



Organización Mundial del Turismo



UNWTO
PUBLICACIONES

Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas

Módulo III: Principales áreas de intervención

Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas

Módulo III: Principales áreas de intervención

Copyright © 2015, Organización Mundial del Turismo (OMT)
Foto de portada: Copyright © Ciolca

**Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas –
Módulo III: Principales áreas de intervención**

ISBN (versión impresa): 978-92-844-1651-6
ISBN (versión electrónica): 978-92-844-1652-3

Publicado e impreso por la Organización Mundial del Turismo, Madrid (España).
Primera impresión: 2015
Todos los derechos reservados.

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la presentación de sus elementos no son indicativas de opinión alguna por parte de la Secretaría de la Organización Mundial del Turismo respecto del estatuto jurídico de ningún país, territorio, ciudad o zona ni de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

Organización Mundial del Turismo (OMT)
Calle Capitán Haya, 42
28020 Madrid
España

Tel.: (+34) 915 678 100
Fax: (+34) 915 713 733
Internet: www.unwto.org
E-mail: omt@unwto.org

Cita de la fuente: Organización Mundial del Turismo (2015), *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo III: Principales áreas de intervención*, OMT, Madrid.

Todas las publicaciones de la OMT están protegidas por derechos de autor. Por lo tanto, y salvo indicación en contrario, ninguna parte de las publicaciones de la OMT podrá reproducirse, almacenarse en sistemas de recuperación de datos ni utilizarse de ninguna manera ni por ningún medio, sea electrónico o mecánico, incluidas la reproducción por fotocopia, la microfilmación y la digitalización, sin autorización previa por escrito. La OMT alienta la difusión de sus obras y estudia con interés todas las solicitudes de autorizaciones, licencias y derechos de traducción relacionadas con sus publicaciones.

La autorización de fotocopiar publicaciones de la OMT en España se solicitará por mediación de:

CEDRO, Centro Español de Derechos Reprográficos
Calle Monte Esquinza, 14
28010 Madrid
España

Tel.: (+34) 913 08 63 30
Fax: (+34) 913 08 63 27
Internet: www.cedro.org
E-mail: cedro@cedro.org

Los interesados en reproducir publicaciones de la OMT fuera de España habrán de pedir autorización a una de las entidades con las que CEDRO tiene suscritos convenios bilaterales, cuando la haya en el país correspondiente (ver la lista de entidades en <http://www.cedro.org>).

Para todos los demás países, así como para otras autorizaciones, las solicitudes se remitirán directamente a la Organización Mundial del Turismo. En ese caso, consultar <http://publications.unwto.org/es/content/derechos-y-permisos>.

Agradecimientos

La preparación de esta publicación ha sido posible gracias al patrocinio de la Fundación ONCE para la cooperación e inclusión social de personas con discapacidad, en el marco del acuerdo de colaboración tripartito entre la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Fundación ONCE y la Red Europea para Turismo Accesible – ENAT, firmado en 2012.

Las labores de investigación y redacción han sido llevadas a cabo por el equipo de ILUNION Consultoría, perteneciente al Grupo ILUNION de la Fundación ONCE, en colaboración con ENAT.

El Programa de Ética y Responsabilidad Social de la OMT fue el encargado de la coordinación general y revisión de la publicación.

Prefacio

El acceso directo y personal de cada ser humano al descubrimiento de la riqueza de nuestro planeta es una condición indispensable para ejercer el derecho al turismo de parte de todos los ciudadanos.

Las personas con discapacidad y necesidades especiales reclaman cada vez más su sitio en la actividad turística. Como respuesta, un número considerable de actores del sector ya están volcados en las iniciativas dedicadas a la adecuación de su oferta a diferentes perfiles de consumidores a favor de un Turismo para Todos.

Hay un largo camino aún por recorrer para que la accesibilidad universal sea una realidad dentro del sector del turismo, especialmente en los países en desarrollo y los destinos emergentes. Es preciso un cambio de mentalidad y del modelo de prestación de servicios turísticos, no solamente para respetar los derechos humanos de las personas con discapacidad y sus familias, sino también para satisfacer una gran demanda existente en el mercado que podría aumentar considerablemente la competitividad y el crecimiento de destinos y empresas turísticas.

Estas convicciones representan la base del trabajo de la Organización Mundial del Turismo en el ámbito del Turismo Accesible para Todos, que se han traducido en una serie de acciones concretas al firmar un acuerdo trilateral en 2011 con la Fundación ONCE para la inclusión social de personas con discapacidad y la Red Europea para Turismo Accesible (ENAT).

Siguiendo las “Recomendaciones de la OMT por un Turismo Accesible para Todos”, que fueron adoptadas por la Asamblea General de la Organización en 2013, los tres socios siguen apostando juntos por la accesibilidad universal, esta vez a través de la publicación de un manual técnico muy comprehensivo.

El presente manual será clave para la comunidad internacional a la hora de comprender la cadena de accesibilidad en el turismo, la repercusión económica del Turismo Accesible y los pasos que hay que seguir para crear destinos accesibles de acuerdo a los principios del Diseño para Todos.

Los componentes cruciales de este trabajo son una experiencia muy extensa, tanto a nivel de la concienciación, como a nivel de conocimiento técnico y desarrollo empresarial por parte de la Fundación ONCE y ENAT, así como el papel de la OMT en la difusión global de los principios de turismo sostenible, responsable y accesible a todos.

Esperamos que este manual brinde a todos los agentes interesados unos conocimientos, herramientas y recursos básicos para hacer sus destinos, instalaciones y servicios turísticos accesibles para todos. Animamos a todas los agentes involucrados a que busquen inspiración en las buenas prácticas y sigan trabajando para que el turismo se convierta en un verdadero derecho universal.

Taleb Rifai,
Secretario General,
Organización Mundial
del Turismo (OMT)

Alberto Durán López,
Vicepresidente 1º
Ejecutivo,
Fundación ONCE

Anna Grazia Laura,
Presidenta,
Red Europea para Turismo
Accesible (ENAT)

Resumen ejecutivo

del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos*

Las personas con discapacidad participan cada vez con mayor frecuencia en actividades turísticas como consecuencia de su creciente grado de integración económica y social. Sin embargo, aún persisten muchos impedimentos y barreras de todo tipo que dificultan el acceso a los servicios turísticos.

La accesibilidad no es un requerimiento únicamente de las personas con discapacidad ya que no son los únicos beneficiarios de la misma; los destinos turísticos que se hagan eco de estos requisitos, y los entiendan como medidas positivas, evolucionarán en la oferta de sus productos y servicios, y por ende, estarán facilitando la experiencia turística y mejorando la calidad de vida de todos sus ciudadanos y visitantes.

La idea de proporcionar herramientas para la realización y gestión eficiente de la accesibilidad en los destinos turísticos ha sido la base del acuerdo de colaboración entre la Organización Mundial de Turismo (OMT), la Fundación ONCE para la cooperación e inclusión social de personas con discapacidad, y la Red Europea de Turismo Accesible (ENAT) en el año 2011. Esta colaboración tiene como resultados, entre otras acciones, la publicación de este manual que provee de una serie de recomendaciones para asegurar el acceso, uso y disfrute de todas las personas a los servicios y entornos turísticos en igualdad de condiciones.

Las recomendaciones expuestas en el manual son pautas de intervención extraídas de la experiencia, de recientes estudios académicos, la normativa internacional y los avances tecnológicos y científicos llevados a cabo sobre la materia. La Fundación ONCE ha puesto a disposición de este manual una larga trayectoria de experiencia profesional, de más de 25 años, en la realización de proyectos relacionados con la implantación de Accesibilidad Universal y Diseño para Todos en diferentes entornos y servicios, que cuenta a la par con el apoyo de ENAT, en la que ejerce la vicepresidencia.

El presente manual ofrece un marco de referencia sobre las intervenciones, herramientas y recursos necesarios en la prestación de servicios y gestión del Turismo Accesible. A través de estos instrumentos, la OMT pretende alentar a los actores clave del sector a implementar medidas que obtengan como resultado una mayor participación de diferentes grupos de población en la actividad turística, incluyendo a las personas con discapacidad entre otros.

La publicación se divide en cinco módulos diferenciados que dan respuesta a las principales cuestiones sobre la accesibilidad en el turismo: contexto general, recomendaciones, principales áreas de intervención, indicadores para administraciones nacionales de turismo y buenas prácticas a nivel internacional.

En el módulo I se establecen unas bases teóricas y una exposición de las barreras de accesibilidad que se pueden encontrar en las actividades relacionadas con el turismo. Se pone de relieve un amplio abanico de beneficiarios del Turismo Accesible donde se destaca la aparición del “turista sénior” que desarrolla una actividad turística similar o superior a otros grupos de población y que presenta unas necesidades y demandas que requieren de medidas de accesibilidad. En este primer módulo también se realiza un desglose de la repercusión económica de la accesibilidad en el turismo y una relación de datos estadísticos que prueban que la accesibilidad, además de un derecho, es una oportunidad de negocio cuantitativamente muy relevante.

En el módulo II se presentan las recomendaciones de acuerdo a las especificaciones del Diseño para Todos, basadas en la norma internacional más actual, incluyendo la ISO FDIS 21542, referente a la construcción de edificios respecto a la accesibilidad y usabilidad del entorno edificado. Estas recomendaciones constituyen la base para poder crear destinos turísticos accesibles y ponen especial énfasis en la cadena de valor de la accesibilidad en el turismo desde cinco puntos principales: planificación e información, transporte, accesibilidad al entorno, accesibilidad a espacios comunes y accesibilidad a espacios específicos. En cada uno de estos apartados se da respuesta a las necesidades de accesibilidad de los distintos entornos turísticos desde hoteles, oficinas de información o espacios deportivos a entornos naturales, playas y transporte, entre otros.

El módulo III hace una revisión de las áreas de intervención que conforman la piedra angular del éxito en la consecución del Turismo Accesible y están dirigidas a los responsables de la gestión de destinos turísticos. Estas áreas de intervención se concretan en cinco puntos clave:

1. legislación, destacando la necesidad de su existencia en materia de igualdad de derechos,
2. investigación, como punto de partida para conocer la repercusión del Turismo Accesible,
3. sensibilización y formación, en planes de educación formal y profesional,
4. promoción de la oferta a través de estrategias de marketing y, por ende,
5. gestión, como elemento aplicable para todos los sectores turísticos para que resulte en una práctica mantenida en el tiempo.

El módulo IV del manual desarrolla una serie de indicadores, destinados a las organizaciones nacionales de turismo, de manera que puedan valorar la evolución de la accesibilidad en los destinos turísticos. Estos indicadores, acompañados de la metodología correspondiente para su aplicación, son una aportación inédita en el ámbito de la gestión y evaluación de la accesibilidad en el turismo.

La última parte del manual, **el módulo V**, expone una selección de buenas prácticas que servirá de ejemplo a los agentes interesados en implantar y transferir mejoras en la accesibilidad en el turismo. Fundación ONCE, junto con ENAT, desarrolló un estudio de entre diversas fuentes y experiencias consolidadas, que permitieron una selección de ejemplos destacados y una categorización tanto por área geográfica como por ámbito turístico.

El Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas es uno de los primeros manuales de la Organización Mundial del Turismo que facilitará la visión global sobre la accesibilidad que, al igual que el turismo, es una actividad transversal e internacional.

La Fundación ONCE ha trasladado la experiencia profesional y vivencial en materia de Turismo Accesible a los contenidos de este manual. En este marco destaca el trabajo en la organización de cuatro ediciones internacionales del Congreso Turismo para Todos, la realización de más de 700 planes de accesibilidad en municipios, distintas actuaciones relacionadas con la accesibilidad en el transporte, incluyendo la implantación de servicios de asistencia y la colaboración con numerosas iniciativas de Turismo Accesible en los ámbitos públicos y privados.

Nota: El *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas* puede ser consultado bien como una publicación única que consta de cinco módulos, o bien como cinco volúmenes independientes que explican los diferentes aspectos de turismo accesible. Todos los módulos comparten entre sí los agradecimientos, el prefacio, el resumen ejecutivo, así como la bibliografía general de todo el proyecto.

A quién va dirigido este manual

El manual está destinado a todos los agentes, públicos y privados, que intervienen en el sector turístico en los ámbitos internacional, nacional, regional y local:

Agencias nacionales e internacionales de gestión de turismo con el objetivo de proveer de información útil y práctica sobre la implementación y desarrollo de la accesibilidad en todas las áreas de turismo.

Legisladores a nivel internacional, nacional y regional, responsables de la implementación de directivas de las organizaciones internacionales, legislación nacional y regional.

Gobiernos nacionales, regionales y locales, administradores de la infraestructura pública, incluidos los edificios.

Administraciones y entidades públicas, incluyendo todos los organismos financiados con fondos públicos y los organismos que contratan obras mediante el uso de los procedimientos de contratación pública.

Operadores económicos, como una fuente de información acerca de cómo las administraciones contratantes deben acercarse a la consecución de objetivos en el cumplimiento de licitaciones públicas y privadas.

Empresas y entidades privadas, que desarrollan su actividad principalmente en el ámbito del turismo, para facilitar información sobre las medidas y requerimientos que animen a implementarlas y obtener como resultado una mayor participación en el Turismo Accesible para Todos.

Módulo III

Principales áreas de intervención

Índice

Capítulo 1	Actuaciones principales en pos de la accesibilidad universal en el turismo	17
1.1	Políticas y estrategias de Turismo Accesible	17
1.1.1	Supervisión de la legislación sobre accesibilidad aplicada al turismo	18
1.1.2	Creación de estándares de calidad y accesibilidad en el turismo	19
1.1.3	Fomento de la investigación	19
1.1.4	Creación de planes del Turismo Accesible	19
1.1.5	Establecimiento de una entidad responsable del Turismo Accesible	20
1.2	Áreas de intervención	21
Capítulo 2	Legislación	23
2.1	Igualdad de oportunidades	24
2.1.1	Integración	25
2.1.2	Participación	25
2.2	Accesibilidad	26
2.3	Turismo Accesible	27
Capítulo 3	Sensibilización y formación	29
3.1	Diseño de planes y acciones formativas	32
3.1.1	Modelos de planes formativos	33
3.2	Áreas formativas	41
3.2.1	Áreas de educación formal en turismo	41
3.2.2	Áreas de administración	42
3.2.3	Áreas transversales de accesibilidad	42
3.2.4	Área de formación continua aplicada al ámbito laboral	42
3.3	Herramientas de formación	43
3.3.1	Manuales de formación	44
3.3.2	Formación en línea	44
3.3.3	Dinámicas	45
3.3.4	Material multimedia	45
Capítulo 4	Investigación	47
4.1	Estudios sobre hábitos de los turistas	49
4.2	Estudios sobre la accesibilidad en la oferta turística	51
4.3	Observatorios de Turismo Accesible	53

Capítulo 5	Comercialización del Turismo Accesible	57
5.1	Los canales de comercialización generales y especializados	57
5.2	Conocer los hábitos de reserva de los clientes	58
5.3	Conocer las características de accesibilidad de producto	59
5.4	Estrategias de marketing	61
5.4.1	Promoción	62
5.4.2	Distribución	63
5.5	Liderazgo en el mercado	64
5.6	Información sobre la accesibilidad del producto	64
5.7	La diferenciación y la integración en la cadena de suministro	67
Capítulo 6	Gestión de la accesibilidad en el turismo	71
6.1	Definición	72
6.2	Documentación en la gestión de la accesibilidad	73
6.2.1	Política de accesibilidad universal	73
6.2.2	Manual de gestión de la accesibilidad universal	73
6.2.3	Documentación relacionada	74
6.3	Responsables de la gestión de la accesibilidad	74
6.3.1	Alta dirección de la organización	75
6.3.2	Departamento de Recursos Humanos	76
6.3.3	Departamento de diseño y desarrollo	77
6.3.4	Departamento de infraestructuras y mantenimiento	77
6.3.5	Departamento de compras	77
6.3.6	Departamento de marketing	77
6.4	Herramientas del sistema de gestión de la accesibilidad	78
6.4.1	Auditorías internas	78
6.4.2	Evaluación de la satisfacción del usuario	78
6.4.3	Gestión de reclamaciones de los usuarios/clientes	79
6.4.4	Acciones correctivas, preventivas, de mejora y de mejora continua	79
	Bibliografía general para los módulos I a V	81

Capítulo 1

Actuaciones principales en pos de la accesibilidad universal en el turismo

Las actuaciones que se lleven a cabo para hacer que la accesibilidad universal en el sector turístico sea una realidad, deberían resultar de un marco general de políticas y estrategias específicas de Turismo Accesible. Dicho marco ha de servir de base para una planificación adecuada y bien estructurada así como para desarrollar las áreas estratégicas de intervención.

Este módulo abarca las diferentes áreas de intervención tales como la legislación, la sensibilización y formación, la investigación, y la comercialización del Turismo Accesible, así como los retos de gestión de dichas áreas.

1.1 Políticas y estrategias de Turismo Accesible

Las administraciones nacionales de turismo tienen un papel esencial a la hora de facilitar y coordinar las acciones consultativas entre los diferentes agentes involucrados e impulsar políticas de Turismo Accesible de una manera transversal. Toda esta labor ha de fundamentarse en mecanismos de seguimiento de responsabilidades y evaluación de resultados de todas las partes implicadas, especialmente del sector público, con el fin de asegurar un compromiso político, una mejor gobernanza y más transparencia.

Las estrategias de Turismo Accesible representan un marco de actuación concreto que facilita la toma de decisiones oportunas para poder poner en práctica las políticas ya consensuadas así como establecer líneas concretas de trabajo con el sector empresarial. En ellas se definen las actuaciones prioritarias y las directrices para su desarrollo, así como las responsabilidades, los presupuestos y los plazos de cumplimiento.

Tras revisar las políticas y estrategias a nivel mundial para la finalidad del presente manual, se destaca que muchas de las estrategias se han dirigido a cubrir necesidades puntuales e inmediatas que se han concretado en el desarrollo de proyectos de corta duración. El fracaso de estas acciones demuestra que, para que una política tenga éxito, deberá establecerse un desarrollo coordinado y a largo plazo.

Otro problema fundamental es que no suele existir un organismo que se encargue del Turismo Accesible. Así como en los distintos países existen ministerios de turismo relacionados con la administración pública, todavía no hay un servicio destinado a la accesibilidad. Esto tiene como consecuencia que la gestión de la accesibilidad en el turismo se transfiera a diversos departamentos, o se externalice hacia entidades relacionadas con la discapacidad que, en general, no tienen el poder suficiente para establecer políticas de cambio.

Un ejemplo de políticas y estrategias a adoptar en un ámbito transnacional como es Europa, se refleja en el capítulo “Políticas y estrategias” del documento *Mejores prácticas en Turismo Accesible* publicado en el año 2012.¹ Este manual provee de una serie de políticas y estrategias relacionadas con el Turismo Accesible que pueden ser de aplicación en los diferentes ámbitos nacionales que se detallan a continuación.

1.1.1 Supervisión de la legislación sobre accesibilidad aplicada al turismo

En primer lugar es importante que exista una legislación en materia de accesibilidad en entornos, edificios y servicios, principalmente en los relacionados con el turismo.

Además se deberá asegurar que esta legislación se contemple de alguna manera dentro de la legislación general del turismo. Existen varias formas de integración de la legislación de la accesibilidad en entornos turísticos según los países que la apliquen. A continuación ofrecemos tres ejemplos diferentes:

- **Añadir la legislación de la accesibilidad en la legislación genérica de turismo:** En Italia se ha modificado, la Ley 135/01 sobre la reforma de la ley general del turismo, para añadir cuestiones relativas a la accesibilidad y no discriminación.
- **Creación de una ley específica de Turismo Accesible:** Este es el caso de la República Argentina donde se ha redactado la Ley Nacional N° 25.643 de Turismo Accesible que determina que las prestaciones de servicios turísticos deben adecuarse a los criterios universales de la Ley N° 24.314 y el Decreto N° 914/97 y promueve la adecuación del material de promoción y difusión turística para su comprensión por parte de personas discapacidad.
- **Desarrollar una legislación general de accesibilidad que incluya el ámbito del turismo:** En Estados Unidos de América se creó el documento *Americans with Disabilities Act* (ADA 1990) en 1987 y es una de las legislaciones más antiguas y frecuentemente renovadas del mundo. Este ejemplo de legislación, además de conseguir una accesibilidad en entornos arquitectónicos, de transportes y de comunicación, estableciendo un sistema de cumplimiento en todos los entornos, incluido el turístico.²

Las diferencias entre las distintas políticas de legislación dependerán del sistema gubernamental y administrativo de cada país. En última instancia lo que se pretende conseguir es que se haga referencia constante y normalizada en la legislación a la accesibilidad y la inclusión.

También deberá asegurarse la acometida de acciones positivas para personas con discapacidad y necesidades especiales en el ámbito del turismo, de modo que les permita participar en las actividades turísticas de manera normalizada y sin soportar un coste adicional. Una de estas medidas son, por ejemplo, los servicios de atención especializada para personas con discapacidad en estaciones de ferrocarril y aeropuertos.

Por último, deberá evaluar el progreso de la implementación de las recomendaciones de la legislación a través de diversos medios, incluida la convocatoria de foros regionales y nacionales para su divulgación, así como la instauración de un sistema efectivo de sanciones.

¹ Buhalis, D. y Darcy, S. (eds.) (2011), *Accessible Tourism – Concepts and Issues*, Channel View Publications, Bristol.

² Buj, C. (2010), *Paving the Way to Accessible Tourism*, International Centre for Responsible Tourism, Leeds Metropolitan University, Leeds.

1.1.2 Creación de estándares de calidad y accesibilidad en el turismo

Es necesario crear un proceso de estandarización y normalización de los servicios y productos turísticos accesibles, además de la provisión de indicadores al sector turístico, esto animaría a eliminar las barreras existentes de manera coherente. Si no se establecen unos estándares consensuados, y teniendo en cuenta que el turismo es un motor económico, la competitividad en el mercado hará que los servicios turísticos se auto-clasifiquen como accesibles según su propio criterio. La amenaza de la auto-clasificación sin medidas reguladoras se produce al adoptar algunas medidas que responden a las necesidades de algunos usuarios en la creencia de que se ha logrado la solución para toda la demanda. Este es el ejemplo de las empresas que asimilan la accesibilidad con, por ejemplo, colocar una rampa en la entrada sin tener en cuenta otras medidas integrales de accesibilidad.

Establecer estándares normalizados relativos a la accesibilidad en el turismo tiene la ventaja de facilitar la creación de una **certificación** basada en los principios del Diseño para Todos. Esta certificación en accesibilidad para empresas y establecimientos turísticos, desarrollada ya en algunos países, con mayor o menor implantación, facilita la difusión de recursos accesibles a nivel nacional e internacional.

