

Plan de Dinamización Turística de Ronda

CONTENIDOS

1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO
2. INTRODUCCIÓN AL ENTORNO CULTURAL, NATURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL
3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN
4. IDENTIFICACIÓN DE PUNTOS FUERTES Y DÉBILES EN EL TERRITORIO
5. DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN DE ACCIÓN. UN MODELO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA LA CIUDAD DE RONDA
6. TENDENCIAS DE LA DEMANDA A NIVEL GENERAL
7. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN DE ACTUACIÓN
8. PLAN GLOBAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA
9. PROYECTO DE CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE LOS BAÑOS ÁRABES DE RONDA
10. PROYECTO DE ELIMINACIÓN DEL CABLEADO AÉREO Y OTROS ELEMENTOS CONTAMINANTES VISUALES DEL CONJUNTO HISTÓRICO DE RONDA
11. PROYECTO PARA LA INSTALACIÓN DE CONTENEDORES SOTERRADOS EN EL ESPACIO HISTÓRICO TURÍSTICO DE RONDA
12. CREACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN Y PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO RONDA
13. PROYECTO DE PUESTA EN VALOR DEL CONJUNTO ARQUEOLÓGICO DE ACINIPO
14. PROYECTO DE ADECUACIÓN Y MODERNIZACIÓN DEL MUSEO MUNICIPAL DE RONDA
15. ADECUACIÓN Y MEJORA DE LA PLAZA DEL CAMPILLO
16. ADECUACIÓN Y MEJORA DE LA PLAZA DE PONS SOROLLA
17. RESTAURACIÓN DE PAVIMENTOS DEL CONJUNTO HISTÓRICO
18. CREACIÓN DEL CENTRO PERMANENTE DE FORMACIÓN TURÍSTICA
19. PLAN DE PROMOCIÓN
20. CONSERVACIÓN Y PUESTA EN VALOR DE LA CERCA AMURALLADA ISLÁMICA DE RONDA
21. CONSTRUCCIÓN ALBERGUE JUVENIL
22. PARTICIPACIÓN, COORDINACIÓN Y CONCERTACIÓN DE LAS ACTUACIONES DEL PDT
23. PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PDT RONDA

DEFINICIÓN DEL PROYECTO

Para que las oportunidades que ofrece el mercado turístico local de Ronda puedan ser aprovechadas al máximo y se pueda hacer frente a los retos del entorno turístico se requiere de una eficaz planificación estratégica. Con ésta trataremos de desarrollar ventajas competitivas sostenibles en nuestros productos turísticos, recursos o capacidades turísticas a fin que sean percibidas como tales por nuestros clientes potenciales y permitan alcanzar los objetivos previstos.

Con el presente proyecto pretendemos analizar la situación actual y la futura esperada, desde un esfuerzo ordenado para producir acciones y decisiones fundamentales en materia turística, que configuren y dirijan los objetivos y garantice una mejor implantación de las acciones a emprender.

Dado que nos movemos en un entorno de incertidumbre, cambiante y dinámico, la planificación se convierte en una herramienta de estudio y proyección muy importante en el sector turístico local, puesto que con ello buscaremos nuevas salidas y alternativas para aprovechar todas las oportunidades en un sector caracterizado por su extrema competencia.

La planificación se identifica como una visión de éxito, para ello estudiaremos todas las alternativas de futuro posibles para el sector turístico de Ronda, eligiendo las más viables, e indicando las pautas o líneas estratégicas que deben seguir todos los agentes socioeconómicos de la ciudad para alcanzar la meta señalada.

INTRODUCCIÓN AL ENTORNO CULTURAL, NATURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL

Ronda, cabecera de la Comarca Natural de la Serranía, con una población de 35.063 habitantes y un término municipal de 481 km², se localiza en la zona más noroccidental de la provincia de Málaga, ocupando una meseta a 739 metros sobre el nivel del mar y dividida por un profundo tajo o garganta excavada por el Río Guadalquivir y que supera en su parte más profunda los 100 metros.

Se encuentra rodeada por montañas de gran continuidad y mediana altitud, confiriéndole un carácter inaccesible, que junto a sus características climáticas, hidrológicas y de suelo la han determinado a lo largo de su historia.

Ronda, una de las ciudades más antiguas de España, tiene sus orígenes en la Prehistoria, continuando su presencia en el mundo ibérico y romano, aunque no obstante es el legado cultural árabe el más perceptible en Ronda y su territorio. La Ronda musulmana alcanzó gran importancia lo que ha generado que su cultura sea bien perceptible en la actualidad a través de un rico y variado patrimonio histórico: Baños Árabes, Palacio de Mondragón, Palacio del Rey Moro, Murallas, etc. en nuestro urbanismo, gastronomía, tradiciones y sistemas de cultivos, que sin duda debemos conservar, proteger y ponerlo en valor, con la finalidad de transmitirlo a las generaciones futuras y seguir aprovechando su presencia como vehículo de atracción turística.

Será con la conquista de la ciudad por los Reyes Católicos cuando se produzca una nueva reorganización cultural y de la fisonomía de la ciudad, aunque será el siglo XVIII el que remarque definitivamente el papel de la ciudad en el contexto de Andalucía. Es en esta época cuando se construyen los monumentos más significativos y emblemáticos de Ronda: el Puente Nuevo y la Plaza de Toros de la Real Maestranza de Caballería, auténticos símbolos internos y externos de nuestra ciudad.

La imagen romántica de la Ciudad se forja, sin duda en el siglo XIX, con el bandolerismo y la tauromaquia, causando una profunda impresión en muchos insignes viajeros. Ambos aspectos se han convertido desde entonces en símbolos de nuestra cultura y tradición. No obstante, la riqueza cultural de Ronda es mucho más amplia y rica que la reflejada en estos agradables tópicos, siendo esta diversidad la piedra angular del atractivo actual de Ronda, que la ha llevado a ocupar el tercer lugar como destino turístico de interior en Andalucía.

Del mismo modo, Ronda es poseedora de unos importantes recursos naturales, destacando la existencia de tres parques naturales protegidos: el Parque Natural Sierra de las Nieves, el Parque Natural Sierra de Grazalema y el Parque Natural de los Alcornocales, los dos primeros declarados por la UNESCO Reserva de la Biosfera y poseedores de importantes valores naturales y culturales (fauna, flora, vegetación, gastronomía, aspectos geológicos, eventos festivos, patrimonio histórico, etc.). La agricultura tiene carácter de subsistencia, salvo pequeños oasis agrícolas vinculados al cereal, olivar, leguminosas, etc. En cuanto a la ganadería destacar su cabaña caprina, ovina, porcina, bovino y en menor medida la caballar.

El sector industrial ha vivido grandes cambios desde finales del siglo XIX. Actualmente destacan las fábricas de mueble tipo rondeño, productos derivados de lácteos (quesos), industrias chacineras, incipiente producción vinícola, destilerías, molinos de aceite, canterías, forjas, amén de una rica actividad artesanal.

A nivel demográfico Ronda mantiene unas proporciones en su estructura poblacional y en los distintos grupos de edad que se asemejan a poblaciones que tienen un crecimiento positivo: El 23% es menor de 15 años. El 64,6% está entre los 25 y los 65 años. El 12,4% tiene más de 65 años.

En cuanto a la población activa, el 70% se concentra en el sector servicios (unas 7.000 pax.), 12 puntos más que la media española, la construcción ocupa el 13%, la industria el 10% y en el primario el 7% de la población.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN

1. Configuración de Ronda como centro turístico sostenible diferenciado de la Costa del Sol mediante la explotación racional de los recursos naturales y culturales con los que cuenta la ciudad de Ronda y la Serranía.
2. Resurgimiento de Ronda como cabecera de la comarca, consecuencia de la mejora de las comunicaciones, la modernización del comercio y las ofertas del ocio.
3. Configurar un turismo integrado en la riqueza cultural, natural y económica de la zona. La oferta turística de Ronda ha de ser el resultado natural de los recursos locales: paisaje urbano, gastronomía, patrimonio cultural y natural, acontecimientos festivos, etc.
4. Propiciar un turismo abierto al territorio, de forma que nuestros espacios naturales próximos y las localidades vecinas formen parte ineludible de la misma oferta turística.
5. Desarrollar un turismo dimensionado tanto en el tiempo como en el espacio. La dimensión temporal implica proseguir con la adopción de medidas que nos permitan alcanzar la estacionalidad cero. La dimensión espacial implica por un lado, evitar la concentración de corrientes turísticas en periodos de tiempo muy reducidos y por otro, tener capacidad de acogida sin vulnerar la capacidad de carga.
6. Fomentar un turismo participativo, duradero y viable, en el que se requiere la participación e implicación activa de los diferentes agentes que intervienen en el sector, basado en los efectos a medio y largo plazo del modelo turístico adoptado y no en el crecimiento extensivo a corto plazo.

IDENTIFICACIÓN DE PUNTOS FUERTES Y DÉBILES EN EL TERRITORIO

La identificación de los puntos fuertes y puntos débiles de Ronda ha sido el producto de la intervención ordenada de los empresarios locales a nivel individual y a través de su asociación (APYMER), de la aportación sindical, técnicos locales, políticos, representantes de la Escuela Universitaria de Turismo de Málaga, vecinos y Turismo de Ronda, S.A. a través de sus técnicos y consejeros. A continuación se presentan los puntos fuertes y débiles, apoyándonos en las conclusiones extraídas del análisis cuantitativo y cualitativo de la zona. Esta valoración es la base de las líneas estratégicas que más adelante se detallan.

