

Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo

1. NOMBRE DE LA DEMANDA

Innovación social para el diseño, construcción, mantenimiento y sostenibilidad de la imagen urbana de zonas turísticas del país

2. ANTECEDENTES-MARCO CONTEXTUAL

La imagen urbana de un lugar considera los diferentes elementos naturales y artificiales, construidos por el hombre que se conjugan para conformar el marco visual de una localidad, guardando una relación directa con las costumbres y usos de sus habitantes.

Las ciudades y los destinos turísticos existen gracias a la conformación de la sociedad y se desarrollan con base en las necesidades de la población, por lo cual el planteamiento y diseño de los proyectos urbanos debe considerar que las localidades son dinámicas, incluyentes y presentan vida propia. Es por ello que es de gran importancia que la sociedad se involucre en el desarrollo urbano de las localidades.

La imagen urbana también se refiere a la percepción que el habitante, y de forma especial el visitante, tienen del espacio, por lo tanto, depende de la experiencia sensorial que el observador advierte dentro de su entorno. De esta manera, la calidad, cantidad, dimensión y disposición de lo construido y contenido en el espacio determinan la impresión del medio ambiente urbano, influyendo de manera positiva o negativa en la percepción de orden, orientación, armonía, belleza, seguridad o bienestar.

La percepción que los turistas tienen de un determinado destino es un factor fundamental en la elección del mismo

Un claro ejemplo de una ciudad con una imagen urbana bien desarrollada es Barcelona, denominada por sus autoridades como “Barcelona guapa”, slogan que aplican para venderla a los ciudadanos. Barcelona se distingue por su extraordinaria imagen urbana, resultado de su evolución histórica y su escudriñamiento y reinvención del concepto del espacio público, consiguiendo colocarla en la vanguardia del diseño urbano internacional.

Cada elemento que compone el espacio público posee un diseño, material, color, textura y disposición preconcebidos y elaborados con calidad estética y ejecutiva que al conjugarse en una unidad proyectan una imagen integral armoniosa e intencionada.

Entre los beneficios que se obtienen de una buena imagen urbana se encuentran:

- Identidad y carácter,

- Sentimiento de pertenencia y seguridad,
- Limpieza y orden,
- Predisposición de los usuarios para cuidar y mantener su espacio,
- Aprovechamiento y disfrute del espacio,
- Promoción de la ciudad como destino turístico,

La correspondencia entre la imagen anterior a la visita, es decir, las expectativas generadas en los turistas y la realidad encontrada por estos al disfrutar del destino turístico, es fundamental para la satisfacción y consecuente posibilidad de fidelización de éstos. La percepción que los turistas tienen en relación con un determinado destino influye tanto en su elección como en la satisfacción que van a tener en el futuro viaje.

Por lo anterior, el paisaje y la imagen urbana son de gran importancia como parte de la percepción de una localidad y de la experiencia turística, un deterioro de la imagen urbana afecta la apreciación, el desempeño y la competitividad de los destinos turísticos.

En México al igual que en otras partes del mundo, es necesario realizar acciones que permitan a los destinos turísticos sumar los esfuerzos del gobierno y de la sociedad civil para impulsar el sentido de identidad y de buen anfitrión, a fin de fortalecer los tejidos sociales y que la sociedad en su conjunto participe en acciones que buscan el incremento de la competitividad de los destinos mediante la creación de una imagen urbana propia de las localidades.

Por lo anterior, existe la necesidad de desarrollar un modelo de innovación social, que fomente la generación de condiciones de empoderamiento ciudadano y el desarrollo de prácticas creativas y colaborativas que ocurren en las zonas turísticas del país, para el diseño, construcción, mantenimiento y sostenibilidad de la imagen urbana de zonas turísticas contando con la participación sustantiva de colectivos, universidades y organizaciones sociales civiles encargadas en temas de ciudad y espacio público.

