



BASES PRÁCTICAS PARA EL DESARROLLO DE LA SEÑALÉTICA TURÍSTICA DEL GRUPO CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA

Abril 2021 Revisión 01



Ciudades Patrimonio de la Humanidad ESPAÑA UNESCO

INDICE

- 1. Antecedentes y objetivos
- 2. Conclusiones preliminares
- 3. Unificación de criterios
- 4. Estrategia global
- 5. Decálogo de buenas prácticas
- 6. Implantación y próximos pasos
- 7. Anexo

1. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS

Fases del análisis de señalética del grupo

FASE I

FASE III

FASE I

Durante los meses de Marzo y Junio del año 2020 se ha realizado un **primer estudio solicitado por la SETUR sobre el sistema de señalética** informativa actual desarrollado en todas las ciudades Patrimonio de la Humanidad de España y su inserción en el planeamiento Urbano.

Los **resultados** alcanzados fueron los siguientes:

- Punto de situación actual del GCPHE y cada una de las ciudades
- Análisis de normativas vigentes en cada una de las ciudades en cuanto a señalética turística
- Principios de homogeneización
- Conclusiones
- **Recomendaciones** preliminares

Tras el análisis inicial se establece la **FASE II del estudio** con el objetivo de **avanzar en la implantación** de unos modelos comunes se señalización, con especial atención a las normas de Accesibilidad y que pongan en valor la Marca Patrimonio Mundial común a las 15 ciudades.

Los **resultados** alcanzados fueron los siguientes:

- Base y principios estratégicos del grupo
- Definición y objetivos para los Cuatro grandes bloques (Accesibilidad, información turística, información del grupo y tecnología)
- Contenidos principales basándose en una señalética universal

Realizados los dos primeros estudios de situación actual y estrategia y contenido para su implantación, trabajado con los técnicos de turismo y accesibilidad, se establece una siguiente fase en donde **incorporar el input de los técnicos de patrimonio** de las 15 ciudades

Los **resultados** alcanzados que se mostrarán en este documento son:

- Acuerdo global sobre la señalética en las áreas declaradas Patrimonio Mundial.
- Criterios de homogeneización
- · Contenido e imagen de marca
- Digitalización de la señalética
- **Decálogo** de buenas prácticas a adoptar por las ciudades



1. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS

Objetivo del documento



Patrimonio de la Humanidad

2. CONCLUSIONES PRELIMINARES



1. ALTO GRADO DE CONSCIENCIA PATRIMONIAL:

Las 15 ciudades del grupo cuentan con un **gran patrimonio que ha de ser conservado y cuidado**, libre de contaminación visual que permita tanto al turista como al residente disfrutar el patrimonio sin elementos distorsionadores, teniendo siempre en cuenta que hay que aportar información del lugar/monumento que facilite la visita al turista y le permita generar una experiencia diferenciadora.

2. LA SEÑALÉTICA COMO ELEMENTO ESTRATÉGICO

La señalética actual debe **facilitar el conocimiento al turista** a través de diferentes medios. Actualmente la heterogeneidad de las señales, el deterioro, el diseño o el mal posicionamiento puede generar malas experiencias. Además los soportes señaléticos ayudan a **redefinir los flujos turísticos** y por tanto en muchas ocasiones a mejorar la convivencia con el habitante.

3. MENOS ES MÁS.

Diversas circunstancias han hecho que a lo largo del tiempo se haya generado una **cantidad ingente de señales tanto turísticas como direccionales**, generando un efecto distorsionador que es necesario erradicar. Es importante, por tanto, llevar a cabo una retirada y limpieza de toda la señalética obsoleta y/o deteriorada, racionalizando su uso e implementando las nuevas tecnologías, también en los soportes señaléticos, como base de un desarrollo turístico sostenible.

4. IMAGEN DIFERENCIADORA

Mostrar uniformidad entre las 15 ciudades es clave para reforzar la marca del grupo, tanto para darse a conocer al turista como al propio habitante, que en muchas ocasiones no conoce que su ciudad es Patrimonio de la Humanidad. Es por tanto necesario impulsar el uso de los logos de Patrimonio Mundial y del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad aportando una imagen de marca que distingue claramente del resto de ciudades Españolas.

5. HOMOGENEIZACIÓN

La homogeneización de la señalética en las áreas declaradas Patrimonio Mundial presenta una gran complejidad, debido a la casuísticas de cada una de las ciudades, teniendo en cuenta incluso que en ocasiones las intervenciones en Conjuntos Histórico Artísticos recaen en las comisiones de patrimonio competencia de las CCAA. No obstante, se debe de buscar elementos comunes a incorporar como los logos anteriormente indicados o señalética común fuera de los Conjuntos Históricos Artísticos.

6. MÍNIMO IMPACTO VISUAL

Se debe apostar por una **señalética simple, sencilla y concreta** que aporte la información necesaria con alternativas informativas adicionales soportadas por un material duradero y de calidad. A su vez en aquellos Bienes de Interés Cultural (BIC) se debe ser especialmente cuidadoso en su ubicación, pudiendo en la medida de lo posible el uso de un solo soporte señalético para varios monumentos cercanos derivando información a través de tecnologías actuales.

