

MODELO DE
GESTIÓN

FUNCIONAMIENTO Y
MEDIOS

CRITERIOS Y
REQUISITOS DE LOS
SOCIOS

FINES Y
ACTIVIDADES

SEGMENTOS DE
DEMANDA

PLAN DE
IMPLEMENTACIÓN

Campo de Gibraltar
Serranía de Ronda

Ruta[®] de los
Viajeros
Románticos
EL CAMINO INGLÉS

CUADERNOS DE ARUVIRO

nº1 - Abril 2015

Manual de Adhesión



Camino de Ronda, Richard Ansdell-1864



Cuadernos de ARUVIRO

La Fuerza de la Unión

Carta del Presidente

Con motivo de la celebración de la I **Convención de la Ruta de los Viajeros Románticos** (durante los días 10 y 11 de abril de 2015) donde hemos debatido sobre la puesta en marcha de nuestro proyecto, iniciamos a su vez esta nueva publicación “**CUADERNOS DE ARUVIRO**”, que pretende ser el nexo informativo con nuestros socios y operadores turísticos sobre todo aquello que acontezca con respecto al desarrollo de las diferentes acciones que hemos planificado ejecutar para que nuestra Ruta se convierta en un auténtico producto turístico de primer orden, y alcance los objetivos y metas que nos hemos marcado. Esta revista es absolutamente necesaria para dar a conocer en qué consiste nuestra Asociación, cómo se puede pertenecer a ella y que criterios se requieren. Al tratarse de un proyecto complejo que necesita de un tiempo, medio-largo plazo, para su total implementación, la información de sus distintas fases ejecutivas y el contacto directo con los asociados se convierte en una herramienta fundamental para que sepamos en todo momento donde estamos y a donde queremos llegar.

Estamos convencidos de que el Romanticismo puede ser la temática general que nos una en un proyecto común de promoción y proyección del Campo de Gibraltar y la Comarca Natural de la Serranía de Ronda, ya que los ingredientes históricos, paisajísticos, medioambientales, etnográficos, monumentales, turísticos, etc... que poseemos, tuvieron y tienen un gran atractivo en el que creemos debemos profundizar y desarrollar integralmente, pues a través de ellos estamos complementamente seguros pueden generarse propuestas de desarrollo turístico y económico muy interesantes que nos van a permitir, a partir de nuestros propios recursos, aprovecharlos de manera sostenible, manteniendo y reforzando nuestras tradiciones, dando a conocer nuestra historia, nuestro patrimonio literario, natural y artístico.

“**CUADERNOS DE ARUVIRO**”, conjuntamente con otros medios como las redes sociales, página web y otros medios de comunicación de masas, será la plataforma que nos dé a conocer e informe qué es lo que estamos haciendo.

No quiero dejar pasar la ocasión sin agradecer muy encarecidamente a todas aquellos ayuntamientos, instituciones, empresas y personas que se han sumado a nuestro proyecto y ya forman parte de él, sin su apoyo y colaboración todo el esfuerzo y el empeño que hemos puesto sería en vano, pues se trata de un proyecto común, amplio, abierto que pretende sumar y nunca restar, que la unión de todos sus agentes sea nuestra gran fuerza, y que nos llene de orgullo la capacidad de llevar a cabo una iniciativa que es de todos y a su vez es de nadie. Con esta Ruta pretendemos relanzar de nuevo al mundo esa esperanza romántica que aún somos, la cual puede ser la excusa perfecta para el futuro desarrollo turístico de toda la zona, porque somos el mejor referente y símbolo romántico de España, porque nos identifican y nos identificamos con aquel espíritu que nos dio a conocer al mundo entero allá por el siglo XIX. Todavía hoy, las motivaciones de muchos de los que hasta aquí llegan e incluso se quedan a vivir entre nosotros arracan precisamente por lo que han leído y conocido de aquellos escritores y pintores europeos y norteamericanos, que nos dieron a conocer al mundo entero. Nacemos con ganas, con muchas ganas, en la seguridad de ser sabedores de que estamos contruyendo algo grande, más incluso de lo que algunos puedan llegar a imaginar. Con el tesón, la constancia, el esfuerzo y la unión de todos, juntos recorreremos este hermoso camino.

Pedro Godino Martín (Alcalde de Gaucín)

Carta del Director

ARUVIRO es una Asociación mixta de carácter público-privada que será la encargada de gestionar la Ruta de los Viajeros Románticos, como un proyecto turístico que va mucho más ya de un producto en el mercado para atraer visitantes o turistas. Queremos recuperar el alma del auténtico viajero, donde lo importante no es el destino en sí, sino la trayectoria o itinerario que se recorre hasta llegar a él. Los medios actuales de transporte nos han facilitado llegar a los lugares de una manera mucho más rápida y cómoda, de viajeros hemos pasado a ser visitantes o turistas, pero hemos perdido la esencia del auténtico viaje, recorrer ese camino que va desde un punto de origen a un destino que, por otro lado, nunca termina. Lo realmente hermoso no era llegar a la meta, al final, sino realizar el recorrido que nos llevaba hasta ella. Y precisamente con los Viajeros Románticos, que iban acompañados de pintores, grabadores o dibujantes, los cuales actuaban como auténticos reporteros del viaje, se pone de moda un tipo de literatura que describe y cuenta esos lugares por donde iban pasando. Con nuestra Ruta queremos recuperar y traer al presente esa filosofía o espíritu del viajero auténtico, en la seguridad de saber que es precisamente esto lo que nos distingue de otras Rutas. Queremos ofrecer a todos aquellos que quieran realizarla, vivan la autenticidad del verdadero viaje, a través de un trayecto que fue y sigue siendo paradigma y símbolo de lo que los Viajeros del XIX querían transmitir y, afortunadamente, hoy podemos seguir ofreciendo casi intacto, puesto que somos uno de los últimos paraísos aún no perdidos del todo, la gran reserva etnográfica de Andalucía, que ha sabido pervivir a lo largo de los siglos, con una identidad propia y muy poco contaminada, salvando lógicamente los tiempos y los avances que estos han ido proporcionando; pero la esencia, el alma, la manera de entender la vida y el entorno donde esta se desarrolla sigue siendo la misma.

Tuvimos la suerte de ser uno de los primeros territorios que los Viajeros Románticos conocían para dirigirse al interior de Andalucía, de Gibraltar y su Campo, a Gaucín y Ronda (con distintas alternativas), y desde la capital de la Serranía a otros lugares (Sevilla, Granada, Málaga, etc...), pero la primera impresión que se les quedaba grabada era la visión de nuestra tierra, quedaban cautivados, rápidamente se daban cuenta que estas sierras remotas y agrestes, con sus pueblos enricascos a media ladera, con unos habitantes muy especiales por su hospitalidad, por sus costumbres, por su heroísmo, por su rebeldía, por su particular individualismo, eran lo que ellos venían buscando y se identificaban a la perfección con su ideal romántico. A partir de entonces nos convertimos en la auténtica Serranía Romántica de España, y esa concepción ha quedado, salvando los tópicos y los estereotipos, en la imagen colectiva de los que aquí habitan o vienen a visitarnos.

Aprovechar todo este legado, el valor simbólico que nuestra tierra posee, es algo que estamos obligados a mantener vivo, profundizar en él y a través de él desarrollar las posibilidades y recursos que la temática nos ofrece, que son muchas.

A todo ello hay que añadir otros factores complementarios que nos convierten en un territorio con unos valores originalísimos que nos distinguen claramente de otros: Sierra de guerrillas, de contrabandistas, de bandoleros, de naturaleza virgen, de paisajes y monumentos naturales únicos, que merece realmente la pena recorrerla y revivirla, como auténticos viajeros románticos.