PUNTOS FUERTES

1. Los recursos turísticos
2. El encanto de la ciudad.
3. El atractivo ecológico.
4. La cercanía a la Costa del Sol.
5. El patrimonio histórico, cultural y artístico.
6. Su historia.
7. Los recursos naturales.
8. El nombre de la ciudad.
9. La artesanía
10. La comarca.
11. Centro de servicios de la comarca.
12. La situación geográfica de Ronda.
13. Salubridad del clima.
14. Crecimiento de la oferta turística local

PUNTOS DÉBILES DE CARÁCTER AMBIENTAL.

1. Carencia de depuradora.
2. Vertederos incontrolados.
3. La contaminación visual de los contenedores
4. Excesivos ruidos.

TRÁFICO.

1. Caos del tráfico.
2. Déficit de aparcamiento.
3. Inexistencia de regulación aparcamiento de autobuses.

INFRAESTRUCTURA.

1. Deficiencia en la red de comunicaciones.
2. Inexistencia de Albergue Juvenil.

FORMACIÓN.

1. Escasa información en los recursos humanos.
2. El individualismo de los empresarios.

3. Inadecuada acogida al turista.
4. Falta de emprendedores.
5. Falta de especialización de la mano de obra.
6. Falta de concienciación turística de la ciudadanía.

OFERTA.

1. Necesidad de incrementar la calidad en la oferta turística.
2. Estandarización de la oferta.
3. Inadaptación de la oferta a las posibilidades tecnológicas actuales.
4. Inexistencia de eventos culturales de calidad vinculados al turismo.
5. Inexistencia de control público sobre la oferta (I.A.E., precios, ocupación vía pública, etc.
6. Obsolescencia del comercio.

CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO.

1. Deficiencia estética en el mobiliario urbano.
2. Deficiencias en la señalización.
3. Necesidad de revisar el Plan de Ordenación Urbana.
4. Profusión de cableado aéreo, antenas, contadores en el conjunto histórico.
5. Falta de ornato en el conjunto histórico y espacio turístico. Solares abandonados, fachadas deterioradas, en determinados jardines.
6. Problemas de conservación en las murallas musulmanas de Ronda.
7. Adecentamiento y mejora de las entradas de Ronda.

INVESTIGACIÓN.

1. Inexistencia de investigación aplicada al sector turístico local.

DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN DE ACCIÓN. UN MODELO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA LA CIUDAD DE RONDA

La Organización Mundial del Turismo (OMT) prevé que en el año 2010 el número de turistas internacionales será de 970 millones. Aunque este crecimiento constante de la actividad turística afecta cada vez más a espacios y escenarios más diversos, la mayor parte de los desplazamientos tendrán como destino las actuales zonas turísticas consolidadas. En lo que nos interesa, podemos deducir que la salud del sector en nuestra ciudad irá mejorando, aunque para ello el tratamiento y gestión deberá ser otro, ante las nuevas exigencias del mercado.

Tradicionalmente, el desarrollo turístico de Ronda se ha basado en un modelo de crecimiento extensivo en el que el objetivo básico ha sido y es el incremento del número de visitantes, independientemente de la capacidad de acogida del territorio, la prioridad de los beneficios a corto

plazo en detrimento de los efectos a medio y largo plazo, más la creación de una oferta turística homogénea y estandarizada, etc.

Un modelo de desarrollo turístico sostenible para la ciudad de Ronda no es una situación estática de armonía sino más bien un proceso de cambio en el que la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y la transformación institucional se ajusten a las necesidades presentes y futuras.

La sostenibilidad en el sector turístico de Ronda debe consolidarse como pieza clave en la gestión de los recursos turísticos actuales, no entendiéndolo como un modelo cerrado sino como una estrategia abierta y flexible, adaptada a nuestras singularidades territoriales. A pesar de esta concepción abierta debemos identificar una serie de objetivos básicos asociados a este concepto sostenible.

Objetivo 1.- Un turismo planificado. Analizando las condiciones presentes y las perspectivas futuras y la toma de decisiones a partir de la información sobre las diversas variables que intervienen en el proceso turístico: económicas, ambientales, sociales y territoriales. La planificación del turismo en Ronda y su entorno es un primer paso indispensable en la elaboración de la estrategia sostenible que pretendemos.

Objetivo 2.- Un turismo integrado. La oferta turística de Ronda debe ser el resultado natural de los recursos locales, las formas arquitectónicas, los acontecimientos festivos, la gastronomía. El turismo no puede ser un elemento ajeno a la identidad de Ronda, sino un elemento integrado en la riqueza cultural y económica de la misma. En este sentido el monocultivo turístico ha de ser sustituido por modelos diversificados en los que el turismo forma una parte importante de la estructura económica de Ronda y su entorno.

Objetivo 3.- Un turismo abierto a su territorio, de forma que los espacios naturales próximos, las localidades vecinas formen parte ineludible de la misma oferta turística de Ronda. La diversidad es nuestro principal activo.

Objetivo 4.- Un turismo dimensionado: Nuestra estrategia ha de estar dimensionada en el tiempo y en el espacio. La dimensión temporal implica iniciar medidas para reducir la estacionalidad. La concentración de las corrientes turísticas en periodos de tiempo muy reducidos incrementa el impacto real sobre Ronda, acentuando la despersionalización de la experiencia turística y limita la viabilidad económica y social del turismo.

La dimensión espacial implica determinar la capacidad de acogida del territorio y limitar la afluencia de turistas a las características físicas del espacio. El turismo sostenible define un umbral de visitantes que asegura la capacidad de regeneración del territorio y la calidad de la experiencia turística.

Objetivo 5.- Un turismo participativo: El modelo proyectado no puede ser puesto en marcha sin la participación activa de todos los agentes que intervienen en el proceso turístico: empresarios, administración local, población residente, técnicos y visitantes.

Objetivo 6.- Un turismo duradero: Nuestro modelo debe tender no al crecimiento a corto plazo de la demanda, sino a los efectos a medio y largo plazo del modelo turístico adoptado.

A modo de conclusión el desarrollo de un modelo turístico sostenido para la ciudad de Ronda y su entorno debe basarse en una gestión eficaz de los recursos turísticos locales que integre la capacidad de desarrollo económico y el respeto a los valores ambientales, sociales y culturales de nuestro territorio. De ninguna manera podemos caer en un dejar hacer sin objetivos concretos. Nuestro modelo debe implicar la adopción de medidas que integren la variable ambiental, la participación activa de los interesados, las singularidades de nuestro territorio y capacidad de adaptación a los cambios en el futuro.

La apuesta por este modelo, amén de por convencimiento, radica en la necesidad de adaptarnos a las exigencias del mercado por el lado de la demanda, la complejidad creciente en la práctica turística, las nuevas motivaciones de los turistas, así como las nuevas pautas y tendencias de consumo que se vienen detectando en los demandantes.

TENDENCIAS DE LA DEMANDA A NIVEL GENERAL

Una de las mutaciones más importantes de las pautas de consumo turística son la sensibilidad medioambiental y el interés por la cultura y la singularidad del destino turístico.

De esta forma se detectan nuevas motivaciones, pautas de consumo y tendencias, existiendo varias razones para explicar estos cambios de hábitos que se vienen experimentando en la demanda.

1. Degradación ambiental de los destinos turísticos masivos y como consecuencia revalorización de la calidad del paisaje.
2. Pérdida de atractivos de los destinos turísticos convencionales por saturación, masificación, homogeneización, lo que provoca en la demanda la búsqueda de nuevos escenarios.
3. Modernidad y reproducción de la cotidianidad urbana en los espacios turísticos que hacen que sean contrarios a la propia esencia del fenómeno turístico, lo que origina una reacción contra la modernidad y una mayor demanda de experiencias y espacios alternativos que estén fuera de lo cotidiano, lejos de la uniformidad de los espacios urbanos modernos. El nuevo patrón que se viene consolidando busca lo vernáculo y la personalidad de los lugares.
4. Polarización lineal y nuclear de la oferta turística tradicional que provoca una creciente demanda de nuevos destinos. Se percibe una internacionalización de la mirada turística, en la que se perciben todos los espacios como potenciales turísticos.
5. Competencia que ejercen los nuevos destinos porque ofrecen una mayor calidad, mayor protagonismo del territorio y la revalorización de los recursos culturales y naturales, todo junto con precios más competitivos.
6. Profundos cambios que está experimentando la sociedad postindustrial:
 - 6.1. De tipo demográfico: aumento del número de jubilados, de parejas sin o con pocos hijos, de divorciados o personas solas.
 - 6.2. De tipo social: existiendo una mayor predisposición a viajar. Varían los hábitos respecto a la forma de repartir el tiempo de ocio, cambian las pautas de consumo respecto a la preferencia por los bienes volátiles y singulares, amén de una mayor conciencia ecológica, etc.
 - 6.3. De tipo laboral: aumenta el tiempo de ocio. Las vacaciones se reparten a lo largo de todo el año y aumenta el número de congresos y eventos.
 - 6.4. De tipo cultural: aumentando el nivel de instrucción de la sociedad y por tanto existe más afán por contactar con la cultura y la naturaleza.
 - 6.5. De tipo político: incorporación al mercado de la oferta de nuevos territorios turísticos.

