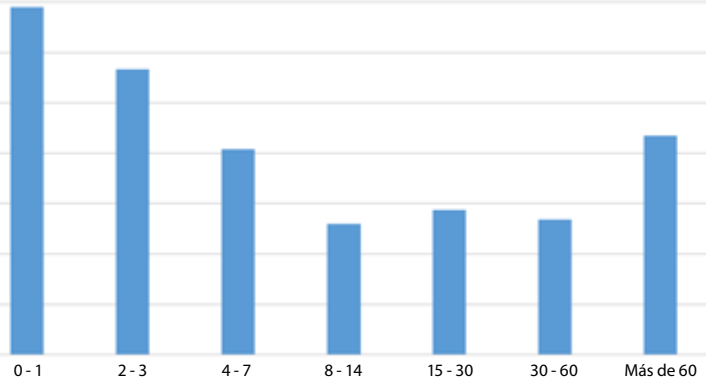
Los datos demuestran que ACSI camping.info Booking funciona como plataforma tanto para reservas a corto plazo como para reservas realizadas con mucha antelación.

Por tanto, para los campings sigue siendo muy útil publicar disponibilidad incluso cuando la temporada ya está avanzada, por ejemplo a mediados del verano. El 60 % de

las reservas se realiza entre 0 y 7 días antes de la llegada.

También se observa que entre diciembre y marzo se realizan muchas reservas con 60 días o más de antelación. Por eso, merece la pena publicar la disponibilidad para el año siguiente ya en noviembre o diciembre y llegar así a quienes prefieren reservar con antelación.

Cantidad de días de antelación en los que se realizan las reservas



Consejos para campings

- ✓ Cualquier camping puede unirse a ACSI camping.info Booking y ofrecer reservas online a través de las páginas web y las aplicaciones de ACSI. La participación no tiene costes fijos. Los campings sólo pagan una pequeña comisión por cada reserva.
- ✓ Gracias a la creciente popularidad de CampingCard ACSI, participar ofrece una gran oportunidad para conseguir reservas en temporada baja.
- ✓ Entre diciembre y marzo se realizan muchas reservas con más de 60 días de antelación. Por eso, es recomendable publicar la disponibilidad con suficiente tiempo de antelación.
- ✓ Durante los meses de verano se realizan relativamente muchas reservas de última hora. Por tanto,

puede ser beneficioso para los campings seguir ofreciendo disponibilidad online incluso cuando la temporada ya está avanzada.

- ✓ Cada vez existen más posibilidades de integración con sistemas PMS. No dude en ponerse en contacto con nosotros para obtener más información.

¿Quiere saber más?
Escanee el código QR



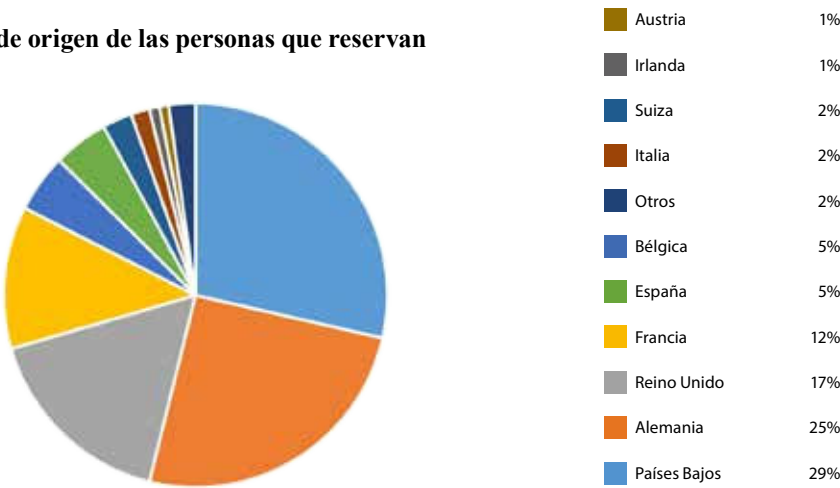
¿De dónde proceden quienes reservan?

Si observamos los países de origen de las personas que reservan a través de la plataforma, la

mayoría procede de Países Bajos, Alemania, Reino Unido y Francia. Un dato llamativo: incluso se

reciben reservas desde Australia, Corea del Sur y Estados Unidos.

