

A photograph of a rustic wooden cabin with a window. A small plant with purple flowers is growing in front of the window. The cabin is made of horizontal wooden planks. The window has a white curtain and a metal latch. The background is a solid teal color.

GUÍA PARA LA EMPRESA TURÍSTICA 3.0 Campings



GENERALITAT
VALENCIANA



INVAT-TUR

0	Antecedentes	3
1	Metodología	4
2	Cómo usar esta guía	5
3	Diagnóstico	6
4	Los objetivos de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana	15
5	Soluciones para la transformación de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana	19



0 Antecedentes

Las empresas turísticas en general, y en particular las de la Comunitat Valenciana, deben ser conscientes de la necesidad que tienen de adecuar sus infraestructuras, servicios y gestión empresarial a un mercado dinámico y cada día más competitivo, concretamente en lo relativo a la digitalización y la sostenibilidad.

Las soluciones tecnológicas vinculadas a los distintos momentos del proceso de compra y consumo son cada vez más imprescindibles en un mercado cada día más digital, en el que aquellas empresas que no apuesten por esto se verán expulsadas automáticamente del sistema. Soluciones digitales vinculadas a la comercialización, a la prestación del servicio y a la propia gestión de su actividad empresarial son ejemplos clave para cualquier empresa turística.

La gestión sostenible de la actividad turística es una responsabilidad social por la conservación y mejora de sus entornos, al tiempo que una necesidad empresarial, ya que en un mundo con recursos finitos y en especial, con recursos cada día más caros, las mejoras en la gestión sostenible de las empresas turísticas provocarán no solo beneficios sociales y ambientales, sino considerables ahorros económicos. La sostenibilidad de la actividad turística va directamente ligada a la sostenibilidad de sus propios entornos, de ahí la relevancia que tendrá en el corto y medio plazo una mayor y mejor gestión sostenible de las empresas y destinos turísticos de la Comunitat Valenciana.

Quizás nos encontremos en uno de los momentos más evidentes de la capacidad de competitividad del sector para poderse adaptar a un proceso de continua incertidumbre. Conocer cómo están siendo capaces de resistir y qué necesidades tendrán en el corto y medio plazo para facilitar este proceso de resistencia en el mercado, será otro de los objetivos de esta guía.

Con esta guía, Turisme Comunitat Valenciana busca orientar a los **campings** para establecer una hoja de ruta que les permita adecuar sus diferentes líneas de trabajo para cubrir las necesidades que los **campings** puedan tener vinculadas a la digitalización, la sostenibilidad y su capacidad competitiva.

1 Metodología

El proceso de redacción de la guía para la empresa turística 3.0 de la Comunitat Valenciana en relación a las competencias digitales, sostenibilidad y competitividad, se ha llevado a cabo a partir de un proceso inicial de análisis de la situación de partida de la tipología de **CAMPINGS**.

A tal efecto, se han analizado diferentes estudios y documentos entre los que pueden destacarse el estudio sobre el estado de digitalización de las empresas y Administraciones Públicas españolas elaborado por VODAFONE o el Estudio de competencias digitales en la empresa española elaborado por Kantar Milwardbrown para ICEMD/ESIC.

Con mayor profundidad se ha trabajado el estudio de digitalización, sostenibilidad y competitividad en las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana, elaborado por Invat-tur en 2021, del que se han extractado las principales conclusiones del diagnóstico y que serán expuestas de manera desagregada en los distintos apartados del diagnóstico para la tipología de Campings.

2

Cómo usar esta guía

Esta guía está ordenada para facilitar que el empresario y/o profesional de la tipología **Campings** de la Comunitat Valenciana encuentre soluciones con las que mejorar su nivel de apuesta tecnológica, su gestión medioambiental y su competitividad.

En los primeros puntos de la guía, se evidencia la situación de partida que la tipología **Campings** de la Comunitat Valenciana presenta en relación a:



Digitalización



Sostenibilidad y responsabilidad social



Competitividad

En la segunda parte del Manual, y partiendo de las principales debilidades que para cada ámbito de análisis presenta la tipología **Campings**, se establecen los principales objetivos a alcanzar tanto en lo vinculado a digitalización, sostenibilidad como a competitividad.

En el último punto de la guía se incluye una propuesta de soluciones vinculadas a mejorar su situación de partida en relación a la sostenibilidad, la competitividad o la digitalización.

Estas acciones se ordenarán respondiendo a la siguiente matriz:

	Sostenibilidad y Responsabilidad Social	Competitividad	Digitalización
Soluciones Tecnológicas			
Formación			

Las fichas de acción ordenadas por tipología empresarial y áreas (sostenibilidad, competitividad y digitalización) cuentan con los siguientes apartados de información

- Título de la acción
- Descripción:
- Inversión: (baja, media, alta)

3 Diagnóstico

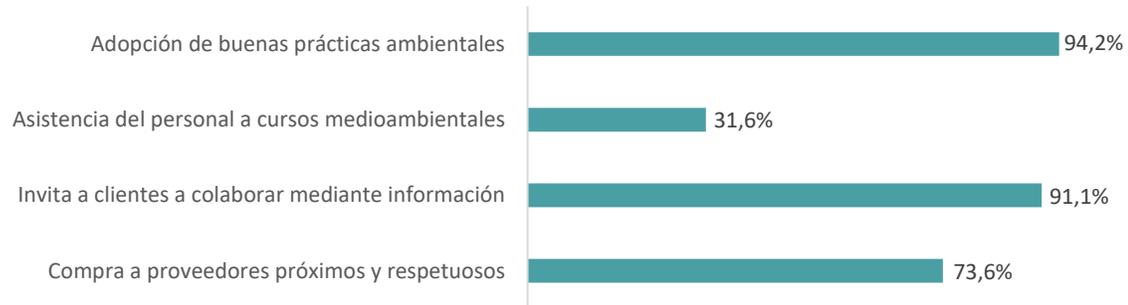
Para la realización del presente diagnóstico se han utilizado datos extraídos del informe presentado por Turisme Comunitat Valenciana en el año 2021 sobre DIGITALIZACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y RESILIENCIA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA vinculados a la tipología de **Campings** en relación a la sostenibilidad, digitalización y competitividad.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

1

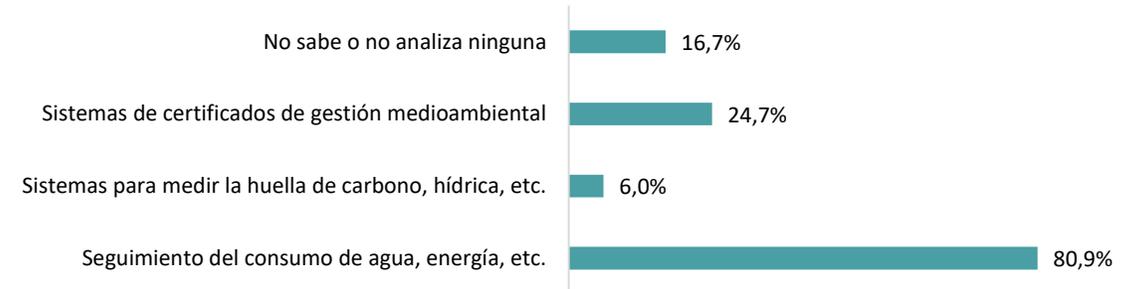
ACCIONES REALIZADAS PARA EL FOMENTO DE LA SOSTENIBILIDAD



- El 94,2% de los campings adoptan buenas prácticas ambientales, entre las que se pueden destacar entre otras, el empleo de iluminación LED, programas ECO de energía o la compra de productos de limpieza ecológicos.
- Cerca de un 74% de los campings implica a clientes y proveedores en su estrategia de sostenibilidad vía compra de productos de bajo impacto, o la colaboración en la reducción del consumo de agua, energía o la eliminación selectiva de residuos.
- Menos del 32% de los encuestados considera como relevante en su estrategia de sostenibilidad la participación de su personal en programas formativos vinculados a herramientas y soluciones en gestión medioambiental.