Tijuana es una ciudad estratégica para la marca México, ya que representa una importante puerta de entrada de los visitantes provenientes de los Estados Unidos y particularmente de California, en esta ciudad se cuenta con el cruce fronterizo de mayor afluencia, además de contar con una terminal aérea binacional que para el año 2015 tuvo una afluencia de 4,853,797 pasajeros y un tráfico aéreo de 52,912 vuelos, convirtiéndolo en uno de los principales aeropuertos de México.

3. OBJETIVO GENERAL

Contar con un Modelo de innovación social, que incluya la participación ciudadana en el diseño, construcción, mantenimiento y sostenibilidad de la imagen urbana de zonas turísticas del país.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Diseñar un modelo de innovación social, que considere la participación ciudadana para el diseño, construcción, mantenimiento y sostenibilidad de la imagen urbana de zonas turísticas del país. (El modelo podrá ser la conjunción de modelos diferenciados para cada una de las fases)
- b. Usar el modelo desarrollado, para diseñar y construir la imagen urbana sostenible de los polígonos de las zonas turísticas de la ciudad de Tijuana, BC. establecidas en el Anexo 2.
- c. Obtener la Propuesta arquitectónica y conceptual de la imagen urbana de los polígonos de las zonas turísticas de la ciudad de Tijuana, BC. establecidas en el Anexo 2.

Contenido de la Propuesta:

Al momento de presentar la propuesta al Fondo Sectorial, la institución proponente deberá de incluir el modelo de innovación social a ejecutar, así como la propuesta de imagen urbana de los polígonos señalados en la presente demanda (Pudiendo incluir descripciones, renders, maquetas, elementos gráficos que se consideren convenientes, etc).

El modelo para el diseño de imagen urbana deberá de considerar para el desarrollo de la propuesta, la reglamentación o normatividad actual existente en materia de imagen urbana, así como la incorporación de algunos o todos los siguientes componentes:

- 1. Señalética:**
 - ***Señalética de Nomenclatura Urbana, Nomenclatura Vial, Señalética Turística.***
 - ***Señalética Comercial o Anuncios.***
- 2. Espacio Público:**
 - ***Plazas Públicas.***
 - ***Jardines y Parques Urbanos.***
 - ***Pavimentos en Espacios Públicos.***
 - ***Arbolamiento y Jardinería (Considerando el impacto en la biodiversidad local y costos de mantenimiento).***
 - ***Mobiliario Urbano.***
 - ***Andadores y Banquetas.***
 - ***Calles Peatonales.***
 - ***Elementos de Apoyo a Discapacitados.***
 - ***Usos Permitidos en Vía Pública (mercados sobre ruedas, terrazas, ampliación de restaurantes, cafés, sitios de taxis, etc.).***
 - ***Intervenciones de Urbanismo Táctico.***
- 3. Tratamiento en Vialidades y Transporte:**
 - ***Tratamiento Paisajístico de Vialidades.***

- **Estacionamientos.**
- **Tratamiento de Transporte Público.**

4. Edificación:

- **Tratamiento de Fachadas.**
- **Tratamiento de Colindancias.**
- **Criterios para Azoteas y Terrazas.**
- **Bardas Exteriores.**
- **Colores en Edificaciones.**