1.1.3 Fomento de la investigación

La necesidad de un enfoque más sofisticado para entender la discapacidad y el turismo, por parte de las partes involucradas, ha sido una preocupación que se ha reflejado en varias conferencias sobre el tema desde el año 2001.

Una estrategia que se debe desarrollar es el fomento de unas bases de investigación sólidas sobre las cuales tomar decisiones acerca de esta materia. Estas investigaciones son un referente para las entidades gestoras de destino y las organizaciones de personas con discapacidad. Además proveen de datos que permiten realizar una evaluación comparativa de los progresos alcanzados a lo largo de los años.

Las principales líneas de investigación a desarrollar se contemplan en el correspondiente epígrafe de este documento.

1.1.4 Creación de planes del Turismo Accesible

Realizar planes de accesibilidad turística en consonancia con las necesidades de la población, y al servicio de las entidades gestoras de destinos y sus respectivos gobiernos, permiten a la industria cumplir con estas obligaciones de una forma organizada y sostenida en el tiempo.³ Un plan de accesibilidad turística es útil porque facilita un acercamiento comprensible de los problemas derivados de la no accesibilidad, reconoce la responsabilidad social corporativa y alienta a las empresas a ver los beneficios económicos y sociales de la oferta de productos accesibles.

3 Victorian Government (2010), *Tourism Victoria's Accessible Tourism Plan 2010–2013*, Melbourne (en línea), disponible en: www.tourism.vic.gov.au/images/stories/Documents/StrategiesandPlans/final_accessible_tourism_plan_2010-2013.doc (20-03-2015).

Los puntos básicos que se abordan en los planes de accesibilidad en el ámbito turístico son los siguientes:

- planes de accesibilidad en municipios y lugares de interés turístico,
- campañas para aumentar la conciencia y comprensión de la industria de las necesidades de accesibilidad de los turistas,
- fomento de productos nuevos y existentes para sacar provecho de los beneficios que proporciona el Turismo Accesible,
- difusión de información sobre los productos turísticos accesibles y atractivos,
- establecimiento de medidas de formación cuyo curriculum esté estandarizado.

1.1.5 Establecimiento de una entidad responsable del Turismo Accesible

Sería conveniente que los estados consideraran la creación de un órgano que vele por la aplicación y promoción efectiva del Turismo Accesible. Este órgano velaría por la coordinación y la supervisión de los progresos en esta materia. La estrategia que adopte cada país sobre la creación de este organismo dependerá de las características culturales y administrativas de cada caso, pudiendo ser desde un órgano independiente, un comité o estar integrado en un departamento dentro de las administraciones públicas, siendo más adecuada, en este caso, la administración dedicada al turismo y gestión de destino.

Las políticas relacionadas con el Turismo Accesible no tendrán éxito en su implementación si no existe un objetivo y un propósito común entre todos los agentes implicados, por este motivo, la composición de este órgano debería estar integrada por los siguientes actores:⁴

- **Los ministerios responsables del turismo, desarrollo social, infraestructuras, construcción y el transporte:** Serán los encargados de proporcionar un marco normativo para crear una oferta turística enfocada a los destinos accesibles. Asimismo deberán asegurarse de que se incluyan los estándares de accesibilidad dentro de las normas de calidad.
- **Las asociaciones que representan al sector turístico:** Agentes de viajes, transportes, hoteles y restaurantes, u otros agentes, debido a su interés por aportar la experiencia y las necesidades empresariales en el sector.
- **Organizaciones representativas de personas con discapacidad:** Las diferentes entidades que representan a las personas con discapacidad y sus familias trabajan en general para conseguir una mejora en la calidad de vida de sus representados, así como para hacer realidad la equiparación de derechos. La participación de este tipo de organizaciones es fundamental ya que representan al grupo que percibe más directamente la falta de accesibilidad en el turismo.
- **Organizaciones de formación en turismo:** Los profesionales de la formación en el ámbito turístico son los encargados de fomentar los conocimientos sobre las características de la accesibilidad y la forma de lograr ponerla en práctica.
- **Expertos en accesibilidad:** Las empresas especializadas que trabajan en el área de la accesibilidad son las que poseen el conocimiento más específico y cuentan con la experiencia para asesorar y realizar auditorías con el fin de mejorar la accesibilidad de los productos, servicios y entornos.

4 Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (2007), *Recommendations on Accessible Tourism in Asia and the Pacific, Bangkok* (en línea), disponible en: www.accessibletourism.org/resources/bangkok_-recommendations_2007_en-2.pdf (20-03-2015).

Las características principales de un organismo de estas características serían:

- **Que sirva de interlocutor a los diferentes comités internacionales:** Un órgano dedicado al Turismo Accesible permitirá que se pueda establecer una relación más fácil con sus homólogos de otros países. En el ámbito del turismo es importante que la participación internacional sea fluida, y en el caso del Turismo Accesible es fundamental. Esta relación permitirá llegar a acuerdos comunes con el resto de países en materia de criterios y certificaciones que, si bien dependerán de la legislación de cada país, cumplirá con el objetivo de proporcionar una información adecuada.
 - **Que se vea reflejado en las distintas capas administrativas regionales y locales:** Para que las acciones puedan llevarse a cabo a todos los niveles este órgano serviría de referencia para los distintos niveles administrativos que definan sus propios objetivos, nombren los cargos adecuados para realizar la planificación / evaluación y financien los trabajos. Según el tamaño de la localidad, los agentes que se movilizan pueden ser numerosos ya que ejecución de la accesibilidad en el turismo significa un cruce de numerosas disciplinas. En la actualidad ocurre que muchas entidades gestoras de destino a nivel local ya tienen creados los mecanismos para desarrollar paquetes turísticos a través de concejalías de discapacidad o de turismo y, sin embargo, no existe un referente común al que se puedan remitir para su difusión.
 - **Que sirva para planificar estrategias e incentivar a los agentes a desarrollar políticas de Turismo Accesible:** Dependiendo de las competencias que se atribuyan a este órgano podrá tener mayor poder decisión sobre las políticas y estrategias. Permite supervisar la legislación aplicada al turismo como una de sus prioridades a través de un análisis profundo con el fin de elaborar las modificaciones necesarias para incluirlas en la legislación. La existencia de un órgano dedicado al Turismo Accesible proporcionaría la base para la creación de unos criterios de calidad, que a modo de indicadores, servirían para desarrollar una marca o certificación de accesibilidad en el turismo. Además, la posición privilegiada de un órgano que se sitúe en el centro de participación de distintos agentes implicados, deberá permitir que se fomenten los estudios e investigaciones en la materia. Por último tendría la obligación de comunicar los resultados de su trabajo en todo el sector turístico con el ánimo de mantener correctamente informados a los sectores público y privado.
- En cualquier caso será **un órgano que pueda participar en la planificación de las estrategias** y que, aunque no tuviera poder ejecutivo para establecer políticas y legislación, **serviría de referencia a las distintas administraciones en la creación de las suyas.**

1.2 Áreas de intervención

Para asegurar la accesibilidad en todos los ámbitos de la cadena de turismo, será necesario tener en cuenta las recomendaciones facilitadas en el módulo II de esta publicación. No obstante, también es fundamental llevar a cabo otras intervenciones de modo transversal en diferentes áreas que faciliten la aplicación de las políticas y estrategias de Turismo Accesible anteriormente mencionadas, que aseguren la operatividad de las acciones oportunas y mantengan la continuidad entre los eslabones de la cadena.

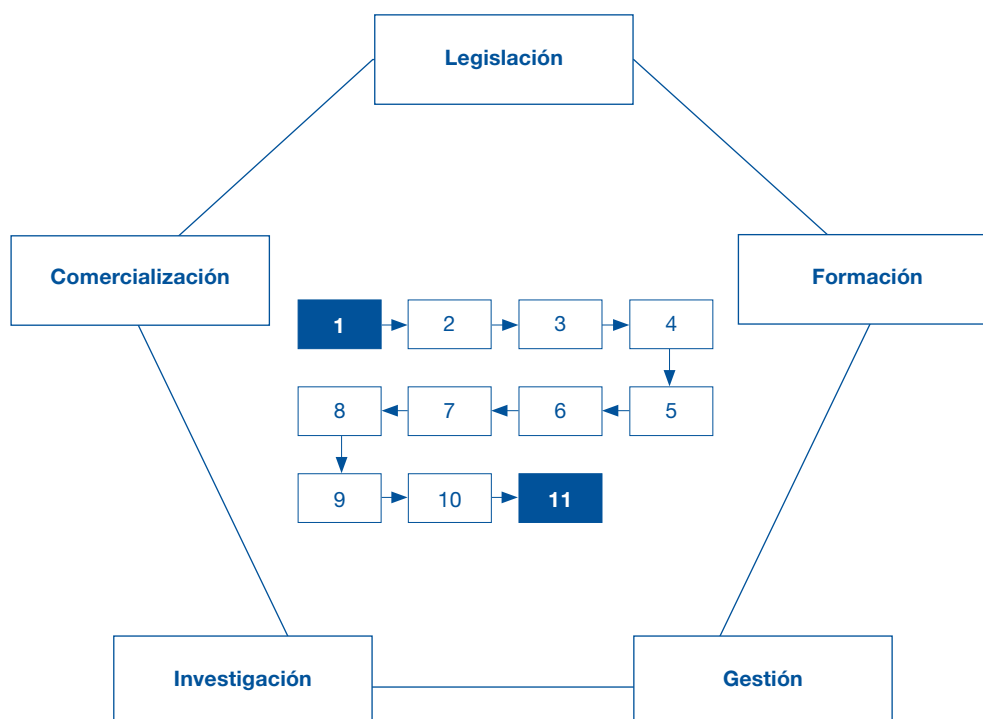
Estas áreas de intervención, que se describen en detalle a continuación, además de estar relacionadas con la cadena de accesibilidad, conectan entre sí de modo que la correspondencia entre las diferentes áreas y el trabajo en los entornos y servicios son los que permiten conseguir un verdadero Turismo para Todos.

La propuesta que se plantea a continuación está dirigida en primer lugar a los gobiernos e instituciones encargadas de tomar las decisiones sobre las intervenciones y financiarlas, pero del mismo modo se orienta hacia empresas dedicadas al ámbito turístico.

Las cinco áreas de intervención que se destacan en este manual y que se desarrollan a continuación son las siguientes:

- **Legislación:** Establecer una cobertura legislativa y unos parámetros normativos para asegurar la no discriminación y la accesibilidad de los diferentes entornos, productos y servicios.
- **Sensibilización y formación:** Para lograr la eliminación de barreras actitudinales y del entorno de una forma adecuada.
- **Investigación:** Conocer la situación actual del turismo en materia de accesibilidad y las tendencias hacia el futuro.
- **Comercialización:** Promocionar las iniciativas y estrategias de venta para incentivar el consumo en materia de Turismo Accesible.
- **Gestión:** Mantener las medidas adoptadas de manera que sean perdurables en el tiempo y evaluables en materia de calidad.

Gráfico III.1.1 Áreas de intervención con respecto a la cadena de accesibilidad en el turismo



Nota: La cadena de accesibilidad del turismo se detalla en el *Módulo II: Cadena de accesibilidad y recomendaciones* de este manual y se compone de los siguientes eslabones: 1. planificación: información; 2. transporte de llegada; 3. entorno urbano; 4. transporte local; 5. alojamiento; 6. restauración, compras, etc.; 7. actividades de ocio; 8. excursiones; 9. servicios médicos y de apoyo; 10. transporte de salida; 11. experiencia final.

Capítulo 2

Legislación

“El turismo forma parte de las relaciones sociales y además tiene su propio conjunto de respuestas con respecto a la discapacidad que deben ser entendidas en el contexto de cada país, porque sólo de esa manera se puede desarrollar una estrategia de Turismo Accesible.”

Community Based Rehabilitation Development and Training Centre (2000),
The Bali Declaration on Barrier-free Tourism for People with Disabilities

Dentro del sector turístico cada país se rige por multitud de leyes reguladoras que se aplican según la actividad que se desarrolle (leyes de mercado, administración, construcción, entre otros sectores). Asimismo las organizaciones y las empresas desarrollan productos y servicios según estándares de calidad cuyo objetivo es generar y mantener la satisfacción del cliente.

Sin embargo, entre estos estándares de calidad, no siempre se encuentran los referentes a la accesibilidad y en escasas ocasiones se incluyen dentro de la legislación de obligado cumplimiento. La situación a nivel mundial se encuentra todavía en los primeros avances, a veces esporádicos y desordenados, en esta inclusión en la legislación de las cuestiones sobre accesibilidad.

Este lento avance es contraproducente para la industria turística que precisa de una legislación coherente para poder adaptarse adecuadamente al mercado que se caracteriza por una diversidad de perfiles creciente (visitantes de edad avanzada o con discapacidad, por ejemplo) que están demostrando que existe una gran demanda de servicios diseñados para el uso y disfrute de todas las personas.

A pesar de esta demanda, cuando los servicios turísticos se esfuerzan por diseñar y sacar a la venta productos a medida en la gran mayoría de tipologías de turismo, se está dejando de lado una cualidad fundamental del turismo: la oferta que satisfaga a todos los visitantes.

El mercado turístico, por tanto, debe adaptarse al cumplimiento de esta demanda empezando por un cambio de mentalidad por los gestores turísticos así como un importante avance en materia legislativa. Esto posibilitará la apertura a nuevos segmentos de mercado y mejorará la satisfacción por parte del consumidor final.

Los gobiernos deben incorporar la accesibilidad en el conjunto de políticas del turismo y llevar a cabo medidas legislativas y administrativas que fomenten el desarrollo económico-social del

mismo.¹ Este proceso legislativo y de estandarización orientado al Turismo Accesible, pasa necesariamente por dos fases previas que son la base de la intervención en el turismo para todas las personas:

1. los derechos de las personas con discapacidad y
2. la accesibilidad de los entornos, productos y servicios ofertados.

Este desarrollo legislativo es el que se ha llevado a cabo en la mayoría de los países que tienen implementada una legislación en materia de Turismo Accesible avanzada. No hay experiencias de consecución de logros en el Turismo Accesible que hayan pasado por alto los dos pasos previos.

En la actualidad, no todos los países se encuentran al mismo nivel en las dos primeras fases, de modo que las organizaciones de gestión de destinos turísticos deberán conocer en primer lugar en qué situación se encuentra su país o región para poder situarse adecuadamente y promover la consecución de las etapas previas.

Una vez establecidos los parámetros necesarios para el desarrollo de la legislación, es necesario contribuir al conocimiento de los requisitos normativos en materia de igualdad de oportunidades y accesibilidad que afectan a la actividad turística, y además establecer unas medidas para asegurar su cumplimiento y, en su caso, su mejora.

2.1 Igualdad de oportunidades

Para conseguir la accesibilidad en los entornos, productos y servicios, es fundamental la mejora de la situación de los principales beneficiarios, las personas con discapacidad. Por este motivo se debe implantar una legislación que permita a las personas con discapacidad participar de la vida social, económica y cultural en la igualdad de oportunidades y sin discriminación.

La desigualdad social y económica que se produce en algunos países tiene como resultado una limitación en las oportunidades de participación y como consecuencia, una limitación en la obtención de beneficios económicos que influye en las posibilidades de viajar e invertir esos beneficios en el ámbito del turismo y del ocio.

El reto para las personas con discapacidad ha sido siempre convencer a la sociedad de que forman parte integrante de la misma, y por tanto su inclusión en la sociedad es posible y necesaria.

Para lograr el cumplimiento de los derechos, y por tanto, facilitar esta participación social, es necesario llevar a cabo una serie de esfuerzos en la legislación centrados en dos ámbitos diferenciados: integración y participación.

1 Acces Turismo, International Consulting (2008), *El mercado potencial del turismo accesible para el sector turístico español*, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Secretaría de Estado de Turismo, Madrid (en línea), disponible en: http://planaccesibilidadturistica.es/UserFiles/publicaciones/ficheros/Mercado_Potencial_Turismo_Accesible.pdf (15-12-2014).

2.1.1 Integración

Cuando hablamos de integración, nos referimos a las medidas a adoptar para garantizar el derecho a formar parte de los sistemas sanitarios, educativos y de empleo, en igualdad de condiciones que el resto de la población y atendiendo a las necesidades particulares de cada uno.

En muchos países la atención sanitaria y de rehabilitación tiende a captar la mayoría de los recursos, pero también es fundamental fomentar otras actividades para modificar los contextos sociales y ambientales de la discapacidad.² Los responsables del desarrollo de políticas deben implementar medidas legislativas normalizadoras para el acceso a la educación y al empleo.

El compromiso de igualdad de oportunidades debe materializarse a través del fomento de empleo de personas con discapacidad mediante la incorporación en las políticas de responsabilidad social corporativa de las empresas y organizaciones, y teniendo en cuenta desde la reserva de un porcentaje de puestos de trabajo para personas con discapacidad hasta la adecuación de puestos de trabajo, diseño de entornos o procedimientos laborales accesibles.

Estas medidas tienen un efecto positivo para la sociedad en dos sentidos: por un lado integran a las personas con discapacidad y por otro tienden a empoderarlas social y económicamente. Esto tendrá su repercusión en el turismo ya que las personas con discapacidad buscarán viajar de la manera más autónoma y autosuficiente posible, lo que por otra parte disminuirá los servicios específicos de ayudas públicas, pensiones y el denominado “turismo social”.³

2.1.2 Participación

Dentro de la legislación en materia de derechos humanos, se deben contemplar los derechos a participar en la vida social y en el turismo en igualdad de condiciones.

Es importante tener en cuenta que la discapacidad abarca una diversidad de situaciones muy amplia y esto implica que:

- algunas personas requieren servicios de apoyo a lo largo de sus vidas. Este será un grupo minoritario que incluye, por ejemplo, a personas que necesitan asistentes personales,
- otras personas, en cambio, pueden actuar de manera independiente con los medios y entornos adecuados, y
- por último, habrá personas que necesitarán medidas de asistencia y accesibilidad de forma temporal o en algún momento de sus vidas.

Las políticas que fomenten la participación de personas con discapacidad y los derechos de todos los consumidores como turistas, deberán incluir el derecho al acceso a entornos y servicios turísticos para todos. No existe una legislación internacional sobre los derechos de las personas

2 Metts, R., (2004), *Discapacidad y desarrollo: Documento de antecedentes preparado para la reunión de la agenda de investigación sobre discapacidad y desarrollo*, Banco Mundial, Washington, D.C.

3 Tobis, D. (2000), *Moving from Residential Institutions to Community-Based Social Services in Central and Eastern Europe and the Former Soviet Union*, Banco Mundial, Washington, D.C. (en línea) disponible en: <http://siteresources.worldbank.org/DISABILITY/Resources/280658-1172671461088/MovingFromResTobis.pdf> (20-03-2015).

con discapacidad. Cada país suele reflejar la concienciación de la sociedad y de los órganos gubernamentales en su propia legislación.

En cualquier caso, la efectividad de las mismas depende de los recursos que se provean para su implementación.⁴ Las autoridades públicas son las últimas responsables de la creación y provisión de recursos en materia de derechos de los ciudadanos y turistas, tanto en su país como en el extranjero. Actualmente las respuestas de cada gobierno a estas necesidades son muy variadas y suelen tener relación con la capacidad económica o nivel de desarrollo de un país.⁵

El referente principal para la creación de diferentes legislaciones es la Convención Internacional de Derechos de Personas con Discapacidad que recoge en sus 50 artículos, derechos de carácter civil, político, social, económico y cultural. El texto de la Convención fue aprobado por la Asamblea General de Naciones Unidas en el año 2006 y entró en vigor en el año 2008.

Fue el primer instrumento amplio de derechos humanos del siglo XXI y supuso un “cambio paradigmático” de las actitudes y enfoques respecto de las personas con discapacidad.

Los países que no cumplan con el paso de la integración a la participación en igualdad de oportunidades, probablemente no tendrán en consideración los elementos relacionados con la fase de la accesibilidad que se detalla a continuación.

2.2 Accesibilidad

A pesar de que muchos países ya cuentan con legislación en materia de derechos de personas con discapacidad, son muchos menos los que cuentan con una legislación en materia de accesibilidad. En los últimos años se ha producido una mejora generalizada relacionada con la accesibilidad, sobre todo en aquellos países que han establecido normas para la ejecución de nuevas construcciones, edificios públicos, etc. No obstante, como es de esperar, el término “accesible” no tiene el mismo significado en diferentes países, y no es aplicado del mismo modo por diferentes tour operadores o cadenas hoteleras. La diferencia legislativa entre unos y otros países se refleja en unos resultados desiguales que afectan a las expectativas de los turistas que se desplazan a otros países y continentes.

En este documento se plantean una serie de recomendaciones relacionadas con la legislación en materia de accesibilidad que deberán tenerse en cuenta, si bien será el intercambio de experiencias y resultados positivos los que determinen la legislación que cada país desarrollará a posteriori.

La regulación en accesibilidad debe cubrir las tres dimensiones principales de acceso: físico, sensorial e intelectual y debe estar orientado a eliminar y prevenir todas las barreras del entorno, así como las barreras sociales y ambientales conocidas, evitando que se rompa la cadena de accesibilidad en cualquiera de estos eslabones.

4 Buj, C. (2010).

5 Community Based Rehabilitation Development and Training Centre (2000), *The Bali Declaration on Barrier-free Tourism for People with Disabilities*, CBRDTC/ESCAP, Bali.

Los ámbitos fundamentales que se deben cubrir son los espacios utilizados por los ciudadanos y los turistas ya que ambos saldrán beneficiados por estas mejoras. Los ámbitos relacionados directamente con el turismo son:

- edificaciones (ya construidos o de nueva construcción),
- urbanismo,
- infraestructuras,
- transportes,
- servicios, y
- formación.

Para crear y desarrollar la legislación sobre medidas de accesibilidad es necesario que los responsables tengan conocimiento sobre su significado, los beneficios que supone y que su implementación responde a un nuevo orden social y a una nueva demanda de mercado.

Además es fundamental que existan sistemas de medición basados en indicadores que permitan comprobar el cumplimiento de la legislación. Este sistema de medición deberá incluir acciones de sanción efectivas frente al incumplimiento de las normativas en vigor. La implantación de un sistema de evaluación del cumplimiento de la normativa permitirá corregir las malas prácticas en entornos ya construidos y sentar precedentes para buenas prácticas futuras. Esta legislación debe ser revisada cada cierto tiempo, evolucionar de modo que responda a las necesidades de una población cambiante, y ser considerada como algo normalizado encaminado al beneficio de todas las personas.

