

Reyno de
Navarra



Nafarroako
Erresuma

La ordenación del turismo itinerante en Navarra

Modelo y Bases para su
regulación y apoyo

Documento final

Elaborado por:

ikertalde

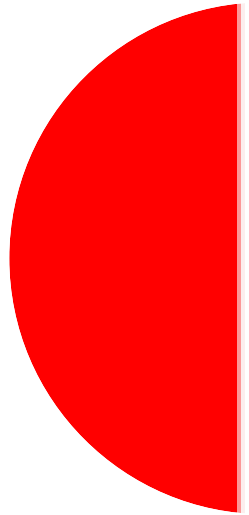
04/02/2022

INDICE

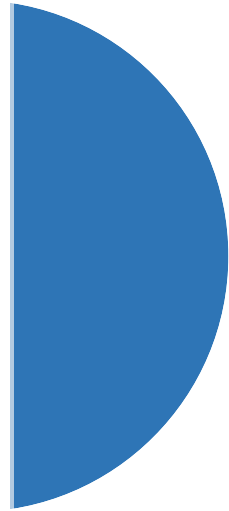
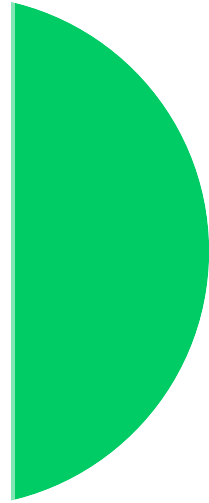
PARTE 1. MODELO

DEFINICIÓN

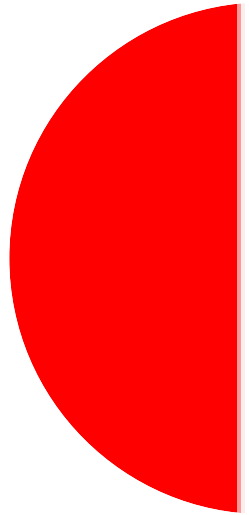
INDICE	2
FASES DEL PROYECTO	4
PARTE 1 MODELO DE INTEGRACIÓN DEL TURISMO ITINERANTE EN NAVARRA	6
1. CONTEXTO Y FUNDAMENTOS DE LA ACTIVIDAD	7
Contexto y objetivos del proyecto	8
Bases de la actividad turística itinerante	9
Tipologías de necesidades de la actividad	10
2 FLUJOS DEL TURISMO ITINERANTE EN NAVARRA	11
Infraestructura actual de establecimientos para la pernoctación	12
Mapa de distribución de las zonas y puntos de atracción	13
Palancas de atracción para el turismo itinerante navarro	14
Definición de los puntos de complemento y los puntos de interés básico	15
3. CRITERIOS BASE DE LA PROPUESTA	16
Características de la propuesta	17
El papel especial de los ayuntamientos navarros	19
Sostenibilidad de la propuesta	20
4. CONTENIDOS DE LA PROPUESTA	22
Elementos sobre los que es necesaria una actuación	23
4.1 RED ASIMÉTRICA DE ÁREAS	24
Construcción de una Red de Áreas de servicio al turismo itinerante	25
Características: el nivel de servicio	26
Características: el tamaño de las áreas	27
Características: la ubicación de las áreas	28
Características: promotores y gestores de las áreas	29
4.2 RED INTEGRADA (Con reserva centralizada)	30
4.3 ELEMENTOS A INCORPORAR PARA LA NORMATIVA DE ORDENACIÓN	32
SÍNTESIS	36



*FASES DEL
PROYECTO*

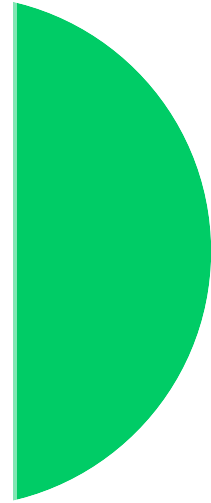


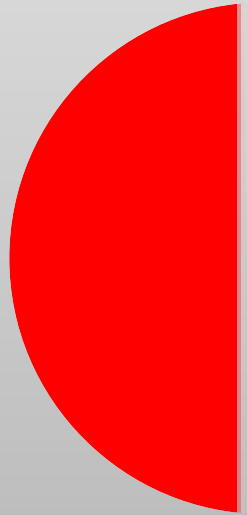




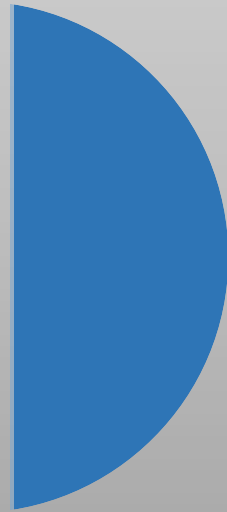
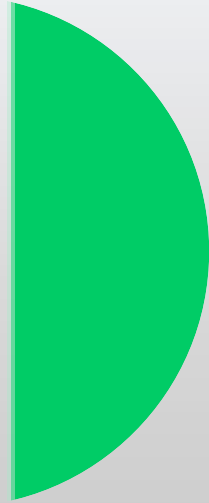
PARTE 1

*MODELO DE
INTEGRACIÓN
DEL TURISMO
ITINERANTE*





1
CONTEXTO Y
FUNDAMENTOS
DE LA ACTIVIDAD



CONTEXTO

- Interés en la atracción de la actividad como parte del fomento de la actividad turística
- Ineficiencia de las normativas basadas en la regulación del alojamiento turístico
 - *Ocupación abusiva del espacio por los vehículos vivienda y generación de afecciones a la convivencia y el bien común*
 - *Promoción pública de áreas de estacionamiento y pernoctación ajenas a la normativa, buscando el equilibrio entre atracción del turista y control de la afección*
- Crecimiento de la actividad en Navarra, y recrudecimiento del debate social sobre la actividad

OBJETIVOS DEL TRABAJO (Fase 2)

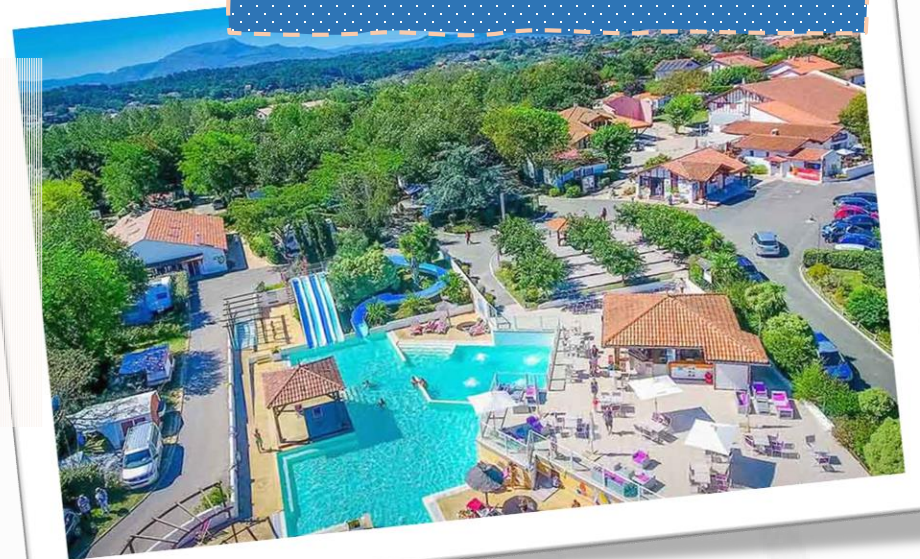
- Establecer una base de comprensión de la actividad que *aporte promoción y ordenación*
- Entender los flujos de la actividad en Navarra, los puntos de interés y las zonas de presión turística
- Ofrecer un modelo de ordenación de las áreas de servicio que lleve a los actores-promotores a un esquema de trabajo cooperativo, *con visión navarra* antes que local, sectorial o particular
- Generar una base de debate para la obtención de líneas maestras para la ordenación normativa de la actividad, con el objetivo último de dotar a los agentes de primera línea de herramientas para la disuasión y la reorientación de los flujos de caravanistas de acuerdo al bien común