2

ANÁLISIS DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

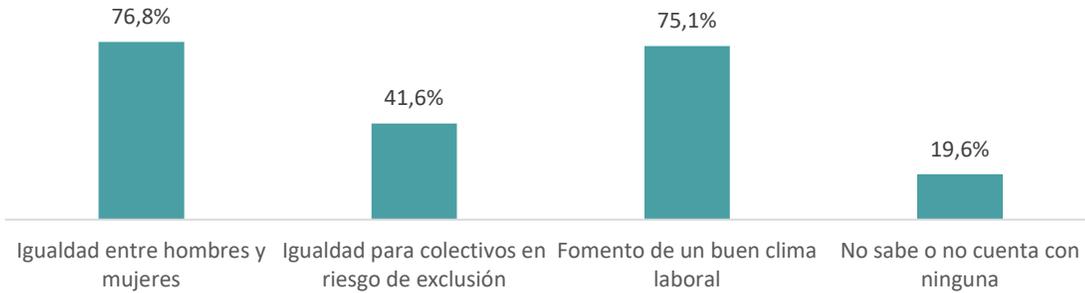


- Para casi un 81% de los campings el control y seguimiento de los consumos de agua y energía se considera como principal medida de evaluación medio ambiental.
- Muy pocos campings disponen de sistemas para medir la huella de carbono, hídrica, etc. (6%), no obstante, en torno al 25% tiene sistemas certificados de gestión ambiental, porcentaje destacable en comparación con otras tipologías de empresas turísticas analizadas en la Comunitat Valenciana, superado tan solo por hoteles de 4 y 5 estrellas.
- Más del 16% de los campings encuestados evidencia que no contaba con información en relación con estas medidas de análisis medio ambiental.



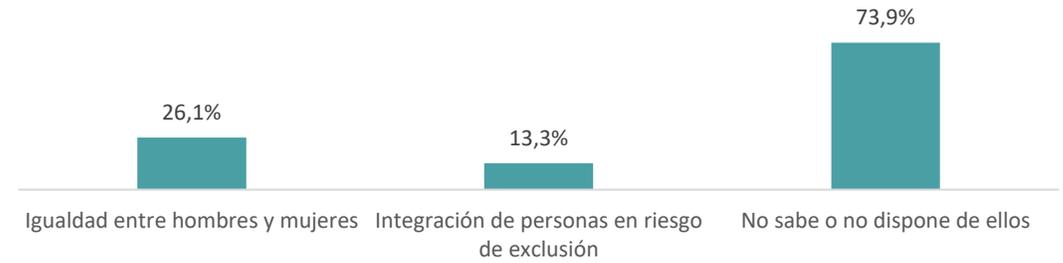
SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

3 MEDIDAS LABORALES IMPLANTADAS



- En torno al 77% de los encuestados evidencia que la medida de responsabilidad social más destacada es el desarrollo de acciones en materia laboral para garantizar la igualdad entre hombre y mujeres.
- Le sigue muy próximo (75,1%) el fomento de un buen clima laboral que, a grandes rasgos, es la medida más adoptada por las diferentes tipologías de empresas turísticas de la Comunitat Valenciana.
- Un 41,6% de los campings implanta medidas laborales vinculadas a la igualdad entre colectivos en riesgo de exclusión, cifra que sin duda cuenta con espacio de crecimiento.

4 DISPONIBILIDAD DE PLANES DE IGUALDAD E INTEGRACIÓN

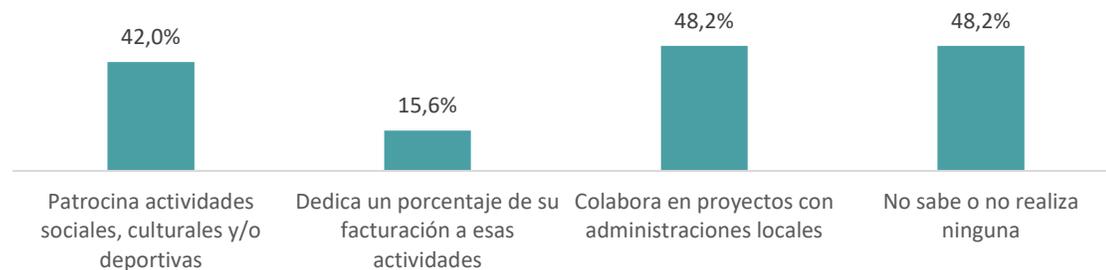


- Es relevante que aún cuando los encuestados respondían en la pregunta anterior que casi el 77% apuesta por la igualdad, solo en torno a una cuarta parte de los campings dispone de planes de igualdad y apenas un 13,3% cuenta con planes de integración.
- Prácticamente el 74% de la totalidad de campings encuestados trasladó que no tiene información al respecto o no dispone de planes de igualdad e integración.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

5 MEDIDAS SOCIALES IMPLANTADAS



- Algo menos de la mitad de los campings de la Comunitat Valenciana colabora en proyectos con administraciones locales en el desarrollo de proyectos sociales y/o lo hace directamente con el patrocinio de instituciones sociales, culturales y/o deportivas.
- Solo un 15,6% de los campings dedican un porcentaje de su facturación a actividades sociales con ONG's locales, porcentaje por debajo de la media respecto a las tipologías de empresa turística encuestadas, siendo además muy relevante que prácticamente la mitad (48,2%) de campings no sabe o no implanta ninguna medida.

6 CERTIFICACIONES SOCIALES



- Hasta un 87,3% no sabe o no cuenta con ninguna certificación social, dato sin duda muy revelador del desconocimiento o del desinterés que estas certificaciones tienen para la tipología de campings.
- Aún cuando solo un 12,7% de los campings tiene sistemas certificados sobre responsabilidad social corporativa es la segunda tipología con mayor porcentaje de certificaciones después de hoteles de 4 y 5 estrellas.