Así pues EL PERFIL DEL NUEVO TURISTA a diferencia del turista de masas se caracteriza por:

- Mayor interés por la naturaleza, la cultura, el deporte, la gastronomía, la artesanía, etc.
- Es más experto y exigente, más imaginativo y más culto y reparte su tiempo libre a lo largo de todo el año (las vacaciones se multiplican pero se acortan). Demanda productos de calidad y valora la diferenciación y la autenticidad de la experiencia turística por lo que rechaza la estandarización y la masificación.
- Es más dinámico y activo, más participativo que contemplativo. Por eso necesita realizar actividades y disfrutar de una mayor integración en el medio. Se interesa por la cultura

local y quiere llegar a conocer el territorio que visita, no limitándose a una visión panorámica.

- Es mucho más respetuoso con el medio ambiente y valora especialmente el medio natural y los espacios no degradados. Por esta razón selecciona aquellos destinos que ponen en práctica medidas correctoras para minimizar los impactos ambientales y se esfuerzan por preservar la biodiversidad.
- Posee mayor capacidad de gastos y se dispone a pagar más si se satisfacen estas exigencias.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN DE ACTUACIÓN

PRIMERA LÍNEA ESTRATÉGICA: Configuración de Ronda como centro turístico sostenible diferenciado de la Costa del Sol mediante la explotación de los recursos naturales y culturales con los que cuenta la ciudad de Ronda y Serranía.

INVESTIGACIÓN.

- Creación de fondos para investigación aplicada al turismo. (PDT)
- Potenciación del Observatorio Turístico de Ronda. (AYTO)

CONSERVACIÓN Y PUESTA EN VALOR DE RECURSOS.

- Restauración global de los pavimentos del Conjunto Histórico. (PDT)
- Soterramiento global de los contenedores en el espacio turístico de Ronda. (PDT)
- Eliminación de antenas, cableados aéreos y contadores del Conjunto Histórico. (PDT)
- Conservación y puesta en valor de la cerca amurallada de Ronda. (PDT)
- Iluminación monumental. (AYTO)
- Proceder a la correcta interpretación de nuestra oferta monumental. (PDT)
- Revisión del Plan General de Ordenación Urbana. (AYTO)
- Depuración de aguas residuales. (AYTO)
- Incremento de la limpieza en los perímetros del Conjunto Histórico. (AYTO)
- Fondo para el mantenimiento continuado de nuestro Patrimonio Histórico. (AYTO)
- Acometer un plan global de puesta en valor del yacimiento arqueológico de Acinipo. (PDT)
- Plan de ornato para fachadas y solares abandonados en el Conjunto Histórico. (AYTO)
- Ejecución del proyecto de Museo de la Ciudad. (PDT)
- Finalización de los trabajos de restauración del Convento de Santo Domingo. (AYTO)
- Finalización de los trabajos de restauración de la Casa del Gigante. (AYTO)
- Mejora y adecuación de la Plaza Pons Sorolla. (PDT)
- Mejora y adecuación de la Plaza del Campillo. (PDT)

SEÑALIZACIÓN.

- Plan global de señalización e información interna para la ciudad de Ronda, tanto pública como privada. (PDT)
- Plan global de señalización externa de la ciudad de Ronda. (PDT)

PROMOCIÓN.

- Culminación del sistema telemático de distribución de productos turísticos. (AYTO)
- Elaborar una historia actualizada de Ronda. (AYTO)
- Fomento de las alianzas promocionales entre los agentes públicos y privados. (AYTO)
- Campaña de promoción turística tanto interna como externa. (PDT)

- Implantación de la web de Ronda en los portales más importantes del mundo especializados en turismo. (PDT)
- Actualización y mejora de los soportes de promoción impresos de Ronda. (AYTO)

SEGURIDAD Y ACCESIBILIDAD.

- Eliminación de obstáculos en la vía pública del espacio turístico de Ronda. (AYTO)
- Mejora y embellecimiento de los accesos a Ronda. (AYTO)
- Creación de la Policía Turística dependiente de la Policía Local. (AYTO)
- Proseguir con la eliminación de barreras arquitectónicas en el espacio turístico. (AYTO)

FORMACIÓN.

- Implantación de módulos de hostelería, restauración y turismo en la Formación Profesional cualificado. (AYTO)
- Programas de Formación a medida y en diferentes soportes didácticos. (AYTO)
- Creación del Centro de Formación Turística de Ronda. (PDT)
- Creación de la Escuela de Hostelería y Turismo. (AYTO)

PARTICIPACIÓN.

- Creación del Foro Local de Desarrollo Sostenible. (PDT)

TRÁFICO.

- Potenciar la creación de un área de servicios para autobuses y vehículo- los pesados. (AYTO)
- Peatonalización global del Conjunto Histórico. (AYTO)
- Implantación del programa de mejora en la perspectiva visual de nuestros monumentos. (AYTO)
- Construcción de aparcamientos subterráneos. (AYTO)
- Continuación de los procesos de peatonalización del centro comercial de Ronda. (AYTO)
- Instauración del Plan contra la contaminación acústica en el espacio histórico-turístico de Ronda. (AYTO)
- Regulación de aparcamientos en las calles del espacio turístico de la ciudad. (AYTO)
- Regulación de la carga y descarga en el espacio turístico de la ciudad. (AYTO)

CONTROL DE LA OFERTA.

- Creación de Albergue Juvenil. (PDT)
- Incremento del control de productos y servicios turísticos. (AYTO)
- Implantación del programa de control de calidad de los establecimientos vinculados al sector turístico. (AYTO)
- Incremento del control sobre el intrusismo en el sector. (AYTO)
- Favorecer desde lo público la diversificación de la oferta turística, en especial potenciar la creación de un albergue juvenil, un parque temático vinculado a la didáctica de algún periodo histórico relevante en la zona, etc. (AYTO)
- Inclusión de los usos turísticos del territorio en el planeamiento urbanístico. (AYTO)

SEGUNDA LÍNEA ESTRATÉGICA: Resurgimiento de Ronda como centro de atracción de la comarca como consecuencia de la mejora de las infraestructuras de comunicaciones, la modernización del comercio y las ofertas del ocio.

- Mejoras de firme y adecuación de las comunicaciones en la comarca. (AYTO)
- Mejora del paisaje urbano comercial (señalización, mobiliario urbano, decoración de fachadas, etc.). (PDT)
- Peatonalización del centro comercial de Ronda. (AYTO)
- Nuevas vías urbanas periféricas de circulación. (AYTO)
- Incremento de los procesos de formación. (PDT)
- Alianzas promocionales del comercio tradicional de Ronda. (AYTO)
- Creación de la tienda «comercio virtual de Ronda». (PDT)
- Mejora de las comunicaciones con la Costa del Sol. (AYTO)
- Medidas para aminorar la contaminación acústica. (AYTO)
- Las especificadas para el tráfico en la primera línea estratégica. (AYTO)

PLAN GLOBAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

La señalética constituye una de las primeras formas de presentación y puesta en escena de la ciudad al visitante. Una señalética bien planteada va a facilitar al turista el descubrimiento de Ronda, siendo capaz de mostrarle nuestra ciudad de un modo ordenado y sugerente, partiendo siempre de planteamientos estéticos que se integren perfectamente en el entorno tan singular de Ronda.

Este proyecto contempla la instalación de cuatro tipos de señalización:

- Direccionales e informativas.
- Señalización monumental.
- Interpretativos y orientativos de la ciudad.
- Callejero de la ciudad.

En la confección de esta señalización urbana se tendrá muy en cuenta que el diseño y los materiales utilizados no distorsionen en el entorno monumental y turístico de Ronda, motivo por el que se estudiarán con detenimiento los ejes temáticos, imágenes y colores de la ciudad.

Las nuevas señales tendrán un diseño exclusivo para Ronda, también en cuanto a los materiales, diferente de los modelos industriales y estandarizados que existen en otros lugares, como se merece una ciudad histórica y turística como Ronda. Este proyecto debe convertirse en una referencia para otras ciudades de similares características.

PROYECTO DE CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE LOS BAÑOS ÁRABES DE RONDA

El proyecto que nos planteamos tiene como objetivo iniciar la reflexión sobre la utilización de los Baños Árabes de Ronda de cara a generar un producto cultural y turístico interesante y respetuoso con el monumento y ello tiene que ver básicamente con tres aspectos fundamentales:

- La proyección y potenciación de los baños árabes como punto obligado de visita y mediante la creación de un producto de turismo cultural cohesionado, atractivo y satisfactorio para el público.
- La correcta lectura y disfrute de los conceptos y conocimientos que se desprenden de éste monumento árabe por todo aquel visitante que se interese por él, comprendiendo sus funciones, significación, usos y monumento en el universo de los baños árabes españoles.
- Completar adecuadamente otras intervenciones que hoy por hoy se están realizando en Ronda, como la del Puente Nuevo, para conseguir la creación de un producto cultural que permita que todos aquellos que hoy se acercan a visitar la ciudad y sus destacados atractivos puedan llevarse además de una visión sobre nuestro patrimonio histórico, una auténtica experiencia.