2.3 Turismo Accesible

En muchos países, no existe un marco para el desarrollo del Turismo Accesible debido a que no existe o no se aplica la legislación sobre no discriminación, códigos de edificación y códigos de accesibilidad.⁶

En los países donde se ha desarrollado legislación en materia de accesibilidad, el problema es que existe un gran número de reglamentos relacionados con el turismo y la accesibilidad que aparecen dispersos en distintos documentos y cuentan con parámetros diferentes según las regiones, lo que se convierte en una fuente de contradicción y, paradójicamente, presenta obstáculos para su aplicación en los productos y servicios turísticos.⁷

Otro gran problema es que a menudo las medidas de ámbito nacional no han sido reflejadas y desarrolladas en las leyes regionales, dejando la aplicación de soluciones a la iniciativa de los operadores individuales ya sean privados o públicos. La mayor consecuencia que plantea este entramado legislativo repercute en el cliente final y resulta un gran inconveniente para cualquier turista, especialmente para aquellos con discapacidad o necesidades especiales.⁸

6 Darcy, S., Cameron, B., y Pegg, S. (2010), 'Accessible tourism and sustainability: a discussion and business case study', *Journal of Sustainable Tourism*, Volume 18 (4), Brisbane, pp. 515–537 (en línea) disponible en: www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669581003690668#.VQwFgo6G8mM (20-03-2015).

7 Centi, S. et al, (2004), *Accessible Tourism Product*, EU.FOR.ME Project (en I.nea), disponible en: www.euforme.net/css/uk/project_work/product.pdf (15-12-2014).

8 Buhalis, D., Darcy, S. and Ambrose, I. (2012), *Best Practice in Accessible Tourism – Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism*, Channel View Publications, Bristol.

No es difícil entender que esta situación provoca dificultades para el sector turístico tales como:

- la falta de sincronización entre las distintas normas nacionales / locales y los reglamentos,
- la promulgación de las mismas para distintos ámbitos tales como los servicios de salud,
- disparidad entre normas en distintas regiones y, a veces, entre municipios, y
- falta de claridad de la información proporcionada y relacionada con la accesibilidad.⁹

Para resolverlo, es imprescindible que los políticos y los responsables en la toma de decisiones comprendan la importancia de legislar para todos los usuarios, además de tener en cuenta lo que el Turismo Accesible puede suponer en materia de desarrollo y crecimiento económico. Por este motivo es necesario que se implementen políticas y estrategias destinadas a la consecución, supervisión y mantenimiento de destinos accesibles.

Del mismo modo el trabajo desarrollado por las organizaciones gubernamentales debe llegar al sector turístico. Los responsables de las políticas deben transmitir la necesidad de ofertar productos accesibles, además de establecer la legislación pertinente y de proveer información sobre las necesidades de los turistas en este sentido y mostrar a las empresas las ventajas de mercado que producen mejoras de las condiciones de accesibilidad.

Una vez establecida la legislación pertinente, el peso de su cumplimiento no debe caer únicamente sobre el sector privado, ya que este se verá obligado a cumplir con legislación de la que desconoce su existencia y su correcta aplicación. Por este motivo, las organizaciones gubernamentales deben ayudar a promover la accesibilidad con diferentes medidas que garanticen su cumplimiento mediante las siguientes acciones:¹⁰

- distribuyendo información sobre los requisitos necesarios para que una entidad, edificio o servicio pueda considerarse accesible,
- planificando y estableciendo prioridades en el cumplimiento de normativa,
- coordinando la implementación de las medidas, acciones y proyectos de mejora de la accesibilidad,
- estableciendo unos programas de apoyo económico para aquellas empresas que tengan como objetivo eliminar las barreras existentes,
- aplicando regulaciones que indiquen los requisitos mínimos de accesibilidad en los sectores turísticos, tanto el público como el privado,
- promocionando la formación del personal en materia de discapacidad y trato a clientes con discapacidad,
- desarrollando medidas de apoyo al empleo orientadas a la inclusión laboral de personas con discapacidad.

Todos los países tienen un largo camino que recorrer en materia de accesibilidad, y una de las motivaciones que se plantean en el ámbito turístico es que aquellos destinos que la desarrollen de manera más rápida y eficiente para responder a la demanda serán los candidatos a recibir los beneficios económicos de manera más inmediata.

9 Centi, S. et al (2004).

10 Buhalis, D., Darcy, S. and Ambrose, I. (2012).

Capítulo 3

Sensibilización y formación

“Las lagunas formativas y las carencias laborales ponen de manifiesto el fracaso en la educación inicial para satisfacer las necesidades cambiantes del sector. No se concede una importancia necesaria a la formación continua y el desarrollo de los recursos humanos.”

Strietska-Ilina, O. y Tessaring, M. (2005), *Trends and Skills Needs in Tourism*

La sensibilización juega un papel fundamental para introducir el significado del Turismo Accesible en la sociedad y posteriormente efectuar los planes previstos con una concienciación mayor por parte de los implicados.

Las organizaciones gestoras de destinos, la administración pública y la industria del turismo deben asegurarse de que todo su personal está debidamente sensibilizado y capacitado para proporcionar servicios para los turistas con diferentes necesidades.

Estas áreas de intervención contribuyen a eliminar las barreras del entorno en materia de accesibilidad, pero son fundamentales para salvar las barreras actitudinales que influyen negativamente en la experiencia turística.

La sensibilización y la formación sobre Turismo Accesible no constituyen un factor aislado en el turismo; son acciones imprescindibles y transversales a todas las áreas del turismo que facilitan la consecución de la calidad y satisfacción del cliente final.

La necesidad de formación en el ámbito del Turismo Accesible se ha demostrado en la creciente demanda de este tipo de capacitación por parte las entidades de personas con discapacidad que demandan un trato adecuado y de las empresas del sector turístico que se muestran interesadas en recibir este tipo de formación.

Los dos objetivos principales para, y por, los que se ha estado desarrollando la formación en el Turismo Accesible hasta el momento son los siguientes:

1. **Eliminar las barreras actitudinales que se producen en el sector:**
 - acercar la realidad de las personas con discapacidad y necesidades especiales a la población en general – abordar la *falta de conocimiento*,
 - reforzar los aspectos positivos del Turismo Accesible para Todos a través de la igualdad de derechos – *todas las personas*.
2. **Potenciar el Turismo Accesible como oportunidad de negocio:**
 - promocionando las acciones de Responsabilidad Social Corporativa hacia el ámbito de la accesibilidad – *optimizar los recursos*,
 - concienciando sobre los beneficios económicos a corto y largo plazo de la accesibilidad en el turismo – *inversión en accesibilidad*.

En la actualidad, los cursos de formación que se ofrecen en el sector turístico tienden a cubrir dos objetivos principales:

1. defender la igualdad de derechos en el acceso a los servicios turísticos de todas las personas, y
2. proveer al mercado turístico de herramientas para implementar la accesibilidad como oportunidad de negocio a corto y largo plazo por el incremento de visitantes que puede reportar.

Estas iniciativas tienen una clara conclusión: **existe una evidente necesidad de formación en Turismo Accesible.**

Una de las claves esenciales de la formación en Turismo Accesible es que tiene que ser cubierta mediante diferentes niveles educativos con el fin de llegar a todas las capas de los profesionales del turismo (vendedores directos, profesionales de atención al cliente, supervisores y directores, y otro personal), y no únicamente a través de la formación empresarial, sino también a través de la educación académica.

Hasta la fecha, han sido varios los planteamientos globales de formación a nivel transnacional que se recogen en diferentes proyectos europeos y manuales de formación académica relacionada.¹

Estos ejemplos ayudan a crear una visión común de formación que debe implantarse en una normalización obligatoria de la formación en Turismo Accesible. Esta es la única forma de llenar el vacío entre las empresas y los visitantes, llegando a todas las áreas de la educación.

Integrar la sensibilización y formación adecuada sobre Turismo Accesible dentro de la educación turística dirigida a los estudiantes y profesionales, aumentará la competitividad de las instalaciones turísticas y trabajadores del sector turístico en el mercado laboral, al tiempo que dotará de herramientas para poder responder a las necesidades de los turistas con distintos perfiles.

Los responsables de los niveles más altos de la gestión del turismo (administraciones públicas relacionadas con el turismo en las diferentes áreas-planificación y ordenación, inspección, información, y presupuestos) y las organizaciones gestoras de destino deberían realizar esfuerzos por crear un ambiente de concienciación y valoración positiva sobre el Turismo Accesible, reforzado por acciones concretas de legislación, formación, comunicación y promoción.

Legislación/estándares de accesibilidad

La concienciación en cuanto a la estandarización pasa por la implantación de estándares de calidad claramente definidos para aplicar en las empresas turísticas y por la inclusión de los mismos dentro de la legislación vigente.

Por lo tanto, se deben incluir estándares e indicadores de accesibilidad de manera sistematizada para educar a los responsables de la creación de políticas y a los investigadores en todos los campos de discapacidad.

¹ Buhalis, D. y Darcy, S. (eds.) (2011).

Esta acción proporcionará un marco de referencia que permitirá a los actores implicados situarse en un plano de conocimiento general que dé paso a las siguientes fases.

Formación

La formación es la base de la sensibilización en todas las áreas implicadas en el turismo. A continuación, en este módulo se ofrece una propuesta formativa que abarca todos los niveles de intervención.

Comunicación

Con el objetivo de que la sociedad en general, y los agentes involucrados en particular, tomen conciencia de la importancia de la accesibilidad en el turismo, el valor añadido que supone y la necesidad de cumplir con los estándares establecidos, es necesario promover campañas publicitarias notorias y efectivas en diversos medios. La propuesta sobre comunicación en materia de Turismo Accesible se desarrolla más adelante en este manual.

Promoción

Son escasos los ejemplos que se han implantado con relación a la promoción del Turismo Accesible. La tendencia actual está siendo la de incluir proyectos que abarquen la atención a personas con discapacidad como proyectos susceptibles de obtener reconocimientos de excelencia en programas de distinción del turismo en general.

Gráfico III.3.1 **La sensibilización es un factor transversal en las acciones de legislación, formación, comunicación y promoción.**



A continuación se plantean tres cuestiones clave en cuanto a la formación en el ámbito de Turismo Accesible:

1. Diseño de planes y acciones formativas — ¿Qué se imparte?
2. Áreas formativas — ¿Dónde se imparte?
3. Herramientas de formación — ¿Cómo se imparte?

3.1 Diseño de planes y acciones formativas

Objetivo

El diseño de planes y acciones formativas tiene como principal objetivo capacitar a los futuros profesionales que atenderán a los clientes, intervendrán en el desarrollo del sector turístico y a los profesionales que trabajan actualmente en los diferentes subsectores, para que puedan desarrollar y gestionar la oferta turística para todas las personas.

Características

Existen unas características comunes para que el diseño sea acorde a la demanda existente:

- debe relacionar los conocimientos con la legislación y normativa vigente y aplicable, lo que proporcionará un marco nacional e internacional más estandarizado,
- debe incluir diferentes aproximaciones a la materia a través de áreas específicas estructuradas en los diferentes planes formativos por niveles de aplicación según el destino al que vaya dirigido, el cargo del profesional y actividad turística que desempeñe,
- debe realizarse en estrecha colaboración con los agentes responsables de la formación en Turismo Accesible, los gestores de destinos y entidades representantes de personas con discapacidad, y
- debe ofrecerse de una forma planificada y regulada de manera que responda a las necesidades de la demanda.

La diversidad del sector turístico implica una forma diferente de gestionar los distintos ámbitos. No es lo mismo gestionar un aeropuerto que un hotel, sin embargo ambos tienen que tener en cuenta la formación en accesibilidad.

Para que esto tenga éxito se deben elaborar planes formativos de manera sistemática y coordinada de modo que no se superpongan unos contenidos con otros, que sean coherentes y se puedan evaluar. Por este motivo para elaborar estos contenidos es necesario contar con diferentes agentes, tales como:²

- ministerios de educación, industria, turismo y comercio,
- administración pública: áreas relacionadas con la promoción turística,
- entidades gestoras de destinos (patronato, agencias...),
- asociaciones de empresarios del sector turístico,
- empresas turísticas: transporte, alojamiento, restauración, agencias de viajes, tour operadores y empresas de recreación y ocio,
- entidades que trabajan en el fomento del Turismo para Todos desde el ámbito de la discapacidad.

2 Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (2005), *Facilities for Disabled Person – Plan de Acción del CERMI de Turismo Accesible para Todas las Personas*, Colección: cermi.es, CERMI (en línea), disponible en: www.feaps.org/programas/documentos/turismo_accesibleCERMI.pdf (15-12-2014).

3.1.1 Modelos de planes formativos

A continuación se ofrece un modelo de plan formativo basado en los proyectos más recientes a nivel internacional.

Debido a la diversidad de la oferta, cada bloque que se expone puede adaptarse a las necesidades y requerimientos de la entidad en la que se esté impartiendo, tanto en duración como en profundidad de contenidos. También existe la posibilidad de intercambiar los bloques y realizar una formación personalizada para reforzar ideas en áreas diferentes.

La finalidad de introducir la accesibilidad en la educación turística, desde los ciclos formativos de grado superior hasta estudios de especialización, ayudará a los futuros profesionales a extraer y desarrollar sus propias capacidades, sus potencialidades humanas y con ellas, poder tomar decisiones en su propio beneficio y en el de la sociedad creando productos y servicios turísticos accesibles para todos.

La ventaja de la formación en el Turismo Accesible reside en que, independientemente del destino, responde a un modelo común de sector de población. A continuación se ofrecen una serie de contenidos divididos en siete bloques recogiendo los distintos aspectos del Turismo Accesible que deberían contemplarse en los planes formativos:³

- Bloque I: Introducción al Turismo Accesible
- Bloque II: Beneficiarios del Turismo Accesible
- Bloque III: Diseño de entornos, productos y servicios turísticos accesibles
- Bloque IV: El Turismo Accesible y oportunidad de negocio
- Bloque V: Marketing del Turismo Accesible
- Bloque VI: La administración y el Turismo Accesible
- Bloque VII: Evaluación

³ La creación de los diferentes bloques de formación ha tenido en cuenta distintos proyectos formativos en Turismo Accesible y se ha redactado sobre la base propuesta en el siguiente documento:
González, D. y Marcos, D. (2003), *Turismo Accesible. Hacia un Turismo para Todos*, CERMI, Colección: cermi.es, 4, CERMI, Madrid, disponible en: www.cermi.es (02/07/2014).

Bloque I: Introducción al Turismo Accesible

El primer bloque de formación es una aproximación general a los conceptos y terminología del Turismo Accesible. Se trata de acercar a los interesados en el contexto actual a través de una panorámica general de historia y normativa así como las cuestiones ideológicas relacionadas con el tema.

Temas	– Turismo Accesible y Diseño para Todos: Conceptos y objetivos, – evolución e historia del Turismo Accesible, – beneficios económicos y sociales, – legislación en materia de Turismo Accesible, – derechos de los turistas con discapacidad y necesidades especiales, – la cadena de valor del Turismo Accesible, – barreras en el Turismo Accesible.
Objetivos	– Orientar a los profesionales y empresarios del sector en el significado de Turismo Accesible desde sus orígenes y su ámbito de aplicación, – dar a conocer aquellos aspectos relacionados con el Turismo Accesible y la co-responsabilidad ejercida por los agentes que tienen competencias en la materia, – hacer entender que accesibilidad y turismo son dos conceptos relacionados intrínsecamente y que la conjunción de ambos aporta un valor competitivo y social para el mercado turístico, – diferencias más significativas entre el Turismo Accesible y el Turismo Social, – “Turismo para Todos” como objetivo del sector.
Destinatarios	– Todos los implicados en el ámbito de la accesibilidad turística.

Bloque II: Beneficiarios del Turismo Accesible

Este bloque de formación hace énfasis en la amplia gama de personas que se benefician de la accesibilidad en el turismo. Asimismo plantea la mejor forma de abordar a estos segmentos de población (y sus acompañantes) a través del conocimiento de sus circunstancias y necesidades, por lo que se puede considerar la base para los cursos de Atención a personas con discapacidad y necesidades especiales. Este bloque incluye además un bloque específico de prácticas para vivenciar los conocimientos adquiridos.

Temas	– Descripción de los segmentos de personas con discapacidad y necesidades especiales, – discapacidad: evolución del término hacia la accesibilidad para todos, – técnicas de atención al cliente con discapacidad y a clientes con necesidades de acceso en diferentes entornos, – otras necesidades de las personas con discapacidad: productos de apoyo y primeros auxilios, – emergencias, – la inteligencia emocional aplicada a turistas con necesidades especiales, – resolución de conflictos y gestión de reclamaciones, – prácticas.
Objetivos	– Orientar a los profesionales y empresarios del sector en el conocimiento del sector de población hacia el que va destinado el Turismo Accesible, – proveer a los actores de herramientas para atender adecuadamente a los turistas con necesidades especiales, – hacer entender que la accesibilidad también constituye parte de la atención al cliente y que constituye un factor de calidad bajo el cumplimiento de la igualdad de oportunidades, – valorar de forma práctica las diferentes necesidades que puedan tener las diferentes tipologías de turistas.
Destinatarios	– Todos los implicados en el sector del Turismo Accesible, especialmente aquellos que desarrollen su labor de cara al público, en recepción, y mandos intermedios.

Bloque III: Diseño de entornos, productos y servicios turísticos accesibles

Este es el bloque más amplio de la formación ya que incluye las características que deben cumplir los distintos entornos turísticos en materia de accesibilidad incluidas las nuevas tecnologías. También se desarrollan las medidas y herramientas para la gestión de los productos turísticos accesibles.

Temas	– Necesidades de los turistas en materia de accesibilidad, – legislación de accesibilidad (urbanística, edificación y transportes), – principios del Diseño para Todos, – aplicación del Diseño para Todos en entornos, – medios de distribución: agencias de viaje y tour operadores, – sector de transportes, – edificación (alojamiento, restauración, centros comerciales, oficinas turísticas), – entorno urbano y entornos naturales (playas, parques, rutas, etc.), – actividades específicas (congresos, deportes, excursiones, viajes organizados, etc.), – productos de apoyo y ergonomía, – nuevas tecnologías turísticas accesibles, – aplicación de la accesibilidad en la gestión del turismo, – la accesibilidad como elemento de calidad turística.
Objetivos	– Conocer las medidas de accesibilidad que son necesarias en los entornos relacionados con el turismo, – destacar la importancia de desarrollar entornos accesibles desde todos los ángulos de la cadena de accesibilidad turística, – proporcionar herramientas para realizar una adecuada gestión del producto turístico, – orientar sobre la creación de productos turísticos accesibles.
Destinatarios	– Todos los agentes implicados en el Turismo Accesible, especialmente aquellos que diseñan y fabrican los productos, servicios y entornos turísticos y los que desarrollan los criterios de calidad en el turismo.

Bloque IV: El Turismo Accesible y oportunidad de negocio

Este bloque se centra en la accesibilidad turística como parte del negocio de las administraciones de empresas turísticas, desde el punto de vista de valoración económica y expectativas de negocio. Incluye una serie de estudios de caso como ejemplos de experiencias de éxito en este ámbito.

Temas	– Introducción al mercado actual y potencial del Turismo Accesible, – situación actual de la oferta de servicios y productos turísticos accesibles (nivel local, regional, nacional e internacional), – volumen de mercado y tendencias en el sector de Turismo Accesible, – análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) de productos y servicios turísticos accesibles, – la accesibilidad como oportunidad de negocio en los subsectores turísticos, – beneficios de posicionamiento y rentabilidad futura de las acciones de responsabilidad social para personas con discapacidad, – Responsabilidad Social Corporativa de la empresa, – innovación en el desarrollo de productos turísticos accesibles, – herramientas de gestión para diseñar productos turísticos accesibles competitivos y su repercusión en la rentabilidad del negocio, – estudios de caso.
Objetivos	– Destacar el valor, desde el punto de vista económico, de la implantación del Turismo Accesible y la importancia de captar este mercado como oportunidad de negocio: número de clientes, desestacionalización turística e ingresos potenciales, – dar a conocer técnicas y métodos de comercialización de productos y servicios accesibles a partir de experiencias desarrolladas por empresas del sector especializadas (agencias de viajes, transporte, alojamientos, etc.).
Destinatarios	– Todos los agentes involucrados en el Turismo Accesible, especialmente las empresas turísticas: transporte, alojamiento, restauración, agentes de viajes, tour operadores y empresas de recreación y ocio.

Bloque V: Marketing del Turismo Accesible

Este bloque está orientado hacia el aspecto más comercial del Turismo Accesible. Se ofrecen herramientas para destacar las acciones llevadas a cabo de modo que puedan ser distribuidas por distintos canales de información y posteriormente promocionadas como productos accesibles.

Temas	– Características de la información (accesibilidad a la información), – elementos de distribución (webs, guías de recursos, anuncios, entre otros), – métodos de distribución de la información, – herramientas de marketing (<i>marketing mix</i>), – fuentes de información sobre Turismo Accesible, – asociaciones de personas con discapacidad, – encuentros de intercambio demanda-oferta de Turismo Accesible, foros, congresos y convenciones, – promoción, intermediación y venta, – ejemplos prácticos para el marketing por sectores (eventos, paquetes turísticos, etc.).
Objetivos	– Ofrecer elementos que permitan la difusión del destino como destino turístico accesible, – dotar de las herramientas básicas para captar y fidelizar clientes en relación al Turismo Accesible, – proporcionar información sobre la rentabilidad del Turismo Accesible, – dar a conocer las opciones para posicionar la empresa dentro del sector.
Destinatarios	– Todos los agentes implicados en el Turismo Accesible, especialmente aquellos responsables de la planificación de destinos turísticos y las empresas del sector.

Bloque VI: La administración y el Turismo Accesible

El siguiente bloque está destinado a realizar una gestión del Turismo Accesible por parte de los responsables del destino a nivel de la administración pública. Destaca la intervención de los agentes de la administración en la regulación, gestión, validación y reconocimiento de las medidas que se lleven a cabo en el sector.

Temas	– Políticas de accesibilidad turística, – sistemas de regulación del Turismo Accesible llevados a cabo, – sistemas de gestión del Turismo Accesible, – sistemas de comprobación y sanción, – premios u otros sistemas de refuerzo y reconocimiento, – comparativa con otros países, – proyectos a futuro, – accesibilidad turística y sellos de calidad: indicadores, medición, auditorías y control.
Objetivos	– Transmitir la importancia de la intervención de las diferentes Administraciones en la consecución de un verdadero Turismo Accesible, – facilitar al asistente las diferentes regulaciones del Turismo Accesible dentro del marco legal nacional y destacar su valor como elemento impulsor de un verdadero turismo de calidad al servicio de todos, – dar a conocer las normativas y acciones más destacadas de las Administraciones supranacionales, – ofrecer el resultado final de algunos de los proyectos desarrollados por la Administración en colaboración con entidades de carácter privado.
Destinatarios	– Los agentes relacionados con la administración y el turismo, Ministerio de Turismo, administración pública encargada de la promoción turística y entidades gestoras de destinos.