BASES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ITINERANTE, FRENTE A OTROS MODELOS TURÍSTICOS CON VEHÍCULOS VIVIENDA

TURISMO TOURING



TURISMO SOL Y PISCINA



Un mismo viaje puede contener ambos formatos, pero no siempre confluyen en tiempo y lugar

- *Necesidades reducidas de servicios en área*
- *Menor duración de la estancia*
- *Orientación a servicios urbanos: comercio, turismo, restauración. Búsqueda de valor turístico en localidades y sus servicios asociados*
- *Dinamismo, movilidad intra punto*
- *...*
- *Necesidades amplias de servicios en área: piscina, áreas comunes de relación, piscina y espacios deportivos...*
- *Mayor duración de la estancia*
- *Integración interna –establecimiento- en la búsqueda de elementos de valor turísticos*
- *Estabilidad en destino*
- *...*

COBERTURA BÁSICA IMPRESCINDIBLE

- *Agua potable*
- *Vaciado de aguas grises*
- *Vaciado de aguas negras*
- *Espacio de aparcamiento mínimo*
- *Recogida de residuos*

COBERTURA COMPLEMENTARIA

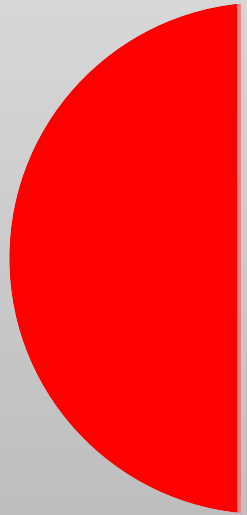
- *WC*
- *Electricidad*
- *Espacios verdes y equipamiento de mesas*
- *Cercanía peatonal a población*
- *Transporte a población*
- *Tranquilidad – distancia de ruidos como carreteras, establecimientos hosteleros u otros.*
- *Áreas para paseo aledañas*
- *Unidad o cercanía a servicios polideportivos y piscinas*
- *Señalización*

COBERTURA PREMIUM

- *Instalaciones de recepción*
- *Instalaciones comunes*
- *Información turística*
- *Duchas de agua caliente*
- *Espacio de juegos / infantiles*
- *Lavaderos*
- *Servicio de hostelería*
- *Servicios de recambios - repuestos*
- *Servicios de albergue*
- *Comercio*
- *Vallado*
- *Material de primeros auxilios*
- *Vigilancia – personal*
- *Personal de servicios.*

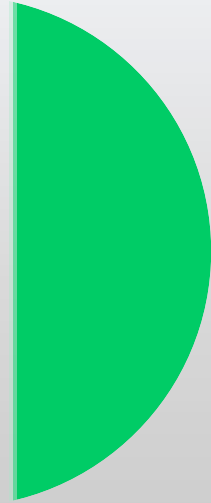
Un mismo viaje puede requerir diferentes necesidades de servicios.

Para responder a la demanda, un territorio turístico debería ser capaz de respetar las distintas necesidades de servicios, en función de los flujos –presión comarcal del turismo-, y así mismo ofrecer un servicio de comunicación integrado y a tiempo real de la situación de los espacios disponibles para la pernoctación.

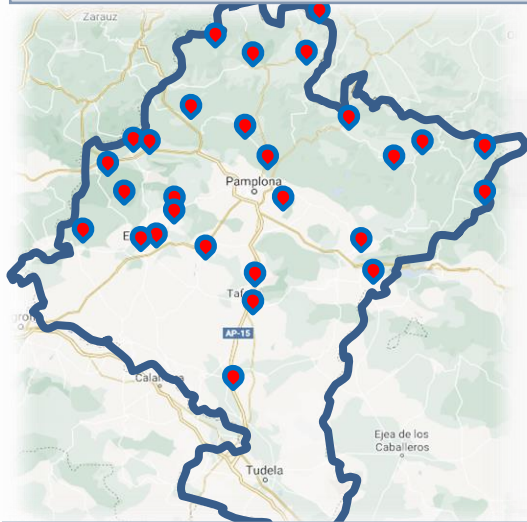


2

*FLUJOS DEL
TURISMO
ITINERANTE EN
NAVARRA*



Acampamentos turísticos

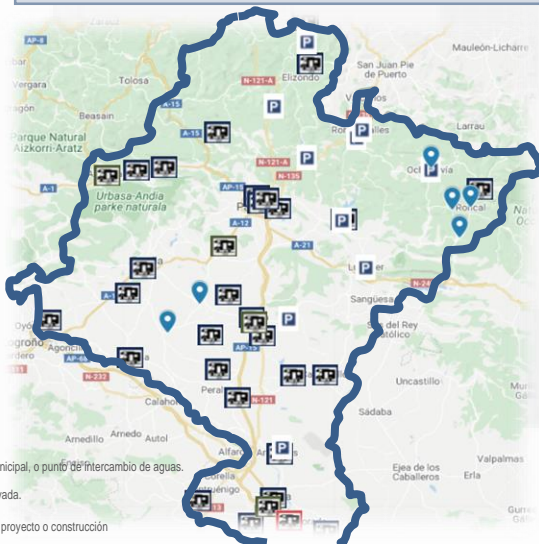


La trama de acampamentos turísticos de Navarra es amplia y, aparentemente, adecuada para recoger un turismo itinerante que tiende a una elevada dispersión por el territorio.

Sin embargo, su oferta, por ubicación y servicios, está en buena parte orientada al turismo de sol y piscina.

Por esta razón, el modelo de ordenación debe extender su posicionamiento para el turismo itinerante, en términos **de servicios, adaptación a los objetivos y necesidades del trismo itinerante, y posicionamiento de su oferta.**

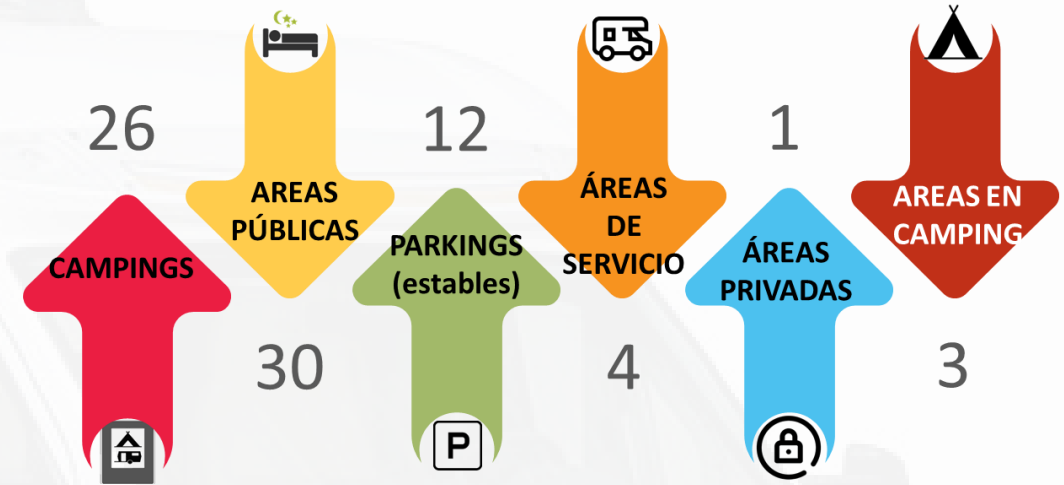
Áreas de servicio para pernoctación



Los municipios son los principales impulsores de áreas: son los agentes de primera línea en la promoción de sus municipios, y en el control práctico de la afecciones generadas.