Faustino Peralta Carrasco (Redactor del Proyecto)

Director:

Faustino Peralta Carrasco

Consejo de Redacción:

ARUVIRO

Junta Gestora de ARUVIRO

PRESIDENTE:

Pedro Godino Martín
(Alcalde de Gaucín)

VICEPRESIDENTE:

Guillermo Ruiz Ruiz
(Alcalde de Jimena de la Frontera)

SECRETARIO:

Faustino Peralta Carrasco
(Presidente del Centro de Estudios de Ronda y la Serranía)

TESORERO:

Miguel Calvente Mendoza
(Concejal del Ayto. de Gaucín)

VOCALES:

Silvestre Barroso Jarillo

(Alcalde de Benarrabá)

José Manuel González Almario

(Gerente META-andalucía)

Rafael Romero Blanco

(Viajero del siglo XXI)

Edición y distribución:

ARUVIRO

Asociación de Municipios, Instituciones
y Empresarios del Campo de Gibraltar y
la Serranía de Ronda de la Ruta de los
Viajeros Románticos

N.I.F.- XXXXXX

Tfno.- 665 56-65-58

Diseño Gráfico y Maquetación

Dissalia-comunicación creativa

Tfno.- 952 16-15-17

Correo electrónico:

aruviro@gmail.com

Depósito Legal:

MA-XXXXX

NÚMERO 1



ARUVIRO-Gestión y Funcionamiento.....10

El Modelo de Gestión de la Ruta de los Viajeros Románticos se llevará a cabo a través de ARUVIRO, Asociación que se constituye como entidad jurídica propia de carácter mixto público-privada. A la misma podrán pertenecer como socios, tal y como viene recogido en sus Estatutos, cualquier persona física, las administraciones públicas locales de su ámbito territorial, supralocales y las entidades privadas vinculadas a la zona territorial de actuación. ARUVIRO es así mismo la propietaria de todos los derechos de la marca "RUTA DE LOS VIAJEROS ROMÁNTICOS", registrada a su nombre, y será la encargada de gestionar todo el proceso ejecutivo.



Criterios y Requisitos de los Socios.

Certificación.....40

La razón de establecer unos criterios para pertenecer a ARUVIRO viene dada porque el cumplimiento de los mismos benefician directa y conjuntamente al viajero o turista, al empresario, al residente y de manera general a toda la Comarca Natural de la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar. **Requisitos Mínimos Obligatorios:** Cuyo cumplimiento es imprescindible para adquirir la condición de producto turístico homologado por la Ruta. **Requisitos Complementarios:** Son requisitos que aportan valor y elementos de diferenciación a la ruta, cuyo cumplimiento no es obligatorio, aunque recomendado y que explicitará el municipio, institución o empresa adherida en su Plan de Actuación.

SUMARIO



Fines y Actividades de ARUVIRO.....63

-Ofrecer un producto con un interesantísimo atractivo turístico-cultural, que estamos seguros puede alcanzar un carácter internacional, por recordar la llegada de los Viajeros Románticos europeos y norteamericanos hasta la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar, y por el interés turístico que despierta todo lo relacionado con el mundo del Romanticismo del que el Campo de Gibraltar y la Serranía de Ronda fueron uno de sus símbolos más identificativos.

-Recuperar y dar a conocer una ruta histórica de Europa, realmente atractiva y que forma parte de nuestro Patrimonio Natural, Etnográfico y Literario. Revalorizar y llenar de contenido nuestro otrora famosísimo pasado romántico, como una época que nos dio a conocer al mundo.



Segmentos de demanda. Tipos de Viajeros.....100

a) Segmento caballistas (caballos, burros y acémilas) Amantes del mundo ecuestre, que aman y conocen a los equinos y les gusta hacer largas rutas con ellos. O también personas no conocedoras del mundo del caballo, pero que desean disfrutar de esta ruta tal y como lo hacían los viajeros románticos. Buscan una experiencia nueva que le traslade a aquella época, sentir la naturaleza en conjunción con el animal ecuestre y lo que el paisaje le ofrece tal y como lo describían aquellos escritores románticos. **b) Segmento viajeros a pie (senderistas) y c) Segmento ciclistas rurales.** Se trata de un segmento interesado en la cultura de rutas a pie o en bicicleta de montaña. **c) Segmento viajeros en carruajes, d) Segmento viajeros por ferrocarril y e) Segmento viajeros en coche y grupos turísticos.** Su motivación es el descubrimiento de una región hermosa, histórica, legendaria y literaria, donde aprehender su dimensión turística y cultural.



Plan de Implementación.....78

El producto "Ruta de los Viajeros Románticos" cuenta con ARUVIRO como entidad gestora, en la que están representados todos los agentes o asociados de la zona, será la encargada de realizar las actividades necesarias de planificación y gestión del producto. En el Manual del Proyecto se recoge la planificación y gestión de la Ruta, así como todos los aspectos organizativos de la misma como producto turístico. Los aspectos principales son: Plan de Infraestructuras. Plan de Competitividad y Sostenibilidad. Plan de Sensibilización. Plan de Formación y Profesionalización de los Recursos Humanos. Plan de Promoción y Comercialización. Sistema de Certificación. Plan de Calidad y Mejora Continua. Plan de Conservación y Gestión Ambiental. Servicio post-venta y fidelización.



Castillo de Jimena de la Frontera, 1838 - Charles Rochfort Scott.

ARUVIRO

GESTIÓN Y FUNCIONAMIENTO

La Ruta de los Viajeros Románticos constituye un patrimonio cultural y etnográfico de primer orden, por donde aquellos viajeros decimonónicos, pioneros del turismo, dieron a conocer a España y Andalucía al mundo. Y una de las puertas de entrada a nuestro país era el puerto de Gibraltar. Los primeros territorios que veían de nuestra tierra eran la Bahía de Algeciras y desde ahí atravesaban la Serranía de Ronda, por el camino más romántico del mundo (Merimée). Pintores, artistas, escritores se desparrramaron por la Serranía, pintando y describiendo un territorio lleno de leyendas, que se les mostraba auténtico y acogedor, quedaban absolutamente prendados. Nadie como aquellos románticos han conocido y han hablado mejor de nosotros mismos. Recorrer sus caminos, por donde ellos pasaron, recuperar esa forma de viajar a través del impresionante legado literario y artístico que nos dejaron es un experiencia única que merece la pena revivir.

1. ARUVIRO Y SU MODELO DE GESTIÓN

El Modelo de Gestión de la Ruta de los Viajeros Románticos se llevará a cabo a través de ARUVIRO, Asociación que se constituye como entidad jurídica propia de carácter mixto público-privada. A la misma podrán pertenecer como socios, tal y como viene recogido en sus Estatutos, cualquier persona física, las administraciones públicas locales de su ámbito territorial, supralocales y las entidades privadas vinculadas a la zona territorial de actuación: Ayuntamientos de la Comarca Natural de la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar del ámbito de influencia de la Ruta, la Diputación Provincial de Málaga, Diputación Provincial de Cádiz, Diputación Provincial de Sevilla, Mancomunidades Municipales de la zona. Entidades Financieras, Fundaciones, Asociaciones culturales, profesionales y empresariales. Y además, a través de sus Asociaciones u organizaciones sectoriales o a nivel individual, aquellos

ARUVIRO, Asociación de la Ruta de los Viajeros Románticos, se constituye como entidad jurídica propia de carácter mixto público-privada cuyos socios pertenecen a la zona territorial de actuación de la Ruta: el Campo de Gibraltar y la Comarca Natural de la Serranía de Ronda.

establecimientos tales como bodegas, enotecas, museos, centros de interpretación, bares, hoteles, alojamientos rurales, restaurantes, agencias receptoras, comercios, oficinas de turismo, guías turísticos, empresas de ocio y rutas, servicios de transporte, entre otros, que se certifiquen en su momento según los criterios establecidos en el Manual del Producto de la Ruta de los Viajeros Románticos y los que se establezcan en el marco del mismo.