Bloque VII: Evaluación

Este es un bloque transversal a todos los anteriores dado que trata de poner en relieve la importancia de la evaluación de la formación que se imparte en los diferentes ámbitos.

Temas	– Sistemas de evaluación, – periodicidad de la evaluación, – perfil del evaluador, – indicadores de calidad para ofrecer servicios y productos turísticos accesibles con el fin de satisfacer todas las necesidades de las personas con discapacidad.
Objetivos	– Detectar la situación de partida general para poder establecer un marco comparativo del proceso, – facilitar la elaboración de una programación idónea, – adaptar los elementos de cada uno de los bloques a los bloques posteriores.
Destinatarios	– Este es un bloque transversal a todos los anteriores, por lo tanto los destinatarios serán todos los agentes involucrados.

3.2 Áreas formativas

Las áreas formativas en las que se enmarca este tipo de formación son variadas y engloban a todos los sectores implicados.

Hasta ahora se han realizado programaciones de estudios destinadas al sector turístico que ya está desarrollando su actividad para salvar esta necesidad en el entorno que lo demanda de manera más inmediata, pero no se realiza casi ninguna inclusión de formación de Turismo Accesible dentro del ámbito de la educación formal o la formación continua (ciclos formativos, o cursos impartidos en las universidades)

Es fundamental incluir este segmento en la formación normalizada puesto que ayudará a los implicados en el sector turístico a alcanzar el máximo grado de calidad donde la accesibilidad es una parte integrante. Además, este enfoque proporciona herramientas de gestión para diseñar productos turísticos accesibles competitivos y entender su repercusión en la rentabilidad del negocio.

Cada país estipulará el grado de inclusión de la formación en las distintas áreas según sus planes educativos. En este sentido es importante que la formación esté regulada de alguna manera para que la inclusión no se produzca de manera arbitraria en contenidos, profundización y puesta en práctica. En este documento se realiza un breve resumen de las áreas implicadas si bien serán las instituciones educativas las encargadas de desarrollar y mejorar el currículo ya que las áreas formativas varían en cada país dependiendo de su sistema educativo.

La formación no sólo debe procurar la mejora de la persona educada, sino también la de todo su entorno natural y social. Es importante proporcionar la información y la sensibilización sobre la discapacidad y el acceso a los desarrolladores de productos y operadores turísticos, incluyendo el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC), por ejemplo:

- hacer frente a la falta de colaboración existente entre las diferentes organizaciones, públicas y privadas que trabajan en el Turismo Accesible, mediante la promoción de los contactos, la discusión, mayor cooperación y sinergias,
- acortar las distancias en el grado de desarrollo de las iniciativas de formación profesional en enseñanza accesible en el turismo y los productos relacionados, en términos de colocación y las actividades locales desarrolladas con alumnos, entre los países de un mismo continente y entre los distintos continentes.

3.2.1 Áreas de educación formal en turismo

Hay diferentes niveles de estudios turísticos, según las categorías de educación de cada país:

- ciclos formativos de grado superior: guías turísticos, profesionales del sector hotelero y restauración, entre otros,
- estudios de grado: gestión y administración de empresas turísticas,
- estudios de postgrado: máster,
- estudios de especialización,
- estudios de doctorado,
- formación de los profesionales activos en su labor turística o futuros actuantes en el sector cuya orientación es la de satisfacer las necesidades turísticas de toda la sociedad,

atendiendo a los segmentos de población con necesidades diversas como son las personas con discapacidad.

3.2.2 Áreas de administración

Debido a que la formación en el Turismo Accesible es transversal a todas las áreas del turismo, la misma debe ir dirigida a los siguientes destinatarios:

- las administraciones públicas relacionadas con el turismo en las diferentes áreas y a distintos niveles (local, regional, nacional),
- los profesionales que trabajan en el sector turístico desde proyectos y programas específicos (Planes de Dinamización, Planes de Excelencia), asociaciones de establecimientos turísticos o entidades normalizadoras y certificadoras de calidad turística, entre otros agentes.

3.2.3 Áreas transversales de accesibilidad

Del mismo modo en que la formación sobre Turismo Accesible debe ser incluida en la formación relacionada con el turismo, existen diferentes áreas específicas en las que sería necesario fomentar la accesibilidad que luego vaya a ser aplicada al turismo. La clave es incluir la perspectiva del Diseño para Todos en los diferentes entornos de modo que el diseño universal forme parte de los contenidos de formación de otros estudios.

A pesar de no tener relación directa con el turismo, esta área es importante ya que después de realizar sus estudios, los profesionales de las siguientes áreas que se mencionan abajo se encuentran con la falta de medios y técnicas para enfrentarse a diseños relacionados con la accesibilidad:

- arquitectura y planificación urbanística,
- ingenierías de transportes,
- estudios de sostenibilidad o relacionados con personas con discapacidad
- servicios de seguridad y emergencias,
- desarrollo web y nuevas tecnologías.

3.2.4 Área de formación continua aplicada al ámbito laboral

Al igual que ha sucedido hasta ahora, los empleados que ya están trabajando en el sector turístico necesitan una formación para el trato a personas con discapacidad y sobre cómo conseguir la accesibilidad en su sector de manera más inmediata para responder a la demanda existente en el momento.

Además, dentro del sector turístico existen muchas categorías de trabajo que no requieren una formación específica o a la que se puede acceder sin haber realizado estudios formales de turismo.

Este tipo de trabajos son, en muchas ocasiones, los que se relacionan directamente con el cliente final. Por este motivo es necesario que además de la formación académica y formal, exista una formación continuada destinada a mejorar la calidad en la atención al público con diferentes necesidades. Igual que se ofrecen cursos paralelos sobre riesgos y evacuación, incluir formación

sobre atención a clientes con discapacidad, garantizará la consecución de un trato respetuoso y profesional a los usuarios finales.

Este tipo de formación extraacadémica puede constituir un refuerzo para las empresas que quieran actualizar sus conocimientos.

El sector de los viajes debería asegurar las experiencias positivas de las personas con discapacidad a través de la capacitación regular para todos los empleados dentro de los destinos, en cuanto a las necesidades de las personas con discapacidad.

La formación en accesibilidad también fomentará la detección de carencias en el entorno inmediato de las instalaciones y servicios turísticos de modo que entendiendo las razones por las que es importante, y conociendo su solución, los responsables se sentirán más capacitados a la hora de cumplir con las exigencias legislativas.

La formación puede orientarse hacia diferentes tipologías de mando dentro de la empresa: personal de base (empleados del turismo que trabajan de cara al público) mandos intermedios y directivos de los siguientes sectores:

- empresas de transporte,
- atracciones turísticas y empresas de ocio,
- alojamiento,
- restaurantes, bares y cafeterías.
- servicios de guías especializados,
- gestión de ventas: agencias de viajes y tour operadores.

Hasta ahora esto se ha cubierto con cursos de corta duración aplicado a sus puestos de trabajo donde se realiza breve incursión en los bloques que se detallaban con anterioridad. Los contenidos que se aplican en este tipo de formación suelen ser:

- Turismo Accesible y Diseño para Todos: conceptos,
- el volumen de mercado y las tendencias del Turismo Accesible,
- atención al cliente con discapacidad y necesidades especiales,
- mantenimiento y condiciones de uso de espacios, instalaciones y dotación accesible en entornos turísticos,
- diseño y organización de actividades turísticas accesibles,
- prácticas.

3.3 Herramientas de formación

Para realizar una formación adecuada los formadores en Turismo Accesible han de facilitar el aprendizaje de los profesionales y futuros profesionales del sector turístico, mediante una serie de herramientas orientadas específicamente al área turística de los que se ayudan para hacer posible su labor de formación.

Esas herramientas traducidas en material didáctico son todos aquellos objetos artificiales o naturales que produzcan un aprendizaje significativo en los profesionales y futuros profesionales en Turismo Accesible.

Por lo tanto, definimos al material didáctico para la sensibilización y formación en Turismo Accesible, a todos los dispositivos instrumentales que contienen un mensaje educativo en materia de accesibilidad, por medio de los cuales, los formadores llevan a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje del Turismo Accesible para Todos.⁴

Se destacan las siguientes herramientas de formación en el ámbito de Turismo Accesible:

3.3.1 Manuales de formación

No existen muchos manuales dedicados a la formación en el Turismo Accesible a nivel académico. En los países donde el turismo es una de las fuentes principales de ingresos se han desarrollado estudios orientados a la práctica de la profesión y con más asiduidad se han elaborado manuales de trato a personas con discapacidad de manera genérica. Por este motivo se propone la creación de documentos académicos que abarquen las diferentes áreas de la accesibilidad dentro del turismo.

Estos manuales de formación deberían incluir los siguientes contenidos:

- perfiles de consumidores,
- normativa en accesibilidad turística,
- indicadores de calidad que miden la prestación de servicios y productos turísticos para todos,
- requisitos en equipamientos y accesorios para brindar una oferta accesible para todos, y
- ejemplos de buenas prácticas.

Será interesante hacer referencia constante a buenas prácticas que caractericen los servicios y productos accesibles de manera que sirvan de ejemplo en el uso y aplicación de la accesibilidad en el proceso de formación a profesionales ejercientes o futuros profesionales en Turismo Accesible.

Todos los libros editados en materia de accesibilidad turística pueden servir de referencia dentro del material didáctico en el proceso de formación a profesionales en Turismo Accesible.

3.3.2 Formación en línea

Gracias a las nuevas tecnologías, los sistemas y técnicas de formación pueden compartirse de forma más cómoda y llegar lugares más recónditos. La formación en línea ha resultado ser un éxito en las propuestas formativas actuales por su versatilidad y la inclusión de material audiovisual adicional que complementa la teoría.

A pesar de que es muy recomendable utilizar los recursos a distancia es importante no dejar de realizar las prácticas de manera presencial.

4 Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (2005).

3.3.3 Dinámicas

Las dinámicas en materia de Turismo Accesible permiten poner en práctica los conocimientos teóricos en situaciones de la vida real. Dentro de las dinámicas de participación destacamos las más utilizadas para este cometido:

- **Juegos de rol:** permiten situar al alumno en una situación real donde debe poner en práctica lo aprendido. Esta práctica es importante ya que se utiliza tanto el punto de vista del empleado como la empatía con el usuario cuando se adopta su papel. Además permite conocer los productos de apoyo y su aplicación como ayuda para desenvolverse de forma normalizada. De esta manera se pueden entender las necesidades en un contexto simulado que permite asimilar e interiorizar las razones por las cuales es necesaria la accesibilidad.
- **Trabajos en grupo:** cuando se comparten experiencias sobre las situaciones vividas en relación a la discapacidad y la accesibilidad se profundiza en las ideas preconcebidas y la evaluación de si son erróneas o acertadas. Otro tipo de trabajo de grupo muy útil es el análisis de espacios mediante inspecciones o cuestionarios predefinidos, a nivel formativo, para valorar las áreas críticas que se necesitarían cambiar y comprobar si se han adquirido los conceptos de Diseño para Todos.
- **Charlas y presentaciones:** recibir la información por parte de los interesados es fundamental para entender el contexto de la accesibilidad en el turismo. Por este motivo las charlas y presentaciones tanto de las personas con discapacidad que compartan experiencias de usuario como de las de las empresas que hayan realizado modificaciones sobre el entorno, a modo de estudios de caso, son herramientas que facilitan la comprensión de la aplicación de la teoría a la práctica.

3.3.4 Material multimedia

Cuando no es posible ofrecer cursos presenciales, los materiales multimedia permiten exponer ejemplos de buenas y malas prácticas en situaciones hipotéticas, vivencias de personas con discapacidad en los diferentes entornos y permite ilustrar diferentes situaciones y contextos que ejemplifiquen la teoría. Por ejemplo:

- **Videos:** el uso de los vídeos facilita al docente el poder transmitir los conceptos relacionados con Turismo Accesible a los estudiantes de manera más dinámica. Son una herramienta que permite visualizar ejemplos mientras el docente pone más énfasis en los conceptos que considera fundamentales. También son herramientas de reflexión ya que mediante el uso de imágenes, los mensajes quedarán perfectamente decodificados e interpretados no sólo a nivel cognitivo, sino también a través de la estimulación de los sentidos. Los vídeos pueden mostrar las posibilidades de implementación de la accesibilidad y los beneficios emocionales de los destinatarios finales.
- **Soportes en DVD y CD ROM:** la recopilación de material docente en medios como DVD resultan de gran efectividad ya que permiten aglutinar recursos de consulta para utilizar en el aula o a modo particular de modo que el uso puede extenderse más allá del aula.

Capítulo 4

Investigación

“En el sector turístico, como en cualquier otro tipo de actividad económica y social, iniciar y desarrollar una línea de trabajo, pero también mantenerla y mejorarla, implica investigación, análisis de los elementos que la componen, tanto de manera previa como continuada.”

Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (2005),
Facilities for Disabled Person – Plan de Acción del CERMI de Turismo Accesible para Todas las Personas

La investigación en el ámbito del Turismo Accesible permite:

- profundizar en el conocimiento de las necesidades del turismo en cuanto a la accesibilidad,
- obtener una visión cualitativa y cuantitativa de la oferta en el Turismo Accesible, y
- proporcionar una base para la toma de decisiones y acciones de cara a las futuras intervenciones que deseen desarrollar los gestores de destinos.

Con datos como el comportamiento de los turistas, o el estado de accesibilidad de las infraestructuras y servicios turísticos, se obtiene la información que permite adecuar el turismo a diferentes segmentos de población en el mercado turístico normalizado, con varias aproximaciones: la aproximación de Turismo Accesible como negocio y la de cumplimiento de los estándares de calidad y de la legislación.

A nivel nacional, la investigación provee conocimiento de recursos y estructuras del sector, estimaciones de índices de prevalencia y distribuciones geográficas disponibles para la creación de un producto consolidado.

A nivel internacional, estos estudios permiten observar el panorama del turismo desde un punto de vista más amplio y compararlo con otros países de modo que se pueda valorar qué es lo que funciona. Además, el intercambio de experiencias proporciona un servicio más generalizado.

El sector turístico ofrece escasos estudios de investigación en materia de Turismo Accesible y sólo se han realizado puntualmente en algunos países. Existe una información relativamente escasa a veces inexacta y superficial, por lo tanto es necesario considerar el impulso de la investigación.

Es necesario tener en cuenta que el sector turístico es muy cambiante, por lo que deben desarrollarse estudios, realizados de forma regular en el tiempo, que se adapten a los nuevos tiempos y segmentos de población.

Otro gran problema en cuanto a las investigaciones es su escasa divulgación, puesto que una vez realizadas no llegan hasta las entidades que tienen que realizar la toma de decisiones.

La divulgación de los diferentes estudios e investigaciones seguirá los métodos más adecuados a cada uno de ellos, siempre teniendo en cuenta que deberán llegar tanto al ámbito del turismo como al de los usuarios.

En este caso, el riesgo de una inadecuada divulgación es si cabe mayor, ya que al déficit de comunicación entre los ámbitos de investigación, administración y empresa, hay que añadir el que existe entre las áreas del turismo y de la discapacidad. No es extraño que los análisis que se llevan a cabo desde las entidades de la discapacidad referentes a su grupo se divulguen sólo entre los componentes de dicho segmento, sin que lleguen a los verdaderos destinatarios, a los grupos sociales o empresariales que son los que deben asumir las conclusiones en la mayor parte de los casos. De la misma manera esta escasa relación entre ambos colectivos hace que exista cierta desconfianza mutua de cada uno de los colectivos con respecto al otro. El proceso de divulgación tendrá por lo tanto también un doble objetivo de acercamiento entre los dos ámbitos.¹

Los objetivos generales de la investigación en accesibilidad turística deberían incluir:

- proveer de información precisa a los tour operadores,
- dar a conocer las fuentes de información existentes de accesibilidad a los operadores turísticos,
- apoyar a los miembros de la industria del turismo en el desarrollo de acceso a la información precisa,
- incluir información de acceso en general así como las especificaciones referentes a los sistemas de datos y la discapacidad, y
- mejorar la información que se provea sobre el destino.

Existen diferentes acciones de investigación aplicada al Turismo Accesible que facilitan los objetivos definidos anteriormente.

Es necesario tener en cuenta que cada acción requiere de su propia metodología especializada, sobre todo teniendo en cuenta la situación tan dispar en los diferentes países y destinos. Por este motivo realizamos una breve incursión en los conceptos de cada acción y los resultados que se pueden lograr con cada uno de ellos.

Sería recomendable, en este sentido, que desde las administraciones se desarrollaran y emplearan metodologías de investigación, estandarizadas y comprensibles, para las entidades gestoras de destinos, para que estas pudieran hacer estimaciones y evaluaciones de impacto económico y social de estas actividades de investigación en accesibilidad del turismo.

A continuación describimos tres tipos de investigación principales:

1. estudios sobre hábitos de los turistas,
2. estudios sobre la accesibilidad en la oferta turística,
3. observatorios de Turismo Accesible.

1 Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (2005).

4.1 Estudios sobre hábitos de los turistas

Estos son estudios que analizan los perfiles y los hábitos turísticos de las personas con discapacidad y necesidades especiales; incluyen sectores como son las personas mayores, las familias, o las personas que hayan tenido una discapacidad temporal en la realización de actividades turísticas.

El gran desconocimiento de la demanda de accesibilidad hace necesario un análisis sobre el número de viajes que realizan estos sectores, los tipos de alojamientos que utilizan, los gastos realizados, así como el nivel de satisfacción.

El objetivo es obtener una imagen global de los comportamientos turísticos, incluyendo las preferencias y actitudes de los viajeros con discapacidad y necesidades especiales que reflejen los aspectos principales de los datos del mercado turístico accesible que son de interés para los destinos turísticos, inversores y propietarios de empresas turísticas.

Gráfico III.4.1 **Demanda del Turismo Accesible**



Estos estudios se suelen realizar desde diferentes perspectivas a través de encuestas y análisis cuantitativos sobre el número de personas y perfil de los demandantes; estudios cualitativos sobre los hábitos y necesidades de estos grupos y su percepción sobre la accesibilidad desde su experiencia de uso. Para obtener esta información se emplean diferentes técnicas de investigación: grupos de discusión, entrevistas en profundidad, observación participante, encuestas telefónicas, encuestas en destino a turistas con discapacidad, análisis con *mystery shopping*, análisis de foros, blog, web especializadas, etc.

Hasta la fecha, los estudios que existen sobre este tema se han realizado por parte de las entidades relacionadas con personas con discapacidad y no han partido de las organizaciones de turismo. Esto suele tener como consecuencia que el sector turístico es un gran desconocedor de estos hábitos, y no realiza estudios completos de la demanda y, por lo tanto, no puede responder a ella adecuadamente.

Una propuesta más efectiva sería la de incluir preguntas sobre los distintos perfiles en los estudios y medios de investigación generales sobre la demanda turística.

También se pueden trasladar preguntas sobre ocio y turismo en los estudios estadísticos sobre las personas con discapacidad. No suele ser habitual analizar este tema en los estudios que se llevan a cabo sobre grupos específicos dentro de la discapacidad, ni en otros grupos especiales como los de la mujer, los jóvenes, personas mayores, etc. Es importante ir incluyendo cuestiones sobre hábitos de turismo y de ocio en los análisis del colectivo de la discapacidad, tanto las que se realizan desde entidades oficiales de manera sistemática, como otras de carácter más concreto impulsadas por las asociaciones y entidades de personas con discapacidad o por investigadores universitarios.

Se recomienda la participación de las distintas entidades, independientemente del método que se prefiera seguir, incluyendo a los institutos de estudios turísticos a todos los niveles (nacionales y regionales), universidades, ministerios de turismo y entidades representantes de las personas con discapacidad, personas mayores, etc.

Este tipo de investigación deberá contar con unas pautas generales comunes que faciliten la obtención de datos precisos, como son:

- **Datos demográficos precisos y detallados:** la discapacidad varía a través de dimensiones múltiples. Por lo tanto es necesario analizar la discapacidad como el fenómeno heterogéneo que es. Para ello se requiere que se tengan en cuenta variables de la clasificación de las personas como: género, edad, salud, educación, empleo e ingresos, cruzados con tipos de discapacidad, causas, edad en que se adquirió la discapacidad, e impactos en la funcionalidad.
Estos datos permiten realizar una elevación de resultados por factores como: diferentes sectores de población por rango de edad, estatus económico, educación, entre otros.
- **Datos geográficos de la demanda y la oferta:** los datos geográficos, tanto de la demanda, como de la oferta (lugares que frecuentan), permiten realizar un diagnóstico del turismo en cuanto a movilidad y fidelidad de los destinos. Así mismo permite valorar los problemas que puedan implicar distintos destinos que no sean tan frecuentados.
Estos datos geográficos permitirán también realizar comparativas en materia de turismo interior y turismo internacional.

- **Cuestiones sociales, ambientales y personales que influyen en la habilidad de las personas con discapacidad a realizar actividades turísticas:** uno de los factores que se van a evaluar es la satisfacción de los turistas con respecto a algunos destinos. Esta satisfacción viene dada por la valoración de la experiencia, que es subjetiva. Esto nos aportará datos sobre el éxito de los destinos. En ocasiones la provisión de destinos accesibles no garantiza experiencias accesibles por motivos como la atención o la gestión de las organizaciones, y la información que provean los usuarios finales es fundamental (Otto y Ritchie, 1996, p. 166).

Resultados

Los estudios sobre hábitos de los turistas aportan los siguientes beneficios:

- permiten conocer el mercado potencial por sectores y por áreas,
- permiten conocer las razones por las que algunos destinos no funcionan según el punto de vista de los usuarios,
- permiten conocer el grado de satisfacción del cliente con respecto a la accesibilidad de entornos,
- ofrecen un análisis de los hábitos, satisfacción y fidelidad de los turistas con respecto a la oferta del Turismo Accesible, y
- permiten profundizar en el conocimiento sobre la demanda.

4.2 Estudios sobre la accesibilidad en la oferta turística

Del mismo modo que es necesario recabar información sobre la demanda del Turismo Accesible, se hace imprescindible realizar un análisis sobre la oferta turística desde el punto de vista de la accesibilidad.