País de origen de las personas que reservan



Buen comienzo para ACSI Broker Services



Desde principios de 2026, ACSI Broker Services ofrece asistencia especializada en la compraventa de campings y complejos vacacionales.

Desde principios de 2026, ACSI Broker Services ha tenido un comienzo prometedor. El servicio ofrece asistencia especializada en la compraventa de campings y complejos vacacionales en toda Europa. Actualmente hay varios procesos en marcha y ya se ha completado la primera transacción internacional: la venta de un gran camping italiano a un grupo francés de complejos vacacionales.

Un importante cambio en el mercado es el creciente interés de compradores profesionales europeos. Éstos no sólo buscan campings que estén públicamente a la venta, sino que también recurren a ACSI Broker Services para encontrar campings o complejos vacacionales adecuados. Entre otros aspectos, tienen en cuenta la ubicación, el tamaño, la proporción entre parcelas y alojamientos de alquiler, la explotación y el potencial de desarrollo.

Por ello, ACSI Broker Services trabaja en ambos lados del mercado. Por un lado, presta apoyo a campings que buscan activamente un comprador. Por otro, trabaja para clientes que desean adquirir un camping. En función de unos criterios de búsqueda específicos, también se estudian campings o complejos vacacionales que todavía no están públicamente a la venta.

Cada vez más campings se venden mediante este tipo de búsqueda dirigida de un comprador, en lugar de a través de una venta pública. Para los propietarios de campings, esto ofrece la posibilidad de explorar el interés del

mercado sin tener que anunciar públicamente su intención de vender.

Lógicamente, muchos compradores profesionales se interesan principalmente por campings de mayor tamaño, a menudo con más de 250 parcelas, situados en destinos turísticos atractivos. También pueden resultar interesantes los campings con buenas posibilidades de ampliación, incorporación de nuevos alojamientos o una mayor profesionalización.

Mercado internacional

Los datos de ACSI sobre campings, su amplia red de inspectores y las relaciones de muchos años con distintas empresas y organizaciones del sector permiten a ACSI Broker Services operar en un mercado cada vez más internacional.

Por ejemplo, un camping neerlandés o italiano puede resultar interesante para un grupo francés o alemán de complejos vacacionales. La primera transacción completada - la adquisición de un gran camping italiano por parte de una empresa francesa - es un claro ejemplo de ello.

Numerosas solicitudes de contacto

El interés no solo es elevado entre los compradores profesionales. También se percibe claramente entre los propietarios de campings. Más de cien propietarios del Benelux, Escandinavia, Alemania, Italia, España, Portugal y Reino Unido han mostrado interés en ponerse en contacto con ACSI Broker Services. No todos desean vender

de inmediato. Muchas conversaciones son de carácter exploratorio y tratan, por ejemplo, sobre el valor de la empresa, la sucesión, posibles compradores o las posibilidades de una futura venta.

Precisamente para los propietarios que todavía no tienen planes concretos de venta, una primera conversación puede ser muy valiosa. Al fin y al cabo, una posible venta suele empezar a prepararse años antes de buscar realmente a un comprador. Conocer el mercado, el valor de la empresa y el tipo de compradores que podrían estar interesados ayuda a tomar decisiones mejor fundamentadas a largo plazo.

Explorar una venta con discreción

La confidencialidad y la discreción desempeñan un papel importante en este proceso. Un camping

suele tener una larga historia y, en ocasiones, representa el trabajo de toda una vida de varias generaciones de una misma familia. Por ello, el proceso debe abordarse con cuidado y respeto. Una posible venta suele afectar a muchas más personas que únicamente al propietario.

Mediante una denominada Secret Sale se puede analizar discretamente si existe un interés serio. En ese caso, el camping no se ofrece públicamente a la venta, sino que se presenta únicamente a compradores cuidadosamente seleccionados y cualificados.

Del interés a la venta

Cuando surge un interés real, ACSI Broker Services acompaña

las siguientes fases del proceso. Entre otros aspectos, se analizan la empresa, sus resultados financieros, la ubicación y las posibilidades de desarrollo. Si se desea, ACSI Broker Services también puede prestar apoyo durante las negociaciones, la due diligence y el cierre de la transacción.