2. FUNCIONAMIENTO DE ARUVIRO

ARUVIRO es así mismo la propietaria de todos los derechos de la marca “RUTA DE LOS VIAJEROS ROMÁNTICOS”, registrada a su nombre. Y ha sido la encargada de gestionar todo el proceso informativo (ya concluido) y el proceso de desarrollo e implementación (fase ejecutiva) que comienza a partir de la 1ª Convención, así como el mantenimiento y aseguramiento de su continuidad en el tiempo. Es también quien gestionará el **Cuaderno Oficial de Ruta**, en todas y cada una de las etapas de los distintos itinerarios. Ya que la puesta en marcha, promoción y comercialización de la Ruta únicamente podrá hacerse a través de ARUVIRO, que es la que posee todos los derechos del nombre oficial. Este Cuaderno será el testimonio de las etapas que los usuarios hagan de nuestra Ruta, y que será certificada en los puntos de información oficiales que se indiquen. ARUVIRO, tal y como se recoge en sus Esta-

ARUVIRO es así mismo la propietaria de todos los derechos de la marca “RUTA DE LOS VIAJEROS ROMÁNTICOS”, registrada a su nombre. Y ha sido la encargada de gestionar todo el proceso informativo (ya concluido) y el proceso de desarrollo e implementación (fase ejecutiva).

tutos y Manual del Proyecto, será la encargada de definir claramente este nuevo Producto Turístico como un conjunto de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que incluye todos los recursos y atractivos que la Ruta de los Viajeros Románticos posee, así como los equipamientos e infraestructuras necesarias, servicios, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos. El hecho de decantarnos por este tipo de Asociación Público-Privada viene derivado precisamente por la diversidad



Gibraltar y La Línea de la Concepción.

de los componentes que se hace necesario integrar en la oferta, los cuales son controlados por diferentes organismos de la administración pública (municipios y otros) y por la variedad de operadores privados que deben actuar sobre el producto para crear negocio y generar recursos.

Los fines y actividades de ARUVIRO vienen relacionados y detallados suficientemente en el Manual del Proyecto y serán desarrollados a través de la Asamblea General y la Junta Directiva, que es el órgano colegiado de gobierno, representación y administración de la asociación, que estará integrada por cinco miembros elegidos entre todos los asociados, sin que supere nunca la representatividad del 50% del sector público.

3. MEDIOS ECONÓMICOS

Con respecto a los medios económicos para las actuaciones previstas en el Plan de Implementación, ARUVIRO contará con:

- Las cuotas de los socios y miembros, tanto ordinarias como extraordinarias que se estipulen consensuadamente por todos los asociados.
- Las aportaciones voluntarias que se pudieran recibir.
- Las subvenciones o ayudas que les puedan ser concedidas por organismos públicos, corporaciones provinciales, locales, autonómicas, nacionales o europeas, entidades privadas y particulares, para el desarrollo de cada una de sus fases recogidas en el Plan de Implementación.
- Los ingresos provenientes de la realización de actividades propias.
- Los que provengan de las prestaciones de los servicios que se realicen.

Son de dos tipos los componentes que se hace necesario integrar en la oferta, los cuales son controlados por diferentes organismos de la administración pública (municipios y otros) y por la variedad de operadores privados que deben actuar sobre el producto para crear negocio y generar recursos.

Criterios y Requisitos de Los Socios. Certificación

La razón de establecer unos criterios para pertenecer a ARUVIRO viene dada porque el cumplimiento de los mismos benefician directa y conjuntamente al viajero o turista, al empresario, al residente y de manera general a toda la Comarca Natural de la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar. El cumplimiento de estos criterios debe facilitar un desarrollo turístico sostenible, además de una mejor comercialización por la proyección que puede tener en el mercado la denominación “Ruta de los Viajeros Románticos”.

Ronda. David
Roberts, 1835.



REQUISITOS PARA SER SOCIO DE ARUVIRO

AYUNTAMIENTOS e INSTITUCIONES

Requisitos mínimos obligatorios

- Estar dentro de los territorios donde transcurre la Ruta..
- Satisfacer la cuota que se estipule.
- Tener a disposición de los viajeros: 1 punto de información y certificación del cuaderno de Ruta, 1 establecimiento de restauración asociado, 1 establecimiento de cuadra o posada asociado, 1 establecimiento de alojamiento asociado y 1 comercio asociado.
- Velar por el acondicionamiento, deslinde y mantenimiento de los caminos públicos por donde transcurre la Ruta.
- Realizar algún programa de actividades relacionadas con la Ruta (a tal efecto ARUVIRO desarrollará un Plan de Actividades piloto que servirá de referencia y asesoramiento para todas las poblaciones).
- Incluir un enlace de la Ruta en sus webs corporativas.
- Facilitar el espacio para las distintas señalizaciones de la Ruta.
- Ayudar a la puesta en marcha de los distintos planes previstos para el desarrollo del Proyecto.
- Apoyo institucional de la Ruta y colaboración en aquellos eventos donde esté presente.

EMPRESAS U OPERADORES

Requisitos mínimos obligatorios

- Estar censado dentro de los territorios donde transcurre la Ruta.
- Que su Ayuntamiento esté adherido.
- Satisfacer la cuota que se estipule.
- Ofrecer un servicio de calidad y unas instalaciones adecuadas.
- Que el establecimiento presente alguna tematización en torno a la época romántica o viajeros románticos.
- Sepa proporcionar toda la información relativa a la Ruta.
- Colaborar en la puesta en marcha de los distintos planes previstos para el desarrollo del Proyecto.
- Facilitar en su establecimiento la venta del Cuaderno de Ruta.
- Señalizar en su establecimiento la pertenencia a ARUVIRO, como empresa recomendada por la Ruta de los Viajeros Románticos.
- Incluir un enlace de la Ruta en su web corporativa y en su publicidad señalar la pertenencia a ARUVIRO.
- Superar los criterios de calidad y obtener la certificación correspondiente por parte de la auditoría de ARUVIRO.

1. CRITERIOS Y REQUISITOS DE LOS SOCIOS DE ARUVIRO.

La razón de establecer unos criterios para pertenecer a ARUVIRO viene dada para que el cumplimiento de los mismos beneficien directa y conjuntamente al viajero o turista, al empresario, al residente y de manera general a toda la Comarca Natural de la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar.

El beneficio por el cumplimiento de estos requisitos debe ser múltiple:

A) PARA TODA LA ZONA DE LA COMARCA NATURAL DE LA SERRANÍA DE RONDA Y EL CAMPO DE GIBRALTAR.- Puesto que el cumplimiento de los criterios debe facilitar un desarrollo turístico sostenible, además de una mejor comercialización por la proyección que puede tener en el mercado la denominación “Ruta de los Viajeros Románticos”.

El cumplimiento de los criterios debe facilitar un desarrollo turístico sostenible, además de una mejor comercialización por la proyección que puede tener en el mercado nuestra Ruta.

B) PARA EL VIAJERO O TURISTA.- Al asegurar que el diseño de este producto turístico y la prestación de los servicios que implica responderá satisfactoriamente a sus necesidades.

c) PARA EL EMPRESARIO.- Que obtendrá una guía para definir o adaptar sus instalaciones y servicios a los requerimientos de competitividad establecidos por los viajeros y el entorno.

d) PARA EL RESIDENTE.- Puesto que el desarrollo y gestión del destino turístico tendrá en cuenta su posicionamiento sobre el tema.