Este tipo de estudios resultan muy reveladores sobre la situación de la accesibilidad en los distintos destinos y es un análisis muy demandado por parte de los países, ya que constituye uno de los primeros pasos para la creación de un producto turístico accesible.

La investigación existente acerca de los beneficios del diseño accesible ha demostrado que la investigación que busca evaluar el impacto creciente de la accesibilidad en ambientes construidos es valiosa así como de fácil adopción.

Desafortunadamente, tal y como hemos visto en los capítulos anteriores, no existen estándares únicos en materia de accesibilidad a los entornos, lo que dificulta la elaboración de estos estudios.

Por ese motivo es fundamental que se requiera la colaboración de los distintos agentes implicados, desde los ministerios de turismo hasta las entidades privadas, y que cuente con el reconocimiento de las asociaciones de persona con discapacidad, tanto para el desarrollo de la metodología, como la aplicación de la misma y la distribución de los resultados.

Independientemente de la metodología que se utilice para llevarla a cabo, explicamos a continuación unos contenidos para realizar este tipo de estudios:

- **Indicadores, o criterios de verificación de la accesibilidad de la oferta turística:** éstos deben ser acordes con la legislación de cada destino aunque no es incompatible con la posibilidad de unos requisitos más estrictos. Estos indicadores deberán ser válidos para distintos tipos de establecimientos turísticos y serán los que se reconozcan oficialmente para su utilización en guías y material promocional.
- **Incluir todos los entornos susceptibles de ser utilizados por los turistas:** deberán quedar reflejados todos los ámbitos recogidos en la cadena de accesibilidad del turismo. Desde las páginas web, entornos físicos, sistemas de comunicación, atención al cliente, etc.).
- **Cumplir con el objetivo del estudio de la accesibilidad desde el punto de vista del Diseño para Todos:** no solamente desde los diferentes tipos de discapacidad sino desde la filosofía de entornos creados para todas las personas.
- **Incluir la formación de los técnicos que trabajan en la recopilación de información sobre la oferta turística:** es importante que el personal que realice los análisis, y en su caso que vaya a realizar visitas presenciales a los establecimientos, conozca su nivel de accesibilidad conforme a los criterios establecidos.
- **Realización de las diligencias oportunas para que se apliquen las sanciones existentes para aquellos establecimientos que o bien incumplan las exigencias de accesibilidad o den una información incorrecta sobre la misma.**²

Resultados

Un estudio sobre la accesibilidad en la oferta turística puede tener los resultados siguientes:

- permite conocer el grado de accesibilidad de los distintos entornos,
- eleva el nivel de conciencia sobre la importancia y el significado de hacer productos y entornos accesibles,
- permite a las empresas turísticas identificar las áreas de mejora en materia de accesibilidad,
- armoniza los estándares de accesibilidad en la prestación de turismo a través de los indicadores,
- promueve un mayor acceso al turismo para los viajeros con discapacidad y necesidades especiales,
- enfatiza el incremento de las contribuciones económicas de las personas discapacitadas a través de una información correcta y fiable,
- permite estudiar ejemplos de buenas prácticas de accesibilidad en los entornos turísticos, y
- facilita el intercambio de información entre todos los agentes implicados.

Los resultados pueden presentarse de manera cualitativa y cuantitativa según las necesidades del destino. Los datos cuantitativos proveerán información que podrá elevarse estadísticamente al total de los servicios, áreas, regiones o el país en función de la muestra, además de poder contar con datos por perfil de turista. Los datos cualitativos (estudios de entorno) permitirán realizar comparativas y medidas puntuales. Los resultados deben divulgarse entre los diferentes agentes, públicos y privados, que tienen entre sus objetivos el de informar respecto del estado de la oferta turística para ponerla a disposición de los turistas.

2 Ibid.

4.3 Observatorios de Turismo Accesible

En este documento nos referimos a los observatorios de Turismo Accesible como a aquellos estudios del sector turístico que permitan realizar análisis por sectores, por destinos, y por oleadas. Mientras que el estudio de accesibilidad se realiza para conocer el estado actual de la accesibilidad, los observatorios permiten analizar la evolución de la accesibilidad con unas dimensiones que se pueden comparar con la situación en años posteriores.

La recolección de datos y el análisis en estos observatorios deben diseñarse para facilitar las actividades necesarias de mejora de accesibilidad en entornos turísticos con el objetivo de rentabilizar los esfuerzos sociales y económicos de cualquier empresa y entidad y que luego pueden ser empleadas para analizar las políticas y estrategias en materia de Turismo Accesible.

Debido a que los estudios anteriores están enmarcados en puntos concretos de la oferta y la demanda, este tipo de investigación debería poder utilizar esos datos para analizar las actividades económicas, la eficiencia de producción y de distribución, el consumo y el impacto económico del Turismo Accesible.

Los observatorios de turismo tienen posibilidades ilimitadas dependiendo del área que se quiera estudiar. Por este motivo, en lugar de explicar qué debería incluir cada observatorio, que dependerá de cada necesidad y propuesta metodológica, se hace una propuesta de qué tipo de observatorios se pueden realizar.

- **Análisis de accesibilidad turística según la tipología:** una de las características fundamentales del turismo es que se produce por motivos diferentes e implica distintas actividades relacionadas con el propósito del viaje. Las tipologías son múltiples y muy diversas, desde el turismo de sol y playa, turismo rural, cruceros, turismo de aventura, o turismo ecológico, entre muchas otras. Este tipo de observatorio permite detectar las distintas carencias de accesibilidad según los distintos ámbitos con el objeto de facilitar información a las empresas y usuarios en pos de las posibles mejoras.
- **Observatorio de accesibilidad turística en distintos países:** es fundamental conocer qué y cómo se está trabajando en el desarrollo del Turismo Accesible para Todos en otros países mediante el análisis de sus leyes, de su oferta, o de sus formas de comercialización. Ello permitirá incorporar en los distintos países, con la previa adaptación a nuestro entorno, aquellas medidas y fórmulas que existen en otros países y que sirvan para mejorar la realidad del turismo desde el punto de vista de la accesibilidad, y por lo tanto, desde el punto de vista de la calidad. Permitirá igualmente aportar nuevos criterios que enriquecerán el análisis de la realidad del Turismo Accesible, permitiendo una mejor valoración de posibles errores y mejoras futuras.
Esto se puede realizar con distintas acciones, desde la recopilación y análisis de la información bibliográfica y normativa existente sobre el desarrollo del Turismo Accesible en otros países europeos, como la creación de observatorios transnacionales que compartan elementos como los factores económicos, formativos, y elementos de mercado.
- **Observatorio sobre las repercusiones económicas y técnicas del Turismo Accesible:** una de las mayores preocupaciones de los empresarios a la hora de acometer una inversión en accesibilidad suele ser el coste económico que supone cumplir con las normativas en cuanto a la accesibilidad. Si bien es verdad que integrar la accesibilidad en los proyectos en las etapas del proceso de diseño es casi es muy pequeño, usualmente menos del 1 % del

costo capital de desarrollo,³ la inversión para remodelar espacios construidos es variable e incrementa la preocupación sobre el retorno de las inversiones.

El desconocimiento sobre el coste económico que supone incluir la accesibilidad así como la repercusión en términos de retorno de inversión, con la mayor afluencia de turistas con discapacidad y necesidades especiales, hace necesario que se planteen estudios sobre el impacto económico del Turismo Accesible.

Estos estudios de impacto económico deben estar orientados a la valoración tanto de los gastos derivados de la accesibilidad como de los ingresos, así como las soluciones técnicas necesarias para implementar dicha accesibilidad.

Resultados

Aunque diferentes tipos de observatorios sirvan para conseguir resultados diferentes, todos ellos tienen unos propositivos generales en común:

- fomentar el diálogo entre los diferentes agentes involucrados en la actividad turística,
- fijar objetivos concretos encaminados a garantizar un Turismo para Todos,
- permitir una toma de decisiones que beneficie el Turismo Accesible,
- contar con datos homogéneos y objetivados para realizar comparaciones de evolución, o comparaciones entre áreas, regiones o países.

A continuación presentamos una relación de resultados por cada tipo de observatorio planteado en este documento.

Análisis de accesibilidad turística según la tipología:

- permite conocer los puntos fuertes y puntos débiles del turismo en las regiones según las diferentes áreas y tipologías,
- permite reforzar el turismo que presente menor participación y distribuir las fluctuaciones de visitantes en diferentes regiones, y
- permite realizar una mejor planificación con respecto a la estacionalidad asociada a las distintas tipologías de turismo, aprovechando de mayor manera los recursos existentes y fomentando la creación de empleo.

Observatorio de accesibilidad turística en distintos países:

- permite recopilar nombres y contactos de entidades que trabajan en el Turismo Accesible en otros países con el fin de contactar con ellas, tanto los que trabajan en general en el desarrollo del turismo como, en su caso, los que se hayan creado de manera específica para el desarrollo del Turismo Accesible para Todos,
- contribuye a conocer en profundidad la formación e información que reciben los agentes turísticos y los usuarios sobre la accesibilidad,
- permite conocer el funcionamiento del mercado turístico y en concreto del mercado del Turismo Accesible en los diferentes países y el nivel de satisfacción de la demanda a nivel internacional, y

3 Metts, R., (2004).

- permite divulgar la información obtenida a los agentes involucrados en el desarrollo del Turismo Accesible para Todos. Para ello se emplearán los medios habituales, ya nombrados en otros apartados del documento: revistas del sector del turismo y del ámbito de la discapacidad, jornadas, congresos, seminarios, publicaciones, etc.

Observatorio sobre las repercusiones económicas y técnicas del Turismo Accesible:

- permite analizar la inversión real que supone la creación de la oferta turística siguiendo los criterios del diseño para todos desde el inicio de la misma o en el transcurso de una reforma más amplia,
- permite analizar los tipos de los costes de las diferentes reformas concretas que precisan los establecimientos y recursos turísticos ya construidos para adecuarse a los criterios del Diseño para Todos,
- contribuye a fomentar el diseño para todos entre las empresas que diseñan y fabrican los equipamientos necesarios para los establecimientos turísticos: equipamiento de baños, de habitaciones, comedores de restaurantes, etc.,
- permite realizar estudios comparativos sobre las adaptaciones de accesibilidad a partir de la utilización de elementos de uso común en los equipamientos de las instalaciones turísticas, utilidades que redundarán en el menor coste de las obras desde las premisas del Diseño para Todos, y
- permite analizar los beneficios económicos en el mercado turístico de una oferta accesible, así como los ROI (*return on investment*, retornos de inversión).

Capítulo 5

Comercialización del Turismo Accesible

“El 94% de personas que planea un viaje, ya sea para sí mismos, o para una persona que tiene necesidades de acceso, considera que la información sobre accesibilidad es importante para ellos y el 81 % lo considera como muy importante.”

VisitEngland (2012),

Winning More Visitors – A guide for destination managers on providing Access Information on destination websites

El atractivo principal de cualquier destino es la experiencia que se ofrece al turista. El éxito del marketing turístico depende en gran medida del diseño de productos atractivos y asequibles para los potenciales clientes y que además presenten una buena relación calidad-precio. Dicha relación es uno de los principales factores de fidelización y del efecto llamada.

El marketing para clientes con discapacidad o necesidades de acceso debe mostrar este mismo equilibrio en calidad-precio, pero además debe responder a una pregunta adicional y decisiva que se plantean las personas con discapacidad a la hora de escoger un destino turístico: ¿Es este viaje realmente accesible para mí?

Los turistas con discapacidad u otros requisitos de acceso tienen que estar seguros de que van a poder disfrutar de una experiencia accesible, por lo que el objetivo de la comercialización de este segmento es atraer a los clientes y ofrecer esas experiencias dentro del valor de mercado. La accesibilidad por sí sola no puede garantizar la afluencia de clientes puesto que todavía se aplica la economía de mercado. Por lo tanto, una premisa que se ha de considerar es que un lugar o destino accesible no atraerá a los clientes si el precio no es asequible.

5.1 Los canales de comercialización generales y especializados

Los negocios y destinos deben mejorar su oferta con servicios accesibles para beneficiarse de este mercado. No obstante, sin una estrategia efectiva de marketing sus esfuerzos difícilmente lograrán la recuperación prevista de la inversión de capital. Algunos proveedores turísticos realizan inversiones considerables en mejoras de la accesibilidad pero no promocionan sus instalaciones y productos. Esto puede conducir a un resultado no rentable y en este caso dejar con el sentimiento de que el mercado les ha fallado. Una queja frecuente de turistas que están buscando lugares accesibles es que estos lugares son difíciles de encontrar en la web o en la publicidad ya que no se promocionan como tales.

Los proveedores de turismo y los servicios intermediarios deben proporcionar información específica sobre la accesibilidad de su oferta. Este es un hecho inevitable. El cliente potencial requiere de la información sobre la accesibilidad relacionada no sólo con el alojamiento, sino a todos los aspectos del viaje. Esto incluye los medios de transporte disponibles, los posibles

traslados y las características del alojamiento, o el lugar y la disponibilidad de las actividades adecuadas.

No es sólo una cuestión de acceso, sino toda una serie de preguntas que deben ser respondidas antes de hacer la reserva, para que el cliente bien informado pueda tomar una decisión y luego proceder a reservar. Debido a esta alta dependencia de información sobre accesibilidad, muchos visitantes con discapacidad dependen de destinos, proveedores, canales de comercialización, guías y agentes de viajes especializados que pueden hacer las investigaciones necesarias en su nombre.

De manera tradicional y como alternativa, allí donde las administraciones de destinos u otras fuentes no facilitan información sobre accesibilidad en el destino, los clientes suelen hacer uso del “boca a boca” y de recomendaciones proporcionadas por las organizaciones de usuarios de confianza, amigos o familiares. En un grado cada vez mayor, los turistas con discapacidad consultan sitios web desarrollados por otros turistas con discapacidad u organizaciones. A través de estos canales buscan orientación sobre lugares, alojamientos, viajes y actividades que se adapten a sus necesidades o a su perfil de turista. Estos canales proporcionan información muy específica en cuanto a los itinerarios y elementos accesibles.

La fiabilidad de estos sitios puede ser difícil de discernir, dependiendo de las fuentes de información y el criterio con el que se construye. Sin embargo, cuando no existe información en las fuentes convencionales, estos canales son muy populares, por lo menos para obtener consejos para el próximo viaje y producen, a través del ese efecto llamada, incrementos significativos de reservas y clientes. Para las administraciones de destinos y las empresas del sector, estos sitios web y blogs especializados pueden ser una fuente de ideas e inspiración y algunos incluso pueden ser considerados como posibles socios estratégicos, aportando destinos en contacto con las comunidades de los visitantes.

5.2 Conocer los hábitos de reserva de los clientes

Es muy importante hacer un seguimiento de búsqueda de los clientes y el comportamiento de reserva para obtener una comprensión de cómo se está desarrollando el mercado del Turismo Accesible.

Los canales de distribución están empleando las tecnologías en línea para ubicar productos y propuestas ante sus potenciales visitantes. Las sugerencias de dónde, cuándo, y cómo viajar son bienvenidas por todo tipo de *targets* del marketing en línea, y dan al visitante la posibilidad de realizar la reserva en línea.

Según la creciente dependencia de la información móvil en los países desarrollados, podemos esperar que el Turismo Accesible ofrezca y venda a través de estas plataformas ya que:

- Internet sigue siendo la herramienta más común para la búsqueda y la reserva de viajes,
- la dependencia de los dispositivos móviles en los viajes sigue creciendo considerablemente,
- los videos en línea son cada vez más populares en la preparación de viajes,
- la mayoría de los clientes no saben dónde van a ir o cómo van a viajar cuando inician una búsqueda en Internet, y
- los proveedores de servicios turísticos y los intermediarios desarrollan cada vez más aplicaciones móviles (*apps*).

La innovación en nuevas tecnologías significa que los proveedores de servicios turísticos e intermediarios deben ir a más en su acercamiento a lo en línea para competir en el mercado de viajes. El número de redes sociales y portales de viaje para gente con discapacidad y sénior está creciendo y algunos de los blogs más activos sobre viajes son turistas sénior o con alguna discapacidad.

Con el crecimiento de Internet, los viajeros se mueven a través de cinco fases en el viaje:¹

1. **soñando:** el 46% de viajeros por motivos de negocio vieron videos en la red relacionados con el viaje,
2. **planificando:** los viajeros visitan una media de 22 webs de viajes durante las investigaciones previas a la reserva. El 85% de viajeros por motivos de ocio consideran internet su principal fuente de planificación de un viaje,
3. **reservando:** 37% de viajeros por motivos de ocio declararon que internet agilizó su reserva, por encima del 28% de hace dos años. El 53% de viajeros planearon aumentar la comparación antes de la compra en 2012,
4. **experimentando:** 70% de viajeros por motivos de negocio comprueba sus vuelos / hoteles con su dispositivo móvil. Más del 50% de viajeros usa el teléfono móvil para información relacionada con el viaje, y
5. **compartiendo:** alrededor de un tercio de viajeros por motivos de negocio han colgado opiniones en la red de lugares donde han estado.

En un futuro próximo podemos esperar que los sistemas accesibles de información en línea, redes sociales y la búsqueda de ubicación geográfica, ofrezcan nuevas formas de encontrar y ver la accesibilidad de los lugares, hoteles, restaurantes, clubes, aseos y otros espacios públicos. Estos avances, sin duda ya están influyendo e influirán aún más en el mercado del turismo. Las administraciones y las empresas que adopten de forma más eficiente y rápida estas tecnologías estarán a la cabecera para satisfacer este mercado creciente.

5.3 Conocer las características de accesibilidad de producto

Para una administración de destino o un proveedor de servicios turísticos que pretenda comercializar una oferta accesible, uno de los objetivos principales debe ser el de realizar una evaluación del estado de accesibilidad con respecto al grupo-objetivo y posteriormente publicar información fiable y relevante sobre la oferta tanto en los medios de difusión generales, como en canales de marketing especializado y otras redes que utilizan estos clientes.

Las administraciones de destinos y las empresas turísticas deben tener en cuenta que muchas personas que buscan accesibilidad no necesariamente tienen discapacidad en un sentido legal (por ejemplo, pueden no haber sido evaluados por un profesional médico o ser beneficiarios de una pensión de invalidez). Desde una perspectiva de marketing, es importante tener en cuenta que muchas personas con discapacidad funcional adquirida o con problemas de salud relacionados con la edad no se definen a sí mismos como personas con discapacidad, pero que pueden tener ciertas necesidades similares, como la disponibilidad de alimentos sin gluten, camas hipoalergénicas, un ambiente libre de humo, o pueden encontrar problemas para estar

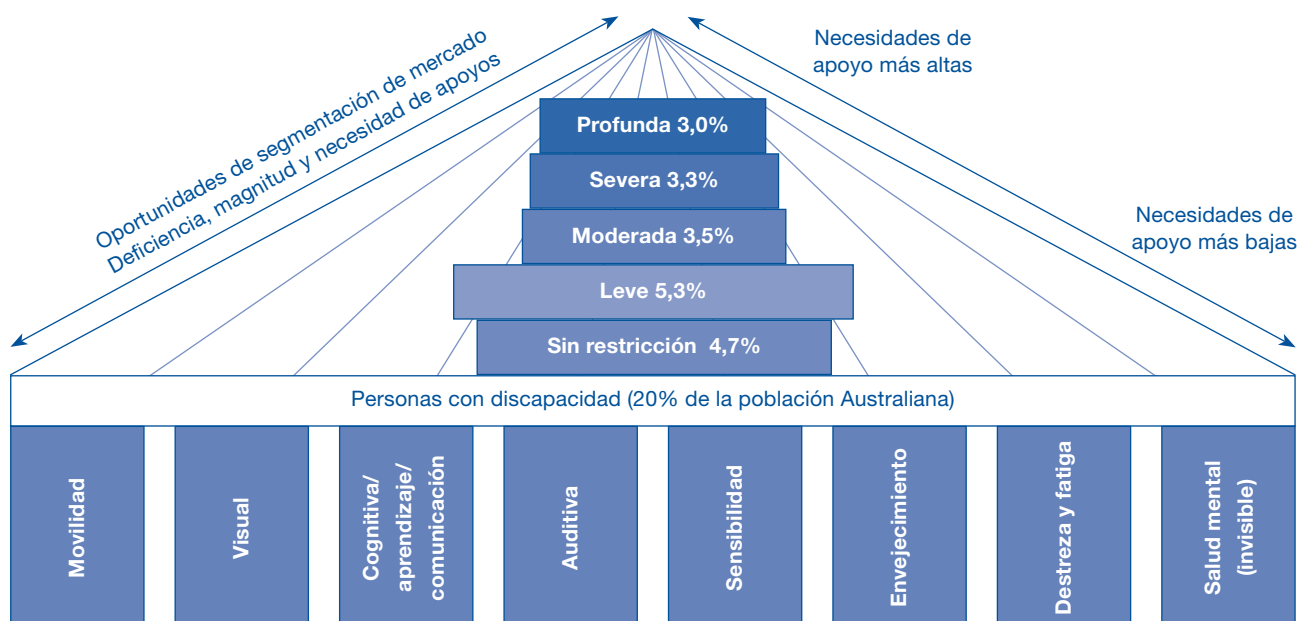
1 *The 2012 Traveler* (2012), Google/Ipsos MediaCT.

de pie en largos períodos de tiempo, caminar largas distancias o que necesitan hacer paradas frecuentes para ir al aseo en los viajes largos. Estos se consideran parte del mercado regular –al igual que todos los demás– pero tal vez con algunas necesidades particulares que deben hacer frente a ellos mismos o con la ayuda de los demás.

Los turistas con discapacidad y necesidades especiales tienen las mismas motivaciones para viajar que cualquier otra persona. Por lo tanto no pueden y no deben ser considerados como una masa indiferenciada con necesidades muy similares. Viajan por motivos tan diversos como eventos familiares, conferencias, turismo de sol y playa o excursiones de montaña. La discapacidad no determina las preferencias con respecto a por qué o dónde viajar pero puede haber algunos puntos en común para los visitantes cuando se trata de la forma en que son capaces de viajar y el apoyo específico que puedan necesitar. Hay que recordar que las necesidades de las personas con discapacidad son esencialmente las mismas que los de todos los demás, pero la atención de estos clientes pueden llevar un poco más de preparación y cuidado.

La diversidad del mercado objetivo debe tenerse en cuenta en el desarrollo de una estrategia de marketing, dado que los mensajes y los canales están seleccionados para tener un efecto óptimo en los grupos previstos de visitantes específicos. El siguiente diagrama sobre la base de estadísticas de población de Australia indica el número relativo de personas con diferentes discapacidades y personas mayores. Esto demuestra que, si bien un 20% de la población es probable que necesite una buena accesibilidad debido a discapacidades y deficiencias, menos del 10% tiene discapacidad profunda, severa o moderada y casi el 5% necesita apoyos en particular cuando viaja.