3. UNIFICACIÓN DE CRITERIOS



QUÉ QUEREMOS CAMBIAR

- SEÑALÉTICA MEJORABLE
- POCO ACCESIBLE
- INSUFICIENTE
- GENERA MUCHO RUIDO VISUAL
- DIVERSIDAD DE SEÑALES
- NO ADAPTADA A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS
- CAÓTICA EN MUCHOS PUNTOS
- UBICACIÓN INADECUADA
- PRESCINDIBLE EN MUCHOS CASOS
- INCOMPETA
- OBSOLETA
- CONFUSA
- HETEROGENEA
- NO ADAPTADA A LAS NECESIDADES ACTUALES DE LOS TURISTAS
- TOTALMENTE ANALÓGICA
- EN MUCHOS CASOS NO ESTÁN ADAPTADAS A LAS NUEVAS NORMATIVAS

HACIA DONDE QUEREMOS IR

- SEÑALÉTICA VIVA
- CLARA Y CONCISA
- ADAPTADA A TODOS LOS TIPOS DE TURISTAS
 Y A LOS DIFERENTES SEGMENTOS DE
 VISITANTES
- SEÑALÉTICA INTELIGENTE
- RESPETUOSA CON EL PATRIMONIO
- MATERIALES DURADEROS Y QUE FACILITEN
 SU MANTENIMIENTO
- HOMOGÉNEA CON EL RESTO DE CIUDADES DEL GRUPO FUERA DE LAS ÁREAS PROTEGIDAS
- SEÑALÉTICA QUE INTERACTÚE CON EL

 TURISTA Y FACILITE EL EQUILIBRIO ENTRE EL

 VISITANTE Y EL HABITANTE
- UNA SEÑALÉTIOCA QUE FACILITE LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA DEL DESTINO

4. ESTRATEGIA GLOBAL DEL GRUPO



Teniendo como base el Artículo 6 del Título II de los estatutos del grupo, epígrafes c y d:

- c) Planificar una política turística y de difusión de imágenes que se corresponda con los intereses del grupo.
- d) Promocionar las ciudades Patrimonio de la Humanidad como ejemplo de ciudades que contemplan medidas favorecedoras de la accesibilidad y sostenibilidad, combinada con el respeto al patrimonio.

Se establecerá una serie de recomendaciones y buenas prácticas a llevar a cabo por cada una de las ciudades del grupo con el objetivo de implantar una cultura de identidad propia apoyando a la transformación del modelo y aumentando la competitividad de cada una de las ciudades

ACCESIBILIDAD

- Incorporación de lenguaje Braille
- · Acceso a audioguías/Videoguias,
- Accesibilidad visual a personas con discapacidad física (en el propio soporte informativo o con alternativas digitales)
- Elementos iconográficos reconocibles para personas con discapacidad intelectual así como los nuevos visitantes infantiles.

RESPETO POR EL PATRIMONIO

- Eliminación de la señalética obsoleta y/o deteriorada
- Incorporación de elementos mínimos informativos en los monumentos declarados BIC
- Ayudarse de la tecnología para minimizar el impacto visual que genera una señalética excesiva en el patrimonio
- Dar a conocer el VUE por el que la ciudad ha sido nombrada Patrimonio Mundial

INFORMACIÓN FACILITADA

- Descripción sencilla, clara e intuitiva para el visitante
- Opción de idioma.
- Alternativas de lectura y contenidos adicionales de interés para el viajero
- Posibilidad de actualización de la información adaptándose a cada momento.

INFORMACIÓN DEL GRUPO

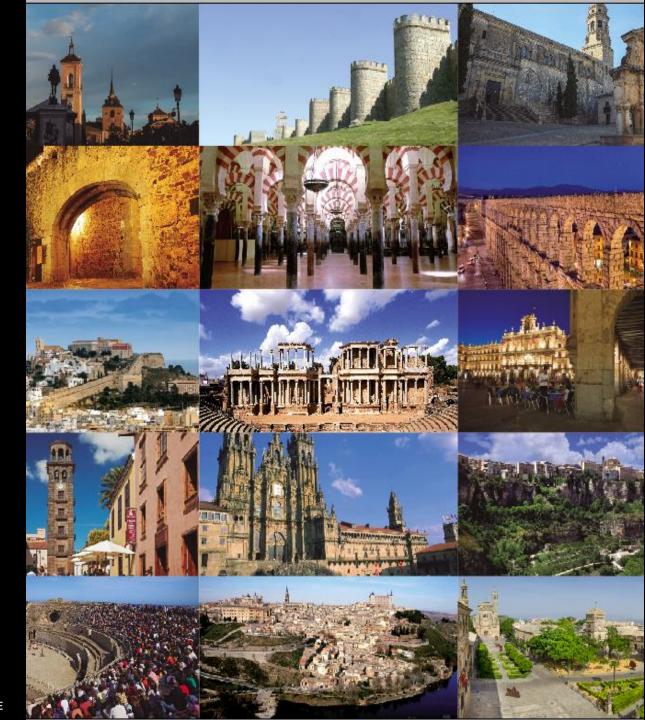
- Uso del logo del GCPHE y UNESCO en los soportes señaléticos/informativos de todos los lugares turísticos de la ciudad.
- Facilitar información de todas las ciudades del grupo creando flujos de viajeros entre unas ciudades y otras.
- Facilitar la presentación ante el viajero como una de las 15 ciudades del grupo.
- Reforzar una imagen de marca diferenciadora y competitiva