Este monumento nacional del siglo XIII considerado uno de los baños urbanos más completos y en mejor estado de conservación de los que se han conservado en Al-Ándalus, que además es uno de

los baños públicos árabes más grandes de la península, merece un proyecto global de uso público que desarrolle sus potencialidades en toda su amplitud, ya que las posibilidades interpretativas y temáticas para generar producto son enormes.

Con esta intervención en uno de los conjuntos termales más importantes de época árabe en España pretendemos:

- Despertar el interés del público por el patrimonio de la ciudad de Ronda.
- Ofrecer al visitante un producto más allá de la simple visita a un monumento, consiguiendo así una calidad de la experiencia
- Incrementar el valor simbólico del conjunto con su uso público y valorizar el monumento mediante su comprensión eficaz.
- Facilitar mediante el conocimiento, la gestión y la adecuada comunicación del monumento una buena conservación y estudio para las generaciones presentes y futuras.
- Rentabilizar social y económicamente el legado cultural que representa los baños árabes de Ronda de cara al visitante y a la población local.

En definitiva queremos explicar la función de los baños en la sociedad musulmana, la ubicación de los baños dentro de la estructura urbana de la Ronda del Siglo XIII, la estructura de los baños, zonas y funcionamiento, etc.

PROYECTO DE ELIMINACIÓN DEL CABLEADO AÉREO Y OTROS ELEMENTOS CONTAMINANTES VISUALES DEL CONJUNTO HISTÓRICO DE RONDA

La calidad del paisaje urbano en una ciudad histórica como Ronda, tercer destino turístico de interior en Andalucía es un valor fundamental en nuestra oferta turística. Somos conscientes de la necesidad de reforzar nuestros elementos patrimoniales por la vía de la conservación, de la restauración y de la puesta en valor. Pero no sólo conservación de nuestros monumentos sino también de la integridad de nuestra ciudad histórica y su espacio turístico. El Patrimonio histórico necesita calidad y autenticidad. Calidad en su entorno, en su urbanismo y en cualquier tipo de equipamientos y servicios.

En este contexto de cualificación del paisaje urbano se enmarca el presente proyecto de eliminación de cableado aéreo, contadores, y antenas del Conjunto histórico de Ronda declarado Bien de Interés Cultural en el año 1966 (D.2692/1966 de 6 de Octubre. BOE 25-10-66).

Nuestra preocupación por la eliminación de aquellos elementos que distorsionan nuestro paisaje urbano no es algo novedoso. En 1.932 el Director General de Bellas Artes hizo saber a todos los alcaldes del país que "quedaba prohibida terminantemente la colocación de cables de luz eléctrica y teléfonos en los monumentos histórico-artísticos y que procurasen conseguir la desaparición de los ya colocados".

Una magnífica joya de la arquitectura árabe en Ronda es digna de aprecio en sí misma, pero, sobre todo, si su contemplación y admiración no dependen de sortear una telaraña de cableados, las conducciones de alumbrado, contadores de luz y toda suerte de carteles, antenas, alambres y demás artilugios que provocan su contaminación visual, la ruptura de la armonía y el daño en los espacios que son representativos de la arquitectura tradicional o histórica como es el caso de Ronda.

Conscientes que estos elementos contaminantes encajan muy mal con el perfil del nuevo turista que exactamente hace gala de una atención especial por la calidad de los espacios que visita y el cuidado ambiental de sus lugares de destino es por lo que proyectamos la eliminación del cableado aéreo en el Conjunto Histórico de Ronda y su espacio turístico, amén de la eliminación de los contadores y antenas.

El futuro turístico de Ronda va a depender, como nunca, del cuidado que sepamos volcar en el mantenimiento y arraigo de sus peculiares valores medioambientales, paisajísticos y monumentales.

La ejecución del proyecto supondrá un punto de inflexión en esta historia de desencuentro que, hasta ahora han sido las relaciones entre las previsiones normativas de protección de estos bienes y su entorno y la realidad de los hechos y de los comportamientos contrarios a aquélla, fomentando el desarrollo del turismo cultural en nuestra ciudad lo que constituirá un exponente de respeto por parte del sector público, hacia nuestro patrimonio histórico, como parte de nuestra propia historia e identidad.

PROYECTO PARA LA INSTALACIÓN DE CONTENEDORES SOTERRADOS EN EL ESPACIO HISTÓRICO TURÍSTICO DE RONDA

Los contenedores para la recogida de basuras instalados en las calles de cualquier municipio, aunque imprescindibles suponen una serie de problemas en una ciudad histórica y turística como Ronda, que van desde su ubicación, puesto que nadie quiere tenerlos delante de sus fachadas, hasta su utilización, por no respetarse el horario en el que deben ser depositadas las bolsas y pasando por el importante impacto visual que genera en un paisaje urbano tan singular como el de Ronda.

La implantación de equipos de contenedores soterrados aporta soluciones muy valiosas al sistema actual de recogida generando las siguientes ventajas:

- Ocultan a la vista los contenedores que actualmente están en superficie.
- Evita el abandono de bolsas fuera de los contenedores, minimizando su impacto visual y la generación de malos olores.
- Recupera la estética perdida en el paisaje urbano.
- Minimiza el mobiliario urbano utilizado.

Este sistema de contenedores soterrados, al no modificar la forma actual de recogida (se utilizan los mismos contenedores y los mismos camiones que existen actualmente), permite la instalación de equipos aislados o agrupados en lugares puntuales (zonas peatonales, paseos, conjunto histórico, área comercial, etc.) y ampliar de forma progresiva al resto de los municipios, así como a sistemas de recogida selectiva.

En definitiva la instalación de contenedores soterrados es una forma de hacer las ciudades más habitables y saludables para todos.

Por ello se trata de un proyecto perfectamente adaptado a nuestra aspiración de crear un paisaje urbano de calidad para Ronda, pues estos soportes personalizados no modifican en nada la estética del espacio turístico e histórico.

La instalación de este sistema lleva aparejada una obra civil consistente en apertura de caja bajo el nivel del suelo y hormigonado interior de la caja, donde se colocan los contenedores. La solución superficial se remata con pequeños elementos con boca por donde se vierten las basuras que desembocan en los contenedores subterráneos, los cuales suben, ante su recogida, a través de un sistema hidráulico.

CREACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN Y PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO RONDA

El sistema de gestión telemática de destinos turísticos para Ronda es un proyecto que tiene por objeto el diseño y la ejecución de la gestión integral de Ronda y su territorio circundante como destino turístico, abarcando desde la comercialización del mismo hasta la búsqueda de las mejores prácticas empresariales, incluyendo actividades de investigación y desarrollo que garanticen la sostenibilidad del mismo.

Los beneficios de la creación de un SGD (Sistema de Gestión de Destinos) para Ronda se pueden concretar en los siguientes:

- Creación, difusión y control de una imagen global del destino, transmitiendo un mensaje corporativo de Ronda.
- Provisión de información del destino a los consumidores potenciales con el consiguiente incremento de visitantes.
- Distribución del destino turístico lo que implica capacidad para gestionar reservas y transacciones online. Para ello se creará una gestora telemática de reservas y transacciones debiendo ser capaz de distribuir un paquete integral con base en Ronda.
- Apoyo a las organizaciones empresariales ubicadas en Ronda e implicadas en el SGD. Este apoyo se materializará en la prestación de soporte técnico a la planificación estratégica, políticas de comercialización, planes financieros y de inversiones, sistemas de calidad, etc., de dichas organizaciones.

Sin duda alguna los receptores de los beneficios expresados serán los visitantes, los productores de servicios turísticos en Ronda, la administración local y los posibles inversores, agencias de viajes, turoperadores, etc.

El éxito de un SGD para Ronda vendrá dado por la satisfacción de las necesidades de las diferentes partes implicadas en él. Concretamente el SGD deberá cumplir los siguientes requisitos.

PARA LOS TURISTAS

- Eficiencia, lo que implica la obtención de información y la realización de transacciones online de forma rápida, segura y a un coste asumible.
- Provisión de información veraz, antes, durante y después del viaje.
- Capacidad para realizar reservas y confirmación de las mismas online.
- Posibilidad de compra del paquete completo de las actividades que se quieren realizar en Ronda.

PARA LOS PRODUCTORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

- Capacidad para difundir y aumentar el conocimiento de Ronda como destino.
- Debe permitir la realización de acciones comerciales agresivas tales como reservas de último minuto.
- Precisión y seguridad en la realización de transacciones.
- Provisión de información del mercado.

PARA LA ADMINISTRACIÓN LOCAL

- Precisión y seguridad en la información proporcionada a los turistas de tal forma que se garantice la credibilidad del destino.
- Aumento de los turistas que acuden al destino,
- Ser una herramienta de promoción y gestión del destino.
- Capacidad para incentivar el desarrollo de las empresas turísticas localizadas en Ronda.

PARA LOS POSIBLES INVERSORES EN EL SGD

- Precisión y eficiencia del SGD.
- Capacidad para generar beneficios.
- Orientación permanente hacia la cuenta de resultados.
- Habilidad para adoptar las nuevas tecnologías.