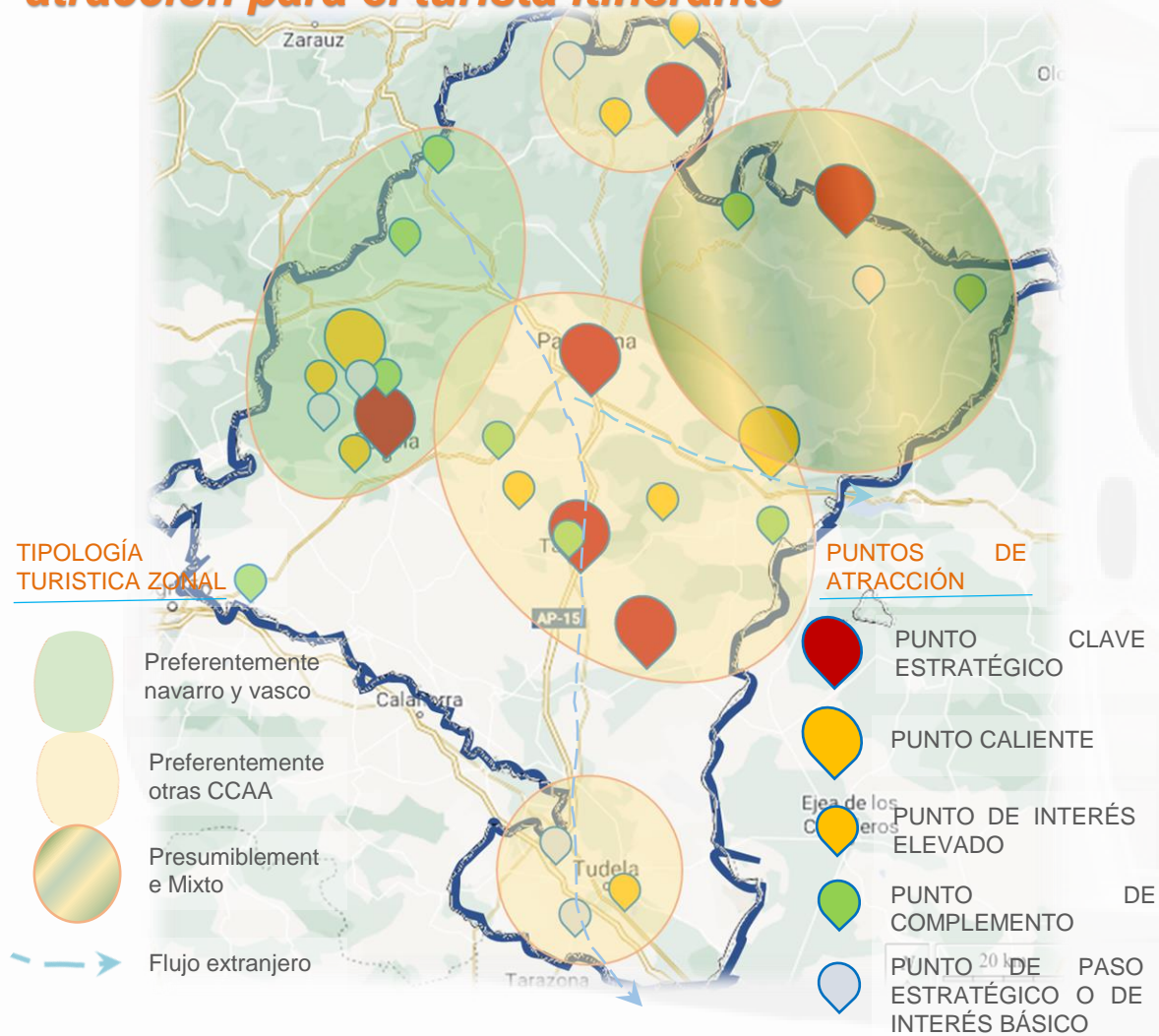
Sin embargo:

1. Actúan localmente y descoordinados
2. No son capaces de responder a las lógicas de asentamiento del turismo itinerante: puntos calientes del territorio quedan sin suficiente cobertura
3. No solucionan los impactos sobre la ciudadanía navarra



- La mitad de las actuaciones en áreas de servicio solo dan servicio de plaza para la pernoctación e intercambio de aguas.
- La otra mitad incluye algún servicio extra, 1 o 2 entre una gama de los siguientes:
 - Electricidad
 - WC
 - Duchas
 - Parque infantil
 - Paseos/puntos de interés aledaños
 - Pipi can
- Prestan mucha atención a su conexión con el entorno urbano, básico para la demanda y útil para alimentar la economía local de servicios turísticos, comercio y restauración.
- La mayor parte de los ayuntamientos prevé habilitar espacios extra para los momentos de saturación, sin servicios: Se trata de aparcamientos en otras instalaciones (cementerio, polígonos), avenidas y espacios verdes, o distribución por la localidad.

Mapa de distribución de las zonas y puntos de atracción para el turista itinerante



5 zonas de atención e implantación del turismo itinerante:

- 1 zona con implantación dominada del mercado de la Comunidad Foral y la CAE: **TIERRA ESTELLA**
- 1 zona mixta, con implantación del mercado inmediato y destino diana del resto del mercado español: **PIRINEO**
- 3 zonas diana para los mercados españoles que visitan Navarra: **NAVARRA MEDIA – PAMPLONA, BAZTAN Y RIVERA DEL EBRO**
- Dos ejes para los tránsitos suprarregionales, utilizados principalmente por los mercados extranjeros, y que generan alguna estancia: **NORTE-SUR, Y NORTE-ESTE**

29 puntos de actividad del turismo itinerante, divisibles en 5 tipologías:

- **ZONAS CLAVE O ESTRATÉGICAS:** Capaces de definir y generar por sí mismas, o en combinación, la decisión de tener a Navarra como destino del Touring
- **PUNTOS CALIENTES DE VISITA:** Puntos de interés estratégico, pero puntuales. Asociados a zonas estratégicas, y a otros puntos de interés
- **PUNTO DE INTERÉS ELEVADO:** Como los puntos calientes, forman parte de la decisión de visita del cliente, aunque no es una oferta que la genere por sí misma
- **PUNTOS DE COMPLEMENTO:** Constituyen el relleno o complemento necesario para dar empaque a las rutas del turista itinerante. A menudo se conforman en destino gracias a la información recabada. En algunos casos, también pueden ser puntos legitimatorios de la decisión de visita.
- **PUNTOS DE PASO O DE INTERÉS BÁSICO:** Complementos secundarios, o asociados a los ejes de paso.

PUNTO GEOGRÁFICO	SAT.	PALANCAS DE ATRACCIÓN
Bardenas	8	Parque de atracciones (senda viva); Rutas en naturaleza (Bardenas); Belleza natural
Estella	7	Lugar monumental; Localidades con encanto; Gastronomía / enología; Rutas Bicicleta
Olite	7	Lugar monumental; Gastronomía / enología; Museos
Pamplona	7	Lugar monumental; Gastronomía / enología
Irati (Orbaitzeta, Aezkoa, Salazar)	7	Belleza natural; Rutas en naturaleza
Valle de Baztan (Elizondo, Amaiur)	7	Localidades con encanto; Lugares de interés paisajístico especial; Lugar monumental; Etnología (costumbrismo, ropajes, gastronomía antigua (pastor), brujas
Nacedero de Urederra	6	Belleza natural; Rutas en naturaleza; Lugares de interés paisajístico especial; Localidades con encanto
Foces de Lumbier y Arbaiun	6	Espacios para paseos y descanso; Lugares de interés paisajístico especial
Parque Natural de Urbasa – Andía	4	Belleza natural; Rutas en naturaleza; Lugares de interés paisajístico especial (balcón pilatos)
Tudela	4	Localidades con encanto
Ujué	4	Localidades con encanto
Monasterio de Irache y Monasterio de Irantzu	3	Lugar monumental; Gastronomía – vino; Espacios para paseos y descanso; Rutas Bicicleta
Parque Natural Señorío de Bertiz	3	Lugares de interés paisajístico especial; Rutas en naturaleza
Otsagabia	3	Localidades con encanto
Artajona	3	Lugar monumental
Zugarramurdi /Urdax	3	Etnología (costumbrismo, ropajes, gastronomía antigua (pastor), brujas
Larra - Belagua - Roncal	2	Rutas en naturaleza; Lugares de interés paisajístico especial; Belleza natural
Puente la Reina	2	Lugar monumental (también Eunate)
Tafalla	2	Gastronomía / enología; Espacios para paseos y descanso
Burguete/Espinal/Roncesvalles	2	Belleza natural; Localidades con encanto; Rutas en naturaleza
Sangüesa	2	Localidades con encanto; Lugar monumental (Xabier, Leyre)
Plazaola	1	Rutas en naturaleza; Belleza natural Rutas Bicicleta
Aralar, Lekunberri (San Miguel)	1	Belleza natural; Rutas en naturaleza
Viana	1	Lugar monumental
Nacedero Río Ubagua	1	Lugares de interés paisajístico especial
Yerri (Valle de)	1	Etnología (costumbrismo, ropajes, gastronomía antigua (pastor)
Etxalar / Doneztebe	1	Belleza natural; Rutas en naturaleza
Cascante	1	Localidades con encanto
Corella	1	Localidades con encanto; Gastronomía / enología