TECNOLOGÍA

- Incorporación de alternativas digitales informativas, como los códigos QR con acceso desde la propia señalética de la ciudad
- Uso de la digitalización para ofrecer nuevas experiencias durante su viaje en la propia ciudad.
- Facilitar información interactiva al viajero durante su recorrido, ofreciéndole lo que le es útil en cada momento, bien a través de App's o la opción de beacons.
- Desarrollar puntos de información inteligentes.



Revisión 01





 HOMOGENEIZACIÓN de la señalética de las 15 ciudades del Grupo, señalizando su pertenencia al Patrimonio de la UNESCO y a GCPHE en aquellos lugares que se permita.



• ELIMINACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL creada por señalética obsoleta y deteriorada así como la racionalización de otros elementos señaléticos que generen ruido visual.



 DIFERENCIAR nuestras ciudades del resto de conjuntos históricos con elementos identificativos que permitan dar a conocer a los turistas el VALOR UNIVERSAL EXCEPCIONAL de cada una de las ciudades del grupo



 ESTANDARIZACIÓN DE CRITERIOS de uso de los logos, y símbolos gráficos que permitan la identificación correcta por parte del visitante y residente.



 DIGITALIZACIÓN DEL PRODUCTO, para un uso fácil y responsable del elemento turístico.



 Máxima ACCESIBILIDAD de la oferta turística para todos los viajeros, aumentando el carácter inclusivo de la misma.



 Maximización del USO DE UNA SEÑALÉTICA INTELIGENTE que persiga el aumento de la calidad y experiencia del visitante, atrayendo a un nuevo turista y fidelizando al existente.



• Ofrecimiento de **ALTERNATIVAS EXPERIENCIALES** en los sitios de atracción turística, con la vista puesta en la diversificación de la oferta.



 Posicionamiento de la marca GCPHE como LÍDER en SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA creando destinos accesibles, participativos y alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible



FOMENTO DE BUENAS PRÁCTICAS que respondan a las necesidades actuales y futuras del visitante



 HOMOGENEIZACIÓN de la señalética de las 15 ciudades del Grupo, señalizando su pertenencia al Patrimonio de la UNESCO y a GCPHE en aquellos lugares que se permita.

DESCRIPCIÓN

Homogeneizar en la medida de lo posible toda la señalética de las ciudades **definiendo una imagen única de pertenencia al grupo** que sea reconocida visualmente tanto por el turista como por los propios habitantes.

Es importante **tener en cuenta tanto la ubicación como el propio soporte** señalético ya que su incorporación dentro de las áreas patrimoniales de cada una de las ciudades requiere ciertos criterios que no son competencia directa del ayuntamiento

ACUERDOS

Por lo anteriormente indicado se llega a los siguientes acuerdos:

- 1. Incorporar una señalética común con el mismo diseño y soportes en espacios exteriores del área patrimonial, siendo estos:
 - Cada una de las entradas a la propia ciudad
 - Accesos a puntos estratégicos (estaciones, rotondas...)
- 2. Incorporar **paneles informativos comunes en los accesos peatonales** de las áreas declaradas.
- 3. Identificación de los BIC con el menos impacto visual posible
- **4. Puesta al día de las placas conmemorativas** de las declaraciones de Patrimonio de la Humanidad (obligatorias de acuerdo a la normativa UNESCO)
- 5. Para la señalética en áreas declaradas existe una necesidad clara de aprobación por las diferentes comisiones de patrimonio, y la adaptación a las normativas de tonalidades, formas e impactos de los planeamientos de los propios Aytos



ELIMINACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL creada por señalética obsoleta y deteriorada así como la racionalización de otros elementos señaléticos que generen ruido visual.

DESCRIPCIÓN

El **uso indiscriminado** de la señalética turística en aras de facilitar de la manera más "tradicional" la información a nuestros visitantes ha hecho que en muchas de las ciudades existan diferentes soportes señaléticos, no solo turísticos sino también direccionales, que han contribuido a entorpecer la percepción tanto del entorno como del conjunto patrimonial.

Tenido en cuenta los criterios de sostenibilidad por lo que debe regirse los destinos es **necesario racionalizar** todos estos elementos visuales.

ACUERDOS

Por lo anteriormente indicado se llega a los siguientes acuerdos:

- Limpieza y retirada ordenada y consensuada de la señalética obsoleta y deteriorada
- 2. Estudiar el impacto visual teniendo en cuenta:
 - Ubicaciones
 - Forma
 - Medidas
 - Materiales
 - Colores
 - Contenido
- 3. Mantener **ciudades "limpias"** que permitan el disfrute del turista y del habitante de todo el conjunto histórico





 DIFERENCIAR nuestras ciudades del resto de conjuntos históricos con elementos identificativos que permitan dar a conocer a los turistas el VALOR UNIVERSAL EXCEPCIONAL de cada una de las ciudades del grupo

DESCRIPCIÓN

Si hay algo que define a todas las ciudades del grupo es su gran riqueza patrimonial, cultura y natural, todas ellas declaradas Patrimonio Mundial por la Unesco hace que sean diferentes al resto y con una **identidad propia pero a la vez compartida con el resto de ciudades del grupo**.