Los primeros meses demuestran que, en ambos lados del mercado, existe la necesidad de contar con una empresa especializada capaz de conectar a propietarios de campings con compradores profesionales de distintos países europeos. ACSI Broker Services desempeña este papel y acompaña todo el proceso, desde la fase exploratoria hasta la venta.

¿Su camping puede resultar interesante para un comprador?

ACSI Broker Services puede ser de interés para muchos tipos de campings y complejos vacacionales europeos. Su amplia red de inversores y promotores aumenta considerablemente las posibilidades de lograr una venta satisfactoria. Entre los compradores existe especial interés por:

- 1. Campings de mayor tamaño**
Generalmente, a partir de unas 250 parcelas.
- 2. Ubicaciones turísticas atractivas**

- Por ejemplo, en la costa, junto a un lago o en una región turística consolidada.
- 3. Potencial de desarrollo**
Como posibilidades de ampliación, nuevos alojamientos de alquiler o mejora de las instalaciones.
- 4. Una combinación atractiva**
Un buen equilibrio entre parcelas y alojamientos de alquiler.
- 5. Campings independientes y familiares**
Con una explotación sólida y posibilidades de seguir creciendo.

Su camping no tiene que estar públicamente a la venta. Mediante una Secret Sale, ACSI Broker Services puede estudiar de forma confidencial si su camping encaja en alguno de los perfiles de búsqueda actuales. ¿Quiere conocer las posibilidades para su camping o mantener una primera conversación exploratoria y confidencial? Visite nuestro sitio web o póngase en contacto con nosotros a través de la dirección de correo electrónico que aparece a continuación.
I: www.acsi-campingforsale.com
E: info@acsi-brokerservices.eu

Un nuevo panel ofrece más información

Entre bastidores, ACSI trabaja continuamente en el desarrollo de sus productos digitales. Un paso importante en este proceso es el nuevo panel del ACSI Campsite Portal. Gracias a él, los inspectores pueden consultar los resultados de los campings y ofrecerles más información sobre su alcance y sobre los resultados de su colaboración con ACSI. A largo plazo, el panel también será accesible directamente para los propios campings.

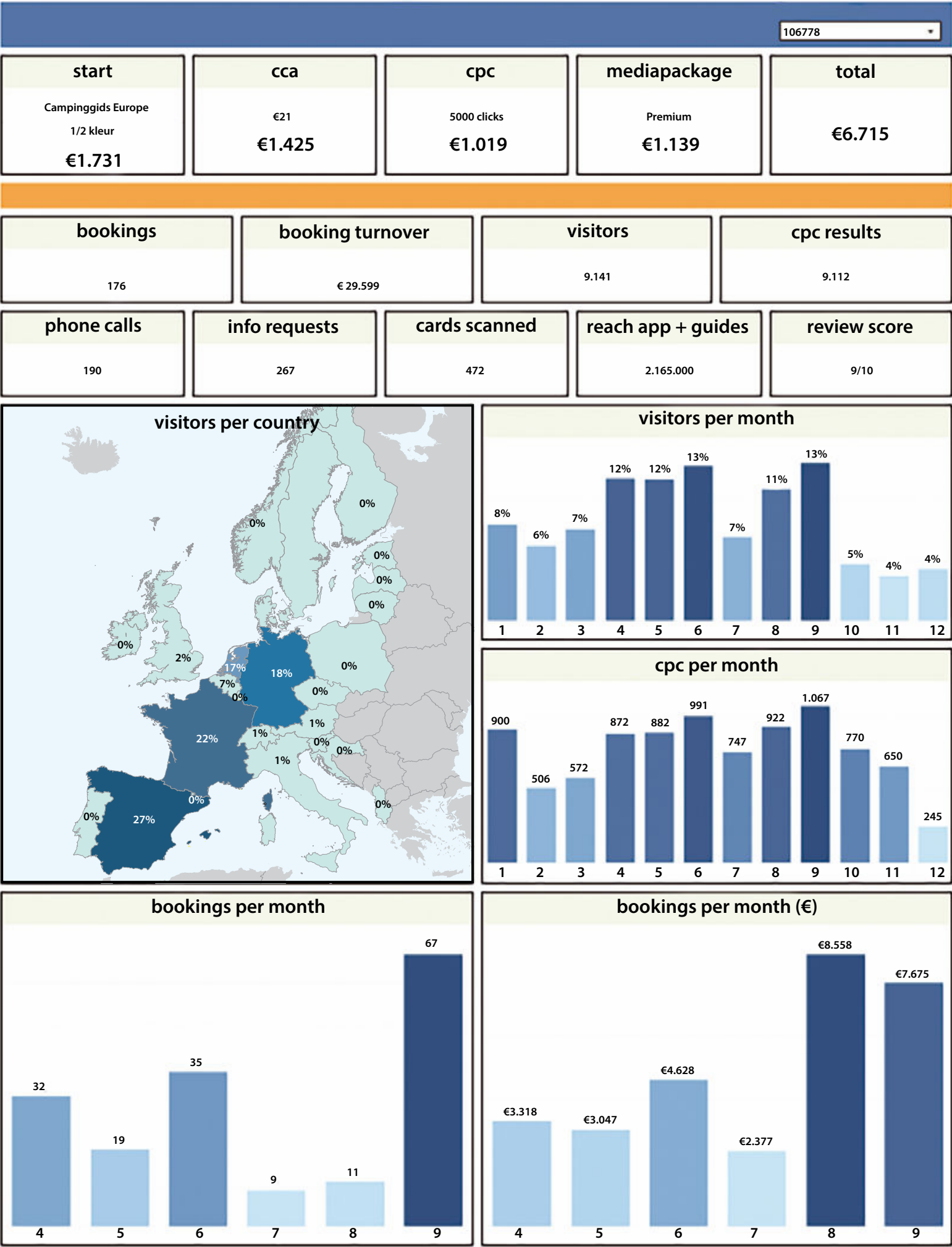
El punto de partida para el desarrollo de este panel era sencillo: ofrecer más información sobre las inversiones realizadas por un camping y mostrar de forma concreta qué resultados generan.