PARA TOUOPERADORES

- Amigable y fácil de entender.
- Provisión de información.
- Posibilidad de utilizar el SGD como herramienta de promoción.
- Posibilidad de reducir la estacionalidad.
- Posibilidad de incrementar el volumen de negocio.

- Soportar la mayor parte del proceso de compra. Ello implica que el sistema de Ronda deberá ofrecer productos ya diseñados o módulos que permitan una fácil confección del paquete.

PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES

- Precisión y seguridad en la provisión de información.
- Reservas online, confirmación inmediata y capacidad de respuesta rápida a requerimientos especiales.
- Ser amigable y fácil de entender.
- Garantizar las comisiones.

PROYECTO DE PUESTA EN VALOR DEL CONJUNTO ARQUEOLÓGICO DE ACINIPO

El yacimiento arqueológico de Acinipo (Ronda), está situado a 12 kilómetros de Ronda, en una gran mesa caliza de origen terciario y presenta importantes restos de época protohistórica y romana.

Sin duda alguna la fase cultural romana es la más importante. Su ciudad asentada sobre un poblado de época ibérica nos permite observar algunos de los elementos edilicios más característicos de las ciudades del Imperio Romano: teatro, foro, termas, etc.

Este yacimiento declarado Bien de Interés Cultural, es de titularidad pública y presenta un mediocre estado de conservación y nulos soportes interpretativos, sobre todo en el teatro aunque extensible al resto de estructuras emergidas.

Un recurso cultural, histórico y turístico como el que nos ocupa requiere de una acción global tendente a su puesta en valor definitiva.

Son múltiples las razones por las que en un yacimiento como el de Acinipo cualquier tipo de actuación estaría sobradamente justificada. El acercamiento de bienes de esta importancia a la sociedad constituye no únicamente un motivo más para ampliar una determinada oferta turística, sino toda una obligación moral dispuesta a dar a conocer los resultados que toda la labor investigadora llevada a cabo en los últimos años ha sacado a la luz y que han permitido redescubrir una visión sobre el emplazamiento que había permanecido oculta en la noche de los tiempos.

De esta manera y en términos genéricos, fundamentalmente son tres los objetivos que nos planteamos con el presente proyecto.

- Garantizar la conservación integral de las estructuras arqueológicas emergidas y recuperar así un legado cultural de interés general a todos los ciudadanos.
- Ampliar nuestra oferta turística y cultural y por ende el incremento del contenido turístico de Ronda, desde un concepto, imagen y servicio moderno.
- Potenciar el valor del yacimiento como instrumento pedagógico excepcional al servicio de la educación, logrando que su visita además sea una experiencia seductora.

En aras a alcanzar estos tres objetivos proponemos las siguientes acciones.

CÁVEA DEL TEATRO DE ACINIPO

El graderío o cávea se halla totalmente excavado en la propia piedra del terreno. Todo el conjunto está expuesto a la acción directa de los factores y agentes atmosféricos y a bioalteraciones producidas principalmente por el desarrollo y crecimiento de plantas, líquenes y hongos, lo que unido a la propia composición de la piedra, rica en cal, ha favorecido el avanzado y alarmante estado de alteración que en la actualidad presenta. Es importante tener en cuenta entre los

factores de deterioro, la falta de protección y la ausencia de acotamiento de este yacimiento emergente, lo que ha provocado el mal uso de este bien por parte de los visitantes que no tienen límites para campear por cualquier zona del teatro, a pesar del mal estado que presenta.

Entre las patologías más considerables que se han detectado están las siguientes:

- Invasión herbácea, líquenes y hongos.
- Depósitos de tierras y enterramientos de algunas zonas.
- Alteraciones de las características de la piedra, tales como fragmentaciones, erosión, meteorización, costras, movimientos, etc.
- Pérdidas de masa de los elementos pétreos, debido a diversas causas fisicoquímicas, mecánicas, erosión, roturas por mal uso, etc.
- Posible pérdida de morteros en las juntas entre diferentes piezas.
- Agujeros, agrietamientos y hendiduras.

La propuesta de intervención se desglosará en tres partes. La primera se corresponderá con la fase analítica y de adopción del criterio más adecuado. La segunda con la recogida de la documentación fotográfica y gráfica del estado de conservación inicial y la tercera con la fase propiamente de intervención y redacción de memoria final.

En líneas generales, salvo tratamientos específicos que requieran una determinada actuación especial, consideramos que el estado de conservación de este bien plantea la siguiente estructura de trabajo:

- Limpieza superficial de la piedra.
- Tratamiento herbicida y fungicida.
- Limpieza manual de depósitos ajenos a la composición de la piedra.
- Descarnado y saneado de juntas entre diferentes piezas. Perfilado y limpieza de las mismas.
- Preparación de las superficies pétreas a tratar.
- Tratamiento de consolidación de la piedra. Relleno y sellado de juntas, grietas, hendiduras y agujeros.
- Ensamblaje de piezas fragmentadas o rotas, mediante adhesión y cosido con elementos de acero inoxidable.
- Consolidación superficial de la piedra.
- Rejuntado con morteros de cal y arena o de polímeros si fuese aconsejado por las analíticas.
- Imprimación hidrofugante generalizada.

Terminada la intervención que abarcaría un año de trabajos se realizaría la Memoria Final, que describirá el tratamiento realizado y recogerá la documentación gráfica y fotográfica de los tratamientos realizados y del estado final después de la intervención.

INSTAURACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE ACINIPO

Dicho centro se ubicaría en un cortijo situado en el interior del yacimiento y que fue rehabilitado en su día para este fin por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, aunque no se dotó del oportuno contenido.

Con la instauración del centro de interpretación pretendemos:

- Dar a conocer la importancia del yacimiento arqueológico de Acinipo.
- Fomentar la conservación del Patrimonio.
- Fomentar el conocimiento y disfrute de nuestro patrimonio al visitante.
- Habilitar un equipamiento cultural de carácter europeo en cuanto a imagen, servicios y concepto.
- Lograr que la visita al centro y al yacimiento sea una experiencia seductora para el visitante.
- Convertir este bien en un reclamo a la altura de otros elementos patrimoniales de Ronda.
- Aumentar el contenido cultural, educacional y turístico de Ronda.

OTRAS INTERVENCIONES

Amén de lo descrito anteriormente proponemos una serie de actuaciones dirigidas a complementar en unos casos o simplemente a cubrir carencias en otros. De entre ellas podríamos destacar:

- Instalación de nueva señalética direccional, de itinerarios y paneles explicativos en el yacimiento.
- Edición de folletos y publicaciones.
- Limpieza de las estructuras arqueológicas emergentes.

PROYECTO DE ADECUACIÓN Y MODERNIZACIÓN DEL MUSEO MUNICIPAL DE RONDA

En la actualidad existen seis salas en funcionamiento, correspondientes a cuatro momentos expositivos: El mundo de las cuevas, adscribirle en términos generales a la que llamaríamos Prehistoria Antigua; tres salas dedicadas a reconstrucciones de ambiente inspiradas en excavaciones cercanas (interior de un dolmen), cabaña e industrias líticas y óseas, ubicables en la Prehistoria Reciente; una sala dedicada a la metalurgia, de ámbito temporal diverso y una sala para estelas funerarias andaluzas.

La orientación es básicamente la de centrar el contenido en reconstrucciones de ambiente que proporcionen una percepción global del tema tratado, recurriendo a muy escaso discurso verbal o gráfico. Existe poco material arqueológico original expuesto, primando las reproducciones. Escapan a esta tendencia la sala de la metalurgia, con alguna pieza de entidad expuesta en vitrina tradicional y las estelas andaluzas, así mismo expuestas de forma convencional con paneles de texto y fotos.

El primer problema que se observa en la realidad es de circulación. El edificio es un palacio con diversos momentos constructivos, con pasillos de no mucha anchura y salas de pequeño tamaño. Presenta de entrada limitaciones de circulación que harían muy problemática la afluencia de gran cantidad de gente y en particular de grupos. Obliga a una segmentación forzosa del discurso expositivo, que se impone a veces a lo que serían las divisiones lógicas del contenido. Con todo ofrece la posibilidad de un recorrido continuo sin vueltas atrás. Para ello habría que eliminar o señalar convenientemente las posibles encrucijadas.

El segundo problema constatado es la falta de conexiones visibles entre los diversos momentos. No se hace presente un hilo conductor que proporcione al visitante la sensación de ir avanzando de forma coherente. A esto colabora sin duda la falta de las mencionadas salas de la antigüedad, que crea un salto temporal entre lo prehistórico y lo andalusí, pero persistiría incluso con su inclusión.