La **unión de las 15 ciudades** a través del grupo hace que no tengan parangón con ninguna otra

ACUERDOS

Por lo anteriormente indicado se hace necesario **dar a conocer** al turista **el valor diferencial** de todas las ciudades del grupo llegando a los siguientes acuerdos:

- Realizar paneles informativos homogéneos en los accesos peatonales a las áreas declaradas, en los que se incluya un **resumen del VUE** por el que la ciudad fue inscrita en la lista del Patrimonio Mundial, plano, edificios o lugares más importantes etc.
- 2. Estos paneles permitirían **explicar** de forma clara **que diferencia** a las ciudades del Grupo del resto de ciudades históricas de España, incidiendo su Valor Universal Excepcional.
- 3. Los **paneles** serán **iguales** para todas las ciudades dando imagen de marca y fomentando la homogeneización del punto 1 del presente decálogo



ESTANDARIZACIÓN DE CRITERIOS de uso de los logos, y símbolos gráficos que permitan la identificación correcta por parte del visitante y residente.

DESCRIPCIÓN

Actualmente cada ciudad ha respondido a unos **criterios diferente** en el diseño e implantación de la señalética, principalmente en lo relacionado al uso de los logos u otros símbolos gráficos que pueda identificar a la ciudad dentro del propio grupo.

Es importante por tanto **acordar el uso y la estandarización de los logos** que identifican la singularidad de las 15 ciudades que permita un claro reconocimiento por parte del turista.

ACUERDOS

Así, se establecen los siguientes acuerdos en cuanto al uso de los logos de Patrimonio Mundial y del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad

- **1. Cumplir** con las **directrices** practicas **de la convención** con la implantación del Logo Patrimonio Mundial
- **2. Incluir** en todos los soportes nuevos el **logo** del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad como imagen diferenciadora
- 3. En la medida de lo posible y como medida correctora, incluir los **logos** en la **señalética actual**.
- **4. Instar** a los **ayuntamientos** a que se **comprometan** firmemente al **uso de ambos logos** en todos los soportes y materiales





DIGITALIZACIÓN DEL PRODUCTO, para un uso fácil y responsable del elemento turístico

DESCRIPCIÓN

Ante un turista con un mayoritario uso de su smartphone durante sus visitas, unas nuevas generaciones digitales y un tipo de turismo presente y futuro muy basado en las nuevas tecnologías, se hace **imprescindible** la **digitalización** del producto turístico ofreciendo alternativas al visitante que facilite su visita.

Actualmente el grado de digitalización de cada ciudad es muy dispar por lo que se acuerda establecer unos mínimos necesarios para generar nuevas experiencias al turista

ACUERDOS

Por lo anteriormente indicado se llega a los siguientes acuerdos:

- **1. Aprovechar las nuevas tecnologías**, generando un equilibrio entre las herramientas físicas y las digitales.
- 2. Apoyarse en la **tecnología para paliar el uso indiscriminado** de señales tanto turísticas como direccionales
- 3. Promoción de las App's actuales de cada ciudad
- **4. Incorporación** en aquellas App's, que no cuenten con ello, **elementos facilitadores** en la visita como:
 - Compra de ticket para los monumentos,
 - Incentivar la visita de nuevas rutas menos concurridas con ofertas de ocio acreditadas con los tickets de los monumentos de la ruta
 - Mapas interactivos que ayuden al turista de manera direccional
 - Información sobre el patrimonio material e inmaterial de las ciudades



 Máxima ACCESIBILIDAD de la oferta turística para todos los viajeros, aumentando el carácter inclusivo de la misma.

DESCRIPCIÓN

A día de hoy el cumplimiento de los **principios de accesibilidad universal** es todo un reto para las ciudades pero estrictamente necesario.

Es importante facilitar el pleno disfrute a cualquier persona que quiera visitar nuestras ciudades y por ello apostar por alternativas inclusivas será fundamental en el desarrollo turístico de cada una de las ciudades del grupo.

ACUERDOS

Teniendo en cuenta los principios de accesibilidad universal se llegan a los siguientes acuerdos:

- 1. Todas las señales deben garantizar la accesibilidad universal,
- 2. Para alcanzar este objetivo son absolutamente necesarias las **nuevas tecnologías**, ya que resulta prácticamente imposible garantizar la accesibilidad universal con soportes físicos convencionales.
- 3. La señalética tradicional contará con **elementos concretos** que **faciliten** al turista **acceder** a la **información** a través de la tecnología tales como:
 - QR identificados en braille y en lugares accesibles para personas con discapacidad física.
 - Pictogramas que faciliten el uso de la tecnología concreta a la que acudir





Maximización del **USO DE UNA SEÑALÉTICA INTELIGENTE** que persiga el aumento de la calidad y experiencia del visitante, atrayendo a un nuevo turista y fidelizando al existente.