En la parte superior del panel se puede ver, por ejemplo, qué promoción ha contratado un camping. A continuación, los resultados se presentan de forma clara, como el número de visitantes procedentes de los sitios web y las aplicaciones de ACSI, los resultados obtenidos a través de ACSI camping.info Booking y el número de clics CPC.

Del alcance al contacto con los huéspedes
También se muestran otros puntos de contacto con huéspedes potenciales. Así, los campings pueden ver cuántas llamadas se han realizado al camping desde la aplicación y cuántas solicitudes de información han recibido. En el 80 % de los casos, estas solicitudes terminan en una reserva, por lo que son de gran valor para los campings. Además, el panel incluye información sobre el número de tarjetas de descuento CampingCard ACSI escaneadas, el alcance de las guías y aplicaciones de ACSI y la puntuación de las reseñas del camping.

Información sobre la procedencia de los visitantes
Los datos también pueden desglosarse con mayor detalle. De este modo, es posible ver de qué países proceden los visitantes de los sitios web y las aplicaciones, y cómo evoluciona mensualmente el número de clics CPC. Así se obtiene no solo una visión global de los resultados, sino también más información sobre la procedencia del alcance y del interés.

Panel para inspectores y, más adelante, también para campings
Con este desarrollo, ACSI quiere aumentar aún más la transparencia de los resultados de la promoción y la colaboración, y facilitar las conversaciones con los propietarios de campings sobre su inversión y el rendimiento que ésta genera. Inicialmente, el panel sólo es accesible para los inspectores de ACSI. Naturalmente, éstos pueden compartir la información con los campings de su zona de inspección. A largo plazo, el panel también será directamente accesible para los propietarios de campings.



El nuevo panel desarrollado en el ACSI Campsite Portal ofrece más información sobre los resultados que consigue un camping mediante la promoción con ACSI.

Campings con una rica



Balatontourist Camping & Bungalows Füred, Hungría

«El Este y el Oeste pasaban juntos sus vacaciones en el lago Balaton»

Balatontourist Camping & Bungalows Füred, que forma parte de la cadena de campings Balatontourist, cumple 75 años. Csilla Gyarmati, Head of Marketing, habla sobre 75 años de historia del camping en el lago Balaton. ¿Cómo era acampar en Hungría antiguamente y qué cambió en el mercado del camping tras la caída del Muro de Berlín? Junto con ACSI, Gyarmati también mira hacia el futuro. ¿Qué le deparará a la empresa esta nueva etapa?

¿Cuándo empezó a desarrollarse el camping en Hungría y cuál fue el primer camping de Balatontourist?