PALANCAS DE ATRACCIÓN PARA EL TURISMO ITINERANTE NAVARRO

Independientemente de la calidad del punto –definitorio de la visita en origen, o de complemento y relleno, la oferta navarra para el turismo itinerante tiene los SIGUIENTES PALANCAS:

NATURALEZA

- Lugares de interés paisajístico, belleza natural
- Rutas por la naturaleza.
- Rutas en bicicleta

TURISMO URBANO

- Localidades con encanto
- Monumentos, lugares monumentales
- Espacios de paseo y descanso

GASTRONOMÍA

- Gastronomía
- Enología

COSTUMBRES

- Museos costumbres
- Etnología (festividades, costumbrismo, ropajes, gastronomía antigua, brujería...)

P
R
I
N
C
I
P
A
L
E
S

S
E
C
U
N
D
A
R
I
A
S

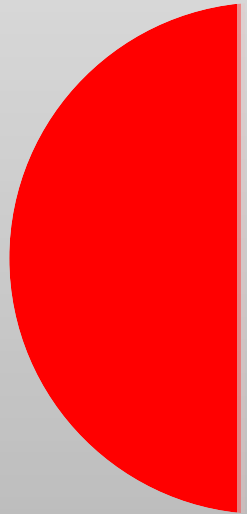
LA DEFINICIÓN DE LOS PUNTOS DE COMPLEMENTO Y LOS PUNTOS DE INTERÉS BÁSICO

Los puntos de complemento e interés básico, pero también los de paso en rutas que atraviesan Navarra, son los de más difícil localización.

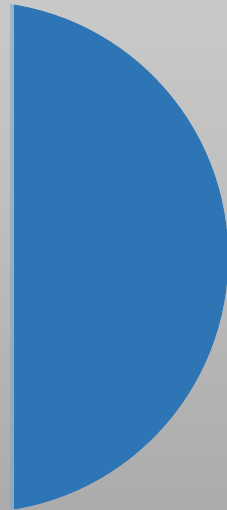
Hemos localizado los más recurrentes, basados en las orientaciones y recomendaciones de visitas más frecuentes, pero en general se conforman en destino en función de la tipología siguiente:



Por lo tanto, en el futuro se irán definiendo y considerando la promoción de áreas en función de las necesidades de mercado que se vayan observando, asociadas a estas tipologías de interés y parada.



3
CRITERIOS BASE
DE LA
PROPUESTA



1

REALISTA Y EFICAZ

Por qué

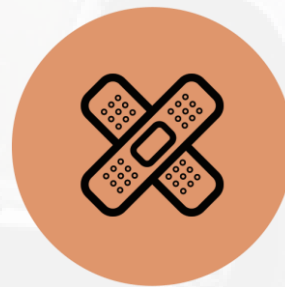
- Da respuesta a las necesidades de la demanda, su modelo de visita y sus objetivos
- Da respuesta a la presión ejercida por la actividad sobre el territorio
- Posibilita el disfrute de la actividad y el desarrollo de los distintos focos de interés

Cómo

- Fomentando una estructura de servicio alineada con la actividad
- Buscando la minimización de las afecciones sobre la ciudadanía, con herramientas de ordenación ad-hoc
 - Sobre el paisaje y su disfrute colectivo
 - Sobre el uso del territorio y su congestión
 - Sobre el medio ambiente
 - Sobre la economía local y otros intereses
- Aprovechando la situación de primera línea de los Ayuntamientos y otros agentes –campings, establecimientos agrarios, ...-, y beneficiando sus propuestas y las actividades terciarias de las localidades visitadas



CONSUMIDOR



CIUDADANÍA



MUNICIPIOS Y SECTOR TERCIARIO

CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA

Qué

Una propuesta de colaboración público privada:

- En la definición
- En la promoción de los puntos de servicio
- En la gestión de los puntos de servicio

Que integre a:

- Los **CONSUMIDORES**, a través de una propuesta que escuche sus inquietudes y necesidades, y fomente su llegada a la Comunidad Foral Navarra al dar un servicio adecuado
- Los **AYUNTAMIENTOS**, como agentes de primera línea que ya afrontan individualmente –y *descoordinadamente*- el fomento de este turismo para la promoción de la economía local y el control de la actividad
- **AGENTES SECTORIALES** con interés en el consumidor. Entre los que destacan
 - los **Campings**, que pueden ofrecer un posicionamiento específico que los acerque al consumidor, tanto a través de fórmulas de promoción como de gestión de promociones públicas
 - **Establecimientos agrícolas, bodegas o establecimientos turísticos**
- Al **GOBIERNO DE NAVARRA**. Como responsable de la garantía del bien común y del fomento en la actividad económica en la Comunidad Foral

Los municipios navarros ocupan una posición de primera línea ante el turismo itinerante

PREDISPOSICIÓN

OPORTUNIDAD:

- Para el comercio y hostelería locales
- Para los servicios turísticos locales.
- Pone en el mapa localidades ajenas a los circuitos

ENTIENDEN QUE SU PARTICIPACIÓN ES INDISPENSABLE PARA:

- Atraer el turismo itinerante,
- Ordenar los flujos que llegan crecientemente.

AUTODEFINICIÓN DE PAPEL

INICIATIVA ANTE LA FALTA DE RESPUESTA DE LAS ORDENACIONES Y ACTUACIONES EXTERNAS A ELLOS:

- Son capaces de entender la dinámica del turismo Touring → Necesidad de servicios básicos para la pernocta, cercanía a los puntos de interés turístico, consumo local y tránsito
- Se centran en el interés del cliente, obviando normativas que lo puedan contradecir
- Entienden que son los actores institucionales con mayor cercanía a este tipo de turista

POR ELLO, SE PERCIBEN COMO:

- Claves en la decisión ejecutiva sobre la aplicación de las normas
- Sujetos de apoyo

MODELO DE TRABAJO

COMPETITIVO INTERMUNICIPAL:

Carencias de comunicación en los niveles comarcal o territorial
Ausencia de redistribución de flujos.
Falta de visión de red
Ausencia de colaboración con actores no institucionales

ACTUACIONES BÁSICAS COMO PROMOTORES:

- Actuaciones tácticas y no estratégicas
- Es más importante el área que su desarrollo. El área más básica aporta las soluciones clave
- Carencias de fondos para acometer actuaciones complejas

BUSCAN UN MODELO NO COMPETITIVO CON LOS CAMPING. Recogen otro turismo/turista, y huyen de modelos de servicios *premium*

EL FUTURO: VISIÓN

CONTEMPLAN LA NECESIDAD DE TRABAJO ESTRATÉGICO:

- El trabajo en red, principalmente con coordinación intermunicipal
- Valoran la Central de Reservas y las APPs de comunicación del estado de la red
- Buscan mecanismos para la contención de vehículos no habilitados

RECLAMAN HERRAMIENTAS DE ORDENACIÓN POR PARTE DE INSTITUCIONES SUPERIORES. LAS PRINCIPALES:

- La capacidad de ordenar/actuar sobre los lugares de uso público
- La ejecución sobre la ordenación urbana
- La ordenación y/o actuación en el control medioambiental

Su papel en el sistema debería incorporar:

- La promoción de áreas de servicio para el turismo itinerante
- La coordinación interinstitucional para la creación de una respuesta de RED o TRAMA
- La aplicación de la norma y la decisión ejecutiva sobre la aplicación normativas ante saturaciones y afecciones
- La colaboración con otros agentes expertos en el cliente, como los campings, cediendo en casos determinados gestión, o colaborando en la promoción de áreas

SOSTENIBILIDAD DE LA PROPUESTA

3

SOSTENIBLE
ECONÓMICA,
SOCIAL Y MEDIO-
AMBIENTALMENTE

Minimización de deseconomías públicas

Las afecciones de un turismo sin control exigen una dedicación constante de fondos para evitar la pérdida de calidad de vida.