Gráfico III.5.1 Distribución esquemática de discapacidades y necesidades de apoyo



Notas: Las columnas verticales en el diagrama son de igual tamaño, pero la incidencia relativa de estas discapacidades o condiciones de la población total no es igual.

Los porcentajes indicados no suman 20% por causa de redondeo.

Fuente: Australian Bureau of Statistics (2004).

Lo principal en un plan de marketing de Turismo Accesible es que debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes con discapacidades y otras necesidades dentro de un plan de marketing general. Para muchos de los destinos y proveedores de servicios que son nuevos en este mercado, la forma más eficiente de avanzar es comenzar con pequeños pasos que pueden dar un buen rendimiento con una inversión modesta, trabajando en asociación con un operador turístico o agencia de viajes especialista.

Como los turistas están, por definición, fuera de su entorno cotidiano, muchos de sus apoyos habituales pueden no estar disponibles para ellos. Esto significa que la comodidad y la seguridad son especialmente apreciadas. La estrategia de marketing para estos clientes debe basarse firmemente en los principios de profesionalidad y la información completa sobre el lugar y la oferta, junto con una genuina bienvenida y la voluntad para hacer la estancia lo más cómoda, segura y placentera posible. No es suficiente simplemente decir “confíen en nosotros” al cliente potencial con una discapacidad.

5.4 Estrategias de marketing

La cooperación es la llave del desarrollo y la venta del Turismo Accesible. Todos los niveles de marketing turístico deben trabajar juntos para un mayor impacto; cada nivel de responsabilidad debe proveer sus inputs para el diseño y desarrollo del destino.

Las pequeñas empresas turísticas disponen habitualmente de pocos recursos para el marketing. Éstas normalmente centran sus esfuerzos en habilidades de marketing, como los idiomas, o la tecnología. Por este motivo, pueden tener dificultades para llegar por sí mismos más allá de un mercado local y regional. Las administraciones de turismo a nivel nacional, local o regional son socios cruciales para las pequeñas empresas al ser entes más grandes que tienen una mayor capacidad de penetrar en mercados distintos.

Los propietarios de las empresas son los que tienen, en último término, la experiencia directa en el conocimiento y la atención al cliente: ellos son los primeros que ven de primera mano las dificultades, problemas y errores que pueden ocurrir en la provisión de servicios accesibles. Por esta razón el valor de su experiencia es incalculable, no sólo cuando mejoran el producto sino también para dar información a los servicios regionales o nacionales de marketing sobre lo que funciona bien y en consecuencia qué aspectos son los más apreciados por los visitantes.

Las administraciones públicas a todos los niveles pueden ayudar en la construcción de los planes de venta y promoción de varias maneras. Principalmente pueden aportar el liderazgo político y estratégico para el desarrollo de iniciativas de Turismo Accesible, impulsando y estimulando las acciones de las empresas. Facilitando una dirección clara y promoviendo los acuerdos, las administraciones de turismo pueden iniciar programas para cambiar y ayudar a incrementar la calidad así como mantener el impulso en el desarrollo de actividades en los destinos.

Con un enfoque integrado, que incluya las acciones desde niveles nacionales a niveles locales, las pequeñas empresas que ofrecen servicios accesibles deben ser apoyadas por las administraciones de gestión de destinos de manera que el destino accesible y todas sus ofertas se promueven dentro de un marco integral.

5.4.1 Promoción

La página web tradicional es la ventana más omnipresente para los destinos y empresas turísticos. Muchas veces se utiliza el marketing en línea como el canal más importante, y a veces el único, para promocionar sus productos turísticos y ofertas. Desde que internet está disponible para todo el mundo con un clic del ratón, las dos claves en la búsqueda de nichos específicos en el mercado residen en diferenciar un producto de otro en relación a su proveedor o intermediario y encontrar las vías de llegar al contacto directamente con los potenciales visitantes. Aunque la diferenciación de producto y el precio es claramente necesaria para captar ventas, es necesario posicionar el producto en aquellos lugares donde el turista que indaga sobre la oferta de Turismo Accesible busca.

Utilizar herramientas de posicionamiento en buscadores u optimizar de motores de búsqueda incrementará la visibilidad de los sitios web a través del uso de palabras clave, al igual que anunciarse en línea en páginas de búsqueda, artículos y blogs que tengan relación con términos usados en el tema de accesibilidad o discapacidad.

En general, las organizaciones nacionales de turismo tienen una amplia diversidad de registros en el área de la promoción de Turismo Accesible para Todos. Sin embargo una encuesta dirigida por ENAT en el verano de 2011 muestra que solo 19 páginas web de las Organizaciones Nacionales de turismo analizadas tenían información sobre productos accesibles.²

Aquellas que muestran información van desde secciones enteras dedicadas al Turismo Accesible, incluyendo auditorías públicas de los servicios de alojamiento, la situación de los accesos, sistemas de rotulado, transporte y explicación de estándares; a aquellas páginas que solo muestran enlaces a páginas externas. El 50% de los organismos de turismo encuestados no transmiten información de ningún tipo para el turista con discapacidad *seniors* u otros tipos con necesidades de buenos accesos.

Las guías turísticas móviles basadas en las tecnologías Smartphone que brindan material al turista vía *apps* (aplicaciones móviles) están transformando la experiencia del visitante en muchos sentidos. La Información sobre destinos, navegación y situación de los servicios da nuevas oportunidades para informar a los visitantes y también servicios accesibles de marketing. Debe ser recalcado no obstante, que la accesibilidad de estas tecnologías y aplicaciones puede tener un límite como consecuencia de su reducida eficacia con respecto a algunas personas con dificultad sensorial, intelectual o de manipulación de soportes tecnológicos.

En el diseño de páginas para el mercado de Turismo Accesible, debe tenerse cautela en asegurar que el lugar será accesible para gente con algún grado de discapacidad auditiva, visual o de movilidad, puesto que es parte del grupo de consumidores a los que se dirige el negocio. Existen manuales de información para gestores y diseñadores de páginas web, de modo que sean accesibles para todos los usuarios. Desafortunadamente estas guías y técnicas no son ampliamente enseñadas, dando pie a una “brecha digital” que excluye a usuarios con discapacidad en el acceso al contenido de muchas páginas.

² European Network for Accessible Tourism – ENAT (2012), *Reaching All Customers: How do European NTOs Compare on Online Accessibility*, presentación en el evento “ENTER 2012” de la International Federation for IT and Travel & Tourism (IFITT) en Helsingborg, (en línea) disponible en: www.accessibletourism.org/resources/enter2012-helsingborg_enat_final_ia--2.pdf (20-03-2015).

5.4.2 Distribución

Hasta hace relativamente poco tiempo el Turismo Accesible fue mayormente considerado como “turismo discapacitado” y como tal fue el tipo de casos donde las vacaciones eran gestionadas por agentes de viajes y tour operadores especializados que se convirtieron en expertos en este sector tras muchos años en el negocio.

Otro tipo de agentes de viajes especializados están también apareciendo para responder al mercado sénior donde la accesibilidad y la comodidad adquieren alta prioridad. Servicios como el traslado de equipaje ofrecido por la red de ferrocarriles son elementos útiles para la cadena de turismo donde los viajeros de avanzada edad pueden acceder, reservando bien de modo privado o a través de un agente.

Cuanta más gente con discapacidad viaje, está previsto que aparezcan en el mercado mayor número de agentes de viajes y operadores especializados, incluso aunque los niveles generales de accesibilidad en lugares y residencias mejoren gradualmente. De manera ideal, las instalaciones para grupos de visitantes con discapacidad deberían coexistir en los mismos destinos, de modo que todos los visitantes tuvieran la libertad de elegir qué vacaciones prefieren y no solo el viaje que le es posible.

Si organizaciones nacionales (o regionales) de turismo se centran en crear una estrategia para atraer visitantes e incrementar su consumo, el Turismo Accesible puede que no sea la primera característica que venga a su mente. Pero como parte de cualquier estrategia nacional, viendo los argumentos sociodemográficos presentados anteriormente, este mercado en rápido crecimiento debe estar en lo alto de la lista de prioridades nacionales.

La estrategia de distribución de la oferta deberá tender a:

- ayudar a que las pequeñas empresas sean visibles para los visitantes en los motores de búsqueda y en la oferta del turismo local accesible, para poder crear paquetes accesibles diferenciados alrededor de lo ofertado,
- incluir servicios accesibles en todos los eslabones de la cadena de accesibilidad,
- fomentar el desarrollo de redes locales y regionales de apoyo y venta de la accesibilidad en destinos, empezando con un pequeño número de proyectos piloto,
- participar en redes internacionales para promover el Turismo para Todos,
- desarrollar herramientas de información accesible supervisadas que den una información clara, fidedigna y contrastada al visitante,
- incluir un listado de los servicios accesibles en todos los niveles de la cadena del turismo,
- utilizar los datos de las empresas para crear paquetes o experiencias que atraigan a una variedad de clientes, tal vez con diferentes discapacidades,
- mejorar la experiencia del cliente a través de la adopción de estándares nacionales en la atención y servicio al cliente,
- crear canales integrados de marketing y distribución para proveedores usando nuevas tecnologías que sean accesibles para todos los turistas, incluidos aquellos con alguna discapacidad, y
- ofrecer a los usuarios la posibilidad de enviar fotos, mensajes y comentarios, como una fuente de información y de opinión para futuros visitantes potenciales.

5.5 Liderazgo en el mercado

Entre las empresas turísticas, las que han apostado por un compromiso con la accesibilidad ya están cosechando las recompensas económicas. Han ganado una ventaja competitiva que ahora están tratando de emular otros actores en el mercado.

El desarrollo de una relación de confianza entre el proveedor y el cliente se encuentra en el corazón de la comercialización del Turismo Accesible. Esto puede plantear problemas ya que el proveedor, siendo el vendedor, también debe ser el consejero para el cliente, asegurando que todo el entorno de acceso a las características del lugar relevante, instalaciones y servicios, sean disponibles para el visitante. Los destinos turísticos y los proveedores deben trabajar para construir su reputación como proveedores de confianza.

Esta confianza entre cliente y proveedor también se ve influida por el lenguaje y la manera en que se utiliza la terminología. Para evitar errores comunes de información, la estrategia de marketing debe tener en cuenta cómo se recoge y se presenta a los clientes la información sobre la accesibilidad. Esto puede realizarse mediante la adopción de un conjunto de detección en los puntos clave de acceso para diferentes grupos objetivo, auditorías de accesibilidad a través de entidades reconocidas y regulación de la información que se presenta. Las auditorías y la formación del personal profesional sobre la discapacidad y la sensibilización en materia de accesibilidad también pueden ayudar, no sólo para lograr el objetivo de obtener instalaciones y servicios accesibles, sino también para la confianza añadida que puede ser adquirida mediante la publicación de estas medidas en la descripción de la oferta.

5.6 Información sobre la accesibilidad del producto

La información sobre la accesibilidad para los visitantes debe cubrir toda la experiencia del lugar, desde la llegada hasta la partida, incluyendo alojamiento, atracciones, transporte y otros servicios turísticos, utilizando un servicio de auditoría de accesibilidad acreditado siempre que sea posible.

En general, es primordial que la información sea exacta, fiable y fechada. Esto se consigue mediante la recopilación de la información de una manera transparente y objetiva por expertos en accesibilidad.

La información de más de un año debe ser verificada y actualizada, y también después de cualquier cambio físico en las instalaciones y servicios, o cambios operacionales.

La información sobre la accesibilidad debe ser publicada de forma normalizada en los principales canales y materiales de marketing. La accesibilidad debe ser considerada también en el diseño o la planificación de cada oferta, si se trata de un evento, ofertas especiales u otras actividades.

En las páginas web, sería necesario crear una sección en su página o un enlace fácilmente identificable con la información de Turismo Accesible. No tiene sentido de *esconder* la información en un apartado recóndito de la página o detrás de eufemismos tales como “disfruta”, “otros viajeros” o “experiencias”. Por descontado cabe destacar que la propia web debe de haber sido diseñada con criterios de accesibilidad.

Como parte de las promociones de Turismo Accesible, las administraciones de destinos y las empresas deben incluir contenidos generados por el usuario, tales como testimonios, fotos y videos que muestran las personas con discapacidad y otras personas con necesidades de acceso disfrutar de los servicios que se ofrecen.

Muchos clientes aprecian la posibilidad de descargar los resúmenes que describen la accesibilidad de un lugar. La información de accesibilidad normalizada, que se pueden presentar en las empresas es ofrecida por algunas organizaciones nacionales de turismo incluyendo *VisitEngland*.³

Además de estas guías digitales o impresas, es importante ofrecer formatos alternativos accesibles, por ejemplo, audiolibros y vídeo, para hacer llegar la información a todos los clientes.

Algunas ANT ya ofrecen aplicaciones de teléfonos inteligentes con información para los clientes. Aquí, de nuevo, es vital que la información de accesibilidad esté integrada en estas aplicaciones para que los clientes sean igualmente capaces de conocer y disfrutar de un lugar.

También es de gran valor tener una línea de ayuda, sea por vía telefónica, chat o email, dedicada a consultas sobre accesibilidad. La misma ha de contar con personal formado y consciente de las necesidades de los clientes con los requisitos de acceso, además de estar familiarizado con las posibles limitaciones de acceso a los lugares.

Los enlaces de redes sociales deben ser colocados en el sitio web de Organismos o negocio para que los clientes puedan marcar como favorito, compartir y recomendar el lugar o el servicio a los demás. Una lista de enlaces a sitios y blogs que cubren el lugar también será de utilidad para los potenciales visitantes.

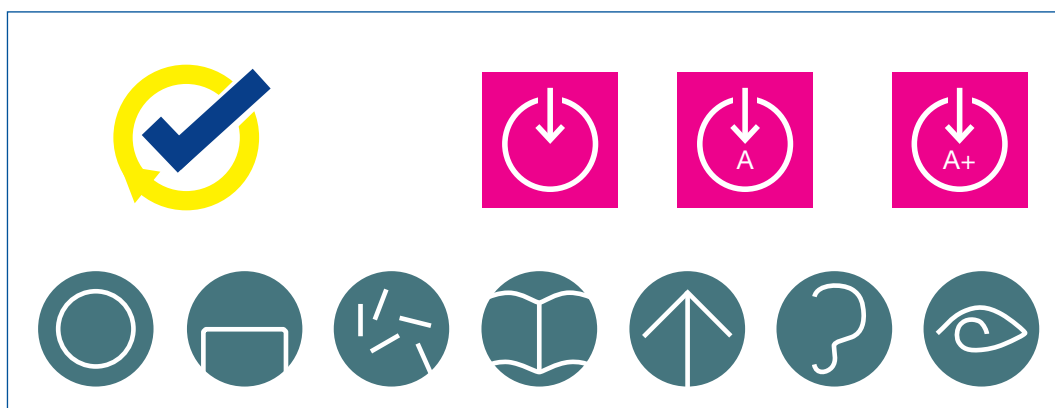
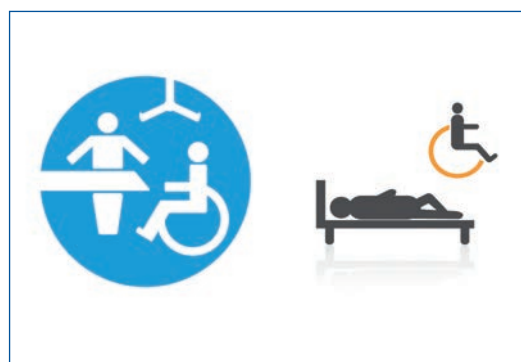
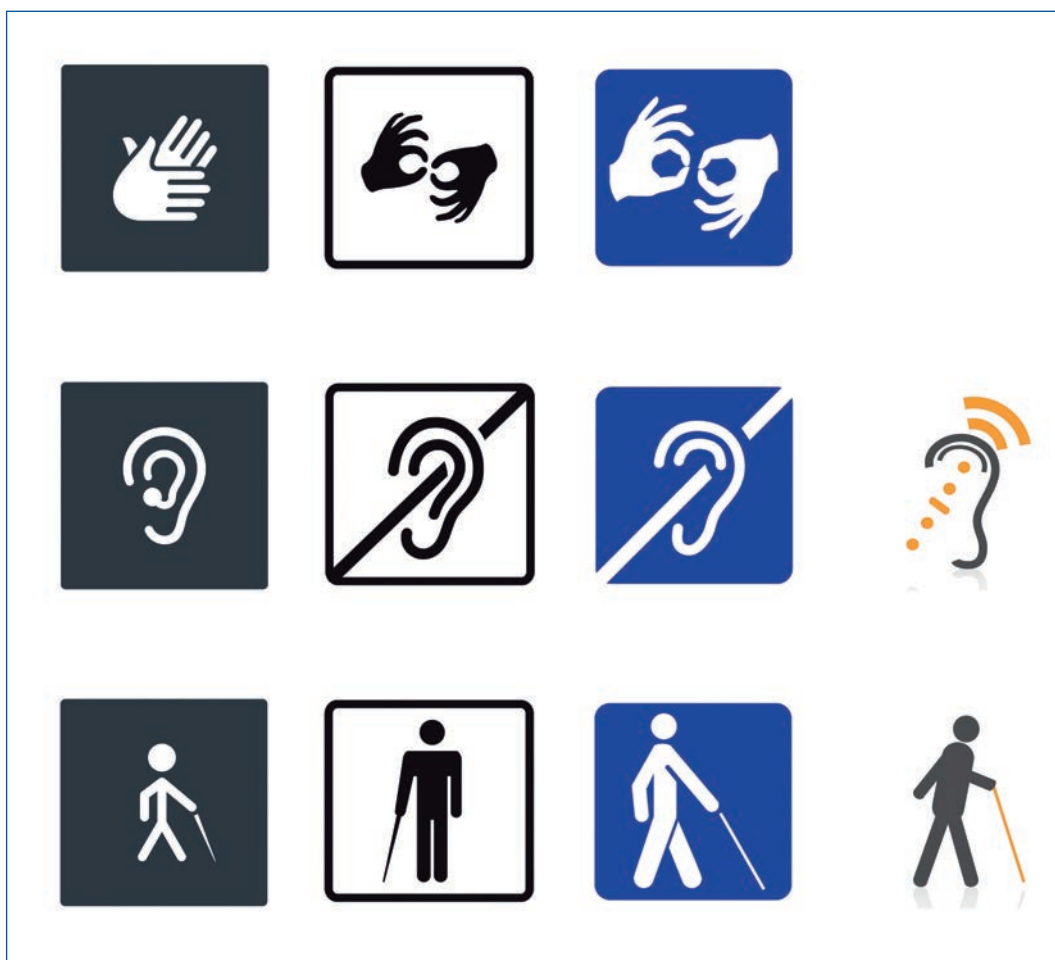
Las administraciones son además capaces de ofrecer *know-how* en relación a las campañas de marketing y en la construcción de la identidad de la marca basada en características locales o regionales. Ellos probablemente tienen la capacidad de otorgar incentivos como reducciones en el pago de impuestos, préstamos a bajo interés, o financiación para los cambios de adaptación de instalaciones y servicios ofrecidos por los negocios turísticos.

Los destinos, ciudades y regiones de algunas partes del mundo han creado “distintivos” o “etiquetas” de accesibilidad para identificar alojamientos accesibles y otras instalaciones. Con ello los destinos se posicionan más claramente respecto a otros como adecuados para visitantes que necesitan poder entrar, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas. La imagen de la izquierda muestra una selección de estos distintivos y pictogramas.⁴

El distintivo de accesibilidad debe ser respaldado por informes específicos de accesibilidad a través de los cuáles se evalúan hoteles, campings, restaurantes y atracciones de acuerdo a los estándares de accesibilidad adoptados en el país o región. Estos distintivos deben permitir además

3 Disponible en: *VisitEngland, Information Provision and Promotion, Access Statements*, www.visitengland.org/busdev/bussupport/access/info/Statements.aspx (24-03-2015).

4 Fundación ONCE y Vía Libre (2009), *Estudio de los requisitos de accesibilidad en las normas de calidad en el turismo europeo*, Fundación ONCE, Madrid.



ofrecer una información fidedigna sobre accesibilidad bien a través de las páginas web, o en la información de venta a los potenciales clientes. En el diseño de estos distintivos es primordial que el destino reciba el asesoramiento de expertos en accesibilidad e incorpore criterios que han sido sistemáticamente validados por personas con diferentes tipos de discapacidad. En este sentido es fundamental contar con un rigor en el establecimiento de criterios y una metodología similar a la establecida en la creación de normas y certificaciones para evitar así intereses segmentados y privados.

Lo ideal sería que se aplicasen las normas nacionales o internacionales de accesibilidad en todas las instalaciones turísticas, puesto que la creación de normas se basa en criterios consensuados y comunes por parte de los interesados. Dichos criterios son el resultado de la experiencia y el desarrollo tecnológico, y, lo más importante, son aprobadas por un organismo nacional o internacional de normalización reconocido.