"El camping en el lago Balaton comenzó en 1958. Ese año se abrieron dos campings: uno en la península de Tihany y otro en Balatonfüred. Un año más tarde se inauguró un tercer camping en Balatonföldvár, en la orilla sur."

"Al principio, los huéspedes se alojaban principalmente en tiendas de alquiler, ya que muchas familias húngaras todavía no disponían de su propio equipo de camping. La demanda era muy elevada y los campings gozaban de una enorme popularidad. Por eso, año tras año se fueron

abriendo nuevos campings."

"En 1964, Hungría se convirtió en miembro de la FICC. Gracias a ello, en 1966 se celebró en Balatonfüred el 27.º Rally FICC, con 7.000 participantes. Casi 6.000 procedían de Occidente. Fue entonces cuando Hungría y los campings de alrededor del lago Balaton se dieron a conocer internacionalmente como destinos turísticos."

¿Qué influencia tuvo la caída del Muro de Berlín en el camping en el lago Balaton?

"Durante décadas, Hungría, el lago Balaton y los campings de la región fueron un importante punto de encuentro para familiares y amigos de Alemania

Oriental y Occidental que vivían separados. Aquí podían reunirse cada año y pasar tiempo juntos». «Se oía hablar alemán por todas partes alrededor del lago. Pero también llegaban muchos turistas de los Países Bajos, Austria, Polonia y la antigua Checoslovaquia. El Este y el Oeste pasaban aquí sus vacaciones juntos."

"Tras la caída del Muro, la situación cambió. Hungría dejó de ser tan importante como punto de encuentro porque las personas podían visitarse libremente y reunirse donde quisieran. Para los habitantes de los antiguos países socialistas también se abrió un mundo nuevo. Muchos optaron, como era lógico, por

destinos que antes estaban fuera de su alcance."

"Como consecuencia, durante un tiempo se produjo un descenso en el número de campistas. Sin embargo, los campings del lago Balaton pronto volvieron a ser descubiertos. Muchas personas recordaban con nostalgia las vacaciones que habían pasado junto al lago antes de la caída del Muro. Regresaron a aquellos lugares en los que habían vivido buenos momentos y creado recuerdos especiales."

Balatontourist celebra este año su 75.º aniversario. ¿Cuántos campings forman parte del grupo?

"Durante los últimos 75 años, la organización ha desarrollado distintas actividades, entre ellas agencias de viajes, moteles y hoteles. En sus primeros años, la organización también desempeñaba funciones sociales."

"A partir de los años ochenta, la explotación de campings se convirtió en la actividad principal. Sin embargo, como ya hemos mencionado, Balatontourist participó en la apertura de los primeros campings del lago Balaton a finales de los años cincuenta. Actualmente, la cadena cuenta con cuatro campings, uno de ellos naturista."

¿Cómo es actualmente el mercado del camping en Hungría?

"En Hungría hay unos 300 campings. La oferta va desde pequeños campings familiares hasta grandes cadenas con varios establecimientos y cientos de parcelas, bungalows y mobil-homes."

"Después de la pandemia, el camping se ha hecho considerablemente más popular entre los húngaros, algo de lo que se han beneficiado los campings del país. Al mismo tiempo, la fuerte estacionalidad, especialmente en torno al lago Balaton, supone un gran desafío. El objetivo es reducir esa dependencia de la temporada alta."

"El sector se ha desarrollado rápidamente y se ha modernizado

mucho en los últimos años. Por ejemplo, se han instalado nuevos y modernos mobil-homes. De este modo, hoy en día también es posible disfrutar de unas vacaciones cómodas y cerca de la naturaleza sin disponer de equipo de camping propio."

¿Por qué sigue siendo el lago Balaton un destino vacacional tan atractivo?

"El lago Balaton es el mayor lago de aguas cálidas de Europa Central. La variedad del paisaje, su clima especial, los lugares de interés, el patrimonio cultural, las posibilidades deportivas tanto en tierra como en agua, la gastronomía, las famosas regiones vinícolas y la conocida hospitalidad húngara hacen del lago Balaton un destino atractivo para todo tipo de viajeros."

"Tanto si quieres relajarte y descansar como si buscas unas vacaciones activas llenas de excursiones y actividades. Y tanto si viajas con niños como sin ellos. En el lago Balaton todo el mundo puede encontrar un lugar y un momento adecuados para disfrutar de sus vacaciones."