A ARUVIRO deben estar adheridos todos aquellos agentes u operadores turísticos que voluntariamente deseen participar en la Ruta. Respecto a aquellos otros agentes que hayan optado por no adherirse, la Junta Gestora deberá justificar la realización de actividades necesarias que faciliten su adhesión y disponer de argumentos que justifiquen su desinterés. Con el fin de evitar la creación de estructuras paralelas y duplicidades que pueden confundir al viajero y en definitiva al mercado.

Los criterios que definen los distintos componentes de la Ruta de los Viajeros Románticos han sido desglosados en subcriterios, para facilitar su evaluación por parte de la Junta Gestora de la Ruta, los auditores externos y los propios empresarios de los establecimientos adheridos a la Ruta. El presente documento debe plantear dos niveles de cumplimiento de los requisitos.

-REQUISITOS MÍNIMOS OBLIGATORIOS.-

Cuyo cumplimiento es imprescindible para adquirir la condición de producto turístico homologado por la Ruta.

Como norma general, para que una empresa pueda asociarse a la Ruta de los Viajeros Románticos, es obligatorio que su Ayuntamiento esté previamente adherido a la Ruta. Sin embargo, bajo la decisión de la Junta Gestora y con carácter excepcional, podría permitirse la adhesión a la Ruta de un establecimiento cuyo Ayuntamiento no forme parte de la misma, siempre que la Ruta considere que la pertenencia de este establecimiento es necesaria para dar valor a la misma.

Asimismo, en casos especiales, la Comisión de la Junta Gestora, supervisora de los componentes que quieran integrarse, podrá conceder la marca “Ruta de los Viajeros Románticos” a un municipio y a sus establecimientos



Viajeros Románticos del siglo XXI, llegando a Ronda desde Gibraltar, en su paso por el Puente Nuevo. Julio, 2013.

dentro del mismo, que no cumplan estrictamente con los componentes mínimos establecidos si se considera que dicho municipio es representativo de la Ruta y presenta un alto valor dentro de ella.

El viajero/turista debe disponer de un abanico suficiente de servicios y éstos deben responder a unas condiciones que aseguren el enriquecimiento del producto “Ruta de los Viajeros Románticos”. Estos componentes o socios potenciales son:

- Ayuntamientos, Mancomunidades Territoriales, Diputaciones Provinciales, Parques Naturales y otras Instituciones u Organismos.
 - Alojamientos, posadas, picaderos, cuadras, hoteles y casas rurales.
 - Restaurantes, ventas y bares.
 - Empresas de ocio activo, comercios y organizadores de rutas ecuestres, servicios de transporte...
 - Organizadores de Eventos, Agencias de Viajes, Oficinas de Turismo, Tour-Operadores y Guías Turísticos de la Ruta.
 - Agencia receptiva, centros de interpretación o museos.
- La Ruta y sus componentes o agentes pertenecientes a la misma (socios) deberán integrar en su oferta turística y adaptarlo como un complemento más el eje temático de la época romántica, hacer hincapié en los valores históricos, paisajísticos, de naturaleza, etnográficos y literarios. De manera orientativa la Ruta contará

como socios con aquellos operadores turísticos que quieran adherirse y adquieran un compromiso de actuaciones y calidad.

A) REQUISITOS MÍNIMOS DE LOS AYUNTAMIENTOS: tener a disposición de los viajeros: 1 punto de información y certificación del Cuaderno de Ruta, 1 establecimiento de restauración asociado, 1 establecimiento de cuadra o posada asociado, 1 establecimiento de alojamiento asociado y 1 comercio asociado.

Entre las obligaciones de los Ayuntamientos:

- Satisfacer puntualmente la cuota que se estipule por la Asamblea General.
- Cumplir los requisitos mínimos y aquellos complementarios que declare ejecutar.
- Velar por el acondicionamiento, deslinde y mantenimiento de los caminos públicos por donde transcurre la Ruta.
- Realizar algún programa de actividades relacionadas con la Ruta (a tal efecto ARUVIRO desarrollará un Plan de Actividades piloto que servirá de referencias para todas las poblaciones).

Ayuntamientos y asociaciados deberán relaizar un Plan de Actuaciones. ARUVIRO desarrollará un Plan de Actividades piloto que servirá de referencias para todas las poblaciones).

Respecto a aquellos otros agentes que hayan optado por no adherirse, la Junta Gestora deberá justificar la realización de actividades necesarias que faciliten su adhesión y disponer de argumentos que justifiquen su desinterés. Con el fin de evitar la creación de estructuras paralelas y duplicidades que pueden confundir al viajero y en definitiva al mercado.



El gran patrimonio de la Ruta, sus habitantes y su forma de vida.

Pueden formar parte de la Ruta de los Viajeros Románticos cualquier tipo de empresa, independientemente de su categoría y tipología, siempre y cuando, ofrezca un servicio de calidad, reúna unas instalaciones adecuadas y el establecimiento presente alguna tematización en torno al mundo de los Viajeros Románticos o época romántica.

-Incluir un enlace de la Ruta en sus webs corporativas.

-Facilitar el espacio para las distintas señalizaciones de la Ruta

B) REQUISITOS MÍNIMOS DE LAS INSTITUCIONES SUPRAMUNICIPALES Y OTRAS INSTITUCIONES:

Estar incluida dentro del territorio por donde transcurre la Ruta.

Entre las obligaciones de las Instituciones:

-Satisfacer puntualmente la cuota que se estipule por la Asamblea General.

-Cumplir los requisitos mínimos y aquellos complementarios que declare ejecutar.

-Ayudar a la puesta en marcha de los distintos planes previstos para el desarrollo del Proyecto.

C) REQUISITOS MÍNIMOS DE LA EMPRESAS ADHERIDAS A ARUVIRO:

-Estar censada dentro de los territorios donde transcurre la Ruta.

•Tipología de establecimientos:

-Alojamientos: Pueden formar parte de la Ruta de los Viajeros Románticos cualquier tipo de alojamiento, independientemente de su tipología (hotel, casa rural, albergue, apartamento turístico, posada, etc.) y categoría, siempre y cuando ofrezca un servicio de calidad, reúna unas instalaciones adecuadas y el establecimiento presente alguna tematización en torno a la época

romántica o viajeros románticos. Para el servicio de restauración debe ofrecer un servicio de gastronomía propia de la zona e incluirla en su carta con alguna referencia a los Viajeros Románticos.

-Restaurantes y bares: Pueden formar parte de la Ruta de los Viajeros Románticos cualquier tipo de restaurante y bar independientemente de su categoría y tipología, siempre y cuando, ofrezca un servicio de calidad, reúna unas instalaciones adecuadas y el establecimiento presente tematización en torno al mundo de los Viajeros Románticos o época romántica. Debe ofrecer un servicio esmerado con gastronomía propia de la zona y referencia en la carta a los Viajeros Románticos.

-Comercios: Pueden formar parte de la Ruta de los Viajeros Románticos cualquier tipo de comercio, siempre y cuando, ofrezca un servicio de calidad, reúna unas instalaciones adecuadas. En su oferta comercial ha de existir productos gastronómicos y artesanales de la zona y algunos relacionados con los Viajeros Románticos o época romántica.