La integración de diversas normativas específicas, y su ejecución en el nivel adecuado es importante para crear un modelo sostenible

AFECCIONES procedentes del turismo itinerante en la economía local y territorial



Ingreso Indirecto Retornos en el ecosistema

El retorno de la inversión en las áreas requiere una conexión directa del turista con el promotor y sus servicios potenciales, desde la cercanía e integración con los servicios

PUBLICO/SOCIAL:

Incremento de consumos Comercio, hostelería y servicios turísticos

PRIVADO:

Líneas alternativas de modelos de negocio en establecimientos como bodegas



Ingreso Directo: Cobro de servicios

El cobro por la entrada y uso de los servicios prestados en las áreas permite el incremento de estos servicios y su gestión diaria, y contribuye a una valorización de la oferta

VALORIZACIÓN de los servicios ofrecidos

FINANCIACIÓN de servicios a través del cobro

Nuevas líneas de **SERVICIOS**



SOSTENIBILIDAD DE LA PROPUESTA

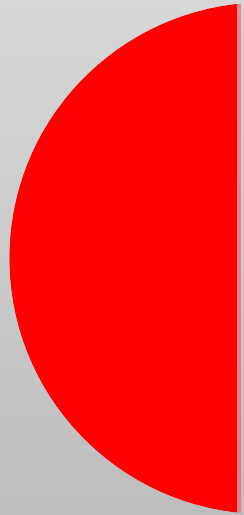
Qué

La generación de un marco de sostenibilidad por el que los impactos económicos generados, tanto directos como indirectos superen los costes de la afección – económica, social o medioambiental- que conlleva la actividad

Cómo

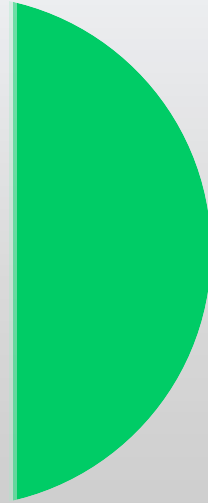
Generando un marco de sostenibilidad que busque y consiga a un mismo tiempo la:

- *Maximización de ingresos directos e indirectos:*
 - con aplicación de precios de uso (entrada al área, uso de servicios: intercambios de aguas, electricidad, etc.), o con nuevos servicios ad-hoc
 - orientado a la economía terciaria local: restauración, comercio, otras ofertas
- *Minimización de las deseconomías públicas* –con aplicación de una ordenación dirigida a la limitar las afecciones:
 - Urbanas –congestión, ocupación del espacio de parking vecinal, saturación de servicios, ocultación del paisaje y los monumentos, riesgos
 - Económicas –afecciones al comercio, inversiones de ordenación, desvalorización de la oferta turística por ocupación visual de los puntos de atracción-,y
 - Medioambientales –ruidos, fluidos, contaminación
- *y con posibilidad de su aplicación por parte de los actores adecuados*



4

*ELEMENTOS DE
LA PROPUESTA*



ELEMENTOS SOBRE LOS QUE ES NECESARIA UNA ACTUACIÓN

LOCALISMO

Superar la actuación solitaria de los municipios, local y descoordinada de otros municipios



DESCOORDINACIÓN

Conseguir una Coordinación entre agentes diferentes, públicos y privados. Llegar a ofrecer áreas de promoción o gestión conjunta entre ellos



RETENCIÓN

Superar el concepto RETENCIÓN de consumidor, sustituyéndolo por el de atracción por y para el conjunto



AUTOREGULACIÓN

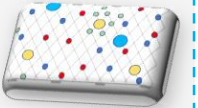
Ofrecer una ordenación eficiente en la limitación de las actividades y comportamientos turísticos inapropiados

MARCO DE ACTUACIÓN

LA RED Y SU COORDINACIÓN

1

RED ASIMETRICA DE ÁREAS



Una red generada desde la coordinación entre agentes y con el mercado: asimétrica, compuesta por áreas de diferentes características, dirigida a cubrir diferentes ámbitos de necesidad, y adaptada

2

RED INTEGRADA – CENTRAL DE RESERVAS



Ofrecida de manera coordinada y centralizada al cliente, para que este conozca el estado y disponibilidad de la red, y reubique su pernoctación

NORMATIVA INTERDEPARTAMENTAL

3

CARACTERÍSTICAS DE LA RED



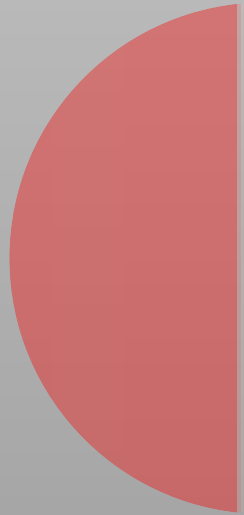
Una aproximación normativa ligada a las características de la demanda – servicios, intensidad de flujos-, y a las necesidades locales

4

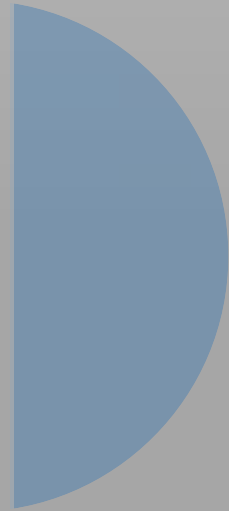
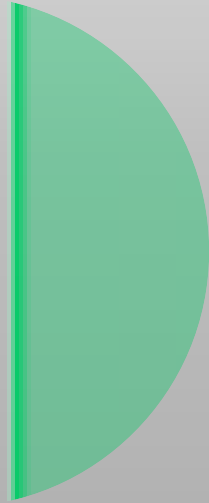
ORDENACIÓN DE FLUJOS Y ACCESOS



Una aproximación normativa multifocal que permita la movilización de los flujos y aparcamientos hacia la red de áreas de la Comunidad Foral



4.1
RED ASIMÉTRICA
DE ÁREAS



CONSTRUCCIÓN DE UNA MALLA O RED DE ÁREAS: CARACTERÍSTICAS

La red se diseñará en función de 4 criterios aplicables en cada punto de la trama.

- Nivel de servicio ofrecido
- Tamaño
- Tipología de promotor o gestor
- Tipología de la ubicación

Cada punto de la trama responderá de manera natural (respuesta al mercado), pero con un diseño común y coordinado por parte de los distintos agentes públicos y privados participantes, que atienda a las necesidades de los nodos comarcales.

NIVEL DE SERVICIO

Una red con diferentes niveles de Servicio, definidos según **a)** la demanda existente, **b)** la Coordinación con otras áreas cercanas y **c)** los servicios cubiertos por estos otros promotores



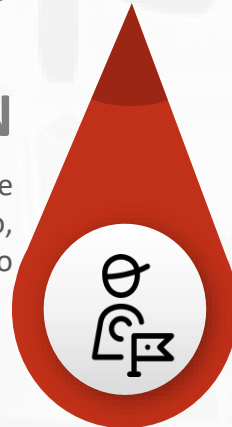
TAMAÑO

Una red con áreas de diferente tamaño (número de plazas, según la presión de la demanda en el punto, la Coordinación con otras áreas cercanas y los servicios cubiertos por estos otros promotores



UBICACIÓN

Adaptada al cliente, a sus tipologías de ubicación principales, y por tanto, eficaces en la atracción del turismo itinerante



PROMOTOR / GESTOR

Una variedad de promotores y gestores diferentes, adecuados para responder a la demanda Turística desde diferentes necesidades, y orientados tanto al cliente genérico como a nichos concretos de actividad

La red no pretenderá cubrir toda la combinación de celdas posibles.