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

ADSCRIPCIÓN A ASOCIACIONES TURÍSTICAS

(ASOCIACIONISMO)

76%

Forma parte de algún tipo de asociación empresarial turística, siendo este porcentaje uno de los más altos en comparación al resto de tipologías turísticas analizadas, tan solo por detrás de empresas de turismo activo y de hoteles de 4 y 5 estrellas.

ÍNDICE MEDIO DE SOSTENIBILIDAD

Índice medio de sostenibilidad ambiental

4,0



Rango de 0 a 7

Índice medio de sostenibilidad sociolaboral

2,3



Rango de 0 a 5

Índice medio de sostenibilidad social comunitaria

1,2



Rango de 0 a 5

El índice medio de sostenibilidad de los campings de la Comunitat Valenciana, aún cuando obtiene una nota por encima de la media en lo relativo a valores relacionados con la gestión medioambiental, queda por debajo de gran parte del resto de tipologías de empresas turísticas en aquellas medidas asociadas a cuestiones sociolaborales y con su comunidad.



DIGITALIZACIÓN

1

DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB

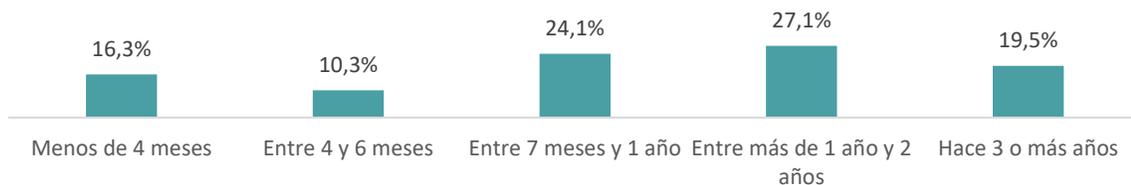
97%

Dispone de página web, siendo esta tipología de empresa turística una de las que mayor porcentaje posee, tan solo por detrás de hoteles de 3, 4 y 5 estrellas. Lo que sin duda evidencia un elevado nivel de capacidad de acceso al mercado de tipología alojativa.

2

ÚLTIMO CAMBIO REALIZADO EN LA ESTRUCTURA O DISEÑO DE LA WEB

(FRECUENCIA DE ACTUALIZACIÓN)



- Aun cuando un 97% dispone de web, cerca del 50% de los campings realizan cambios entre 1 y 3 años, periodo más que elevado para este canal de comercialización, lo que sin duda estará condicionando su posicionamiento SEO y acceso a cliente.
- Tan solo un 16,3% de los campings realizó una modificación en la web en los últimos 4 meses, cuestión que debería ser más habitual para garantizar su posicionamiento SEO y su mayor capacidad competitiva en el canal online.

3

INVERSIONES REALIZADAS EN VISIBILIDAD



- El porcentaje de campings que invierten en el incremento de su visibilidad online es aún muy mejorable, especialmente para aumentar su capacidad competitiva frente al resto de oferta campings a nivel nacional, no obstante, respecto al resto de alojamientos turísticos de la Comunitat Valenciana, el gasto en visibilidad de los campings es superado solo por hoteles de 3, 4 y 5 estrellas y por empresas de turismo activo lo que sin duda les permite disponer de una alta capacidad competitiva.



DIGITALIZACIÓN

4 USO DE RRSS PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES

95%

De los campings encuestados, casi la totalidad, dispone de perfil en redes sociales, favoreciendo así sus capacidades de posicionamiento y acceso al mercado.

6 OFERTA SERVICIOS EN BUSCADORES Y COMPARADORES DE PRECIOS

3/4

Cerca de tres cuartas partes de campings oferta servicios en buscadores y comparadores, en línea con los indicadores de disponibilidad de webs propias y uso de RRSS.

7 DESARROLLO DE CONTENIDOS MULTIMEDIA

65%

Porcentaje destacable para la relevancia que esto tiene para el posicionamiento SEO de sus empresas a través de fotografías, vídeos, podcast, etc.

5 RRSS UTILIZADAS PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES



8,6%



20,8%



17,1%



19,9%



57,2%



65,9%



97,4%

- Las RRSS más utilizadas para comunicarse con clientes son Facebook, seguido por Instagram y WhatsApp. A pesar de ello, estas dos últimas RRSS deberían ser más usadas por un mayor porcentaje de campings para facilitar el acceso a la demanda más joven. La presencia en YouTube, Twitter y Google My Business es reducida, lo que condiciona su posicionamiento online.



DIGITALIZACIÓN

8 REALIZACIÓN DE ANÁLISIS DE MERCADO Y BIG DATA



- Cerca de la mitad de empresas de campings valencianos realiza análisis de mercado y big data (usando más fuentes externas que internas), datos que evidencian un elevado nivel de profesionalidad de sus gestores en relación a su estrategia de comercialización y posicionamiento.

10 DISPONIBILIDAD DE PERSONAL ESPECIALIZADO EN DIGITALIZACIÓN

18%

Tan solo un 18% de campings cuenta con personal con capacidad para ofrecer un servicio más concreto enfocado a la digitalización.

9 DISPONIBILIDAD DE UN SISTEMA DE GESTIÓN CRM

29%

De los campings encuestados evidencia disponer de CRM, cifra próxima a la media del resto de empresas turísticas de la Comunitat Valenciana. Porcentaje que de incrementarse podría mejorar sus estrategias de fidelización.

ÍNDICE MEDIO DE DIGITALIZACIÓN

5,5

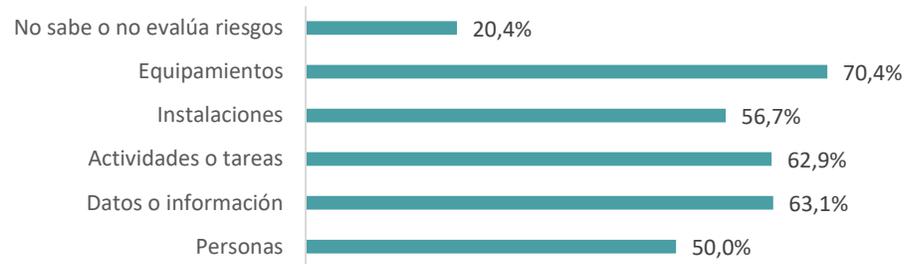
El índice de digitalización medio de campings de la Comunitat Valenciana se sitúa justo por encima de mitad, teniendo un valor de 5,5 sobre 10, cifra mejorable, aun cuando es la cuarta tipología de empresa turística con mejor índice de digitalización.