Las causas de esta desconexión pueden ser:

- Ausencia de señalización común. No existe un sistema integrado de rotulación de salas, hitos en encrucijadas, identificadores visuales.
- Existencia de muy poco material de apoyo textual, gráfico o audiovisual, que podría usar para ubicar espacial, temporal o temáticamente al visitante.
- El propio carácter del discurso expositivo, que huye de una periodización rígida y oscila entre lo temporal y lo temático.
- La especificidad de los materiales a exponer. El material arqueológico disponible es variado en el tiempo como para ilustrar aspectos de determinadas épocas, pero no lo suficientemente exhaustivo como para una descripción global de un periodo.
- La diversidad en el tratamiento dado a la información de unas salas a otras: reconstrucciones de ambiente conviven con museología convencional; paneles de madera, cartón pluma, metacrilato se alternan sin justificación. Todo ello dificulta la inmersión en la visita y atrae la atención del visitante sobre la confección de la sala en vez de sobre el contenido de la misma.
- La iluminación es deficiente en numerosos elementos.
- Ausencia de elementos audiovisuales.

Con la intervención que proponemos pretendemos subsanar las deficiencias de la exposición actual, para ello es necesario seguir el siguiente camino:

- Optimizar la circulación del visitante por el museo, eliminando vueltas atrás, cerrando o señalizando las encrucijadas y estableciendo una señalización de salas distintiva y funcional.
- Hacer explícito un hilo conductor que unifique la experiencia de la visita y contextualice los contenidos expositivos. Esto debe realizarse tanto a nivel de discurso como a nivel formal.
- Aumentar y mejorar el material informativo que acompaña a las piezas o reconstrucciones de ambiente. Es decir, textos, material gráfico o audiovisual, que contextualicen, profundicen o generalicen lo que pueden mostrar las piezas por sí mismas.
- Mejorar el aspecto estético, la funcionalidad y la seguridad de los montajes que lo precisen, incluyendo las reconstrucciones de ambiente, vitrinas, soportes de piezas, etc.
- Rediseñar la iluminación para conseguir tanto funcionalidad como expresividad.
- Potenciar la interactividad, de forma que el visitante pueda ocasionar cambios, se implique en la experiencia y pueda decidir el nivel de información que desea.
- Aumentar y mejorar el material complementario que pueda portar y llevar el visitante, como guías, folletos, catálogos, reproducciones, fotos o que pueda visionarse en salas al efecto.

ADECUACIÓN Y MEJORA DE LA PLAZA DEL CAMPILLO

La Plaza del Campillo de Ronda, también denominada Plaza de María Auxiliadora se localiza en pleno corazón del Conjunto Histórico de Ronda, declarado Bien de Interés Cultural en 1.966 y junto a la cornisa del universalmente conocido Tajo de Ronda, excelente mirador paisajístico desde donde se pueden contemplar tres espacios naturales protegidos amen de los valores naturales y culturales intrínsecos al cañón del Tajo.

La citada plaza se encuentra en pleno itinerario turístico de la ciudad histórica de Ronda, muy próxima a monumentos emblemáticos de la Ciudad como el Palacio de Mondragón y la Iglesia de Santa María la Mayor, discurriendo por este sector de la plaza la mayoría a de los millares de visitantes que acuden a la ciudad de Ronda.

Habida cuenta de la importancia del enclave y en aras a cualificar el paisaje urbano de Ronda, verdadera locomotora o elemento de atracción turística de la ciudad, es por lo que proponemos una intervención en el citado espacio público tendente a alcanzar el objetivo anteriormente propuesto.

Son tres los déficits que plantea este pequeño espacio público de la ciudad: pavimentación, iluminación y mobiliario urbano. Para ello se propone en aras al realce estético de la plaza, la pavimentación artística de la misma con cantos rodados y lacerias, de ladrillos a sardinel, intentando guardar la identidad arquitectónica de este espacio histórico.

En segundo lugar reforzar la iluminación existente en la actualidad para acabar con la adecuación de la fuente existente en el citado espacio.

ADECUACIÓN Y MEJORA DE LA PLAZA DE PONS SOROLLA

La plaza de Pons Sorolla de Ronda se localiza al interior de las murallas de la Almocabar, sitas en el Barrio de San Francisco y encuadrada en el área de delimitación del Conjunto Histórico de Ronda, declarado en 1966 Bien de Interés Cultural.

Este espacio público es uno de los más visitados por los miles de turistas que a diario visitan la ciudad histórica y monumental de Ronda. Desde ella se puede visitar la ronda interior de las murallas musulmanas y puerta de Almocabar.

Este espacio de gran belleza paisajística y monumental alberga en su interior servicios de restauración, tiendas de souvenir, amén de ser el inicio de uno de los itinerarios de visita a Ronda, presentando en cambio un deficiente estado de conservación y ornato, que desvirtúa nuestro paisaje urbano y por tanto la experiencia turística de nuestros visitantes y residentes:

- Deficiente iluminación.
- Carencia de pavimentación
- Carencia de mobiliario urbano
- Inadecuación de la ronda interior de la muralla a la visita.

Por todo ello y en aras a cualificar el espacio histórico turístico de Ronda en general y el espacio propuesto en particular, proponemos la pavimentación artística con cantos rodados de río del espacio citado, con la implantación de mobiliario urbano (bancos de piedra y forja, papeleras de forja), creación de jardines de inspiración islámica, mejoras en la iluminación y adecuación de la ronda de las murallas para su visita garantizando la seguridad del visitante mediante elementos de protección no impactantes con el entorno ni con las murallas.

RESTAURACIÓN DE PAVIMENTOS DEL CONJUNTO HISTÓRICO.

El conjunto histórico de Ronda declarado en 1966 Bien de Interés Cultural es producto de un largo y complicado proceso histórico que tiene sus orígenes en el periodo neolítico y que ha tenido continuidad hasta nuestros días, lo cual nos ha reportado un rico y variado legado monumental, que no sólo se manifiesta en sus magníficos monumentos civiles, eclesiásticos o militares sino que se percibe en su globalidad como conjunto.

Uno de los periodos históricos más representativos y perceptibles de la ciudad de Ronda es la cultura árabe, la cual ha dejado su huella en monumentos tan importantes como las murallas, los baños, la Casa del Gigante, el Palacio de Mondragón, el Alminar de San Sebastián, el Palacio del Rey Moro, amén de muchísimos rincones repartidos por todo el solar de Ronda.

Pero esta visión no se circunscribe exclusivamente a un ramillete de monumentos más o menos bellos sino que se manifiesta también en su trazado urbanístico, en sus calles, en las calles de lo que fue la medina islámica de Ronda. Un conjunto de calles que trasladan a visitantes y residentes en el tiempo a espacios frescos en verano por la altura de sus calles, la orientación de éstas y la

estrechez de las mismas. Unas calles laberínticas que desembocaban en las puertas de acceso y salida de la ciudad islámica de Ronda. Un conjunto de calles sin salidas, los llamados adarves, de gran calado en la urbanística islámica.

Este legado del trazado urbano tiene tanta o más importancia en sí mismo que los propios monumentos. Estas calles se encuentran empedradas con cantos rodados de piedra de río siguiendo la tradición árabe, aun perceptible hoy día en algunas ciudades norteafricanas, así como en restos arqueológicos.

Habida cuenta de la importancia para la globalidad del conjunto que estas calles representan, se propone la restauración de tramos de calles que presentan problemas de conservación, utilizando la misma técnica de antaño.

En concreto se actuará sobre doce calles del conjunto histórico de Ronda que son las que se han inventariado con algún tipo de deterioro, con lo que se ayudará a la mejora y cualificación de nuestro paisaje urbano, de las cuales las calles de la antigua medina de Ronda es un elemento realmente importante.

CREACIÓN DEL CENTRO PERMANENTE DE FORMACIÓN TURÍSTICA

El final de milenio y los inicios del nuevo milenio está pasando, en toda política de desarrollo general y turística en particular, a primerísimo plano tanto a nivel de inserción laboral como en las políticas sectoriales o aquellas vinculadas a organizaciones de cualquier tipo. Si el mejor activo de una comunidad son sus recursos humanos y su mayor potencial es el de las personas que lo conforman, es lógico que nos preocupe sobremanera su mantenimiento y desarrollo.

Entendemos que la formación deja de ser un centro de gastos para entenderse como inversión, pensamiento que se debe, en parte, a la implantación de las nuevas tecnologías y a las exigencias de constante adecuación al hipercompetitivo entorno económico y social.

La formación de nuestros recursos humanos y de aquellos potenciales, tiene un papel trascendental en el logro y desarrollo de la excelencia en el sector turístico de Ronda. La formación la entendemos como un factor determinante y absolutamente imprescindible para garantizar no sólo un desarrollo como crecimiento cuantitativo, sino también un desarrollo hacia dentro, un desarrollo de la calidad de vida en nuestro territorio. Sin formación se hace muy difícil pensar en éste tipo de desarrollo cualitativo.

Tres son los elementos de la alta tecnología educativa que se señalan como más necesarios: aprender a pensar, aprender a aprender, y aprender a ser creativos.

Ante tal necesidad, compartida por todos los agentes sociales y económicos de Ronda, se propone la creación de un centro de formación turística en la ciudad en el que participan financieramente otras administraciones. Se trata de crear un espacio físico completamente homologado siguiendo los criterios de la administraciones, de unos 800 m2 que será la referencia de la formación en materia turística y donde se aunarán los esfuerzos de los agentes económicos, sociales, administración local y otras administraciones, dándole el peso específico a la formación turística merecedora en una ciudad donde el turismo es el principal sector económico, ocupando en la actualidad el tercer lugar en Andalucía como destino turístico de interior.