-Oferta de Ocio Temático: Pueden formar parte de la Ruta de los Viajeros Románticos cualquier tipo de empresa que emplazada en el territorio complemente la oferta turística de la Ruta, siempre y cuando ofrezca un servicio de calidad y, en su caso, reúna unas instalaciones adecuadas. Bajo este epígrafe y con una oferta temática complementaria pueden formar parte de la Ruta, entre otras, las siguientes empresas: Industrias agroalimentarias o artesanales visitables, empresas de ocio, empresas de turismo activo y de aventura, empresas de paseos a caballo y/o rutas ecuestres, eventos, balnearios, centros de formación, compañía o asociaciones teatrales, servicios culturales, librerías, empresas comercializadoras a través de internet, etc... y en definitiva cualquier empresa que pueda aportar valor a la Ruta, integrándose con el resto de agentes, fomentado la cultura local, el territorio y la sostenibilidad.

-Oficinas de Turismo: Pueden formar parte de la Ruta de los Viajeros Románticos cualquier tipo de oficina de turismo emplazada en el territorio de la Ruta, siempre y cuando, ofrezca un servicio de calidad, reúna unas instalaciones adecuadas, una tematización en torno a los Viajeros Románticos o época romántica y proporcione toda la información relativa a la Ruta.

-Guías Turísticos: Pueden formar parte de la Ruta de los Viajeros Románticos cualquier guía turístico emplazado en el territorio de la Ruta y preste

sus servicios en el mismo, y tenga los conocimientos suficientes para explicar la Ruta.

-Servicios de transporte: Pueden formar parte de la Ruta de los Viajeros Románticos cualquier empresa de servicios de transporte (autobuses, microbuses, buses turísticos, taxis, servicios discrecionales, ferrocarril, etc...) que esté emplazada dentro del territorio de la Ruta; y ofrezcan productos relacionados con la Ruta de los Viajeros Románticos o la época romántica.

-Agencia receptiva y Centro de Interpretación. Nuestra Asociación podrá contar con una Agencia Central Receptiva de Viajeros, desde donde poder ofrecer toda la información que requieran, personalizar su viaje y recabar toda aquella información producto de encuestas, grado de satisfacción del viajero, etc... Asimismo podrá contar con un Centro de Interpretación sobre los Viajeros Románticos, interesantísimo para conocer en profundidad el movimiento romántico y su influencia en nuestro territorio. La responsabilidad del control de la calidad de los servicios de Agencia Central debe asumirla la Junta Gestora de la Ruta.



Entre las obligaciones de las empresas:

-Satisfacer puntualmente la cuota que se estipule por la Asamblea General.

-Colaborar en la puesta en marcha de los

Plaza Alta de Algeciras. Viajeros Románticos del siglo XXI, ante el Retablo de los Viajeros Románticos, en Ronda. Julio de 2013.





distintos planes previstos para el desarrollo del Proyecto.

-Facilitar en su establecimiento la venta del Cuaderno de Ruta.

-Señalizar en su establecimiento su pertenencia a ARUVIRO, como empresa recomendada por la Ruta de los Viajeros Románticos.

-Incluir un enlace de la Ruta en su web corporativa y en la publicidad que emita señalar su pertenencia a ARUVIRO.

-Superar los criterios de calidad y obtener la certificación correspondiente por parte de la auditoría de ARUVIRO.

ENTRE LAS VENTAJAS DE LOS SOCIOS:

- Certificación del municipio o empresa adherida, con la concesión de la placa y señalización de su pertenencia a través del logo de la Ruta de los Viajeros Románticos, carteles y otros materiales identificativos.

-Inclusión en todos los materiales de promoción que se realicen: portal-web, guías y planos turísticos, cuadernos de ruta, folletos, publicaciones como empresas recomendadas, puntos de interés, puntos de información de la Ruta, asesoramiento profesional, inclusión en los programas de for-

mación y sensibilización, promoción en ferias turísticas, etc...

-REQUISITOS COMPLEMENTARIOS.-

Son requisitos que aportan valor y elementos de diferenciación a la ruta, cuyo cumplimiento no es obligatorio, aunque recomendado y que explicitará el municipio, institución o empresa adherida en su Plan de Actuación (pequeña biblioteca de Viajeros Románticos, paquetes turísticos, merchandising, oferta de rutas románticas, eventos sobre viajeros románticos y/o otros aspectos de la época romántica – guerrilleros, bandoleros, etnografía, tradiciones...–, organización de rutas, vestimenta serrana, decoración romántica, rústica etc...). A tal efecto ARUVIRO desarrollará un Plan de Actividades piloto que servirá de referencia y asesoramiento para las otras poblaciones.

2. SISTEMA DE CERTIFICACIÓN.

ARUVIRO desarrollará un sistema de certificación que regule la evaluación del cumplimiento de los requisitos establecidos por parte de los establecimientos que los soliciten, para que de esta manera puedan demostrar su competitividad y niveles de calidad.

De esta forma podrán obtener la marca “Ruta de los Viajeros Románticos”, beneficiándose de las campañas de promoción que promueva

ARUVIRO y las instituciones para este producto turístico. El sistema de certificación de la Ruta de los Viajeros Románticos está compuesto por, entre otros, los siguientes documentos:

-Estatutos de ARUVIRO.

-Manual del producto Ruta de los Viajeros Románticos.

-Manual de Adhesión a ARUVIRO.

-Reglamento de la Ruta de los Viajeros Románticos.

-Solicitud de Certificación.

-Criterios de Certificación de la Ruta de los Viajeros Románticos.

-Procedimiento de Auditoría de Renovación de la Certificación de RVR.

-Procedimiento de Calificación de Auditores.

-Reglamento de Funcionamiento del Comité de Certificación.

-Normas del Comité de Gestión de la RVR.

-Cuaderno de Ruta.

ARUVIRO desarrollará un sistema de certificación que regule la evaluación del cumplimiento de los requisitos establecidos por parte de los establecimientos que los soliciten, para que de esta manera puedan demostrar su competitividad y niveles de calidad.



Castillo de Gaucín y el Estrecho de Gibraltar (David Roberts, 1833)



Castillo de Castellar de la Frontera.



Fines y Actividades de ARUVIRO

Descanso en una Venta. El Viajero al fondo, se deleita con el paisaje de la Sierra (Museo Thyssen-Bornemisza).

Proponer y coordinar las acciones que se consideren de interés peculiar para contribuir a la puesta en valor, mejora, planificación y desarrollo de la Ruta Histórica y Literaria conocida como “El Camino Inglés” y el nuevo nombre comercial “Ruta de los Viajeros Románticos” registrado para ARUVIRO, , que abarca poblaciones y territorios de las conocidas Comarca Natural de la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar, sin perjuicio de hacerla extensible a otras zonas o territorios románticos a través de itinerarios alternativos.

-Estudiar y elaborar toda la información sobre infraestructuras, monumentos, puntos de interés, hitos históricos, servicios públi-

cos, animación turística, mercados turísticos y vitivinícolas, cultura, medio ambiente, género, juventud, así como lo referente a la artesanía y a las actividades agroalimentarias vinculadas a esta Ruta.

-Recuperar y dar a conocer una ruta histórica de Europa, realmente atractiva y que forma parte de nuestro Patrimonio Natural, Etnográfico y Literario. Revalorizar y llenar de contenido nuestro otrora famosísimo pasado romántico, como una época que nos dio a conocer al mundo.

-Gestionar, proponer y realizar cualquier acción que pueda contribuir al fomento y desarrollo sostenible de ambas comarcas desde la

perspectiva de la época romántica y turística asociada.

-Promover la participación ciudadana en esta Ruta, con la implicación de asociaciones, entidades, instituciones, empresas, etc... y que a su vez les sirva para generar recursos. Desde un proyecto serio, riguroso desde el punto de vista histórico, y conseguir que el trabajo conjunto, con este fin común, sea motivo de orgullo de una labor bien realizada entre todos.