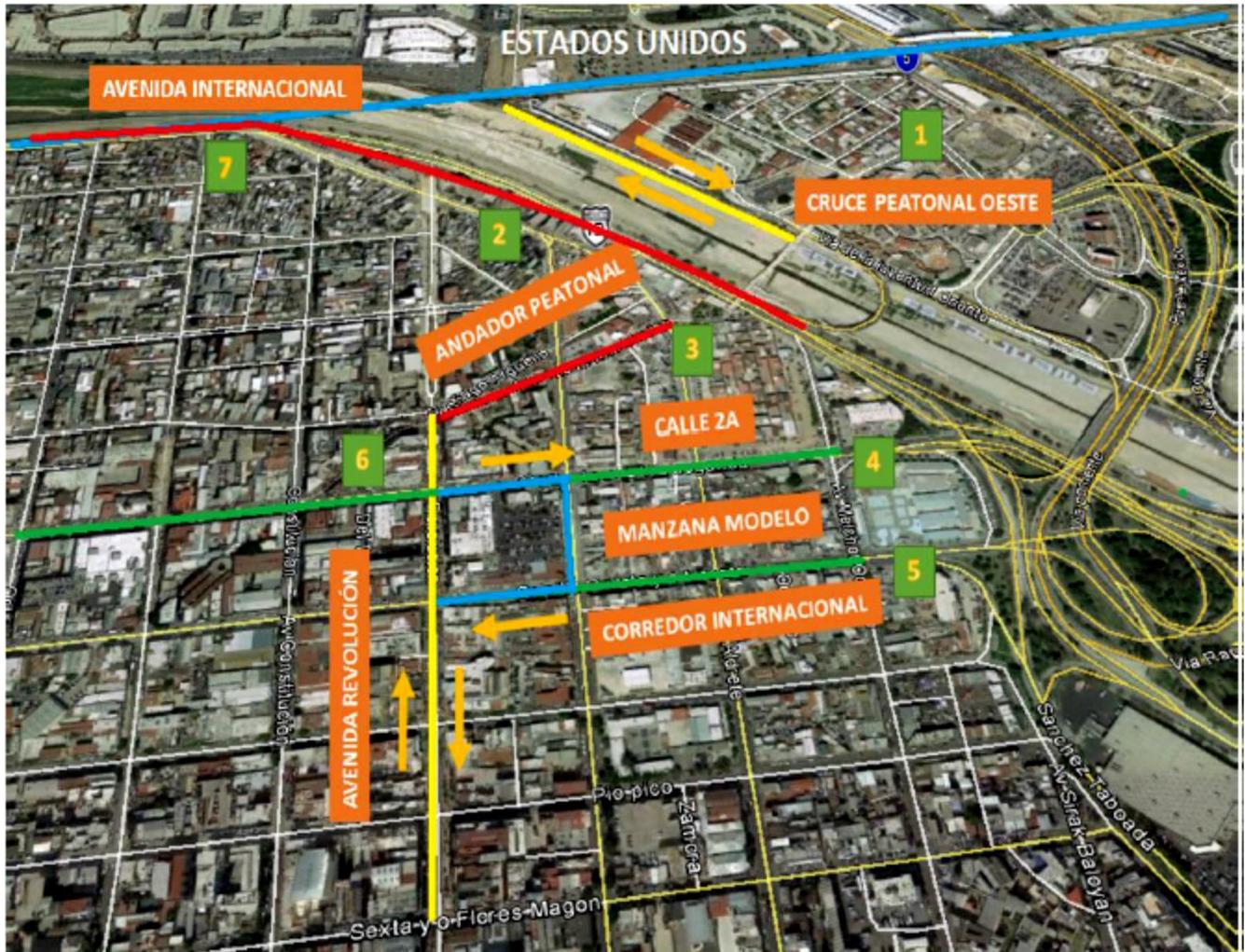
TIEMPO APROXIMADO DEL PROYECTO

El tiempo aproximado para la implementación de la propuesta es de 12 meses.

5. ENTREGABLES.

- a) Documento descriptivo del Modelo de innovación social, que considere la participación ciudadana para el diseño, construcción, mantenimiento y sostenibilidad de la imagen urbana de zonas turísticas del país.
- b) Imagen urbana sostenible de los polígonos de las zonas turísticas de la ciudad de Tijuana, BC.
 - a. Memoria metodológica de la implementación del modelo y de la imagen urbana, considerando la evidencia documental, visual y/o audiovisual del caso de intervención.
 - b. Guía de implementación de imagen urbana

ANEXO: PROPUESTA DE ÁREAS A INTERVENIR TIJUANA BAJA CALIFORNIA



La propuesta de áreas a intervenir son:

- Avenida Internacional (color rojo)
- Andador Peatonal Turístico (color rojo)