¿Qué deparará el futuro?

"Durante las últimas décadas, Balatontourist ha trabajado para desarrollar y modernizar los campings de Hungría y del lago Balaton. La organización seguirá haciéndolo en el futuro. En este contexto, nos complace anunciar la apertura de un nuevo camping. A nuestro equipo le gustan los retos. Por eso, esta vez queremos aplicar esta experiencia en campings no sólo en el lago Balaton, sino en otro lago. Se encuentra cerca de una gran ciudad y en medio de un precioso entorno natural virgen."

"Además, seguiremos trabajando intensamente en el desarrollo y la renovación de nuestros campings en el lago Balaton. Así queremos conseguir que cada año los campistas puedan disfrutar del ambiente especial de unas vacaciones en el lago Balaton en unas condiciones cada vez más atractivas, mejores y modernas."



historia



Esterel Caravaning, Francia

«El lujo no significa nada sin alma»

Este año, los campistas han elegido Esterel Caravaning, en Agay Saint Raphaël, como el mejor camping de Francia. El ACSI Award ha sido el broche de oro para el año en el que el camping celebra su 50 aniversario. Junto con Aurore Laroche, directora y propietaria desde 1995, ACSI repasa la rica historia de este complejo de cinco estrellas situado en la Costa Azul.

¿Cómo empezó todo hace cincuenta años?

"Todo comenzó con lo que me gusta llamar una maravillosa locura. En 1974, mis padres, Jean y Jacqueline Laroche, ambos abogados de profesión, compraron doce hectáreas de terreno en el macizo del Esterel. Eran tres colinas rocosas completamente vírgenes. Mi padre lo diseñó todo personalmente, desde los caminos y las parcelas hasta los edificios. Vendieron su piso de París para financiar tres kilómetros de alcantarillado.

Querían ofrecer algo único para aquella época: parcelas con instalaciones sanitarias privadas. ¡Ya tenían dieciocho en 1976! Por aquel entonces había 495 parcelas, dos piscinas climatizadas, un restaurante, un bar, pistas de tenis y squash y 30.000 árboles recién plantados."

¿Cuál es la mayor diferencia entre gestionar un camping entonces y hacerlo ahora?
"Nuestra profesión ha cambiado por completo y, al mismo tiempo, en algunos aspectos sigue

siendo exactamente igual. Mis padres construyeron el camping y mi generación lo ha profesionalizado. Trabajamos todo el año para una temporada de seis meses, nos comunicamos en cuatro idiomas y nos ocupamos de ámbitos como el marketing, la digitalización y la sostenibilidad. Pero lo esencial no ha cambiado: recibir a los huéspedes con calidez y conseguir que durante unas semanas sean más felices aquí que en cualquier otro lugar del mundo."

¿Cuál es su filosofía y qué pueden esperar los huéspedes?
"Aquí encontrarán un auténtico paraíso acuático con cinco piscinas, toboganes, instalaciones de bienestar, animación profesional, parcelas espaciosas y un restaurante que ha ganado varias veces un ACSI Award. Mi filosofía es sencilla: el lujo no significa nada si no tiene alma. Lo que más recuerdan los huéspedes es la atención personalizada al llegar a recepción, el aroma de los pinos y las vistas de las rocas rojizas del macizo del Esterel. Algunos vinieron por primera vez cuando eran niños y ahora regresan con sus propios hijos y nietos."

¿Cuántas personas trabajan en Esterel y cómo consiguen contar con suficiente personal?
"Tenemos unos diez empleados fijos durante todo el año y, en temporada alta, la plantilla aumenta hasta unas setenta personas. Encontrar personal se ha convertido en uno de los mayores retos de nuestra profesión, especialmente en la Costa Azul, donde el alojamiento es escaso y caro. Por eso, muchos empleados de temporada se

alojan en el propio camping y muchos regresan cada verano. Cuando un equipo se siente como en casa, los huéspedes también lo notan. Las habilidades se pueden aprender, pero una sonrisa sincera en una ajetreada tarde de agosto no."

¿Cuáles han sido los cambios más importantes de los últimos años en el camping?
"El mayor cambio ha sido nuestro suministro energético. Por ejemplo, la iluminación del camping funciona con energía solar. También seguimos invirtiendo en comodidad, con mobil homes que disponen de spa o piscina privados, parcelas de casi 200 m² con baño y cocina propios y terrenos privados de hasta 1.000 m²."