Solo tiene sentido

- adaptada a los intereses y necesidades de la demanda y
- adaptada a las posibilidades e interés de los promotores potenciales.
- Adaptada al interés común

Por ejemplo, podría no tener interés una promoción privada (pongamos una bodega) de gran tamaño y/o gran nivel de servicio, algo más propio de un promotor/gestor especializado

CARACTERÍSTICAS: EL NIVEL DE SERVICIO



NIVEL DE SERVICIO

El turista itinerante puede buscar diferentes niveles de Servicio en sus viajes y pernoctaciones.

A menudo, buscará una posibilidad de pernoctación con un Servicio básico. Otras, muchas, se decantará por un Servicio básico pero acompañado por un extra de elementos de comodidad y servicio.

Otras veces, seguramente menos, se decidirá por niveles de Servicio elevados, e incluso, alternará la tipología Touring con una etapa de Descanso, buscando entonces los servicios PREMIUM de un Campng.

1. BÁSICO*

Area definida por lo que el turista requiere como cobertura minima imprescindible y suficiente, dada la habilitación de los propios vehículos. Los elementos de esta cobertura son: **Agua potable, Aguas grisis, Aguas negras, espacio delimitado para el aparcamiento del vehículo y Recogida de residuos sólidos, ...**

2. BÁSICO PLUS*

Añaden algunos servicios de interés turístico y de comodidad a los anteriores. Una selección de varios servicios añadidos (a fijar), en función de las necesidades percibidas por el promotor o el gestor entre su demanda, y del valor añadido en términos de atracción turística y/o ingresos generados, y del interés público.

Elementos utilitarios: **Servicios y duchas, Electricidad, lavadero.**

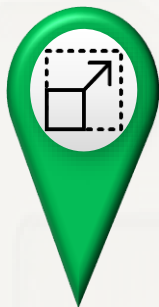
Elementos de interés turístico: **Áreas de juegos, espacios verdes y paseos aledaños, puntos de interés turístico aledaños.**

3. PREMIUM

Gama de servicios premium asociados a una modalidad de turismo de Descanso “sol y piscina”, que trufa con frecuencia los viajes de los turistas itinerantes. El proveedor natural de este Servicio es el acampamento turístico, y cuenta conservicios de supermercado, restauración, comercio, piscina, vigilancia, acotamiento, áreas comunes, y otros servicios otros servicios orientados a la relación entre residentes.

* BÁSICO, COMO MODELO DE NEGOCIO EXTENDIDO

Definida como un **área Básica, o Básica Plus**, que cuenta con un extra de servicios derivados de un modelo de negocio alternativo, esencialmente aquellos de tipo turístico o asociados al sector primario y otras industrias de carácter rural: establecimientos agrícolas, bodegas, casas rurales, albergues, o empresas de actividades turísticas con locales y terrenos asociados. La oferta extra del área puede incluir **recorridos guiados, actividades, catas de producto, consumos, enología, participación en producción, etc.**



TAMAÑO DEL ÁREA

La capacidad de atracción de cada punto-diana turístico navarro determinará el tamaño de las áreas asociadas a éste.

Las 29 plazas localizadas recogen puntos estratégicos, calientes y de alto interés de visita, pero pueden dejar fuera algunos lugares de complemento importantes.

El Servicio a estos puntos puede venir dado aplicando un tamaño de área que responda a la demanda, o por la combinación de tipologías de tamaño, gestor y servicios, actuando en el nodo comarcal de manera colaborativa y sinérgica.

1. MICRO - ÁREAS

Áreas de entre 1 y 5 plazas, pensadas para puntos de complemento turístico, de paso, o para responder a visitas derivadas de la información recabada en destino. Fuera de las dianas estratégicas y los puntos calientes y de alto interés, que definen el viaje desde el origen

2. PEQUEÑAS

Áreas de pernoctación de entre 6 y 20 plazas. Pensadas para puntos de complemento turístico, o para puntos de alto interés turístico, puntos calientes y puntos estratégicos cuando hay una trama fuerte y colaborativa alrededor de estos puntos diana que justifican y definen la visita en origen para el turista itinerante.

3. MEDIAS

Áreas de pernoctación de entre 21 y 40 plazas. Asociadas a puntos calientes y estratégicos en Navarra para el turismo itinerante. Pueden ser estables, o preverse su crecimiento hasta esta modalidad en el caso de que el punto sea caliente estacionalmente.

Cuando dan respuesta a la presión sobre puntos calientes y estratégicos del turismo itinerante en Navarra, pueden verse complementadas por otras áreas pequeñas y micro que completen comarcalmente la oferta, a través de modalidades de coordinación de promotores, municipios y agentes



UBICACIÓN

El turismo itinerante muestra un comportamiento muy urbano y cultural. Entiendase por urbano la visita a localidades de interés turístico, independientemente de su tamaño.

En algunos casos, algunos puntos de interés especial monumentales, pero no asociados claramente a una localidad, justificarán áreas periurbanas.

En muchos casos, el punto de interés es eminentemente natural, lo que puede complicar la prestación de servicios.

1. URBANAS

Áreas en el interior o bordes de las localidades que constituyen la diana de visita, o constituyen el centro de distribución a un punto de interés turístico, único o parte de un nodo comarcal.

Pueden establecerse en el exterior de la localidad, pero en esos casos éstas áreas deben ser accesibles a pie o comunicar el centro con algún tipo de transporte público.

2. PERIURBANAS

Algunos de los puntos calientes de la geografía Navarra se sitúan en las cercanías de puntos urbanos de referencia, pero lo suficientemente alejados de ellos a pié y sin transporte. Se asocian al punto de interés, independientemente de que su localidad de referencia también de respuesta con otra área a una demanda propia o a parte de la demanda de éste u otros puntos. Siempre deberá tenerse en cuenta las preferencias de algunos por estos puntos más separados, o un interés especialmente Elevado por la especificidad del punto en cuestión.

3. EN PUNTOS NATURALES *(supeditados al vb de Ord. de Territorio y Medio Ambiente)*

Una de las características de Navarra es contar con un buen número de puntos naturales que constituyen puntos de primer orden con capacidad propia para atraer visitas turísticas en ruta: Urbasa y sus puntos asociados, Belagua, Irati y Bardenas... son puntos estratégicos y calientes, de alta presión, que necesitan puntos centralizados y/o la definición de una red de áreas, asociadas a municipios, o bien de orden comarcal, quizás con la inclusión de establecimientos agrícolas, y que cuente con los campings para complementar la oferta con servicios premium.



PROMOTOR / GESTOR

En el momento actual, el turismo itinerante puede dirigirse hacia dos tipos de área en términos de su gestor: áreas municipales y acampamentos turísticos.

La tipología de gestor es concurrente con la tipología de Servicio, algo que se recomienda separar o adaptar según demanda.

Es decir, es lógico que el sector privado ofrezca especialización, por volumen y calidad de Servicio, o bien a través de hiperespecialización de su oferta, pero también que el sector público pueda ofrecer diferentes niveles de Servicio para responder al cliente turístico itinerante.

1. MUNICIPIOS

Los municipios dan respuesta a la distribución del turismo itinerante, con respuestas básicas, con querencia hacia básica plus, y diferentes tamaños que tienen que ver con la presión de la oferta y la existencia de áreas en puntos cercanos. Necesita un planteamiento coordinado en términos de agentes, servicios, y ubicaciones, en su orientación a la oferta.