-Ofrecer un producto con un interesantísimo atractivo turístico-cultural, que estamos seguros puede alcanzar un carácter internacional, por rememorar la llegada de los Viajeros Románticos europeos y norteamericanos hasta la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar, y por el interés turístico que despierta todo lo relacionado con el mundo del Romanticismo y y los fenómenos sociales del siglo XIX, del que esta Serranía fue el más importante uno de sus símbolos más representativos.

-Dar a conocer los escritores y viajeros más destacados que transitaron y escribieron sobre esta ruta.

Entre los vecinos de Ronda los que más abundan son los acusados por superstición seguidos a cierta distancia de los delitos de irreligiosidad, blasfemia, curanderismo, etc.

-Velar por la conservación del patrimonio natural, paisajístico y cultural en general de la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar, proponiendo e interviniendo en acciones que preserven nuestra identidad y el patrimonio romántico en particular.

-Como medida fundamental del desarrollo de esta ruta, promover y participar en acciones y proyectos de cooperación en los ámbitos provincial, regional, estatal e internacional.

-Construir el producto “Ruta de los Viajeros Románticos - El Camino Inglés” desde la identidad propia del destino, así como facilitar la promoción y comercialización conjunta de la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar, garantizando el nivel de satisfacción de la demanda.

-Promover la vestimenta popular de la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar, así como la forma tradicional y propia de atalajar a las caballerías.

Asalto a la diligencia por unos Bandoleros en la Serranía de Ronda. (Eulogio Rosas).



Queremos ofrecer a los municipios de la Comarca Natural de Ronda y del Campo de Gibraltar un proyecto conjunto, para que sientan la pertenencia a un territorio común con una historia propia y compartida, y crear nuevos lazos que nos sirvan para afianzar el arraigo de todos en este amplio territorio, a través del conocimiento y la revalorización de nuestro patrimonio histórico, etnográfico, artístico y cultural.

Contrabandistas atravesando la Serranía de Ronda, por Gaucín. (John Frederick Lewis, 1833)

-Colaborar en el ámbito educativo con las diferentes instituciones y/o administraciones que tengan competencia en la materia para dar a conocer todo nuestro patrimonio romántico.

-Reivindicar a la Serranía de Ronda y Campo de Gibraltar como símbolo de los Viajeros Románticos, pioneros del turismo actual.

-Ofrecer a los municipios de la Comarca Natural de Ronda y del Campo de Gibraltar un proyecto conjunto, para que sientan la pertenencia a un territorio común con una historia propia y compartida, y crear nuevos lazos que nos sirvan para afianzar el arraigo de todos en este amplio territorio, a través del conocimiento y la revalorización de nuestro patrimonio histórico, etnográfico, artístico y cultural.

-Proyectar y promocionar la Serranía de Ronda y el Campo de Gibraltar ante un nuevo evento de sobresaliente atractivo turístico, que va a suponer la llegada de muchos visitantes, y por consiguiente beneficios socio-económicos.

-Generar sinergias entre la organización y la población en general para la puesta en marcha de esta Ruta, para lo cual se llevará a cabo una campaña abierta de explicación y formación, para que las personas o colectivos puedan aportar otras ideas o actividades a llevar a cabo, así como fomentar todas aquellas ideas empresariales que puedan ayudar al desarrollo del proyecto y nutrirnos de ellas.

-Promover alternativas de desarrollo económico a través del ocio y el turismo, con la creación de puestos de trabajo sostenibles que ayuden a la generación de nuevos recursos basados en nuestra cultura, etnografía e historia.

-Conseguir el apoyo económico imprescindible de una serie de instituciones públicas, comercios y empresas que ayuden a la ejecución del proyecto en interacción con asociaciones culturales, profesionales o de empresarios.

-Apostar por el desarrollo del Turismo Cultural y Rural, revitalizando el interés de los propios serranos por su propia cultura y ofreciéndola como un valor más de nuestro territorio.

-Recuperar tradiciones de nuestro territorio y revalorizar los productos típicos de la zona.

-Optimizar los recursos y la inversión para que los costos sean los mínimos y repartidos, y repercutan en la población en general.

-Favorecer la investigación y la innovación en el campo de la naturaleza y la literatura que afecta a nuestros territorios de actuación.

-Fomentar el voluntariado en todos los proyectos y acciones que la asociación desarrolle.

PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS FINES CITADOS, LA ASOCIACIÓN ORGANIZARÁ LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES:

1. Colaboración con personas físicas y jurídicas, públicas o privadas, nacionales o internacionales y profesionales o no en los ámbitos de interés.

2. Organización de convenciones, cursos, conferencias, concursos, seminarios, viajes científicos, exposiciones, congresos, promociones y todas aquellas actividades destinadas a relanzar este producto.

3. Edición y distribución, para su difusión, de toda clase de publicaciones periódicas o no, en todo tipo de soportes materiales informativos, relacionados con nuestra ruta.

4. Apoyo a todos los programas publicitarios y promocionales encaminados a consolidar la imagen de la Serranía de Ronda y Campo de

Gibraltar, desde la perspectiva paisajística, cultural y romántica.

5. Captación de fondos, tanto de naturaleza pública como privada, con el fin de posibilitar el cumplimiento del programa de actividades.

6. Incorporación de la transversalidad de otras rutas del territorio en las acciones promovidas por la asociación.

7. Fomentar la implantación de la “Ruta de los Viajeros Románticos-El Camino Inglés” en todas las poblaciones dentro del ámbito de influencia.

8. Creación de cuantos órganos de representación y gestión sean necesarios.

Promoveremos alternativas de desarrollo económico a través del ocio y el turismo, con la creación de puestos de trabajo sostenibles que ayuden a la generación de nuevos recursos basados en nuestra cultura, etnografía e historia.



Contrabandistas de la Serranía de Ronda, retomando fuerzas en el camino. (John Frederick Lewis, 1833)

Segmentos de demanda y Tipología de Viajeros



A) SEGMENTO CABALLISTAS (CABALLOS, BUECOS Y ACÉMILAS)

-TIPOLOGÍA 1: Amantes del mundo ecuestre, que aman y conocen a los equinos y les gusta hacer largas rutas con ellos. Vienen por primera vez a la zona y quieren hacer el recorrido completo como una ruta más en su bagaje. También, lógicamente, entran aquí los conocedores de este camino y las asociaciones ecuestres del territorio.

CARACTERIZACIÓN:

-Su caracterización fundamental es que eligen la ruta por los características paisajísticas y la variedad medioambiental, así como el disfrute que le permite hacerla a caballo.

-Por la imagen positiva y especialmente valorada que tienen de la Ruta.

-La autenticidad del lugar y del producto es clave, sin embargo no es tan exigente respecto a otros aspectos turísticos que considera puramente secundarios.

-Las características de este cliente lo posicionan más como un descubridor. El contacto con la naturaleza, el animal, el paisaje tiene un carácter prioritario, más desde un punto de vista de conocimiento que de los aspectos turísticos.

-Valoran especialmente los equipamientos y servicios de calidad en relación con el mundo ecuestre.

-Las infraestructuras son importantes, las de acceso y señalización, pero es un público acostumbrado al entorno natural y lo entienden como un valor en sí mismo.

-TIPOLOGÍA 2: Personas no conocedoras del mundo del caballo, pero que desean disfrutar de esta ruta tal y como lo hacían los viajeros románticos. Buscan una experiencia nueva. Que le traslade a aquella época, sentir la naturaleza en conjunción con el animal ecuestre y lo que el paisaje le ofrece tal y como lo escribían aquellos escritores.

Son varios los tipos de viajeros que pueden estar interesados en nuestra ruta, y a ellos tenemos que dirigir nuestro proyecto empresarial y plan de actividades, con la finalidad de atenderlos.