COMPETITIVIDAD

RIESGOS EVALUADOS QUE PUEDEN AFECTAR A LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA

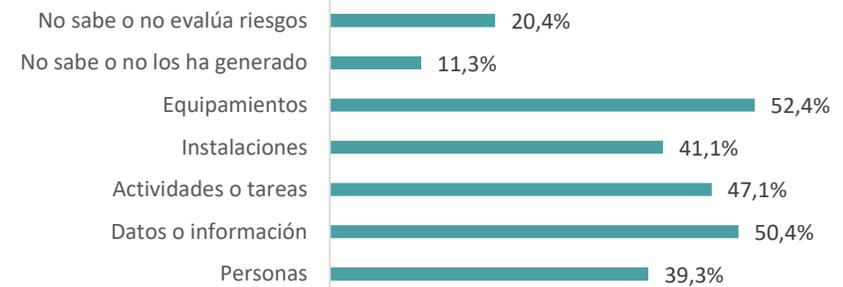
1



- Los riesgos que más evalúan los campings son aquellos relacionados con los equipamientos, seguidos por aquellos vinculados a los datos y actividades o tareas.
- Es además relevante que cerca de un cuarto del total de los campings no sabe o no evalúa riesgos, lo que sin duda evidencia que existe un porcentaje de empresas de gestión de campings con reducidos niveles de profesionalidad.

PLANES PREVENTIVOS GENERADOS PARA MINIMIZAR LOS RIESGOS

2



- En torno al 11% de campings evidencia que no ha elaborado ningún plan preventivo, porcentaje que parece bajo, pero es una cifra que sin duda condiciona la capacidad competitiva frente a los riesgos asociados a la actividad turística de ciertos campings.

ÍNDICE MEDIO DE COMPETITIVIDAD

5,3

El índice medio (evaluado sobre 10) de competitividad de los campings está por debajo de la media en comparación con las otras tipologías de alojamiento turístico analizadas, lo que sin duda puede estar condicionando y limitando su capacidad competitiva.

4

Los objetivos de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana

Campings



Sostenibilidad y responsabilidad social

La tipología de Campings de la Comunitat Valenciana tiene ante sí el reto de incrementar su nivel de sostenibilidad, no solo por alinear sus estrategias con las de Naciones Unidas y sus ODS, sino por asegurar su propia sostenibilidad empresarial.

A tal efecto, la tipología de Campings de la Comunitat Valenciana deberá marcarse los siguientes objetivos:



Incrementar el número de soluciones para el ahorro de agua y energía en los alojamientos como base para reducir su huella de carbono y sus costes empresariales.



Aumentar la formación y sensibilización de los empleados y proveedores como base para mejorar su sostenibilidad.



Incorporar un mayor número de herramientas y soluciones tecnológicas que faciliten una relación más sostenible con su entorno.



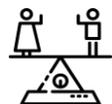
Aumentar el número de Campings con certificaciones medioambientales.



Fomentar la colaboración de los clientes en las acciones de mejora de la sostenibilidad turística de los alojamientos.



Comunicar a los clientes las políticas de RSC e igualdad del Camping.



Incrementar el número de Campings que cuentan con planes de igualdad redactados e implementados.



Alcanzar un mayor número de Campings con planes de RSC.



Competitividad

Entendida como la necesidad de adecuar los Campings a las exigencias del actual mercado para garantizar de esta manera su propia supervivencia.

Una cuestión básica en un mercado tan competitivo y convulso como el actual y para el que se marcan los siguientes objetivos:



Incorporar el análisis de riesgos empresariales como base para garantizar la capacidad competitiva de los Campings de la Comunitat Valenciana.



Aumentar los niveles de formación de sus propietarios sobre herramientas y metodologías de análisis de riesgos.



Mejorar las infraestructuras y servicios de los Campings como estrategia para incrementar su competitividad.



Incorporar herramientas y procesos de trabajo que mejoren la gestión de los datos de los Campings como base para incrementar su capacidad competitiva.



Digitalización

Uno de los grandes retos de la tipología de Campings en la Comunitat Valenciana es, sin duda, el de la digitalización como base para mejorar su eficiencia empresarial, su capacidad de gestión y de competir en el mercado.

Los objetivos a marcarse en relación a la digitalización serán:



Garantizar que el 100% de los Campings de la Comunitat Valenciana disponen de web y de que realizan una actualización, al menos anual, como premisa para facilitar su acceso al mercado.



Aumentar la profesionalización mediante la formación en la gestión de las distintas herramientas de redes sociales, comunicación y comercialización online de los Campings.



Incrementar las inversiones de los Campings en materia SEO y SEM como base para facilitar su mejor posicionamiento y acceso al mercado.



Incrementar su presencia online a partir de la generación de contenidos multimedia.



Aumentar las acciones de comercialización y de fidelización con clientes a partir de una mayor incorporación de la herramienta CRM.

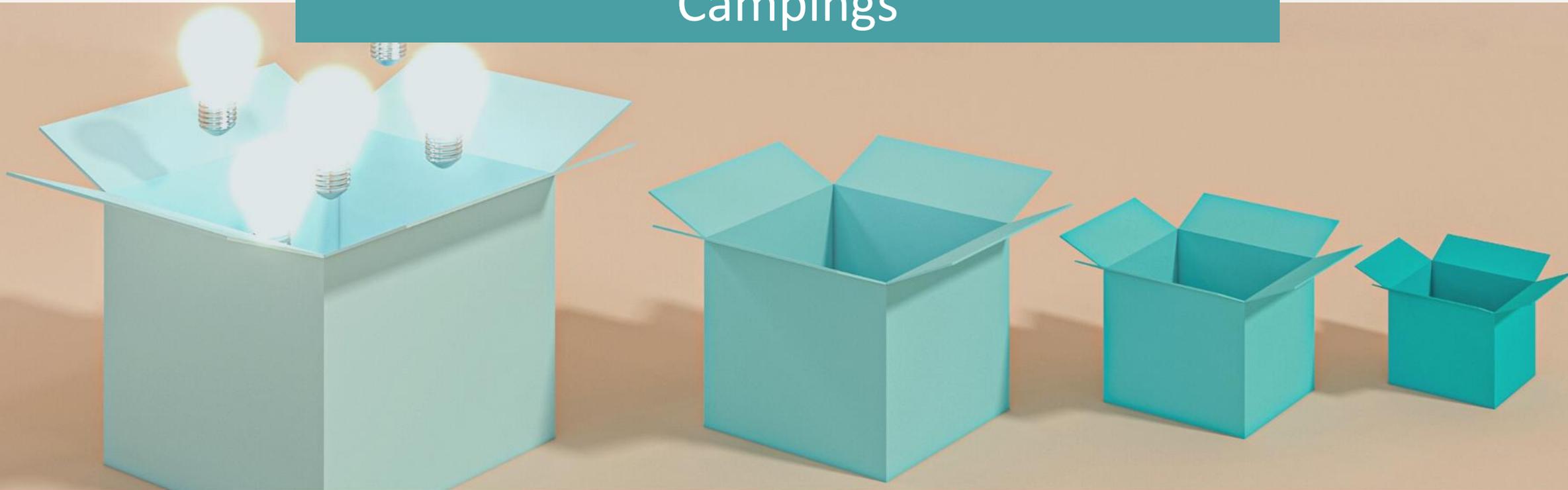


Incorporar la gestión y el análisis de los datos como base para mejorar su competitividad.

5

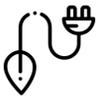
Guía para la transformación de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana

Campings



A partir del diagnóstico previo y de la determinación de los objetivos de mejora a alcanzar para la tipología de **Campings**, este apartado propone algunas de las principales soluciones tecnológicas y de formación vinculadas a su digitalización, sostenibilidad y competitividad.