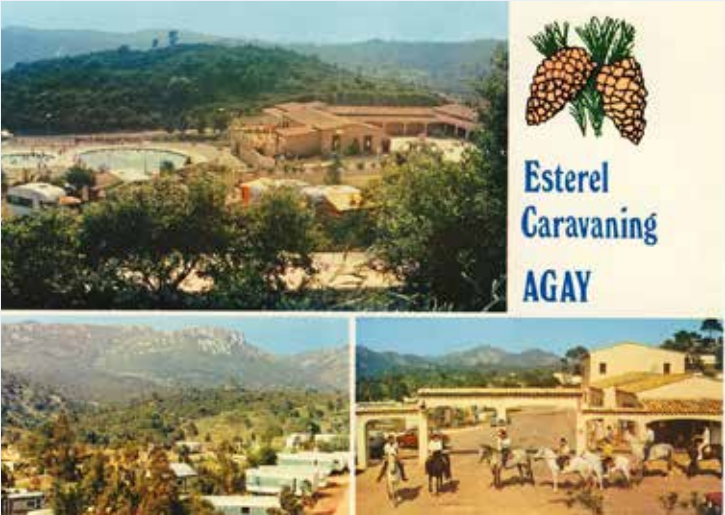
¿Cómo mantienen el equilibrio entre las parcelas para campistas y los alojamientos de alquiler?
"El camping forma parte de nuestro nombre, de nuestra historia y de nuestra identidad. Un camping sin campistas tradicionales pierde su esencia. De nuestras 495 parcelas, 164 siguen reservadas para caravanas y autocaravanas. Aproximadamente la mitad dispone de instalaciones sanitarias privadas. Muchos de nuestros huéspedes más fieles son campistas de los Países Bajos y Alemania que vienen con su caravana. Aquí siempre habrá una bonita parcela esperándoles."

Cada vez más campings pasan a formar parte de grandes grupos. ¿Seguirá Esterel siendo una empresa familiar?
"Sin ninguna duda. La independencia no es una cuestión de nostalgia, sino nuestra mayor

ventaja estratégica. Mientras que un inversor podría buscar una mayor rentabilidad por hectárea, nosotros preferimos apostar por el espacio, las zonas verdes y la calidad. La tercera generación ya participa en el negocio. Trabajo estrechamente con mis hijos Jean y Matisse, y mi nieto Joseph ya conoce el camping como la palma de su mano."

¿Cómo comenzó su colaboración con ACSI?
"Nuestra relación con ACSI se remonta a más de 30 años. Valoro muchísimo las evaluaciones independientes que realizan los inspectores de ACSI. Algunos compañeros las ven como una limitación, pero yo las considero un regalo que me anima a seguir esforzándonos para ofrecer siempre lo mejor. Cuando los huéspedes nos descubren a través de ACSI, para nosotros es una cuestión de orgullo conseguir que la realidad supere sus expectativas."

¿Qué planes tienen para el futuro?
"Para cerrar nuestra temporada de aniversario, estoy trabajando en un libro sobre los cincuenta años de Esterel Caravaning. Algunos de los recuerdos que han compartido nuestros huéspedes me han emocionado hasta las lágrimas. También seguiremos invirtiendo en innovación y sostenibilidad para que, en 2076, alguien de mi familia continúe hablando de Esterel Caravaning con el mismo orgullo."



Créditos

Editado por: ACSI Publishing BV | Geurdeland 9, 6673 DR Andelst – Países Bajos | Apartado de correos 34, 6670 AA Zetten – Países Bajos | Tel. +31 (0)488-452055 | Correo electrónico: info@acsi.eu | Página web: acsi.eu

Dirección: Ramon van Reine | **Redactor jefe:** Frank Jacobs | **Coordinación/Edición final:** Bram Kuhnen

Redacción: Laura ten Barge, Lisette van Bommel, Julia Koenen, Berrit de Lange, Marieke Krämer, Bianca van Steenberg