CARACTERIZACIÓN:

-Su caracterización fundamental es que eligen la ruta por los características paisajísticas y la variedad medioambiental, así como el disfrute que le permite hacerla a caballo.

-Por la imagen positiva y especialmente valorada que tienen de la Ruta.

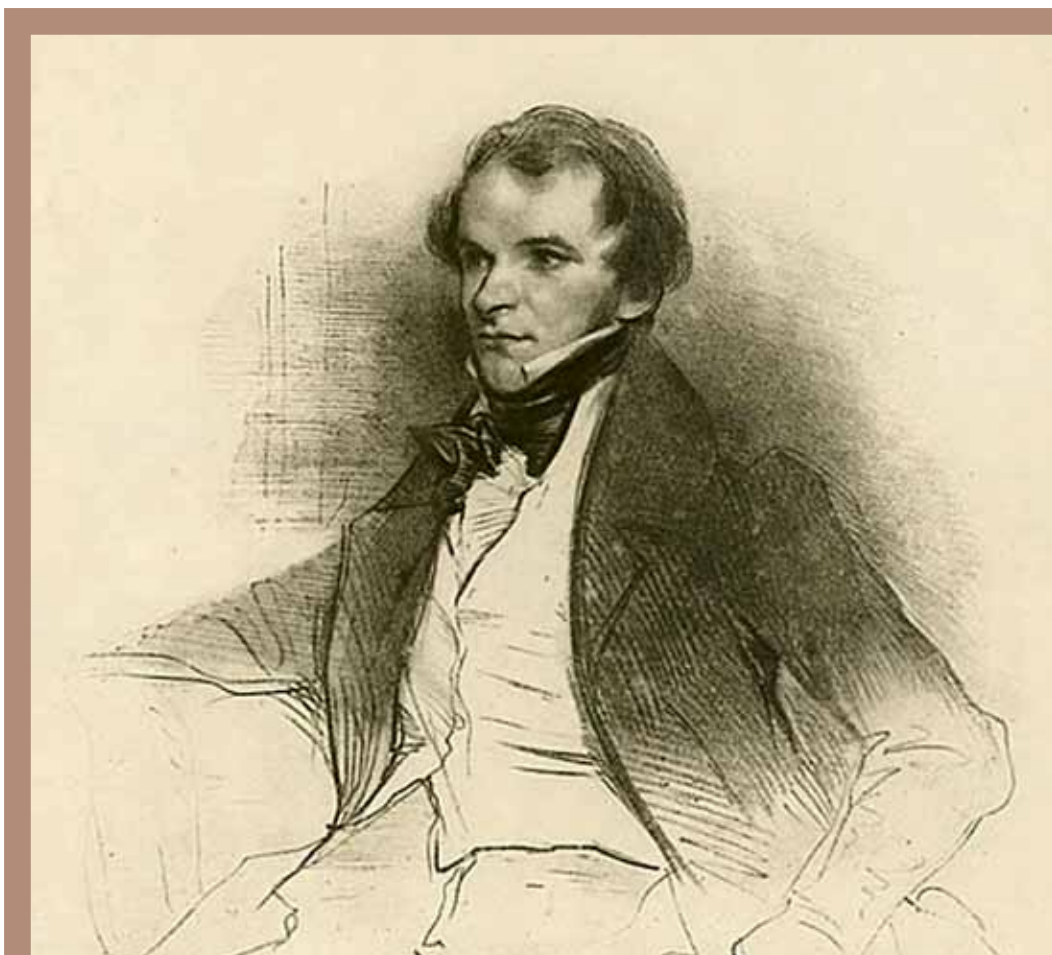
-Considera al territorio como un lugar histórico, legendario y conocido literariamente, pero no es fundamental en su experiencia de viaje.

-El valor literario e histórico es fundamental y organiza su viaje exclusivamente en relación con estos aspectos, a la busca de esos lugares descritos y desconocidos para ellos.

-La autenticidad del lugar y del producto es clave, así como la hospitalidad y la información.

También pueden estar interesadas personas no conocedoras del mundo del caballo, pero que desean disfrutar de esta ruta tal y como lo hacían los viajeros románticos. Buscan una experiencia nueva, que le traslade a aquella época, sentir la naturaleza en conjunción con el animal ecuestre y lo que el paisaje le ofrece tal y como lo escribían aquellos escritores.

Próspero Mérimée, situaba a su "Carmen" en Gaucín y no en Triana como después hizo Bizet en su ópera.



La motivación de los viajeros en carruajes o automóvil es el descubrimiento de una región hermosa, histórica legendaria y literaria, donde aprehender su dimensión turística y cultural.

-La vivencia cultural es importante en la medida en que está íntimamente relacionada con la ruta histórica y/o literaria.

-La calidad gastronómica tradicional del territorio es bastante valorada, vinculada a su vez a los vinos del lugar.

**B) SEGMENTO VIAJEROS A PIE (SENDE-
RISTAS) Y C) SEGMENTO CICLISTAS RU-
RALES.**

Se trata de un segmento interesado en la cultura de rutas a pie o en bicicleta de montaña. Compuesto por deportistas o viajeros locales o foráneos que van regularmente a distintas regiones que ofrecen senderos para ser recorridas, tienen una buena preparación y planificación del lugar que visitan.

CARACTERIZACIÓN:

-Su característica fundamental es que eligen la región donde harán su ruta por las características de coherencia, diversidad, belleza y calidad de la oferta en general.

-La imagen de la Ruta en su relación con el destino es tomada muy en cuenta como un gran aliciente determinante.

-Considera el territorio como elemento fundamental en su experiencia de viaje, y espera de este una respuesta de calidad, coherente y especializada.

-El valor paisajístico y natural es muy importante dentro de los valores del destino, es tenido en cuenta

como un elemento de imagen de marca del destino que apoya su elección.

-La autenticidad del producto es clave, exige una gran autenticidad en el hilo argumental propuesto por el destino, en general, es bastante sensible a la coherencia respecto a la autenticidad.

-La vivencia cultural es también importante en todo lo que afecta a su experiencia de viaje.

-La calidad gastronómica tradicional, alimentación sana y dieta mediterránea es indisoluble de la valoración del destino, se puede entender como un elemento de continuidad respecto a la experiencia senderista.

-La hospitalidad y la información turística son especialmente valoradas en este segmento, es un turista con cultura viajera y que sabe lo que puede y debe exigir.

-Valoran especialmente los equipamientos y servicios de alta calidad en toda la experiencia de viaje. Restaurantes y alojamientos son indisolubles de una experiencia satisfactoria del viaje, siempre teniendo en cuenta la armonía y la integración con la propuesta del destino.

-Las infraestructuras son importantes, acceso, señalización, caminos, pero no necesita de un gran despliegue, valora más la calidad y el mantenimiento ajustado que la profusión y el exceso.

C) SEGMENTO VIAJEROS EN CARRUAJES, D) SEGMENTO VIAJEROS POR FERROCARRIL Y E) SEGMENTO VIAJEROS EN COCHE Y GRUPOS TURÍSTICOS.

Su motivación es el descubrimiento de una región hermosa, histórica legendaria y literaria, donde aprehender su dimensión turística y cultural.

CARACTERIZACIÓN:

-Su característica fundamental es realizar la ruta como un destino a descubrir y conocer.



Salida de la Plaza de Toros.
(John Frederick Lewis, 1833)

-El aliciente determinante es conocer la ruta por lo que decían de ella los viajeros románticos, por la belleza del paisaje, su naturaleza y conocer sus pueblos.

-Considera el territorio como un elemento importante en su experiencia de viaje, y espera de este una respuesta diversificada, integral y coherente.