Tres serán las áreas profesionales de formación que acogerá el centro:

- Área profesional de alojamiento, incluyendo aquellas profesiones cuyas actividades están ligadas a la prestación de servicios básicos y complementarios del alojamiento.
- Área profesional de restauración, incluyendo las profesiones que tienen como objetivo la elaboración, distribución y servicios de alimentos y bebidas.
- Área profesional de servicios turísticos. Esta es la más compleja incluyendo la investigación del mercado turístico, la ordenación de la oferta, la creación y comercialización de productos turísticos, la prestación de servicios de intermediación e información turística, animación y ocio.

Conscientes de la expansión experimentada en los últimos años en el sector y la consecuente aparición de desajustes estructurales ante la inadaptación de las empresas a tan violento incremento de la demanda, unido a los cambios sociales de gran incidencia en las tendencias de evolución del sector se hace necesario más que nunca, ante la hipercompetencia del mercado, una adaptación por el lado de la oferta a las múltiples y crecientes exigencias de la demanda y, en particular, una adaptación de la oferta formativa generada por la incorporación de nuevas tecnologías y procesos productivos.

El reto es importante y esencial por necesidades de adaptación y el centro de formación turística contribuirá de forma capital a satisfacer tales exigencias y a preparar nuestros recursos humanos como principal activo de la ciudad histórico-turística de Ronda.

PLAN DE PROMOCIÓN

El carácter intangible de los servicios y atractivos turísticos, así como la distancia entre los potenciales compradores y el producto hace necesario establecer una buena política de comunicación tanto interna como externa con la que facilitar el conocimiento, la concienciación e inducir a la compra del producto turístico de Ronda.

La promoción la entendemos como una etapa más de un proceso mucho más complejo que empieza con la creación de producto Ronda y que acaba en el acto de su venta. En este proceso hay una etapa esencial que es la comercialización en la que se deben cubrir dos funciones:

- La comunicación del producto a los consumidores potenciales.
- La organización de un sistema de distribución eficiente.

No serviría de nada hacer una gran campaña de promoción turística si una vez despertado el interés en la demanda, ésta no dispone de los mecanismos necesarios para reservar el producto presentado.

En este sentido desde la empresa pública «Turismo de Ronda S.A.» en coordinación con la Escuela Universitaria de Turismo de Málaga se está ejecutando el Sistema Telemático de Distribución de los Productos Turísticos de Ronda y su Serranía. Así mismo y desde hace cinco años funciona la central de reservas (CIT) impulsada por diferentes administraciones pero que en la actualidad se gestiona privadamente.

Así mismo son múltiples las acciones que se han desarrollado en el campo de la promoción y que van desde la edición de folletos, guías especializadas, guías globales de la oferta, invitaciones a periodistas, edición de CD promocionales de Ronda, invitaciones a promotores y agencias de viajes, participación en ferias: Fitur, Intur, Ibertoro, Equmad, World Travel, Feria de Barcelona, etc.

Toda esta creciente actividad promocional es financiada por la Empresa Pública Municipal «Turismo de Ronda S.A.», pero entendemos que la mejor promoción a medio plazo de la ciudad de Ronda pasa por marcar una política de calidad total de los productos ofertados, y ello se alcanzará con una estrategia de promoción interna tanto a nivel de políticos, técnicos, educadores y alumnos, organizaciones empresariales, sindicales y ciudadanía en general. La consecución de los objetivos de calidad turística pasa por un importante esfuerzo de coordinación entre partes y de motivación sin dudas.

La motivación exige la sensibilización previa de los interesados y exige a la propia administración local actuar en un doble campo. Por un lado, a nivel interno, a través de todos los servicios, organismos y empleados de la administración en cuestión. Por otro, a nivel de los residentes en el municipio de Ronda (empresarios, sindicatos, profesores, alumnos y ciudadanía en general). En este caso, nosotros no debemos abandonar la responsabilidad de transmitir a los ciudadanos que los beneficios que el turismo genera dependen de todos y que por lo tanto todos debemos contribuir (trato al visitante, cuidado de jardines, fachadas, limpieza de calles y zonas públicas).

En este concepto que consideramos prioritario enmarcamos el proyecto de promoción, tendente a la sensibilización y concienciación sobre el sector turístico y la necesidad de generar un desarrollo

sostenible del sector. Entendemos que desde la esfera local se pueden hacer muchas cosas por la sostenibilidad en el sector, ya que es el ámbito más próximo a la población y se puede alcanzar una mayor implicación y compromiso de todos los agentes socioeconómicos. Para poder avanzar en este sentido hay que capacitar a la población proporcionándole información, habilidades y motivación, así como posibilidades factibles de cambio, de forma que puedan participar en la configuración de un futuro sostenible.

En este sentido la educación ambiental y cultural sobre nuestros valores naturales y culturales es de capital importancia. Este proceso pasa por la comprensión de los procesos históricos y de nuestros ecosistemas naturales, de las funciones de éstos, por la búsqueda de alternativas a los problemas ecosociales y por la integración de los factores ambientales y culturales en la toma de decisiones socioeconómicas y políticas tanto a nivel individual como colectivo.

Por tanto planificaremos cuidadosamente las acciones a desarrollar, marcando los objetivos y teniendo en cuenta que la efectividad de un programa o campaña ha de tener continuidad temporal, utilizando los recursos, materiales y canales de comunicación diversos con el fin de llegar a la mayor cantidad de público posible.

Por ello proponemos programas de educación ambiental en el ámbito escolar, la elaboración de material pedagógico dirigido al conocimiento del entorno más inmediato, facilitando ello el incremento en la valoración de nuestro territorio e iniciar así un vínculo afectivo y facilitar la participación ciudadana en su diseño (colectivos ecologistas, entidades medio ambientales, etc.).

Este espíritu, amén de irradiarlo en el ámbito escolar es necesario generarlo en el entorno empresarial, convocando seminarios, jornadas, donde especialistas externos expliquen necesidades, casos prácticos, experiencias pilotos, irradiando esta filosofía de vida.

CONSERVACIÓN Y PUESTA EN VALOR DE LA CERCA AMURALLADA ISLÁMICA DE RONDA

Entre las potencialidades físicas y naturales que han hecho de la ciudad de Ronda un emplazamiento de singular relevancia a lo largo de su historia, destaca, sobre todo, su importancia estratégica, al hallarse situada sobre una meseta rocosa cortada a pico en algunos de sus flancos.

La elección del lugar por sus virtudes defensivas ha marcado grandemente el carácter de la ciudad, de tal manera que su desarrollo histórico como urbe se ha visto en todo momento condicionado por su papel de fortaleza, lo que hace incomprendible la imagen de la una sin la otra.

La que ha llegado hasta nosotros se corresponde con la imagen que nos proporciona el recinto amurallado que abrazaba tanto a la ciudad medieval como a sus arrabales. En su estructura, se compone básicamente de cuatro cercas bien definidas, cada una de ellas levantada con una finalidad específica, consistente, a grandes rasgos, con la defensa de la medina (núcleo principal de la ciudad islámica) y de los dos arrabales existentes a los pies de ella: el Arrabal Viejo o de San Miguel y el Alto o Nuevo. El último recinto que nos queda, y sobre el que propondremos las primeras actuaciones, es el del llamado Albacar, cuya misión estaba destinada a la defensa y protección de uno de los elementos clave en toda ciudad medieval, como eran los molinos harineros que se alineaban en la garganta del Tajo.

La situación hasta cierto punto marginal de las murallas, unida a la pérdida de funcionalidad y abandono de determinados espacios tras la conquista castellana, como algún arrabal y el Albacar, han provocado, por desgracia, un estado ruinoso de este tipo de monumentos, que se ve agravado por el olvido de que son objeto por hallarse, precisamente, en la periferia de la ciudad actual.

Aunque el recinto amurallado medieval de Ronda necesita de una actuación programada que contemple la totalidad de los subconjuntos a fin de que vuelvan a ser, hasta cierto punto, integrantes de la estructura urbana, y así proporcionar una visión de unidad con el resto del conjunto histórico, que hasta ahora no la tiene, hay determinadas partes que requieren una especial atención por su estado de conservación, por su situación de acercamiento a la ciudad y por sus potencialidades de interpretación y de puesta en valor. Una de ellas, además de las más

emblemáticas tanto desde el punto de vista histórico como turístico, por las vistas inmejorables que desde la Puerta del Cristo se tienen del Puente Nuevo, es la que conforma el llamado Albacar.

Ubicado al oeste de la ciudad, en una ladera bastante pronunciada, el Albacar de Ronda estaba destinado, como se ha dicho, a la defensa de los molinos que se hallaban en el Tajo, y del camino por el que se accedía desde la ciudad a ellos. Para esto se levantó una muralla de modestas dimensiones, realizada en tapial, que recorre la ladera transversalmente. No posee torres, por los que su recorrido va formando redientes desde que parte de la Puerta del Cristo o de los Molinos, hasta llegar a la Puerta del Viento, donde muere.