En el primer punto se extractan las principales propuestas de mejora para la tipología de Campings, mientras que en la segunda parte de este punto 5 se incluye una relación de estas propuestas con una descripción y orientación sobre la inversión a considerar para su ejecución.

	 Sostenibilidad y Responsabilidad Social	 Competitividad	 Digitalización
 Soluciones Tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cálculo de huella de carbono ✓ Gestión inteligente de consumos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de riesgos y contingencias ✓ Ciberseguridad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Web corporativa ✓ Gestión de campañas ✓ Gestor de redes sociales ✓ Channel Managers ✓ Customer Relationship Management ✓ Email marketing ✓ Sistemas de Análítica de Datos (Big Data) ✓ Servicios en la nube ✓ Motores de reserva ✓ Conectividad a la red ✓ Aplicación móvil ✓ Control de aforos ✓ Reputación online ✓ Gestor TPV
 Formación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de la igualdad laboral ✓ Sostenibilidad medioambiental y social ✓ Comunicación de prácticas sostenibles ✓ Certificados medioambientales y sociales ✓ Gestión sostenible de proveedores de proximidad ✓ Economía circular ✓ Gestión de la accesibilidad ✓ Adaptación al cambio climático 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planes de contingencia ✓ Gestión de la ciberseguridad ✓ Blockchain 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de sitios webs ✓ Branded content ✓ Gestión de redes sociales ✓ Gestión y análisis de SEO y SEM ✓ Revenue Management ✓ Gestión de herramientas en la nube



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Cálculo de huella de carbono

1

Objetivo: Conocer y reducir la huella de carbono producida por los campings

Solución

Implantar una herramienta de software dirigida al cálculo de la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto por los campings.

El análisis de huella de carbono proporciona como resultado un dato que puede ser utilizado como indicador ambiental global de la actividad que desarrolla el alojamiento. La huella de carbono se configura así como punto de referencia básico para el inicio de actuaciones de reducción de consumo de energía y para la utilización de recursos y materiales con mejor comportamiento medioambiental.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Solución tecnológica



Gestión inteligente de consumos

2

Objetivo: Controlar, medir y racionalizar los consumos energéticos, de agua y residuos de los campings

Solución

Se recomienda la aplicación de soluciones smart grids o redes inteligentes, que consisten en un sistema de distribución de energía moderno y avanzado que combina instalaciones tradicionales con nuevas tecnologías de monitorización y sensores. Esta tecnología se basa en modelos de Inteligencia Artificial, así como en sistemas de información y telecomunicaciones capaces de medir, comunicar y controlar en tiempo real los consumos de agua, energía, residuos o aire con los objetivos de ahorrar y alcanzar un consumo eficiente y sostenible. De esta manera, el propietario del camping podrá disponer en tiempo real de la información de sus costes energéticos, de agua y residuos con los que poder gestionar acciones de mejora para su reducción.

Inversión Media: entre 12.001 y 30.000 €



Solución tecnológica



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Gestión de la igualdad laboral

3

Objetivo: Alcanzar una igualdad laboral equilibrada entre todos los trabajadores de campings

Solución

La aplicación de Planes de Igualdad en las empresas se convierte en una necesidad que requiere convertirlos en un conjunto de medidas prácticas efectivas y eficaces para la erradicación de la discriminación por razón de sexo en el trabajo que se recomienda iniciar con la participación en programas formativos.

La formación se dirige a identificar las principales problemáticas que deben ser abordadas y ofrecer alternativas preventivas que eviten la brecha de género en el ámbito laboral. A partir de estas problemáticas se deben definir y comunicar los Planes de Igualdad.

Inversión : Baja: hasta 12.000€



Formación



Sostenibilidad medioambiental y social

4

Objetivo: Sensibilizar a los campings sobre sostenibilidad medioambiental y social

Solución

Se aconseja la asistencia a sesiones de formación para conocer y contextualizar los conceptos de sostenibilidad, desarrollo sostenible o responsabilidad social. Es recomendable encuadrar las cuestiones relativas a la sostenibilidad medioambiental, social y gobernanza en el trabajo de los campings, así como implementar medidas con las que poder alcanzar los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible, Agenda 2030 de Naciones Unidas) como parte de la estrategia empresarial.

Inversión : Baja: hasta 12.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Comunicación de prácticas sostenibles

5

Objetivo: Mejorar la comunicación de los campings en materia de prácticas sostenibles

Solución

Los campings requieren definir un plan de comunicación donde se analicen e identifiquen las prácticas en sostenibilidad para, posteriormente, comunicarlas de manera eficiente, clara y transparente. Es necesario aprender, en este sentido, la relación de los conceptos de sostenibilidad y responsabilidad social con los procesos de comunicación intrínsecos del alojamiento y cómo gestionar la comunicación a través de un visión integral y estratégica de la sostenibilidad. De esta manera podrá implicarse a los clientes en la mejora de la relación medioambiental de su actividad y su entorno.

Inversión : Baja: hasta 12.000€



Formación



Certificados medioambientales y sociales

6

Objetivo: Impulsar la obtención de certificados medioambientales y sociales en los campings

Solución

Como paso previo a la implantación, es necesario conocer las alternativas y diferencias entre las certificaciones disponibles en el mercado en materia medioambiental y social para seleccionar aquellas vinculadas a su realidad de negocio y público objetivo. Las certificaciones ambientales se basan en la incorporación de criterios medioambientales en la gestión empresarial como la eficiencia energética, empleo de energía renovables, minimización de emisión de gases de efecto invernadero o la adecuada gestión de residuos como, por ejemplo, las certificaciones de la familia ISO 14.000, EMAS o Forestal FSC. Las certificaciones sociales consideran aspectos como los derechos laborales, la calidad del empleo, grupos sociales específicos o la igualdad de oportunidades y accesibilidad como las certificaciones ISO 25.000, SA 8.000 o ISO 45.000.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Gestión sostenible de proveedores de proximidad

7

Objetivo: Crear redes de colaboración entre los campings y proveedores de proximidad en el territorio

Solución

Las empresas proveedoras tienen un papel determinante en la gestión de la sostenibilidad. En este sentido, los proveedores de proximidad contribuyen a reducir el impacto ambiental derivado del transporte de productos al mismo tiempo que impulsan la economía del territorio donde la empresa está presente. De esta forma se hace tangible la integración de la sostenibilidad en la gestión de la cadena de suministro. Se propone que los campings prioricen la selección de proveedores próximos a su establecimiento.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



Economía circular

8

Objetivo: Estimular la implantación de medidas de economía circular en los campings

Solución

Es necesario aprender los conceptos y prácticas incluidos bajo la economía circular. Esta corriente de gestión pretende cambiar el modelo de producción y consumo basado en usar y tirar, por un modelo que se parezca al sistema circular del ciclo biológico de la naturaleza, optimizando la utilización y vida útil de recursos y la minimización de residuos aplicando, al menos, los principios de Reducir, Reutilizar, Reciclar, Rediseñar y Reparar.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Gestión de la accesibilidad

Objetivo: Mejorar la accesibilidad integral de los campings

Solución

La visión amplia de la sostenibilidad requiere implantar un sistema de gestión de la accesibilidad universal (cognitiva, física y sensorial) en las empresas turísticas como, por ejemplo, el propuesto por la norma UNE 170.001. Estos sistemas deben demostrar la capacidad de las empresas para proporcionar y mantener entornos accesibles que satisfagan los requisitos legales y reglamentarios aplicables y los requisitos específicos cuando aspira a aumentar la accesibilidad de sus entornos a través de la aplicación eficaz del sistema.