2. COMARCAS / GOBIERNO NAVARRO

La definición y promoción comarcal y/o territorial de áreas de Servicio puede ser importante cuando se quiere dar respuesta a la demanda sobre los Nodos Estratégicos o los Puntos Calientes del turismo itinerante en Navarra.

Esta definición va más allá de la pernoctación. Tiene que ver con una respuesta estratégica a la demanda itinerante, y a su concentración natural en los puntos que definen la elección de Navarra como destino, y por tanto necesitan una respuesta coordinada, en términos de volumen y calidad de servicios, ubicación y tamaño, además de su Coordinación con el resto de la oferta que da respuesta al Nodo.

3. GESTORES PRIVADOS

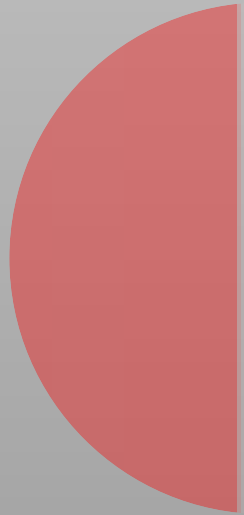
Se observa la conveniencia de incorporar al menos tres tipologías de gestores privados

A.- ACAMPAMENTOS TURÍSTICOS:

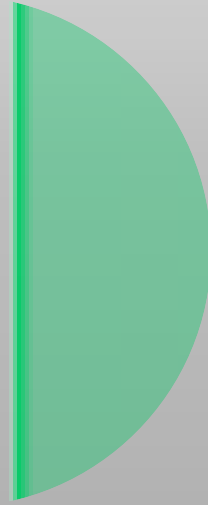
- Incorporados al sistema para la atracción de las paradas de descanso y/o servicio premium de los turistas itinerantes, además de dirigidos al servicio de su cliente tradicional
- Como gestores aportadores de servicio especializado en áreas de promoción o titularidad pública, que quieran definir un cierto servicio superior al básico, y liberar la gestión.

B.- ESTABLECIMIENTOS AGRÍCOLAS, C.- BODEGAS, Y D.- EST. TURÍSTICOS

Que pueden ofrecer una infraestructura más o menos micro en términos de tamaño, y más o menos básica en términos de servicios, como complemento a su modelo principal de negocio (valor económico), y tenga origen en éste (especialización y atracción de la demanda)



4.2
SISTEMA
INTEGRADO Y
CENTRALIZADO



QUÉ

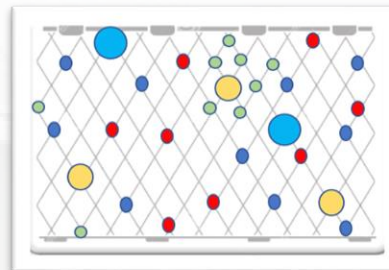
Un Sistema de información centralizado, que coordine la oferta en tiempo real, y redistribuya los flujos dirigidos a los distintos nodos de presión Turística, comarcal y territorialmente.

CÓMO

- ➔ A través de **WEB y APPs** para móvil
- ➔ Que de información sobre todos los **puntos disponibles y sus características**: precios, servicios, localización, contacto...
- ➔ Capaz de aportar al turista información sobre el **estado de los puntos de la red**, y genere una distribución territorial según los niveles de saturación
- ➔ Que **distinga diferentes categorías y niveles de Servicio** para el turista, de manera que éste se dirija a los puntos de mayor interés para sus necesidades y objetivos
- ➔ Que **conecte** el área con el Servicio local: Comercio, oferta Turística, rutas naturales, paseos o fiestas
- ➔ Y **que controle** la reserva, el acceso y el tiempo de estancia de los usuarios de las distintas áreas, generando al mismo tiempo una base de datos completa sobre la actividad itinerante en Navarra

RED:

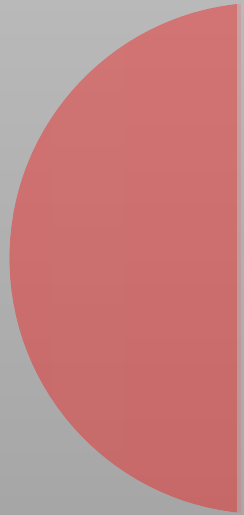
Puntos, disponibilidad y características



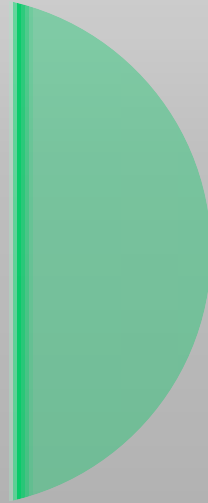
OFERTA LOCAL ASOCIADA:

Conexión con la oferta local. Potenciación del ingreso indirecto





4.3
ELEMENTOS A
INCORPORAR PARA
LA NORMATIVA DE
ORDENACIÓN



ABORDAJE NORMATIVO

CONSTRUYENDO EL MODELO

AFRONTAREMOS EL DESARROLLO DESDE UNA DOBLE VERTIENTE

1

UNA DEFINICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA RED

1. De los servicios (mínimos) con que deben contar las áreas
2. De las tipologías de áreas que pueden existir, y sus características
3. De los promotores y gestores existentes, especialmente su ampliación hacia el sector privado y las colaboraciones público-privadas (promoción-gestión)
4. De la ubicación y las condiciones y exigencias relacionadas

2

EMPUJANDO HACIA EL MODELO

UN SISTEMA LEGAL PARA LA DISUASIÓN DEL APARCAMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN DE LOS FLUJOS HACIA LA RED DE ÁREAS

1. A través del uso de la protección del paisaje, urbano o natural
2. A través de la ordenación de los puntos de posible aparcamiento dentro de los municipios.
3. A través de la definición de condiciones objetivas de aparcamiento dentro de los municipios
4. A través del control de los espacios no habilitados, como las pistas no asfaltadas.
5. A través de la protección monumental, patrimonial y singular
6. A través del control de las afecciones medioambientales
7. A través de la garantía de la seguridad pública, protección civil.
8. A través de la definición de viales de tránsito restringido

CONSTRUCCIÓN DE UN SISTEMA NORMATIVO

UNA DEFINICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA RED

Una red construida para que se adecúe a las necesidades diversas y cambiantes del turismo itinerante, y que de respuesta a diferentes presiones territoriales, y a las diferentes características de cada zona navarra

- ➔ **Diversa**, a través de la oferta de diferentes modalidades y niveles de servicios
- ➔ **Adaptada**, puesto que tiene en cuenta la realidad de cada nodo turístico, y las características y posibilidades de aprovechamiento de cada zona.

IMPULSO Y PARTICIPACIÓN

Con la Participación y Coordinación de agentes públicos y privados en la configuración de la red:

- Gobierno de Navarra
- Entidades Comarcales
- Ayuntamientos
- Acampamentos turísticos
- Establecimientos agrícolas, Bodegas y otros privados
- Asociaciones sectoriales y de interés

ORDENACIÓN

Definiendo un marco de promoción que tenga en cuenta:

- Un marco de servicios mínimos exigibles
- Una tipologización de la promoción según un marco posibilista de promotores, tamaños, implantación y servicios.
- Un marco válido para su uso por parte de los consumidores.
- Un marco para la gestión compartida entre diferentes promotores

CONSTRUCCIÓN DE UN SISTEMA NORMATIVO

UN SISTEMA LEGAL PARA LA DISUASIÓN DEL APARCAMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN DE LOS FLUJOS HACIA LA RED DE ÁREAS

Una estructura de herramientas jurídicas implementables de manera independiente por diferentes departamentos para contribuir a la disuasión y el empuje de los caravanistas hacia la red diseñada al efecto

- Eficaz por cuanto se tratará de herramientas universales, no específicas para turistas itinerantes, y de aplicación por parte de los actores adecuados
- Eficiente, porque se posibilita la elección del abordaje adecuado en cada situación en que se pretende la movilización de los flujos de vehículos Vivienda hacia la red de áreas