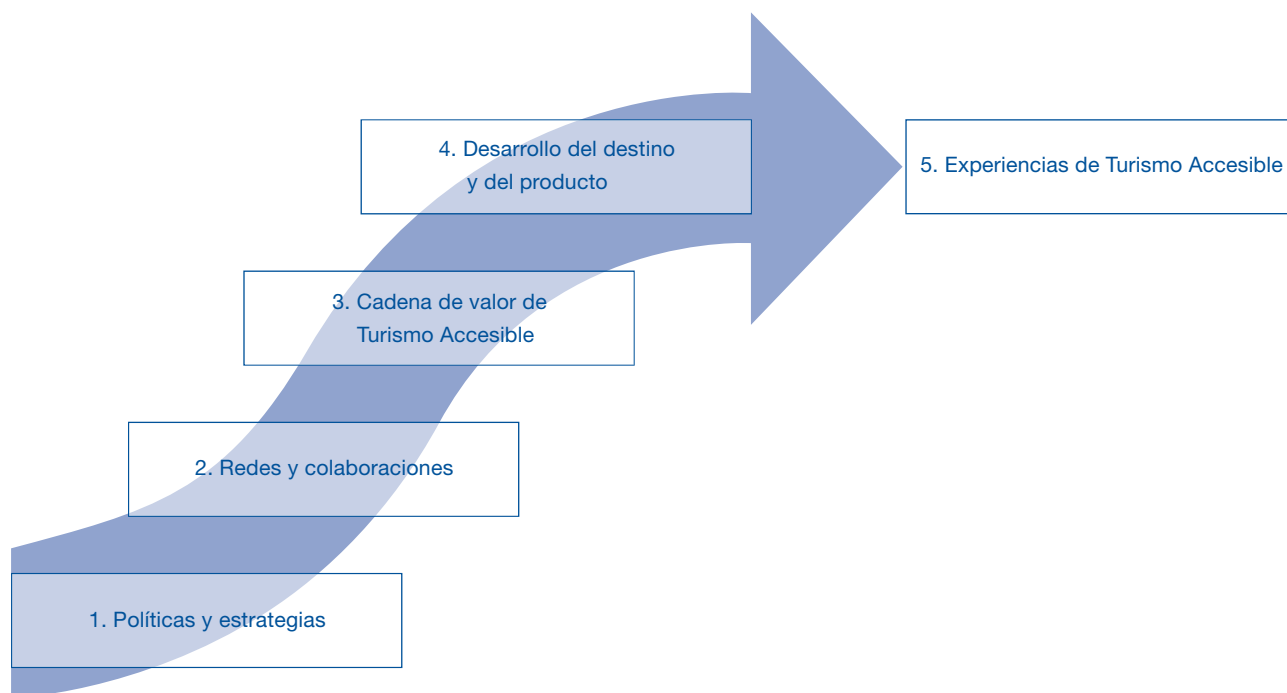
La fidelidad de la información siempre va a ser una ventaja frente a cualquier otra forma de verificación de accesibilidad. Algunas normas en la regulación de edificios y códigos de accesibilidad no siempre cubren todas las necesidades de accesibilidad que son requeridas en el ámbito turístico.

5.7 La diferenciación y la integración en la cadena de suministro

Es muy difícil que un solo proveedor pueda satisfacer absolutamente todos los visitantes y sus respectivas necesidades, aunque disponga de una oferta variada de servicios accesibles. Al igual que todos los proveedores de servicios, deben tener como objetivo atender a una amplia gama de requisitos generales de accesibilidad. Algunos pueden optar por especializarse en atender a grupos concretos de clientes, como a los visitantes con discapacidades o personas sordas o que requieran dietas especiales.

Las administraciones gestoras de destinos deben desempeñar un papel activo en el desarrollo y el apoyo a estos “proveedores de accesibilidad”, y en el diseño de la estrategia de marketing, que se encargará de coordinar y promover el destino y las empresas individuales y sus ofertas. Las administraciones gestoras de destinos deben asumir sus responsabilidades en materia de accesibilidad en general, ayudando a los distintos proveedores a combinar sus ofertas, lo que permitirá a los visitantes disfrutar de una experiencia sin fisuras de los servicios accesibles.

En cualquier plan de marketing de Turismo Accesible es primordial disponer de un verdadero destino accesible donde las empresas y espacios públicos turísticos estén adaptados a las necesidades de este grupo de consumidores. ENAT ha identificado cinco pasos para crear con éxito un destino turístico accesible.

Gráfico III.5.2 **Cinco pasos para construir un destino turístico accesible efectivo**

Fuente: Adaptado de Buhalis, D., Darcy, S. y Ambrose, I. (2012).

El diagrama de cinco pasos muestra que antes de vender y promocionar “experiencias de Turismo Accesible” (paso 5) es necesario realizar un trabajo preliminar creando las condiciones previas necesarias que permitan realizar estas experiencias.

Paso 1 – Políticas y estrategias: las políticas y estrategias son los requisitos básicos para comenzar y poner en práctica las acciones que respalden el Turismo Accesible. Todos los destinos, bien a nivel nacional o local necesitan políticas bien formuladas con planes concretos para desarrollarlas. Solo cuando se formule y acuerde una política que además tenga en cuenta el presupuesto necesario, será posible dedicar recursos a las necesidades detectadas y centrar la energía en la meta marcada.

Paso 2 – Redes y colaboraciones: debe prestarse atención a la implantación de la creación de una red de contactos y el establecimiento de colaboraciones eficientes en el propio destino turístico. Todas las partes implicadas, tanto proveedores como beneficiarios deben trabajar conjuntamente para asegurar que la accesibilidad se llevará a cabo respondiendo a las necesidades de los clientes. La creación de redes empresariales y la colaboración con ONG’s pueden lograr que se incluyan servicios esenciales allí donde las empresas turísticas existentes no los ofrecen. Por ejemplo, servicios de transporte accesible a nivel local, intérpretes de lengua de signos (para conferencias), así como empresas de servicios en relación con productos de apoyo (rampas portátiles, bucles magnéticos, señalización en braille, o productos y equipamiento de higiene personal) pueden formar parte de la red de apoyo que den servicio a diferentes negocios en el destino accesible.

Paso 3 – Cadena de valor de Turismo Accesible: se refiere a la cadena de valor del Turismo Accesible que denota un conjunto de elementos en la oferta de producto turístico hacia el visitante. Esta cadena debe estar desarrollada en cada uno de sus eslabones (por ejemplo planificación, reserva y compra, transporte, atracciones turísticas, o alojamiento) y debe haber conexiones fiables entre todos los elementos de la cadena para que los clientes reciban los servicios adecuados a lo largo de su viaje o estancia.

Paso 4 – Desarrollo del destino y del producto: trata del desarrollo del destino turístico que se centra en las estrategias, estructuras y actividades que los destinos deben poner en marcha para que las empresas relacionadas con el Turismo Accesible prosperen y a través de esto proporcionar una experiencia en conjunto que sea satisfactoria para el visitante. Los hoteles, restaurantes, museos y otras atracciones accesibles para el visitante no deben ser oasis de accesibilidad aislados dentro de territorios inaccesibles. Estas atracciones deben poder estar físicamente conectadas a través de itinerarios accesibles en el espacio público y sistemas de transporte accesible.

Un factor clave en este paso es la planificación del diseño y paquetización de los productos turísticos, de modo que los servicios accesibles estén integrados de forma coherente en cada subsegmento de mercado a lo largo del destino turístico. Algunos ejemplos de estos subsegmentos son: personas mayores, personas con discapacidad, y familias. Asimismo, las organizaciones gestoras del destino deben prestar atención a la existencia de instalaciones y atracciones accesibles promocionadas a través de los canales habituales de comercialización con el fin de atraer clientes. Con demasiada frecuencia, allí donde existen instalaciones y servicios accesibles, los destinos no los dan a conocer, lo que da pie a dejar escapar clientes potenciales y en este caso no favorecen a los negocios que han realizado un esfuerzo para hacer su oferta accesible. La publicidad y comercialización del Turismo Accesible constituyen la “portada” del material promocional. La accesibilidad para todos puede ser el titular en las propuestas de venta y estas ofertas no deberían ser relegadas a las páginas traseras de folletos turísticos o a pestañas recónditas de la web.

Paso 5 – Experiencias de Turismo Accesible: es donde se ofrecen las experiencias de Turismo Accesible al visitante. En este paso es esencial evaluar y validar que los visitantes disfrutan la experiencia del Turismo Accesible tal y como lo esperaban y habían planificado. Este es el objetivo del Turismo Accesible y un factor principal en el diseño y desarrollo de productos turísticos. Es necesario que exista un circuito de retroalimentación que permita medir y evaluar la satisfacción del visitante en varios puntos durante la estancia — y quizá después de la estancia, por medio de encuestas, o compartiendo el contenido de las visitas (fotos, videos) y abriendo otras vías de intercambio como webs, o aplicaciones móviles.

Los proveedores que innovan y evalúan sus productos, fomentando los comentarios de los usuarios, simplemente hablando de ellos o usando técnicas de encuesta más formales, observarán cómo el Turismo Accesible responde a sus ofertas. La información de primera mano sobre la experiencia de los usuarios debe ser estudiada y analizada con cuidado para que aquello que funciona bien sea priorizado y aquello que no funcione sea corregido.

Garantizar experiencias accesibles para todos los turistas es básicamente un proceso continuo que siempre puede mejorarse y perfeccionarse, mientras haya un dialogo cercano entre el

proveedor y el cliente. Los destinos y las empresas deben fomentar un dialogo más cercano con sus clientes si desean tener éxito. El buen acceso depende en gran medida en seguir las normas y estándares de accesibilidad establecidos pero el último eslabón en la cadena de valor de la accesibilidad es la relación del servicio y la confianza que los proveedores establecen con el cliente.

Capítulo 6

Gestión de la accesibilidad en el turismo

Hasta ahora se ha abordado la accesibilidad desde diferentes puntos de vista. Asimismo se han revisado varias acciones fundamentales para la consecución de la accesibilidad (legislación, formación, investigación y marketing). Otro aspecto importante en este sentido es la gestión de la accesibilidad que las organizaciones vinculadas al turismo pueden desarrollar.

La puesta en marcha de la gestión de la accesibilidad en las organizaciones suele darse como resultado de estos pasos previos:

- concienciación y convencimiento de los beneficios que la accesibilidad añade a los entornos, productos, bienes o servicios que esa organización pone en el mercado,
- incorporación de parámetros y criterios de accesibilidad a los entornos, productos, bienes o servicios que esa organización ofrece a sus usuarios o clientes.

Aunque no resulta lo ideal, lo habitual es que una vez que la accesibilidad forma parte de la praxis de la organización, en algunos casos de una manera más voluntarista que planificada, surja la necesidad de llevar a cabo una gestión de estos aspectos de una forma integral, transversal, documentada y establecida.

El hecho de plantear la gestión de la accesibilidad una vez que se han llevado a cabo acciones de reforma e instauración de servicios accesibles, resulta menos ventajoso que si se iniciara la gestión al mismo tiempo que la concienciación y la puesta en marcha de actividades relacionadas con la misma.

El problema suele resultar a la hora de plantear la gestión, cuando se descubre con frecuencia que:

- las medidas que se han tomado para “reparar” barreras resultan más costosas que si se hubieran planificado desde el principio,
- la comprobación de la idoneidad de las medidas tomadas se realiza una vez que se hayan implementado, sin tener en cuenta que de forma planificada se puede estudiar qué es lo mejor para la entidad y para el usuario final,
- existe un desconocimiento de las medidas tomadas por otros departamentos y áreas, lo que implica que no existe un objetivo claro dentro de la organización, y
- en muchas ocasiones esto influye negativamente en la adopción de medidas de accesibilidad por la pérdida de tiempo, dinero y falta de calidad del resultado.

Sin embargo esta es la situación real en la que se encuentran la mayoría de las organizaciones y entidades, lo cual no significa que de implantar la gestión de forma posterior vaya a mejorar sustancialmente las acciones que se lleven a cabo y a través de este capítulo se ofrecen las pautas básicas que es necesario tener en cuenta para poder gestionar la accesibilidad en el sector del turismo.

Este capítulo está dirigido a cualquier organización tanto pública como privada, que se dedique al ámbito turístico a todos los niveles tanto gubernamentales como empresariales, por ejemplo:

- administraciones turísticas de ámbito local, autonómico, nacional y regional, o
- empresas y asociaciones del sector turístico en sus diferentes modalidades (hoteles, restaurantes, empresas de transportes, agencias de viajes, entre otros.).

6.1 Definición

Para que cualquier persona pueda disfrutar de una experiencia positiva en los ámbitos relacionados con el turismo, es necesario que cada entidad, independientemente de su naturaleza, tamaño o actividad, además de mejorar la accesibilidad de sus entornos y servicios, en su gestión cotidiana, incorpore una forma de actuar ordenada y planificada de esta accesibilidad universal, que dé como resultado una mejora continua de unos servicios de calidad y para todos.

Cuando la accesibilidad no se ha tenido en cuenta o resulta una gran desconocida, implantarla supone un intenso trabajo inicial para la mayoría de las organizaciones que no saben cómo ni por dónde empezar. Una vez implantada, es una cuestión de mantener ese proceder, medirla y completarla en función de aquellas necesidades encontradas, para que se pueda seguir progresando.

En cualquier caso, hay que entender la gestión de la accesibilidad, como una parcela más dentro de la gestión general, en definitiva, un elemento integrado a tener en cuenta en cualquier proceso de toma de decisiones, no solo desde un enfoque económico y de calidad de servicio, sino también desde una perspectiva de la responsabilidad social.

Es decir, la gestión de la accesibilidad

- es una tarea transversal a toda la organización, por lo que necesitará la colaboración de todas las áreas y afectará en mayor o menor medida a todos sus integrantes, y
- debería estar integrada dentro de la gestión general de las organizaciones y empresas, de modo que no constituya un proceso separado específico de accesibilidad.

Una de las maneras de poner en práctica la gestión de la accesibilidad es a través de un sistema de gestión de la accesibilidad universal, basado en la norma UNE 170001-2, desarrollada por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR). Un sistema de gestión es un sistema que establece una política y unos objetivos y el camino para lograr dichos objetivos. Un sistema de gestión podrá incluir diferentes sistemas de gestión, tales como un sistema de gestión de la calidad, de gestión financiera, medioambiental, etc.

Se exponen a continuación algunos conceptos y pautas que servirán para conocer la manera de implantar un sistema de gestión de la accesibilidad universal.¹ Sin embargo, se deberá reflexionar cuál es la mejor manera de aplicar esta gestión de la accesibilidad a la idiosincrasia de la propia organización.

¹ Fundación ONCE (2011), 'Gestión de la Accesibilidad Universal', *Accesibilidad Universal y Diseño para Todos. Arquitectura y Urbanismo*, Fundación ONCE, Madrid (en línea), disponible en: www.fundaciononce.es.

6.2 Documentación en la gestión de la accesibilidad

Una de las características de los sistemas de gestión es que tienen un soporte documental, una base que define propiamente el sistema de gestión, su estructura, alcance y objeto. Algunos de los documentos que tienen este tipo de sistemas de gestión de la accesibilidad son:

- política de accesibilidad universal,
- Manual de gestión de la accesibilidad universal,
- documentación relacionada (ver apartado 6.2.3)

6.2.1 Política de accesibilidad universal

Las entidades de gestión de los destinos turísticos así como las administraciones y empresas orientadas al turismo, deben contar con una declaración de compromiso en el que se exponga un conjunto de principios y un razonamiento de por qué es necesaria la accesibilidad en su entidad de manera que se puedan evaluar los servicios e identificar los cambios a realizar.

Esta declaración de compromiso permite establecer la visión general de la organización y los objetivos de accesibilidad, y en ella se debería confirmar el compromiso de satisfacer las necesidades de accesibilidad de las personas con discapacidad de manera oportuna.

Es importante que las políticas de accesibilidad que se desarrollen estén adaptadas a las prácticas reales de la organización e integradas dentro de sus exigencias de calidad. Del mismo modo, resulta más adecuado añadir las políticas relacionadas con la accesibilidad en el mismo documento que las políticas generales. Por ejemplo, si una entidad no tiene una política de formación en accesibilidad, esta podría ser incluida dentro de la política general de formación de la empresa.

La política debe incluir un compromiso de cumplir con los requisitos de accesibilidad, ser coherente con la propia organización, conocida, entendida, y a disposición de todas las personas que forman la organización, del público y demás partes interesadas y estar convenientemente actualizada.

6.2.2 Manual de gestión de la accesibilidad universal

El manual de gestión es el documento en el que se describe el sistema de gestión de la accesibilidad en la organización de forma general (es aún mejor si estos requisitos están integrados dentro de los manuales de calidad). El manual constituye la base sobre todas las decisiones que se vayan a tomar posteriormente en la empresa de modo que cualquier empleado que tenga acceso a él entienda cuáles son las funciones de cada uno en materia de accesibilidad.

Los contenidos que se pueden desarrollar dentro del manual serán diferentes según la entidad y objetivos que determine con respecto a la aplicación de la accesibilidad. Inicialmente se puede valorar incluir epígrafes como:

- presentación de la organización o entidad,
- conceptos básicos,
- política de accesibilidad y sistema de difusión dentro de la organización,

- alcance de la gestión de la accesibilidad,
- definición de recursos y responsables de accesibilidad,
- requisitos legales que afecten a la organización,
- planificación de la accesibilidad,
- objetivos, metas y programas,
- documentación y sistema de control de documentos y registros,
- sistemas de verificación, análisis y mejora de la accesibilidad.

6.2.3 Documentación relacionada

Esto se refiere a los documentos que se utilicen para realizar las medidas de accesibilidad de forma que queden registradas para su posterior evaluación

Se refiere a documentos como: procedimientos, protocolos, instrucciones, planes de accesibilidad, diagnóstico de accesibilidad, planes de emergencia y evacuación, planes de mantenimiento u otros documentos requeridos para la planificación, implantación y mejora de la accesibilidad universal dentro de la organización.

Se debe establecer claramente en el manual de gestión cómo será el control de los documentos tanto internos como de origen externo, y las responsabilidades que se asumirán para revisar, aprobar, proveer, distribuir y gestionar la documentación. Además se debe hacer referencia a la eliminación de la documentación obsoleta.

Esta documentación del sistema debe definir la/s persona/s que la aprueba/n y a quién se distribuye cada documento. Además, debe de estar actualizada de modo que se puedan reconocer sobre los propios documentos los cambios introducidos.

6.3 Responsables de la gestión de la accesibilidad

La accesibilidad es un requisito para la participación activa de las personas con discapacidad en la sociedad, pero también es una herramienta para mejorar la calidad del servicio turístico, por lo que es recomendable que los distintos departamentos tengan en cuenta las medidas necesarias para garantizar la accesibilidad de los destinos, edificios, establecimientos e instalaciones donde realiza su actividad, y de los bienes y servicios que presta.

Las organizaciones turísticas deberán tener en cuenta algo más que los requisitos de accesibilidad arquitectónica, que suele ser el centro de interés en entornos de urbanismo, transporte y alojamiento. El desarrollo y provisión de experiencias de destino accesible debe basarse en un enfoque de experiencia y debe desarrollar procesos para la inclusión de la accesibilidad en la comprensión de estas experiencias.

Es importante que todos los miembros de la organización sean conscientes de los beneficios que se obtienen de una buena gestión:

- adaptación continua de los servicios e infraestructuras a la demanda,
- diferenciación frente a la competencia,
- mejora de su productividad al aportar un valor añadido sustancial capaz de captar la atención de un nuevo segmento de mercado,

- mejorar la imagen de la organización, e
- incremento del beneficio económico a través de un incremento de la fidelidad de los clientes, el efecto llamada y un ROI bien conocido.

Cada departamento jugará en las empresas un papel diferenciado pero que irá siempre en la misma línea de conseguir los mismos objetivos. Uno de los principales problemas que se detecta en la mayoría de las organizaciones es que el personal no está formado en materia de accesibilidad, por este motivo, no se suelen tener en cuenta estos requisitos por parte de los responsables.

Por este motivo, es necesario asegurarse de que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de su organización, especialmente en las siguientes áreas:

6.3.1 Alta dirección de la organización

Los responsables de la organización son los encargados de definir y liderar la gestión para conseguir que sea eficaz. Asimismo son los que comunican los criterios de accesibilidad al resto de trabajadores de modo que estos sean conscientes de los mismos, sus responsabilidades y la trascendencia de sus actuaciones para asegurar las condiciones de accesibilidad.

Así, la alta dirección debe asegurarse de que los objetivos de la accesibilidad se establezcan en las funciones y niveles pertinentes dentro de la organización. Para ello define para cada uno de los departamentos y cargos de su organización las responsabilidades en materia de accesibilidad que debe quedar plasmada en el *Manual de gestión de la accesibilidad universal*.

Además, en una primera aproximación para la puesta en marcha del sistema, la alta dirección debe saber cuál es el grado de accesibilidad de sus entornos, instalaciones, procesos y servicios con lo que una de las primeras tareas es realizar un diagnóstico de la situación, a través de los requisitos legales y los criterios de accesibilidad. Este diagnóstico es el referente continuo para las actuaciones posteriores en materia de accesibilidad.

También corresponde a la máxima autoridad la asignación del presupuesto para la consecución, mantenimiento y mejora de la accesibilidad, priorizando y llevando a cabo aquellas actuaciones necesarias para que los entornos, bienes y servicios sean accesibles a los usuarios.

La función de liderazgo se plantea también a la hora de dotar al resto de áreas y departamentos de la organización de la capacidad de garantizar la accesibilidad de sus entornos y servicios en las parcelas que a cada uno le competen. En este sentido, cada responsable de área debe informar sobre el estatus actual de las necesidades y reformas de su departamento para que la alta dirección pueda tomar las decisiones oportunas.

En el caso de que los plazos y presupuestos, por ejemplo, que no se cumplan o se hayan producido desviaciones respecto a lo planificado, la dirección deberá llevar a cabo acciones correctivas (aquella para eliminar la causa de una detectada u otra situación no deseable) o preventivas (aquella para eliminar la causa de una carencia potencial u otra situación potencial no deseable).

La dirección fijará objetivos, generalmente de carácter anual, orientados a mejorar aquellos aspectos que se considere oportunos teniendo en cuenta la situación de la organización y del

resto de estrategias definidas. Los objetivos llevarán aparejados un plazo temporal y una serie de indicadores que ayuden a determinar el grado de cumplimiento de los mismos. Los objetivos deben estar encaminados a que la accesibilidad universal no solo se mantenga sino que mejore progresivamente.

Ejemplos de objetivos e indicadores:

- **Objetivo 1:** reducir la causa de insatisfacción de los clientes o visitantes por motivos relacionados con la accesibilidad.
- **Indicador 1:** reducir un 10% el número de reclamaciones con respecto al año anterior.
- **Objetivo 2:** mejorar aquellos aspectos que afecten de manera negativa a la accesibilidad del uso de las puertas del hotel.
- **Indicador 2:** instalar sistemas de tarjetas identificadas que cumplan con los requisitos de ergonomía y accesibilidad.

La mejora continuada de la accesibilidad debería ser un objetivo permanente.

Es necesario realizar un seguimiento de los objetivos y de las medidas planteadas para su consecución.

Una vez establecidos los objetivos es necesario tener en cuenta una serie de medidas que contribuyan a la satisfacción del usuario, que es la razón por la que se incluye un sistema de gestión de la accesibilidad:

- planificar en tiempo y forma estas acciones y objetivos,
- asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estas acciones,
- implantar las acciones necesarias para alcanzar los objetivos planificados,
- determinar los criterios y métodos necesarios para asegurar que las soluciones adoptadas se mantienen y son eficaces, y
- establecer los métodos para descubrir el grado en que se están satisfaciendo las necesidades de accesibilidad de los usuarios.