Inversión Media: entre 12.001 y 30.000€



Formación



Adaptación al cambio climático

Objetivo: Fomentar la implantación de una estrategia para la adaptación al cambio climático en campings

Solución

Los campings deben analizar los principales indicadores de consumos vinculados a la emisión de CO2 de sus instalaciones, fuentes energéticas, equipamientos de frío/calor y electrodomésticos etc., al objeto de poder evidenciar puntos de mejora. A partir de este proceso de evaluación, implementar medidas de reducción del impacto de su huella de carbono como; cambios de sistemas de iluminación led, electrodomésticos de bajo consumo, mejora de los aislamientos y cerramientos, incorporación de sistemas de generación eléctrica o calefacción de bajo impacto, etc.. La participación en programas formativos por parte del personal y en especial de los vinculados con el mantenimiento, permitirá en el corto plazo desarrollar acciones que mejoren esta seste proceso.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



COMPETITIVIDAD



Gestión de análisis de riesgos y contingencias

11

Objetivo: Minimizar los riesgos que puedan afectar la continuidad de la actividad de negocio de los campings

Solución

Los campings deben estar preparados, protegerse y reaccionar ante posibles incidentes de seguridad que pudieran dañar la capacidad operativa o hacer peligrar la continuidad del negocio. En este sentido, deben ser capaces de dar una respuesta rápida y eficaz ante cualquier contingencia grave, de manera que puedan recuperar la actividad normal en un plazo de tiempo tal que no se vea comprometido la totalidad del negocio. Para ello, se debe definir un Plan de Contingencia y Continuidad de su camping, donde regular los mecanismos a poner en marcha en caso de incidentes graves. Estos mecanismos ayudarán a mantener el nivel de servicio en unos límites predefinidos, establecerán un periodo de recuperación mínimo, para volver con la mayor premura a la situación inicial anterior al incidente, analizarán los resultados y los motivos del incidente, y evitarán la interrupción de las actividades corporativas. De esta manera se profesionalizarán aún más los alojamientos independientemente de los cambios de personal o de gestor.

Inversión Media: entre 12.001 y 30.000 €



Solución tecnológica



Ciberseguridad

12

Objetivo: Fortalecer la ciberseguridad de los campings

Solución

En el actual escenario de negocio, la gestión de la ciberseguridad adquiere un papel fundamental para que el proceso de transformación digital no suponga un riesgo para las empresas. Cada camping debe analizar las principales amenazas de ciberseguridad a las que están expuestas y, a partir de estos resultados, deben abordar y detallar los principales aspectos a tener en cuenta en materia de ciberseguridad dentro de su negocio, destacando las distintas medidas y herramientas necesarias para proteger la información que gestionan y transmitir de este modo una imagen positiva de la empresa entre sus clientes y proveedores. Problemas que pueden afectar a sus datos, a los sistemas de gestión, a su web, a la suplantación de identidad o a sus perfiles en redes.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



COMPETITIVIDAD



13 Planes de contingencia

Objetivo: Enseñar a los campings a elaborar planes de contingencia

Solución

Con carácter previo o simultáneo a su realización, los campings deben conocer las fases para elaborar un plan de contingencias. Entre estos conocimientos debe incluirse la adquisición de criterios para identificar las contingencias a tener en cuenta, aprender a valorar las contingencias del negocio, adquirir habilidades para elaborar un plan de contingencias a la continuidad del negocio que ayude a hacer frente a las posibles interrupciones del negocio ante circunstancias imprevistas y tener criterios para mantener actualizado el plan de contingencias a la continuidad del negocio. Estos planes considerarán la realidad de recursos humanos de los campings y las estructuras de gestión tan personalizadas.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Formación



14 Gestión de la Ciberseguridad

Objetivo: Sensibilizar sobre la necesidad de adoptar medidas de ciberseguridad en los campings

Solución

Los campings deben conocer el alcance y alternativas de la gestión de la ciberseguridad. Este campo abarca amenazas al hardware, cuidado de información confidencial, cuidado de software y datos de los ordenadores, incluidos robo, piratería, virus, ataques a bases de datos o incluso nuevas tecnologías y más, dependiendo del tipo de ataque. Los ataques cibernéticos son cada vez más comunes, ya los antivirus no son suficientes, los cibercriminales implementan ingeniería social, los emails con phishing atacan millones de emails diariamente, los hackers también incorporan software malicioso en los sitios web. Por eso es importante que los campings implementen soluciones que les protejan de estos ataques.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Formación



COMPETITIVIDAD



15

Blockchain

Objetivo: Dotar de información y conocimiento Blockchain a los campings

Solución

Participar en programas formativos y sesiones de información con la que conseguir que los campings puedan profundizar en los fundamentos de la tecnología Blockchain, tanto en los usos actuales de la tecnología más conocidos como las criptomonedas, como en las perspectivas de futuro u otras potenciales aplicaciones sectoriales como la firma de contratos, la identificación de personas o la realización de pagos.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Formación





DIGITALIZACIÓN



Desarrollo de web corporativa

16

Objetivo: Conseguir que la totalidad de los campings cuenten con web corporativa

Solución

Cualquier negocio turístico requiere tener presencia en Internet y es, de hecho, uno de los objetivos transversales comunes a cualquier tipología de empresa del sector turístico.

Una página web corporativa es un instrumento imprescindible para llegar al mercado, provocar visitas y generar ventas. En función de la estrategia empresarial, estas webs podrán disponer de sistemas de reserva online con los que poder cerrar el proceso de venta.

Las webs corporativas deben transmitir la esencia del camping en términos de imágenes, colores corporativos, estilo, tipografía, contenidos, etc. Además, deben incorporar vínculos a los perfiles de redes sociales en las que el alojamiento tenga presencia. Estas webs deben además mantenerse y actualizarse de manera constante para mejorar su SEO.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



Gestión de campañas online

17

Objetivo: Aumentar las competencias y capacidades de los campings en la planificación de campañas online

Solución

El aumento de la complejidad de la planificación y ejecución de campañas online provoca la necesidad de incorporar herramientas que ayuden a las empresas turísticas en esta tarea. En este sentido, existen soluciones de administración de campañas que utilizan los equipos de marketing para colaborar, planificar y realizar un seguimiento de las campañas en un solo lugar.