El estado que presenta en la actualidad está presidido por el deterioro del tapial de los muros de la cerca, muy combatidos por los elementos atmosféricos, y por la apariencia ruinosa de las dos puertas, sobre las que no se ha actuado nunca desde el punto de vista de la restauración. Asimismo, el camino de bajada que discurre por el interior y junto a la muralla, y que con toda probabilidad conserva aún su pavimento original, se halla soterrado por una gran cantidad de relleno procedente de las laderas superiores que, al margen de imposibilitar su admiración, está provocando un empuje físico sobre los muros de la cerca.

Todo ello, su estado de conservación y sus posibilidades de interpretación y puesta en valor, nos induce a plantear una serie de actuaciones destinadas tanto a solucionar su deficiente conservación, como a impulsar la elaboración y ejecución de sucesivos trabajos que consigan convertir el recinto amurallado de Ronda en uno de los símbolos de identificación más característicos de la ciudad histórica y monumental.

- Limpieza y consolidación de las puertas del Cristo y del Viento.
- Consolidación y tratamiento contra plantas de toda la cerca amurallada de tapial.
- Vaciado del relleno intramuros y recuperación y consolidación del camino original.
- Construcción de paratas de mampostería para contención de arrolladas de tierra en la ladera, al interior del recinto.
- Señalización adecuada de itinerario e interpretación del recinto del Albacar.

CONSTRUCCIÓN ALBERGUE JUVENIL

Nuestra comarca por su situación próxima a la Costa del Sol, su belleza paisajística, las posibilidades que ofrecen nuestros espacios naturales, nuestros valores culturales, nuestro variado y rico patrimonio histórico, la hacen poseedora de unas ventajas propicias para el desarrollo turístico. Sin embargo, la realidad en algunos segmentos de la población, como son los jóvenes, no se muestra así, perdiendo una importante demanda potencial de este colectivo que busca unos alojamientos y servicios diferenciados y que actualmente no se ofertan en nuestra ciudad y comarca.

En este sentido la construcción de un albergue juvenil en Ronda, contribuiría a paliar los déficits de este tipo de servicios que adolece la zona.

Consideramos a Ronda como el lugar idóneo para su ubicación. Los valores mencionados con anterioridad ofrecen para los jóvenes una posibilidad de turismo alternativo y de prácticas lúdico-recreativas respetuosas con el medio ambiente.

Ni que decir tiene que la implantación de un albergue juvenil en Ronda posibilitaría el desarrollo de múltiples actuaciones:

- Un turismo juvenil: con ofertas de deportes de bajo impacto ambiental (escalada, senderismo, espeleología, rafting, piragüismo...).
- Encuentros juveniles: jornadas de trabajo, intercambios nacionales e internacionales, etc.
- Actividades de verano joven: campos de trabajo, cursos.
- Alojamiento para estudiantes: universitario, cursos de español para extranjeros, etc.

PARTICIPACIÓN, COORDINACIÓN Y CONCERTACIÓN DE LAS ACTUACIONES DEL PDT.

Conscientes de la necesidad de mejorar los mecanismos de cooperación pública privada con el fin de contribuir a organizar y reforzar el sector privado, principal actor del mercado turístico y que en muchos casos se caracteriza por su atomización, fragmentación y de intereses contrapuestos. El papel de liderazgo en este proceso corresponderá a la Empresa Pública Municipal "Turismo de Ronda S.A.", donde se encuentran representantes diversos del sector turístico local. (SE ADJUNTA COPIA DE LOS ESTATUTOS DE LA EMPRESA).

La filosofía del Plan es muy clara, entendemos como necesario implicar y dar poder a la población local. Dentro de esta categoría se incluyen los diferentes agentes implicados directa e indirectamente en el sector turístico de Ronda.

El primer agente es el gobierno municipal a través de su empresa pública municipal "Turismo de Ronda S.A.", por ser las autoridades locales las que están más cerca de la resolución de los problemas, más cerca de la gente y al mismo tiempo más cerca de muchas de las soluciones necesarias para afrontar las cuestiones que afectan a la comunidad. Otros agentes implicados en la gestión del destino turístico de Ronda serían los siguientes:

- Los ciudadanos.
- El sector empresarial.
- Las organizaciones sindicales.
- Las asociaciones o grupos de interés.
- El gobierno provincial.
- El gobierno autonómico
- El gobierno nacional.

La participación ciudadana es una de las piezas claves para conseguir el desarrollo sostenible del destino Ronda, ya que la presión que pueden llegar a sufrir estos territorios puede ser excesiva y los intereses socioeconómicos son muy diferentes y a menudo demasiado enfrentados (inmobiliarios, turísticos, etc.). Entendemos que para que el desarrollo sea sostenible es necesario que el enfoque sea integrado y no basado en sectores aislados.

Para conseguir un desarrollo sostenible es fundamental el papel de las autoridades locales, las empresas, los ciudadanos y las organizaciones sociales. Todos ellos para nosotros son agentes claves en un proceso de cambio que exige modificar la forma de pensar, de actuar, de producir y de consumir, unos cambios que no significan otra cosa que integrar la sostenibilidad en nuestro comportamiento.

Como instrumento de participación activa crearemos el Fórum Local de Desarrollo Sostenible. El proceso se iniciaría con el acuerdo de una filosofía y de una visión para la comunidad local basada en el conocimiento local, en los principios de sostenibilidad, de gestión de nuestros recursos naturales y culturales y del proceso de decisión democrático.

La participación de la ciudadanía en la toma de decisiones es fundamental. Se ha de alentar el debate y la crítica del público, no solo en el foro sino a través de los medios de comunicación locales y se ha de velar por que se incluyan en el Plan las propuestas que haga la ciudadanía.

Utilizaremos diversas herramientas de comunicación útiles para hacer público el plan, tales como la distribución amplia en los centros públicos (Bibliotecas, centros sociales, centros juveniles, centros recreativos, escuelas, institutos, así como en las oficinas municipales), encuestas, reuniones informativas, grupos de trabajo, etc.

El foro de desarrollo sostenible tendrá como tarea principal representar los intereses del conjunto de la comunidad en diferentes puntos del proceso de elaboración y aplicación de una política de desarrollo determinada. También promoverá debates generales sobre el proceso y la participación de la ciudadanía en todas las fases. Sus miembros provendrán del mayor abanico de grupos de interés posible.

El Foro de Desarrollo Sostenible actuará como un foro en el que se podrán exponer opiniones, debatir principios, razones visiones opuestas, intercambiar y difundir información etc.

Esta experiencia participativa es un procedimiento útil como mecanismo extraordinario de toma de decisiones.

PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PDT RONDA.

La promoción es fundamentalmente comunicación. Es transmisión de información del oferente al demandante. Como instrumento de marketing la promoción tiene como objetivo comunicar la existencia del PDT de Ronda, dar a conocer sus características, ventajas y necesidades que satisface. Esta comunicación tiene también como fin persuadir a la demanda de los beneficios que reporta el PDT y en definitiva trata de estimular la demanda.

Por tanto, con la comunicación del PDT perseguimos tres fines básicos:

- Informar.
- Persuadir.
- Recordar.

Dentro del concepto genérico de promoción incluimos un conjunto de actividades de comunicación con el mercado objetivo. En marketing estas actividades las clasificamos en cinco tipos:

- Venta personal. Comunicación oral transmitiendo la información de forma directa y personal
- Publicidad. Fundamentalmente a través de los medios de comunicación de masas (Prensa, radio y televisión), dirigiéndolo indiscriminadamente a todo el mercado
- Relaciones públicas. Consisten en un conjunto de actividades que incluyen las relaciones con la prensa, el cuidado de la imagen y el patrocinio. Llevadas a cabo por el ente gestor del PDT para conseguir la difusión de información favorable a través de los medios de comunicación, así como para mejorar la imagen de este y de los servicios que ofrecen. Estas relaciones públicas darán origen a comunicados, noticias y reportajes.
- Promoción del producto. Mediante la utilización de incentivos materiales o económicos trataremos de estimular el PDT de forma inmediata y directa
- Marketing directo. Encuestas e Internet de carácter periódico tanto a turistas, residentes como empresarios. La aplicación informática desarrollada facilitara el procesado de toda la información

En definitiva mediante el plan de comunicación pretendemos que el significado de la información sea comprendido por todos y en particular por el destinatario, haciendo que estos comprendan el mensaje o idea que le quiere transmitir el emisor de la misma. El público objetivo al que va dirigido los distintos mensajes son los propios, turistas, los residentes, otras administraciones, empresarios, asociaciones o centros de interés, agentes sociales.

En este proceso distinguimos cinco componentes:

- El emisor de la información.
- El mensaje o idea que se quiere transmitir.
- El medio o canal a través del cual se transmite el mensaje.
- El receptor o destinatario del mensaje.
- La respuesta del receptor al mensaje.

Si bien el fin último y general de la comunicación es estimular la demanda, podemos llevar a cabo acciones o campañas de promoción o comunicación con objetivos parciales concretos, tales como:

- Creación de imágenes. Poniendo el énfasis en la creación de impresiones: prestigio que reporta el PDT, credibilidad. Calidad, posición social, etc.

Plan de Dinamización Turística de Ronda

- Diferenciación del producto. Haciendo especial incidencia en alguna característica diferencial de producto, que lo hace diferente de sus competidores y hasta cierto punto único.
- Posicionamiento del PDT. Posicionar en el mercado el Plan y los beneficios de este.