-El valor histórico, legendario y literario es complementario a otros valores del destino, es tenido en cuenta como un elemento de imagen de marca del destino que apoya su elección.

-La autenticidad del producto puede no ser trascendental, aunque puede exigir una gran autenticidad en el hilo argumental propuesto por el destino.

-La vivencia cultural es importante en todo lo que afecta a su experiencia de viaje.

-La calidad gastronómica es clave e indisoluble de la valoración del destino, se entiende como un elemento de continuidad respecto a la ruta.

-La hospitalidad y la información turística son valoradas en este segmento, es un turista con cultura viajera y que sabe lo que puede y debe exigir.

-Valoran especialmente los equipamientos y servicios de calidad en toda la experiencia de viaje. Restaurantes, alojamientos y servicios son importantes para una experiencia satisfactoria de viaje.

-Las infraestructuras son muy importantes, acceso, señalización, caminos y carreteras, así como los servicios que se ofrecen durante la ruta.

Son muchos y diversos los valores que tienen en cuenta las distintas tipologías de viajero, conviene estudiarlos en profundidad para saber adecuar bien nuestro proyecto.



Planificación y Gestión de la Ruta

Plan de Implementación



El producto “Ruta de los Viajeros Románticos” cuenta con ARUVIRO como entidad gestora, en la que están representados todos los agentes o asociados de la zona, será la encargada de realizar las actividades necesarias de planificación y gestión del producto. En el Manual del Proyecto se recoge la planificación y gestión de la Ruta, así como todos los aspectos organizativos de la Ruta como producto turístico. Los aspectos principales son:

A) PLAN DE INFRAESTRUCTURAS

- Inventario de accesos, caminos, trazados y etapas.
- Inventario de infraestructuras viarias y equipamientos: fuentes, abrevaderos, descansaderos, miradores, etc.
- Informes y peticiones de mejoras necesarias a los organismos pertinentes.
- Señalización de la Ruta, municipios y empresas que forman parte de ella.
- Señalización turística general. Balización y trazado de las etapas a través de GPS.
- Plan de Conservación y Gestión Ambiental.

B) PLAN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y OFERTA TEMÁTICA COMPLEMENTARIA.

- Material promocional del destino, oferta del patrimonio cultural.
- Patrimonio literario de los Viajeros Románticos. Inventario de referencias de los Viajeros Románticos de cada una de las poblaciones, lugares e hitos.
- Redacción del Documento y Gestiones a realizar para solicitar la declaración de la Ruta de los Viajeros Románticos, por parte del Consejo de Europa, como Ruta Turístico-Cultural (Instituto Europeo de Itinerarios Culturales).

C) REGLAMENTO DE ORDENACIÓN Y FUNCIONAMIENTO.

Donde se recoja como deben tomarse las decisiones en la Asociación, la adopción de acuerdos y competencias. Funcionamiento de la Asamblea General y el derecho a voto, la obligación del pago de cuotas. El Funcionamiento de la Junta Directiva y las Comisiones de Trabajo. El Equipo Técnico necesario.

D) PLAN DE ACTUACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD:

El Plan de Actuación de competitividad y sostenibilidad de la Ruta de los Viajeros Románticos tiene como objeto definir medidas que posicionen nuestra Ruta como un producto

turístico competitivo y que aseguren la sostenibilidad del producto y del destino a largo plazo.

- Acciones: Las acciones incluidas en el Plan de Actuación abarcan como mínimo las siguientes áreas:
- Creación y mejora del producto Ruta de los Viajeros Románticos.
- Promoción y comercialización de la Ruta de los Viajeros Románticos.
- Plan de Marketing y Comercialización.
- Solicitud de inclusión de la Ruta en Turespaña.
- Modelo de relación comercial.
- Material de promoción e información turística: folletos, web, redes sociales, publicaciones, etc...

E) PLAN DE SENSIBILIZACIÓN:

Dirigido a todos los agentes implicados (alojamientos, hoteles, picaderos, posadas, restaurantes, bares, agencias, etc...). El plan de sensibilización también puede incluir acciones dirigidas a divulgar el proyecto entre la población local, con el objeto de promover una mentalidad hospitalaria y abierta al mundo del turista/viajero.

Baile del Bolero en Algeciras.



El cortejo punitivo estaba formado por los reos con sus sambenitos y corozas. A lo largo del mismo iban los familiares, ricamente ataviados.

- ACCIONES:
- Puesta en marcha de actuaciones que faciliten la implicación de la población local en el desarrollo de la Ruta.
 - Realización de acciones de sensibilización y difusión a la población local de forma periódica (presentaciones, ruedas de prensa, cuñas en la radio local, etc.).
 - Incorporación de elementos característicos de la cultura local en la Ruta (por ejemplo, en la imagen corporativa, el material promocional, la señalización, etc.).
 - Implicación de los ciudadanos en la Ruta de los Viajeros Románticos (mediante la participación en eventos, actividades, fiestas, conmemoraciones, etc.).
 - Recogidas de sugerencias de la población local y valoración de su aplicabilidad.

F) PLAN DE FORMACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN – RRHH:

Para todo el personal del Ente Gestor y de

- los restantes profesionales de los sectores implicados en la Ruta, con el fin de cumplir mejor con las diferentes y cambiantes expectativas de hospitalidad, amabilidad y servicio de los viajeros/turistas.
- ACCIONES:
- Análisis de las necesidades de formación de los recursos humanos.
 - Periódicamente se analizarán las necesidades formativas de los profesionales dedicados a la Ruta de los Viajeros Románticos, y quedará constancia de sus necesidades de formación (Informes de Diagnóstico, solicitudes de formación, etc...).
 - Creación de un sistema de recogida de sugerencias de formación por parte de los profesionales del destino.
 - Elaboración de un Plan de Formación y profesionalización para todo el personal de la Ruta, adaptado a las necesidades de los diferentes profesionales de la Ruta.
 - Disposición de cursos o seminarios de formación.
 - La Junta Directiva pondrá a disposición de los profesionales del destino cursos/seminarios de formación (informará sobre cursos existentes u organizará sus propios cursos).

Emboscada a uno Bandoleros en la Cueva del Gato (Manuel Barrón, 1856. Museo Thyssen-Bornemisza).



Cueva del Gato (Beanoján), muy renombrada por los Viajeros Románticos.

- La temática y nivel de los cursos será coherente con las necesidades reales de formación (establecidas en el Plan de Formación).

- Individual: se conformará a partir de los compromisos de mejora que individualmente asuman determinadas empresas e instituciones.

G) PLAN DE MEJORA CONTINUA. MANUAL DE AUTORREGULACIÓN. SISTEMAS DE CALIDAD.

Diseño de los mecanismos de control y seguimiento de los niveles de servicio ofrecidos por los establecimientos adheridos a la Ruta de los Viajeros Románticos, con el fin de garantizar el cumplimiento de los mismos, que asegure y haga un seguimiento constante de los niveles de servicios establecidos para el correcto funcionamiento de la Ruta y el cumplimiento de las expectativas de los viajeros.

- ACCIONES:
- Debe existir un Plan de Mejora Continua de la Ruta (Manual de Autorregulación), que afectará al producto “Ruta de los Viajeros Románticos”, a sectores que componen la ruta y a empresas o instituciones concretas.
 - Producto: concierne a aspectos de gestión de la ruta, de promoción y comercialización, y de la variedad y calidad del producto en sí.
 - Sector: se referirá a todas la mejoras que deben realizarse por parte de un determinado colectivo (por ejemplo, alojamientos, restaurantes...).



Campo de Gibraltar
Serranía de Ronda

Ruta
de los
Viajeros
Románticos
EL CAMINO INGLÉS

CUADERNOS DE ARUVIRO

nº1 - Abril 2015