Estas aplicaciones pueden vincularse o integrarse dentro de soluciones más amplias de automatización del marketing para realizar acciones de marketing de forma automatizada y detectar de forma automática los clientes que están más preparados para recibir una oferta comercial o cerrar una venta.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Gestor de redes sociales

18

Objetivo: Aumentar la capacitación de los campings en la gestión de redes sociales

Solución

El aumento de redes sociales y la necesidad de mantener activos los perfiles donde los campings tienen presencia requiere de una planificación y dedicación que puede simplificarse con apoyo en herramientas y aplicaciones de gestión de las redes sociales que permiten ahorrar tiempo, monitorizar las acciones propias y de la comunidad, medir la efectividad de las campañas y optimizar la gestión de la empresa, pudiendo obtener unos mejores resultados.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



Channel Managers

19

Objetivo: Mejorar la comercialización de los campings

Solución

Los Channel Managers o gestores de canales permiten la distribución automatizada de los alojamientos en plataformas e intermediarios donde los viajeros pueden reservar. Cuanto mayor es el volumen de habitaciones o parcelas del establecimiento y cuanto mayor es la presencia en canales de distribución, mayor es la recomendación para implantar esta herramienta en un camping. Sin duda es una solución imprescindible en el actual mercado turístico. Esta herramienta permite optimizar los tiempos de trabajo de los propietarios, incrementar su capacidad competitiva con la adecuación de precios y trabajar con amplios números de intermediarios

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



20 Customer Relationship Management - CRM

Objetivo: Optimizar la gestión de los clientes de los campings

Solución

El CRM se refiere al conjunto de prácticas, estrategias de negocio y tecnologías enfocadas en la relación con el cliente. El CRM es todo el proceso utilizado por las empresas turísticas para administrar y analizar las interacciones con clientes, anticipar necesidades y deseos, optimizar la rentabilidad, aumentar las ventas y personalizar campañas de captación de nuevos clientes. Trabajar con clientes fidelizados es sin duda positivo para un camping, realizar acciones de comunicación con clientes ya fidelizados de una manera inteligente será mucho mas sencillo que atraer nuevos clientes. Disponer de una información ordenada sobre procedencia, fórmula de viaje y algunas de sus motivaciones permitirán desarrollar acciones de email marketing de manera inteligente.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



21 Email Marketing

Objetivo: Mejorar las competencias del email marketing en los campings con uso comercial

Solución

Las soluciones de email marketing o emailing se utilizan para enviar mensajes con la finalidad, entre otros objetivos, de adquirir nuevos clientes, desarrollar la relación con los actuales, crear lealtad, interactuar con los contactos, aumentar ventas, generar confianza hacia un servicio o producto, confirmar una orden de compra, etc.

Dependiendo del tamaño o tipología de empresa turística, la herramienta de email marketing puede contratarse de manera independiente o bien puede estar integrada en el CRM u otras herramientas de la empresa. Existen además herramientas de email marketing sin coste o de coste reducido para las dimensiones de bases de datos que emplea un camping.

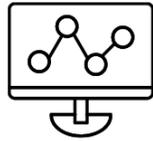
Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Sistemas de Analítica de Datos (Big Data)

22

Objetivo: Incrementar la toma de decisiones basadas en datos por parte de los campings

Solución

La Inteligencia Artificial, la tecnología móvil, las redes sociales y el Internet de las Cosas (IoT) están disparando la complejidad de los datos y generando nuevas formas y orígenes de los mismos. La analítica de Big Data es el uso de técnicas de analítica avanzada en grandes conjuntos de datos diversos, que incluyen datos estructurados, semi-estructurados y no estructurados, de distintos orígenes y en distintos tamaños. En el sector turístico su principal utilidad es anticipar la demanda turística y adoptar decisiones operativas y comerciales de acuerdo a este análisis. La gestión de esta información es relevante incluso para un camping, existen herramientas de bajo coste que permiten disponer de un cuadro de mando donde se visualizan todos los datos de evolución de la demanda en función de nuestros intereses para poder anticipar decisiones de precio o de gestión.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



Servicios en la nube

23

Objetivo: Impulsar la diversificación de proveedores y servicios que ofrece la nube

Solución

Los servicios en la nube o de cloud computing son todas las infraestructuras, las plataformas, las tecnologías o los sistemas de software a los que acceden los usuarios a través de Internet sin tener que descargar software adicional y cuyo coste está asociado a su uso. Estos servicios facilitan el acceso a la información desde diferentes ordenadores o smartphones, además minimizan los problemas de seguridad, aumentando el acceso a la recuperación de la información ante posibles problemas. La mayoría de las soluciones propuestas en esta guía, como ciberseguridad, Channel Managers, CRM, Big Data, etc. trabajan en la nube para facilitar el acceso desde diferentes terminales y la actualización continuada de los datos.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



24 Motores de reserva

Objetivo: Aumentar las reservas directas en los campings

Solución

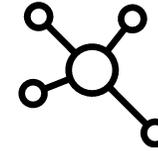
Los motores de reservas de empresas de alojamiento o actividades es una aplicación que se integra en los sitios web y en los perfiles de las redes sociales de los alojamientos para capturar y procesar las reservas directas en tiempo real.

Se encuadra dentro de la estrategia de comercialización directa de las empresas del sector turístico, el cual acostumbra a estar altamente intermediado, incluso en ocasiones en la tipología de campings. Es fundamental disponer de una de estas herramientas para poder agilizar el proceso de contratación, también provocan confianza en el cliente final y, si se vinculan al Channel Manager, facilitarán el trabajo de gestión de precios y ocupaciones al poder trabajar con varios canales de comercialización.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



25 Conectividad a la red

Objetivo: Extender la conexión a la red en los campings

Solución

Es importante para los campings incorporar valores añadidos a su oferta, entre las que se encuentra la conexión a la red, en especial, mediante WiFi. Es preciso tener en cuenta que un alto porcentaje de usuarios buscarán si el establecimiento donde quieren reservar dispone de una buena conexión. Es una oportunidad que se debe aprovechar para atraer más clientes.

Soluciones que permiten ofrecer al cliente mejores experiencias y a la empresa la mejor herramienta de gestión y control. Desde el servicio WiFi al diseño de circuitos cerrados de televisión, redes independientes de clientes y empleados o sistemas más complejos.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



26 Aplicación móvil

Objetivo: Adaptar tecnológicamente el camping a la actual demanda turística a través de una APP

Solución

Es recomendable, al menos para determinados campings en función de su estrategia de productos y servicios, el desarrollo de una aplicación móvil a medida de las necesidades o estrategias como pueden ser comunicación con los clientes, reserva de servicios, información, etc.

El desarrollo de la aplicación requiere una versión web, panel de administración, web corporativa o landing page personalizada a las necesidades del cliente y cuya imagen, así como su usabilidad y experiencia de navegación, se identifiquen con la marca del camping y su estrategia empresarial.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



27 Control de aforos

Objetivo: Ser capaz de controlar los aforos de los espacios para actuar de una determinada manera ante la demanda turística.