DESCRIPCIÓN

Integrar sistemas avanzados de información turística facilitará no solo la experiencia del visitante al que podremos ofrecerle diferentes alternativas, sino que repercutirá directamente en la propia gestión y dimensionamiento turístico del destino, facilitando a través de los datos la personalización de las ofertas y la redistribución de flujos turísticos, favoreciendo una mejor convivencia entre turista y habitante principalmente en los centros históricos.

ACUERDOS

Para el uso de una señalética inteligente se llegan a los siguientes acuerdos:

- 1. Incorporación de elementos digitales que ayuden a simplificar tanto las dimensiones como la cantidad de los elementos físicos actuales. (Códigos QR o tecnología NFC)
- 2. Incorporación de **balizas** de **geoposicionamiento** o **beacons** que permitan **interactuar** con el turista.
- **3. Gestión de los datos** que facilite la señalética inteligente, a través del Smart Data, con el objetivo de analizar los flujos y mejorar la gestión del destino.
- 4. Incorporación de **paneles interactivos** con información clave de la ciudad

En general, **adaptar** la **señalética** a los **nuevos gadgets tecnológicos** mejorando la competitividad del destino.



Ofrecimiento de **ALTERNATIVAS EXPERIENCIALES** en los sitios de atracción turística, con la vista puesta en la diversificación de la oferta

DESCRIPCIÓN

Cada vez más los turistas indican que los **motivos por los que acuden** a visitar a una ciudad u otra es por su **variedad de oferta** y la opción de poder disfrutar de **diferentes experiencias** en un mismo lugar.

Generar experiencias diferenciales ayuda a aumentar los tiempos de estancia pero también a fidelizar a nuestros visitantes.

Estas experiencias también pueden ser desarrolladas a través de una señalética diferente y tecnológica

ACUERDOS

Es importante por tanto en aras de la sostenibilidad turística del destino el desarrollo de actividades experienciales tales como:

- 1. Realidad virtual ofreciendo al visitante y al propio ciudadano experiencias inmersivas con su propio dispositivo móvil (Smartphone o Tablet) que le permiten visitar el pasado de los monumentos o de las distintas partes de la ciudad, revivir acontecimientos históricos que allí han ocurrido, o comprender con tecnologías didácticas e interactivas curiosidades o detalles de los monumentos o lugares que se visitan.
- **2. Uso de la gamificación** para potenciar tanto el conocimiento como el disfrute de la ciudad de una manera diferente apoyándose en el uso del geoposicionamiento de la señalética inteligente vista en el punto 7 de este decálogo





Posicionamiento de la marca GCPHE como LÍDER en SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA creando destinos accesibles, participativos y alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

FOMENTO DE BUENAS PRÁCTICAS que respondan a las necesidades actuales y futuras del visitante

DESCRIPCIÓN

Es necesario aplicar una **adecuada gestión turística**, también a través de la señalética, que siga los **principios de sostenibilidad**, que minimice el impacto medioambiental y que ayude al desarrollo socioeconómico de la población local.

Para ello, la implicación de cada una de las ciudades de manera individual se hace indispensable.

ACUERDOS

Teniendo en cuenta los principios de sostenibilidad y en cuanto a la señalética se refiere, se llegan a los siguiente acuerdos.

- 1. Disposición de la señalética no solo para el uso y disfrute del turista sino con el objetivo de ser una herramienta facilitadora para buscar el equilibrio con el habitante redefiniendo rutas y espacios turísticos.
- 2. Facilitar y fomentar la **participación ciudadana** para mejorar los contenidos y la disposición de los soportes.
- 3. Ofrecer información a través de elementos interactivos sobre el comercio local y alternativas de restauración.
- 4. Informar sobre las manifestaciones culturales, tradición y patrimonio material e inmaterial que hacen única cada ciudad.
- **5.** Fomentar el uso de espacios fuera del área patrimonial declarada incluyendo espacios naturales de los que disponga el destino.

DESCRIPCIÓN

Para finalizar el decálogo y teniendo en cuenta referencias como la encuesta sobre señalética turística realizada dentro marco del proyecto "Estrategias para la reactivación del turismo cultural y Patrimonial del GCPHE" es necesario **establecer unas buenas practicas en relación al contenido y la implementación del soporte señalético** propiamente dicho.