MULTIFOCAL

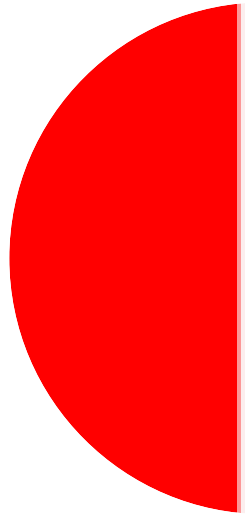
Con la participación de diferentes departamentos del Gobierno de Navarra en la definición de normas para la disuasión del aparcamiento fuera de áreas de la red:

- Dep. de Turismo, Comercio y Consumo
- Dep. de Ordenación del Territorio, Vivienda, Paisaje y Proyectos estratégicos
- Dep. de Desarrollo Rural y Medio Ambiente
- Dep. de Presidencia, Igualdad, Función Pública e Interior

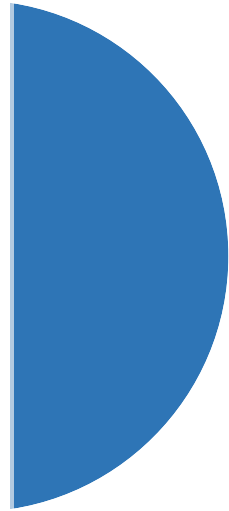
PERSONALIZADO

Con aprovechamiento y/o desarrollo de las posibilidades normativas existentes u otras nuevas, y aplicación personalizada de la norma conveniente para la disuasión:

- Coordinación y colaboración en la elaboración normativa en el Gobierno de Navarra
- Basada en normas de aplicación generalista, pero de aplicación lógica entre el caravanista
- Con la habilitación de Municipios y entidades comarcales en la elección y aplicación de las formulas normativas más convenientes -por adaptadas a los problemas específicos que crea el caravanismo-



SÍNTESIS



- Debe **distinguirse entre el concepto de usuario de vehículo vivienda y tipología turística del usuario**. En ocasiones será un turista de “DESCANSO Y PISCINA”, y se orientará preferentemente a un acampamento turístico, excepto en ruta. En otras responderá a un perfil de TOURING, y responderá a una lógica de tránsito, ubicación y parada propia de esta tipología, buscando puntos de características diferentes a los del acampamento turístico: ubicación, servicios, precio.
- El turista itinerante **responde a necesidades de ubicación** –cercana al punto de interés, a pie-; **y servicios** –normalmente mínimos, sujetos a estancias cortas de paso, y acordes con los que ya cuenta en el vehículo vivienda-, característicos de su actividad turística.
- Se han identificado una serie de **nodos estratégicos** –determinan la elección del destino y la actividad a realizar en él-; **calientes** –claves como destino, pero específicos-; **de complemento** y **de relleno**. Cada tipología de nodo responderá a una presión turística diferente.
- **Estas presiones turísticas marcan necesidades de respuesta por nodo**. Cada nodo podrá contener una oferta de varias áreas para cubrir esta presión, de diferente tipología en cuanto a servicios, tamaño, gestión y tipología de ubicación.
- En conjunto, se trata de tener una **red Navarra de áreas**, de diferentes tipologías, y colocadas según un análisis inteligente, común y coordinado de las necesidades de cobertura existentes.
- Las **Tipologías se dividen en** función de:
 - El **tamaño** del área: Micro, Pequeña, y Grande.
 - El **nivel de servicios**: Básicos, Básicos plus, y Premium.
 - El **tipo de promotor y/o gestor**: Ayuntamiento, Consorcio Comarcal, los Acampamentos turísticos, Establecimientos agrícolas, Bodegas, y Otros privados.
 - La **ubicación** del área: Urbana, Periurbana o Rural.

- La Red y su Oferta asociada se podrá gestionar en algún momento futuro de manera centralizada, a través de una **Central de Reservas y APPs asociadas**, que de información en tiempo real del sistema al turista itinerante, gestione los flujos, controle las estancias –número de personas, identidades, duración, datos turísticos- y aporte información turística de los nodos locales y comarcales.

- **El éxito de esta red se sustenta en dar respuesta a la demanda en un sistema que responde a los intereses públicos locales y forales, pero se apoyará además en un sistema de disuasión y movilización de los flujos itinerantes hacia estas áreas.** Esto es:
 - Incorporando a diferentes departamentos en la confección de un marco unificado, un trabajo conjunto desde cada potestad normativa.
 - Incorporando cada norma independientemente en el marco de disuasión, cuando sea preciso.
 - Incorporando normativa nueva, adaptaciones a la existente, o utilizando la normativa existente en este objetivo.

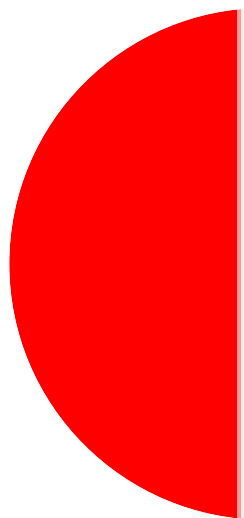
- El objetivo es la **producción de un entorno normativo, multifocal**, y que aporte capacidad de ejecución de la movilización, a través de instrumentos como la sanción y la información desde diferentes puntos de vista, a través de la elección del elemento de la ordenación más adecuado para el análisis de cada situación específica.

- El sistema de ordenación y su resultado implica a varios **departamentos de gobierno, que han participado dentro del marco de discusión propuesto en este documento:**
 - Departamento de desarrollo económico y empresarial – dirección de turismo, comercio y consumo.
 - Departamento de ordenación del territorio, vivienda, paisaje y proyectos estratégicos.
 - Departamento de desarrollo rural y medio ambiente.
 - Departamento de presidencia, igualdad, función pública e interior – dirección general de interior.

- Hemos establecido **12 líneas de desarrollo correspondientes a la elaboración del modelo de flujo y parada caravanista, en primer lugar, y a la generación de un contexto de favorecimiento a través de la disuasión y clarificación de las posibilidades de parada para el turista, en segundo.** Las fichas resultantes contienen la propuesta de ordenación en estos dos vectores mencionados, resultado de la investigación en diferentes contextos estatales y europeos, y de la participación de los sectores afectados y con interés en la materia. **Estas líneas están recogidas en fichas individuales, con las adiciones propuestas por los departamentos en una última ronda para su afinación.**
 - Delimitación de los servicios mínimos a disponer por área.
 - Estructuración de las áreas de servicio por niveles de servicio.
 - Expansión a la promoción privada.
 - Ordenación de los establecimientos rurales y agroalimentarios susceptibles de abrir una línea de acogimiento de turismo itinerante
 - Ordenación para la protección del paisaje.
 - Definición de los puntos de estacionamiento urbano.
 - Definición de las condiciones para el aparcamiento de los vehículos de motor en los municipios.
 - Definición de las condiciones de aparcamiento de los vehículos de motor en pistas y espacios no habilitados.
 - Definición de lugares de protección monumental o de especial protección patrimonial y espacios singulares.
 - Definición del control por afecciones medioambientales.
 - Definición de elementos de seguridad pública y protección civil para el control del aparcamiento.
 - Definición de la limitación del acceso a viales.

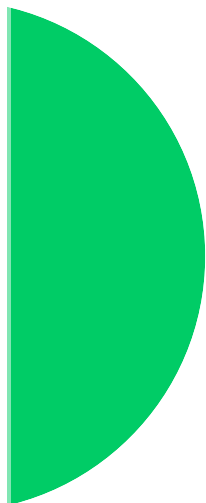
MARCO PARA LAS AREAS
Dep. Comercio y Turismo.

MARCO DE DISUACIÓN
División del marco de tareas
y liderazgos en un contexto
de actuación y posibilidades
realistas.



ESKERRIK
ASKO!

GRACIAS!



Reyno de
Navarra  **Nafarroa**_{ko}
Erresuma

Elaborado por:

 **ikertalde**

943 42 32 61

info@ikertalde.com