Solución

Con motivo de la pandemia de COVID-19 y la regulación de la distancia de seguridad y control de aforos en espacios públicos, la demanda turística se comporta con una mayor sensibilidad respecto a la capacidad de carga aun cuando las restricciones se han eliminado. Los sistemas de control de aforo son un tipo de control de accesos, su función es determinar el máximo de personas que puede haber en un determinado espacio, e impedir el acceso de más usuarios cuando se haya completado. Estas medidas responden además a una mejora de la experiencia de consumo para los clientes. Los sistemas de control de personas pueden funcionar por contadores, WiFi o cámaras de reconocimiento con sistemas de gestión basado en Inteligencia Artificial. La solución a emplear dependerá finalmente del objetivo que se persiga desde la propiedad del camping en relación con el control de aforos.

Inversión Media: entre 12.001 y 30.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Reputación online

28

Objetivo: Conocer la valoración de los turistas sobre los campings

Solución

Se recomienda que la gestión de redes sociales se acompañe del análisis de la reputación online del camping y de la monitorización de redes sociales a través de la escucha activa. Mediante esta herramienta se consigue la identificación de comentarios negativos o positivos. Es importante para los campings conocer la opinión de su demanda y el análisis de estos comentarios para realizar mejoras o reforzar aquellas cuestiones mejor valoradas. Es imprescindible que los campings dispongan de perfiles propios en los principales sitios de prescripción y se realice un mantenimiento continuado, respondiendo a los comentarios.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



Gestor TPV

29

Objetivo: Unificar múltiples servicios y puntos de venta mediante herramientas de gestión TPV para facilitar ventas

Solución

La gestión centralizada de los puntos de venta de los campings en los que se suele disponer de puntos de restauración es una necesidad con la que mejorar la gestión de ventas, compras, delivery, reservas, cocina, costes, empleados y clientes. En el mercado existen en la actualidad soluciones tecnológicas de gestión TPV que unifican en una única herramienta estas necesidades de gestión, incluso para varios puntos de venta.

En el caso de campings, es una solución recomendable ya que en la mayoría de los casos disponen de diferentes puntos de venta y servicios.

Inversión Baja: hasta 12.000 €



Solución tecnológica



DIGITALIZACIÓN



Gestión de sitios webs

30

Objetivo: Aumentar las competencias técnicas de los campings para la gestión de las webs

Solución

Es necesario que las webs se perciban como elementos vivos. En este sentido, los campings deben aprender a gestionar el contenido de su propia página, como cambiar textos, añadir noticias o servicios de forma autónoma y de la mejor forma posible. Igualmente, deben aprender a planificar la agenda, comunicarla e integrar las redes sociales. Adecuar las imágenes a las diferentes estaciones, incorporar propuestas de experiencias de consumo en el corto y medio plazo. Este proceso debe llevarse a cabo no solo por el SEO vinculado a Google y a sus criterios de actualización, sino por aportar valor constante a su demanda potencial.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



Branded Content

31

Objetivo: Enseñar a los campings a la elaboración de Branded Content

Solución

Se recomienda la asistencia a sesiones de formación sobre Branded Content. Por Branded Content se entienden aquellos contenidos que entretienen, informan o inspiran generados por las empresas turísticas y que tienen interés o relevancia para el público. Son comunicaciones que se vinculan con lo que la empresa quiere mostrar unidas a lo que los viajeros quieren ver. Es, por tanto, una forma de publicidad que no interrumpe al usuario mientras está consumiendo otro contenido, sino que es buscada directamente por éste. Mucho de este contenido en el caso de los campings, estará vinculado a las propuestas de experiencias que pongan en mercado, a los eventos que sucederán en el medio plazo en sus destinos o a propuestas de recursos y oferta de su área de influencia a proponer. El contenido deberá alinearse con la estrategia de productos a posicionar ya que influirá a través del SEO en su posterior posicionamiento.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



DIGITALIZACIÓN



Gestión de redes sociales

32

Objetivo: Mejorar el conocimiento de los campings en la gestión de redes sociales

Solución

En el actual escenario turístico se requiere aprender a planificar, medir y optimizar los resultados en las redes sociales. En este sentido, es preciso aprender los principios de la administración de una comunidad online activa, conocer a fondo las estrategias, aprovechar todo su potencial y segmentar para llegar a los públicos objetivo. Gracias a las redes sociales, los campings pueden conseguir información sobre sus clientes, pudiendo interactuar directamente con ellos. Es importante que los alojamientos conozcan los momentos de toma de decisión de sus clientes para actuar sobre ellos con antelación. Las redes sociales de estos alojamientos deben contener tan solo información sobre el alojamiento o su entorno sin incorporar posts o comentarios de ámbito personal.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



Gestión y análisis de SEO y SEM

33

Objetivo: Enseñar a los campings a la gestión de SEO y SEM

Solución

La optimización del posicionamiento en buscadores por parte de los campings requiere el aprendizaje de las claves para conseguir posicionar el sitio web de forma natural u orgánica (SEO) o por medio de pago o patrocinio (SEM), en las primeras posiciones de los buscadores. Implementar campañas SEM y trabajar el SEO con profesionales les ayudará en el proceso de posicionamiento en el mercado. Es importante conocer las motivaciones de consumo y las palabras clave que emplean sus clientes objetivo para poder ejecutar una adecuada estrategia SEO y SEM. Trabajar en clave de experiencias turísticas, les permitirá incorporar palabras clave alineadas con las motivaciones de sus clientes más allá de solamente el alojamiento.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



DIGITALIZACIÓN



Revenue Management

34

Objetivo: Incrementar la rentabilidad de los campings

Solución

Los campings pueden aumentar su rentabilidad mediante el diseño de estrategias de precio que maximicen sus beneficios. Para conseguir este objetivo es necesario que se aprenda a gestionar los ingresos actuando sobre la optimización de tarifas, la predicción del comportamiento del consumidor, el control de la distribución en los canales, la previsión de demanda y la evaluación de los datos de mercado y clientes para mejorar ingresos. Además de incrementar su formación, los profesionales de los campings pueden incorporar estrategias de gestión del precio para las que necesitarán herramientas online de revenue management.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación



Gestión de herramientas en la nube

35

Objetivo: Aumentar el conocimiento de las opciones profesionales de los servicios en la nube

Solución

La posibilidad de trabajar en la nube requiere que los propietarios y profesionales de la gestión de los campings adquieran los conocimientos necesarios que les permitan aprovechar las ventajas que la nube ofrece. Se recomienda conocer las herramientas online que ofrecen posibilidades para almacenar datos o trabajar, compartir el trabajo y crear contenidos en grupo, con herramientas colaborativas de edición y gestión, almacenaje de datos, CRM, etc. Por último, es igualmente importante identificar y minimizar los problemas de seguridad.

Inversión Baja: hasta 12.000€



Formación

©2022 –Turisme Comunitat Valenciana

invattur@gva.es

invattur.es

Redacción, diseño y maquetación

Soluciones Turísticas