En este sentido estas buenas practicas tendrán como referente el menor impacto visual posible principalmente en los monumentos declarados BIC

ACUERDOS

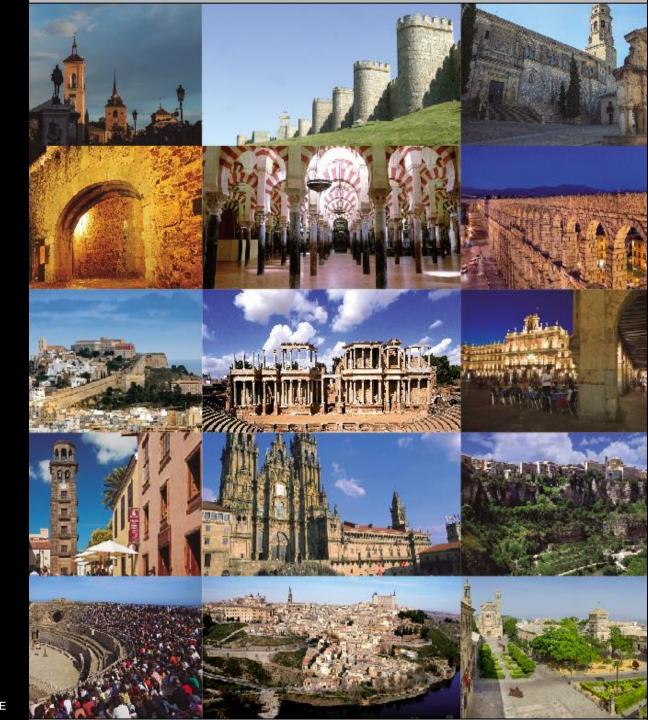
Los acuerdos adoptados en cuanto al contenido de los soportes señaléticos son:

- **1. Información concreta** con indicación del elemento protegido, fecha y una descripción breve.
- 2. Apostar por la sencillez y simplicidad.
- 3. Uso de la **tecnología** para **facilitar el acceso** a la información y a los idiomas, no recargando de información el propio soporte.
- 4. Uso de una **señalética viva** con posibilidad de actualización de la información adaptándose a cada momento.
- 5. Las directrices prácticas de la convención de la UNESCO conminan a contar con Planes de Gestión para los bienes declarados, esto planes deben contemplar el bien de manera integral, por tanto se insta a aquellos ayuntamientos que no lo han realizado a su redacción o actualización, según se requiera, en donde se tenga en cuenta toda la gestión de los bienes declarados Patrimonio Mundial



IMPLANTACIÓN Y PRÓXIMOS PASOS

Revisión 01



6. IMPLANTACIÓN Y PRÓXIMOS PASOS



A continuación y para terminar de **definir criterios concretos de unificación y viabilidad** con el objetivo de poder llevar a cabo su implantación en aquellas ciudades que estén en proceso de cambio y con alternativas a aquellas que ya hayan ejecutado algún proyecto, se recomienda una serie de **grupos de trabajo** para la toma de decisiones finales.

Así, en orden de prioridad de recomiendan los siguientes grupos en donde deberían de estar **representadas todas las ciudades** con alguno de sus responsables.

Se recomienda además, que **en cada grupo,** los **representantes/portavoces** de las ciudades sean **mixtos**, es decir, que se cuente con técnicos de cada una de las áreas que han participado en cada fase (tec. Turismo, Accesibilidad, Patrimonio, Urbanismo y Arquitectos) con el objetivo de encontrar soluciones lo más transversales posibles.

1. GRUPO DE TRABAJO DE MARCA E IDENTIDAD:

Este grupo será el encargado de terminar de concretar y llegar al acuerdo teniendo en cuenta las diferentes situaciones de todas las ciudades (proyectos en marcha, licitaciones en curso) de:

- Acordar el uso concreto de los logos dónde y cómo
- Convivencia de los logos con otros de las propias ciudades, consensuando cuáles son susceptibles de eliminar

2. GRUPO DE TRABAJO DE DISEÑO:

Este grupo definirá, atendiendo a los criterios aquí definidos:

- Tipos de soporte
- Tipo de material para cada soporte
- Contenido concreto para cada tipo de señalética

3. GRUPO DE TRABAJO DE DESARROLLO URBANÍSTICO Y SOSTENIBILIDAD

Se trabajarán los siguiente puntos:

- Ubicación concreta y común para todas las ciudades de cada uno de los tipos de soporte desarrollados por el equipo de diseño
- Ubicación teniendo en cuenta criterios de sostenibilidad, planeamiento de todas las ciudades y diversificación de los flujo turísticos

4. GRUPO DE TRABAJO DE ACCESIBILIDAD

Se trabajarán los siguiente puntos:

- Contenido accesibles comunes y concretos a incorporar en la señalética teniendo en cuenta los criterios establecidos por el equipo de diseño
- Concretar usos y soluciones comunes para todas las ciudades del grupo

5. GRUPO DE TRABAJO DE RELACIONES INSTITUCIONALES Y NORMATIVAS

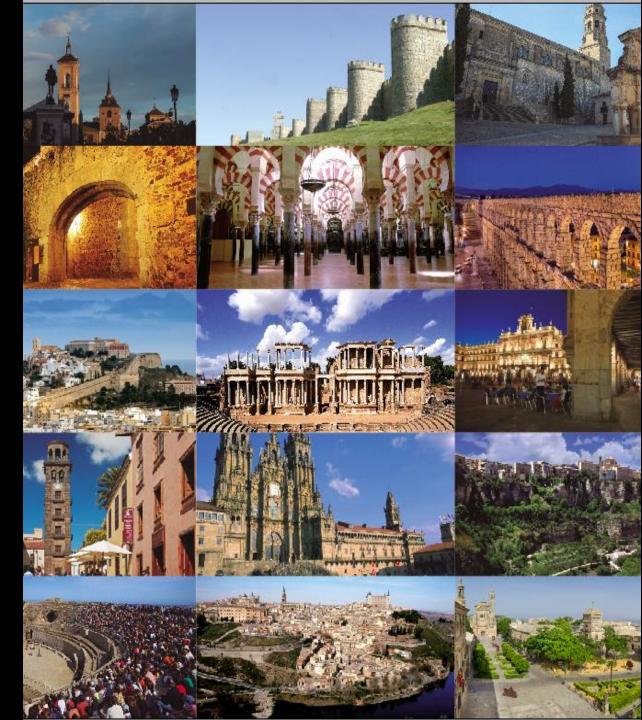
Se deberá tener en cuenta:

- Normativas concretas de cada ayuntamiento para la viabilidad de la implantación
- Revisión con las autoridades competentes de la incorporación de la señalética en el plan de gestión de la ciudad



ANEXO

Revisión 01



7. ANEXO



La elaboración te todas las fases para LA UNIFICACIÓN DE LA SEÑALÉTICA DEL GRUPO HA SIDO REALIZADO A TRAVÉS DE UN PROCESO PARTICIPATIVO donde han tenido cabida TODOS LOS PROFESIONALES DE LAS 15 CIUDADES, por lo que este documento final engloba todos los acuerdos a los que se ha llegado con:

- Técnicos de turismo
- Técnicos de Accesibilidad
- Técnicos de Patrimonio Histórico.

Se ha tenido en cuenta en el proceso participativo tanto **entrevistas individuales como tres sesiones de trabajo online y presencial** además de toda la documentación aportada por cada una de las ciudades (normativas vigentes, fotos estado señalética actual, proyectos en marcha, licitaciones, planes de accesibilidad). Igualmente, se ha realizado en la Fase II **dos procesos participativos con turistas**:

- Encuesta a 1500 visitantes de ciudades pertenecientes al grupo (resultados de la encuesta incluidos en el entregable de la Fase II).
- 3 Focus Group con turistas y habitantes.

CONTENIDO DE LAS ENTREVISTAS Y DE LAS SESIONES DE TRABAJO

ENTREVISTAS:

NORMATIVAS/PROYECTOS

- 1. ¿Hay actualmente o se ha ejecutado en el pasado algún proyecto/s relacionados con la accesibilidad turística?
- 2. En el caso que exista o haya existido, por favor, resuma las líneas, objetivos y éxitos alcanzados o a alcanzar en el mismo.
- 3. ¿Actualmente se cuenta con algún tipo de certificación de calidad sobre la accesibilidad en la ciudad, homologado?
- 4. ¿Existe en la ciudad algún plan o normativa propios de señalética relacionada con el turismo?
- 5. En el caso que no exista ¿Por qué plan o normativa se rige la ciudad en cuanto a la señalética turística?

SEÑÁLÉTICA ACTUAL

- 6. ¿Con qué tipo de señalética, de interés para el turista, cuenta la ciudad?
- 7. ¿Existe algún tipo de señalética específica/única de la ciudad?
- 8. ¿Qué tipo de paneles explicativos existen en la ciudad?
- 9. ¿Los paneles explicativos están distribuidos por todas las zonas turísticas de interés?
- 10. ¿El logo del Grupo ciudades Patrimonio de la humanidad está situado en alguno de los paneles u otro medio informativo para el turista? ¿En qué caso que esté, en cuál?
- 11. ¿El logo de la UNESCO está situado en alguno de los paneles u otro medio informativo para el turista? ¿En qué caso que esté, en cuál?
- 12. ¿Con qué tipo de señalética, accesible a personas con algún tipo de discapacidad, cuenta la ciudad?
- 13. ¿Existe algún tipo de señalética accesible específica/única de la ciudad?
- 14. ¿Existen paneles explicativos accesibles e integradores en la ciudad?
- 15. En el caso que existan paneles accesibles, estos ¿dónde se encuentran?, (distribuidos por todos los puntos de interés turístico, en los monumentos, en puntos concretos de información...)

....sigue en la siguiente página

7. ANEXO



RETOS

- 16. ¿Cómo están diseñados estos paneles explicativos? (Idiomas, accesibilidad para invidentes o personas en sillas de ruedas, digitalización QR o cualquier otro medio...)
- 17. ¿La ciudad cuenta con algún otro medio informativo además de los paneles?
- 18. ¿La ciudad cuenta con algún otro medio turístico informativo que integre a personas con algún tipo de discapacidad? ¿Cuál/es?
- 19. ¿Son todos los paneles homogéneos en cuanto a contenido (idiomas, accesibilidad, digitalización...) y diseño o bien dependen del tipo de lugar al que se refieren?
- 20. ¿Además de pertenecer al Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad, hay algún otro grupo turístico al que pertenece la ciudad? (huellas de Teresa, Ruta Jacobea, Ruta de la Plata, Rutas Enoturísticas, o cualquier otro...)
- 21. En el caso que la ciudad pertenezca a algún otro grupo, ¿éste tiene su propia señalética y está representada en los lugares de interés?
- 22. ¿Las empresas turísticas de ámbito privado considera que están sensibilizadas con la accesibilidad en su ciudad?
- 23. ¿Diría que los paneles informativos llaman la atención, son intuitivos para facilitar su lectura y accesibles para personas con algún tipo de discapacidad?
- 24. ¿Cuáles serían, bajo su punto de vista, los principales retos que su ciudad se debería poner de aquí al año 2025 en cuanto a la accesibilidad turística?
- 25. Si tuviese que elegir una ciudad de referencia en lo relativo a la accesibilidad ¿Cuál sería? ¿Qué ciudad es para usted un ejemplo a seguir sin que sea la suya propia? ¿Por qué?