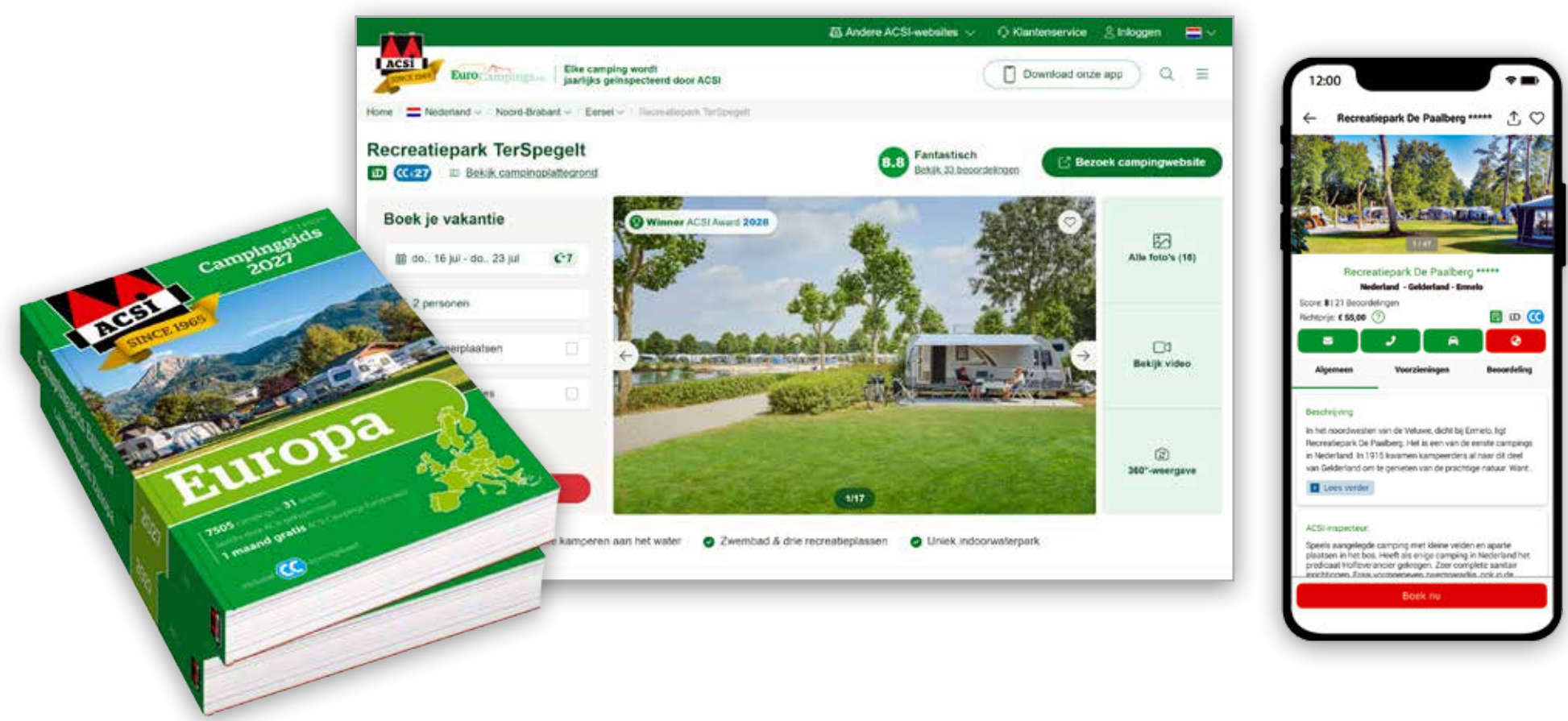
Venta de publicidad: Departamento comercial de ACSI | **Edición fotográfica:** Erik Spikmans | **Diseño:** Esther Baks, Marloes Buijs, Peter Dellepoort, Rein Driessens, Mariëlle Rouwenhorst-Küper | **Coordinación de impresión:** Ronnie Witjes | **Impresión:** Rodi Rotatiedruk



¿Quiere llegar a más campistas en 2027?

Anúnciese con ACSI y aumente la visibilidad de su camping

Llegue a millones de campistas europeos a través de la guía, el sitio web y la aplicación de ACSI



¿Le interesa?

Póngase en contacto con su persona de contacto en ACSI
o escanee el código QR para obtener más información sobre las posibilidades de promoción



ESCANEE AHORA

+31(0) 488 452 055 | sales@acsi.eu | www.acsi.eu