OPORTUNIDADES

- 26. Si preguntamos a un turista sobre las señales informativas de la ciudad, ¿Qué crees que nos diría?
- 27. Si preguntamos a un turista sobre la accesibilidad de las señales informativas de la ciudad, ¿Qué cree que nos diría?
- 28. ¿Cómo definirías tú el diseño y la ubicación de los paneles?
- 29. Bajo tu punto de vista, ¿Qué mejorarías, echas en falta, cambiarías, añadirías en la señalética de tu ciudad?
- 30. Bajo su punto de vista, ¿Qué mejoraría, echa en falta, cambiaría, añadiría en la relación con la accesibilidad turística en cuanto a la señalética de su ciudad?
- 31. ¿Dirías que los paneles informativos llaman la atención, son intuitivos para facilitar su lectura y accesibles para personas con algún tipo de discapacidad?
- 32. ¿Crees que es importante que todas las ciudades del grupo mantengan una homogeneización en cuanto a la señalética o por el contrario piensas que cada ciudad tiene su idiosincrasia y por tanto la señalética debe representar la propia marca de la ciudad?
- 33. ¿Cree que es importante que todas las ciudades del grupo mantengan una homogeneización en cuanto a los criterios de accesibilidad-creación de un distintivo oficial o por el contrario piensa que cada ciudad tiene su idiosincrasia y por tanto la debe representar la propia marca de la ciudad o bien debería de tener una homogeneización nacional?
- 34. Si tuvieses que elegir una ciudad de referencia en lo relativo a la señalética ¿Cuál sería? ¿Qué ciudad es para ti un ejemplo a seguir sin que sea la tuya propia? ¿Por qué?

7. ANEXO

Ciudades Patrimonio de la Humanidad ESPAÑA UNESCO

SESIONES DE TRABAJO

Trabajo con técnicos de turismo y accesibilidad (SESIÓN ONLINE, 40 PARTICIPANTES)

AGENDA	
7	FRABAJO PREWORK (Encuesta inicial a todos los participantes del taller sobre el esto de la señalética actual de su ciudad.)
INTRODUCCIÓN	Introducción, objetivos del estudio y objetivos del taller.
PRESENTACIÓN	Presentación de asistentes indicando quienes son y si son responsables de turismo, accesibilidad o ambos.
DINÁMICA 1	¿Cómo debe ser para ti una buena señal informativa? ¿qué debe tener?
METODOLOGÍA DE POSICIONAMIENTO	Explicación de la metodología, qué valoramos, cómo lo hacemos y qué hay en cada cuadrante
NOS POSICIONAMOS	Posicionamiento de cada ciudad en los cuadrantes definidos
COMPARTIMOS	Cada uno comenta dónde se ha situado y por qué, qué falta, que tenemos
CIERRE	Cierre y agradecimiento, solicitud de envío del posicionamiento completo a BRAINTRUST

CIERRE	Cierre y agradecimiento, solicitud de envío del posicionamiento completo a BRAINTRUST
Γrabajo con técnicos Ρ	Patrimonio, urbanismo y arquitectos (SESIÓN MIXTA, PRESENCIAL Y ONLINE, 22 PARTICIPANTES)
AGENDA DÍA 1	
Objetivo día 1: Contextuali:	ización de las fases anteriores, principales resultados del trabajo con técnicos de turismo y accesibilidad
BIENVENIDA E INTRODUC	CCIÓN
PRESENTACIÓN	
FASE I RESULTADOS Y M	1ETODOLOGÍA
FASE II RESULTADOS Y M	METODOLOGIA
FIN DE LA SESIÓN ADEL <i>A</i>	ANTO DE LA AGENDA DEL DÍA 2
AGENDA DÍA 2	
Objetivo día 2: Construir la	a visión de patrimonio que complete el manual base para la señalética del grupo
RECORDAMOS CONCEPT	TOS DEL DÍA ANTERIOR
DINAMICA 1: Punto de vist	ta patrimonial (Normativas y requerimientos)
DINÁMICA 2 : Atributos de	ie la señalética
DINÁMICA 3: Mapa de em _l	ıpatía
DINÁMICA 4: Documento	Patrimonio (Desarrollo del plan)
FIN DE LA SESIÓN	20



BASES PRÁCTICAS PARA EL DESARROLLO DE LA SEÑALÉTICA TURÍSTICA DEL GRUPO CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD DE ESPAÑA

Documento desarrollado por BRAINTRUST para la definición de la Fase III del estudio de Señalética turística del GCPHE

Abril 2021