6.3.2 Departamento de Recursos Humanos

Este departamento tiene un lugar clave en la implantación del sistema de gestión de la accesibilidad universal. Algunas de sus funciones pueden ser las siguientes:

- **Procesos de sensibilización y formación en accesibilidad para los trabajadores:** es necesario que cada trabajador conozca sus responsabilidades y funciones en materia de accesibilidad, articulado en un Plan de Formación. Asimismo serán los encargados en la planificación de la formación en materia de atención al cliente con discapacidad y necesidades especiales, a los empleados que trabajan de cara al público, como parte de la excelencia de calidad del servicio turístico.
- **Plan de emergencia y evacuación:** la organización debe tener Planes de Emergencia y Evacuación en el que se recoja quién y cómo se debe plantear la evacuación de personas con discapacidad en caso de una situación que lo requiera.

6.3.3 Departamento de diseño y desarrollo

Una organización que pretende facilitar entornos y ofrecer productos y servicios accesibles, debe plantearse desde el propio diseño de los mismos los principios de Diseño para Todos.

Este departamento, por tanto, juega un papel decisivo a la hora de detectar las necesidades de los distintos colectivos de usuarios y en transformar las actividades de la organización para que sean acorde a esas necesidades, satisfaciendo los requerimientos del mayor número de usuarios.

6.3.4 Departamento de infraestructuras y mantenimiento

Este departamento es importante tanto en cuanto es el encargado de llevar a cabo el mantenimiento y las modificaciones de los entornos, y por tanto, de que estos sean accesibles. Para ello es necesario que se adapten los entornos, los que se creen nuevos tengan un Diseño para Todos, y en general, realizar el mantenimiento periódico de unos entornos que rara vez son inmutables (es habitual ver los cambios de configuración de espacios o mobiliario).

Es necesario que el departamento controle los procesos de mantenimiento preventivo y correctivo, así como el proceso de concepción de un espacio, por nueva creación o por remodelación de uno preexistente.

6.3.5 Departamento de compras

El departamento encargado de realizar la compra de suministros y contratar servicios, que posteriormente se incorporarán a los entornos o procesos generados por la propia organización, debe aplicar para los mismos los principios de Diseño para Todos y accesibilidad universal.

Un ejemplo claro de esto es la subcontratación de servicios a otras empresas, por ejemplo personal de atención e información, azafatas, seguridad, etc. Cuando esto se produzca es necesario asegurarse que los trabajadores de esa empresa reúnen la formación y habilidades necesarias en materia de trato a personas con discapacidad que harán mantener el umbral de accesibilidad en la prestación del servicio.

6.3.6 Departamento de marketing

Por su actividad, es un área implicada en el diseño de los entornos donde se presta el servicio así como los procesos mismos de la prestación del servicio. Por consiguiente, es necesario que también aplique los criterios de accesibilidad universal para poder atender y dar respuesta al mayor número de personas. La atención al cliente debe tener en cuenta la diversidad de clientes y las distintas necesidades aparejadas. Un ámbito importante aquí es también todo el relacionado con las campañas o acciones publicitarias y el conocimiento de los espacios publicitarios, tanto en línea como en otros soportes, en los que los diversos perfiles de clientes se informan.

6.4 Herramientas del sistema de gestión de la accesibilidad

Existe un conjunto de herramientas que permite a las organizaciones gestionar la accesibilidad.

6.4.1 Auditorías internas

Una auditoría es un proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias y evaluarlas de manera objetiva con el fin de determinar el grado en el que se cumplen los criterios de auditoría.

Es algo muy común en todas las organizaciones, en diversos ámbitos (contabilidad, seguridad, etc.) hechas para conocer si la organización está actuando conforme a:

- las disposiciones planificadas (objetivos y políticas),
- la legislación y los requisitos de accesibilidad, y
- los requisitos del sistema de gestión general establecidos por la organización.

Asimismo podrá evaluar si se ha implantado correctamente y se mantiene de manera eficaz. Mediante esta herramienta, una persona de la organización, con suficientes conocimientos de accesibilidad evaluará cada determinado tiempo si se están o no satisfaciendo los requisitos de accesibilidad. Esto da lugar a un informe de auditoría en el que se comunica a la organización la adecuación a los requisitos de accesibilidad.

En estas auditorías se pueden detectar, por ejemplo:

- aseos con carencias de accesibilidad,
- personal de atención al público sin conocimiento suficiente en el trato a personas con discapacidad,
- itinerarios de evacuación obstruidos por elementos como carros, productos o expositores, dificultando la deambulación y su uso.

Los resultados de las auditorías se plasmarán en un informe donde se describan las desviaciones, observaciones y oportunidades de mejora, detectadas. Los responsables de las áreas deberán analizar las causas que han originado las desviaciones, y así poder emprender sin demora acciones reparadoras para eliminarlas e impedir que se repitan.

6.4.2 Evaluación de la satisfacción del usuario

Es imprescindible que las organizaciones conozcan la percepción de sus usuarios y clientes sobre la adecuación de los entornos, productos y servicios al cumplimiento de sus necesidades. Existen multiplicidad de técnicas de investigación, por todos conocidas, más en el ámbito turístico, para adquirir este conocimiento.

Una de las técnicas más utilizada es la de la encuesta de satisfacción, aunque puede combinarse con otras de carácter más cualitativo como las entrevistas en profundidad y los grupos de discusión. Cada organización, podrá plantear la mejor forma de adquirir este conocimiento sobre sus usuarios y clientes, dependiendo de sus objetivos y recursos.

Las herramientas de evaluación de satisfacción se podrían extender también a otros usuarios como: acompañantes, asociaciones de discapacitados, organismos contratantes, organizadores de eventos, personal de atención a usuarios o a los contratantes de modo que se ofrezca una visión de conjunto.

Es recomendable la estandarización de las herramientas de evaluación de satisfacción, seleccionando cuidadosamente los objetivos y los puntos sobre los que se desea obtener información de forma que puedan compararse los resultados a lo largo del tiempo, para estudiar su evolución.

La satisfacción del usuario debe evaluarse de forma continua, y cada vez que se implante una solución a una carencia detectada. En este sentido es importante integrar todas las cuestiones de accesibilidad en los análisis de calidad de servicio cuando se utiliza la técnica del *mystery shopping*.

6.4.3 Gestión de reclamaciones de los usuarios/clientes

La organización debe contemplar la disposición de reclamaciones por parte de usuarios, en relación a sus entornos y servicios. Hay que asegurar que existen canales y formas de comunicación, por distintas vías, para que esa información pueda ser recabada y, si procede, contestada emitiendo una respuesta a ese usuario.

Cualquier queja, reclamación o sugerencia relacionada con la accesibilidad al entorno, debe utilizarse en la planificación y mejora de la gestión de accesibilidad.

Es recomendable, dada su importancia, establecer un procedimiento documentado para la atención de las quejas y reclamaciones con el fin de transformar insatisfacción en satisfacción del usuario, y para disponer de información que sirva para mejorar el sistema.

6.4.4 Acciones correctivas, preventivas, de mejora y de mejora continua

Se deben aplicar métodos apropiados para el seguimiento y, cuando sea posible, la medición de las soluciones adoptadas dentro de la gestión la accesibilidad. Estos métodos deben demostrar la capacidad de estas soluciones para alcanzar los resultados planificados.

Cuando no se alcancen los resultados planificados deben llevarse a cabo acciones correctivas o preventivas, según sea conveniente, para asegurarse de la accesibilidad global del entorno.

- **Las acciones correctivas** subsanan la causa que está generando una no conformidad o incumplimiento de un requisito en una organización, es decir, no es una simple resolución de un problema sino que ataca directamente al origen de ese problema con la intención de que no vuelva a suceder.
- **Las acciones preventivas** son una herramienta que permite anticiparse a los problemas. Por ejemplo, si existe un aparato elevador con contrato de mantenimiento correctivo y preventivo a través de una empresa externa, se decide tomar la acción preventiva de revisarlo para mejorar las condiciones de servicio en caso de avería y reducir el tiempo de reparación tras el aviso de avería. Así, se permitirá reducir el tiempo de espera de una persona con discapacidad hasta que pueda volver a utilizar el aparato elevador.

- **Las acciones de mejora** son aquellas que la organización aborda no para corregir un problema ni para evitarlo sino para afrontarlo con soluciones concretas. La mejora viene de la mano de la evaluación, análisis de datos, percepción de los usuarios, reclamaciones y los indicadores de gestión de la accesibilidad.
- **La mejora continua** debería ser uno de los referentes de la política de accesibilidad de cualquier organización turística con el fin de que esta aumente la eficacia del sistema y la satisfacción de los usuarios.

Para llevarla a cabo de manera efectiva se deberían identificar y gestionar las actividades de mejora. Estas pueden variar desde nuevas soluciones que sustituyan aquellas implantadas para solventar carencias inmediatas de accesibilidad, hasta proyectos más complejos y a largo plazo (cambios o modificaciones de infraestructura, obras, entre otras actuaciones), y que requieran una adaptación de los recursos y capacidades de la organización.

Bibliografía general para los módulos I a V

- Acces Turismo, International Consulting** (2008), *El mercado potencial del turismo accesible para el sector turístico español*, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Secretaría de Estado de Turismo, Madrid (en línea), disponible en: http://planaccesibilidadturistica.es/UserFiles/publicaciones/ficheros/Mercado_Potencial_Turismo_Accesible.pdf (15-12-2014).
- Alonso López, F. y Dinares Quera, M.** (2006), *El hotel accesible – Guía para su diseño, organización y gestión*, Colección Manuales y Guías, Serie Servicios Sociales, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Secretaría de Estado de Servicios Sociales, Familias y Discapacidad, Madrid (en línea), disponible en: www.ecom.cat/pdf/hotel_accesible.pdf (15-12-2014).
- American with Disabilities Act** (2010), *ADA Standards for Accessible Design*, U.S. Department of Justice, Washington (en línea), disponible en: www.ada.gov/regs2010/2010ADASTandards/2010ADASTandards_prt.pdf (15-12-2014).
- Asia-Pacific Economic Cooperation – Tourism Working Group** (2003), *Best Practices in Tourism Accessibility for Travellers with Restricted Physical Ability*, Singapur (en línea), disponible en: www.accessibletourism.org/resources/11_best_practices_toursim_apec_en.pdf (15-12-2014).
- Aslaksen, F. et al.** (1997), *Universal Design: Planning and Design for All*, Cornell University ILR School, The Norwegian State Council on Disability, Oslo (en línea), disponible en: <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1329&context=gladnetcollect> (15-12-2014).
- Atout France** (2009), *Adapter offre touristique aux handicapés – Étude de marché : la population des personnes en situation de handicap et l'offre touristique française*, Paris.
- Barbeau, L.-P.** (2011), *Study on the Behaviours and Attitudes of People with a Physical Disability with Respect to Tourism, Culture and Transportation in Québec*, Kéroul, Montreal (en línea), disponible en: www.keroul.qc.ca/DATA/ETUDE/6_en~v~study-on-the-behaviours-and-attitudes-of-people-with-a-physical-disability-with-respect-to-tourism-culture-and-transportation-in-quebec-2011-highlights-4-pages-.pdf (15-12-2014).
- Bi, Y., Card, J.A. y Cole, S.T.** (2007), 'Accessibility and Attitudinal Barriers Encountered by Chinese Travellers with Physical Disabilities', *International Journal of Tourism Research*, 9 (3), pp. 205–216, John Wiley & Sons, Ltd. (en línea), disponible en: <https://mospace.umsystem.edu/xmlui/bitstream/handle/10355/4537/research.pdf?sequence=3> (15-12-2014).
- Brinckmann, W.E. y Wildgen, J.S.** (2003), 'Desafíos para los estudiosos del turismo: La construcción de la "sociedad inclusiva" y del "turismo accesible"', *Cuadernos de Turismo*, 11, pp. 41–58 (en línea), disponible en: www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801103 (15-12-2014).
- Buhalis, D. et al.** (2005), *Accessibility market and stakeholder analysis*, OSSATE, University of Surrey, Guildford (en línea), disponible en: www.accessibletourism.org/resources/ossate_market_analysis_public_final.pdf (15-12-2014).
- Buhalis, D. et al.** (2008), 'Enabling Access to Tourism Through Information Schemes', *Annals of Tourism Research*, 35 (1), pp. 189–210, University of Surrey, Guildford.
- Buhalis, D. y Darcy, S. (eds.)** (2011), *Accessible Tourism – Concepts and Issues*, Channel View Publications, Bristol.
- Buhalis, D., Darcy, S. and Ambrose, I.** (2012), *Best Practice in Accessible Tourism – Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism*, Channel View Publications, Bristol.
- Buj, C.** (2010), *Paving the way to accessible tourism*, International Centre for Responsible Tourism, Leeds Metropolitan University (en línea), disponible en: <http://turismo-sostenible.net/Paving%20the%20way%20to%20accessible%20tourism-Carlos%20Buj.pdf> (15-12-2014).
- Catena, D. et al.** (2004), *Promotion and Marketing of Accessible Tourism Products*, EU.FOR.ME Project (en línea), disponible en: www.euforme.net/css/uk/project_work/promotion.pdf (15-12-2014).
- Center for Universal Design** (2006), *Universal Design Principles*, NC State University, Raleigh.
- Centi, S. et al.** (2004), *Accessible Tourism Product*, EU.FOR.ME Project (en línea), disponible en: www.euforme.net/css/uk/project_work/product.pdf (15-12-2014).

- Cohen, N.** (1992), *Report of the CIB Expert Seminar on Building Non-Handicapping Environments, Chairman Industries*, Johannesburg.
- Comisión Europea** (1996), *Por una Europa accesible a turistas con discapacidades. Manual de la Industria del Ocio*, Dirección General XXIII Unidad Turismo.
- Comisión Europea** (2001), *Disability and Social Participation in Europe*, Eurostat (en línea), disponible en: http://ec.europa.eu/health/reports/docs/disability_en.pdf (15-12-2014).
- Comisión Europea** (2002), *Derechos y Obligaciones de los Viajeros Internacionales*, Dirección General de Energía y Transporte.
- Comisión Europea** (2006), *The Build-for-All Reference Manual*, Info-Handicap and the "Build-for All" project.
- Comisión Europea** (2013), *European Tourism Indicator System Toolkit*.
- Comisión Europea – Enterprise and Industry** (2013), *Sistema inspirado en el European Tourism Indicator System para Destinos sostenibles*.
- Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad** (2005), *Facilities for Disabled Person – Plan de Acción del CERMI de Turismo Accesible para Todas las Personas*, Colección: cermi.es, CERMI (en línea), disponible en: www.feaps.org/programas/documentos/turismo_accesibleCERMI.pdf (15-12-2014).
- Community Based Rehabilitation Development and Training Centre** (2000), *The Bali Declaration on Barrier-free Tourism for People with Disabilities*, CBRDTC/ESCAP, Bali.
- Darcy, S.** (1998), *Anxiety to Access: Tourism Patterns and Experiences of New South Wales People with a Physical Disability*, Tourism New South Wales, University of Technology, Sydney.
- Darcy, S.** (2006), *Setting a Research Agenda for Accessible Tourism*, Sustainable Tourism for Cooperative Research Centre, Gold Coast.
- Darcy, S. et al.** (2008), *Technical Report 90042: Developing Business Cases for Accessible Tourism*, Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, Gold Coast.
- Darcy, S., Cameron, B., y Pegg, S.** (2010), 'Accessible tourism and sustainability: a discussion and business case study', *Journal of Sustainable Tourism*, Volume 18 (4), Brisbane, pp. 515-537 (en línea) disponible en: www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669581003690668#.VQwFgo6G8mM (20-03-2015).
- Darcy, S. y Dickson, T.** (2009), 'A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16 (1), pp. 32-44, Cambridge University Press, Australia.
- Domínguez, T.** (2009), *Marketing turístico para personas con discapacidad – El producto turístico accesible*, tesis doctoral, Universidad de Vigo.
- Economic and Social Commission for Asia and the Pacific** (2007), *Recommendations on Accessible Tourism in Asia and the Pacific*, Bangkok (en línea), disponible en: www.accessibletourism.org/resources/bangkok_recommendations_2007_en-2.pdf (20-03-2015).
- European Network for Accessible Tourism** (2008), *Services and Facilities for Accessible Tourism in Europe – December 2007*, ENAT, Atenas (en línea), disponible en: www.accessibletourism.org/resources/enat_study-2_services_and_facilities_en.pdf (15-12-2014).
- European Network for Accessible Tourism** (2012), *Reaching All Customers: How do European NTOs Compare on Online Accessibility*, presentación en el evento "ENTER 2012" de la International Federation for IT and Travel & Tourism (IFITT) en Helsingborg, (en línea) disponible en: www.accessibletourism.org/resources/enter2012-helsingborg_enat_final_ja-2.pdf (20-03-2015).
- European Network for Accessible Tourism y Fundación ONCE** (2008), *Rights of Tourists with Disabilities in the European Union – December 2007, Working together to Make Tourism in Europe Accessible for All*, ENAT, Atenas (en línea), disponible en: www.accessibletourism.org/resources/enat_study_1_rights_final_en.pdf (15-12-2014).
- Fernández Alles, M.T.** (2009), 'Turismo accesible: importancia de la accesibilidad para el sector turístico'. Entelequia. Revista Interdisciplinar, 9, primavera 2009, pp. 211-224 (en línea), disponible en: www.eumed.net/entelequia/pdf/2009/e09a11.pdf (15-12-2014).
- Foro Europeo de Discapacidad** (2011), *The Freedom Guide – Paving the Way towards Free Movement for Persons with Disabilities*, EDF, Bruselas (en línea), disponible en: <http://cms.horus.be/files/99909/MediaArchive/library/FreedomGuide.pdf> (15-12-2014).
- Fraiz Brea, J.A., Alén Gonzales, E. y Domínguez Vila, T.** (s.f.), *La accesibilidad como oportunidad de mercado en el management de destinos turísticos*, Departamento de Organización de Empresas y Marketing, Universidad de Vigo, Vigo (en línea), disponible en: www.esade.edu/cedit/pdfs/papers/pdf3.pdf (15-12-2014).
- Fundación ACS y Fundación ONCE** (2006), *Turismo para todos – Desde la accesibilidad a la excelencia*, Fundación ACE, Fundación ONCE, Madrid.
- Fundación ONCE** (2007), *Bares y Restaurantes Accesibles para todas las personas*, Fundación ONCE, Madrid (en línea), disponible en: www.discapnet.es/Castellano/areastematicas/ocioycultura/turismo/Documents/BARESYRESTAURANTES1.pdf (10-12-2014).
- Fundación ONCE** (2010), *II Congreso Internacional de Turismo para Todos ENAT 2007 – Libro de Actas*, Fundación ONCE, Madrid.
- Fundación ONCE** (2011), *Accesibilidad Universal y Diseño para Todos. Arquitectura y Urbanismo*, Fundación ONCE, Madrid (en línea), disponible en: www.fundaciononce.es.

- Fundación ONCE** (2013), *III Congreso Internacional de Turismo para Todos, ENAT 2010 – Libro de Actas*, Fundación ONCE, Madrid.
- Fundación ONCE y Vía Libre** (2009), *Estudio de los requisitos de accesibilidad en las normas de calidad en el turismo europeo*, Fundación ONCE, Madrid.
- González, D. y García-Ochoa, F.** (s.f.), *Decálogo de Buenas Prácticas en Accesibilidad Turística*, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid (en línea), disponible en: http://planaccesibilidadturistica.es/UserFiles/publicaciones/ficheros/Decalogo_Buenas_Practicas_Accesibilidad_Turistica.pdf (10-12-2014).
- González, D. y García-Ochoa, F.** (s.f.), *Decálogo de Buenas Prácticas en Accesibilidad Turística. Destinos y Recursos Culturales y Naturales*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid (en línea), disponible en: http://planaccesibilidadturistica.es/UserFiles/publicaciones/ficheros/Decalogo_de_Buenas_Practica_2.pdf (10-12-2014).
- González, D. y Marcos, D.** (2003), *Turismo Accesible. Hacia un Turismo para Todos*, CERMI, Colección: cermi.es, 4, CERMI, Madrid.
- Harris Interactive Market Research** (2005), *Research among adults with disabilities – travel and hospitality*, Open Doors Organization, Chicago.
- Harrop, A. y O'Brien, A.** (2004), *Guestability: Signposts to accommodating people of all ages and abilities*, Independent Living Centre of Western Australia, Perth (en línea), disponible en: www.tourism.wa.gov.au/Publications%20Library/Access%20all%20Areas/Access%20Signposting.pdf.
- Instituto de Mayores y Servicios Sociales** (2010), *Vacaciones para Personas Mayores. Un Programa con Grandes Beneficios*, Ministerio de Sanidad y Política Social, IMSERSO, Madrid (en línea), disponible en: www.imserso.es/InterPresent1/groups/imserso/documents/binario/pdf-vacacionespersonasmayores.pdf (10-12-2014).
- Instituto Nacional de Estadística** (2008), *Encuesta de Discapacidad, Autonomía personal y situaciones de Dependencia (EDAD)*, INE, Madrid.
- International Congress on Inclusion by Design** (2001), *The Montreal International Declaration on Inclusion*, International Congress on Inclusion by Design, Montréal, (en línea), disponible en: www.sustainable-design.ie/arch/2001MontrealDeclarationeng.pdf (15-12-2014).
- International Organization for Standardization** (2008), *Ergonomics of human-system interaction, Part 20: Accessibility guidelines for information/communication technology (ICT) equipment and services*, ISO 9241-20:2008, Ginebra.
- International Organization for Standardization** (2011), *ISO 21542:2011 – Building construction – Accessibility and usability of the built environment*, ISO (en línea), disponible en: www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:21542:ed-1:v1:en.
- Istituto Italiano per il Turismo per Tutti** (2010), *Viaggiare senza limiti: il turismo per tutti in Europa*.
- Jackson, R., Strauss, R. y Howe, N.** (2009), *El Desafío Del Envejecimiento en América Latina – Demografía y Políticas Previsionales en Brasil, Chile y México*, Centro de Estudios Estratégicos e Internacionales, Washington, D.C. (en línea), disponible en: www.csis.org/files/media/csis/pubs/090324_gai_spanish.pdf.
- Kéroul** (2001), *A Growth Market – Behaviours of Tourists with Restricted Physical Abilities in Canada*, Kéroul, Montréal (en línea), disponible en: www.keroul.qc.ca.
- Kéroul** (2011), *Study on the Behaviours and Attitudes of People with a Physical Disability with Respect to Tourism, Culture and Transportation in Québec – 2011 Highlights*, Kéroul, Montréal (en línea), disponible en: www.keroul.qc.ca.
- McDougall, L.** (1998), 'Aging baby boomers and domestic travel in the 21st century', *Communique Canada's Tourism Monthly*, Canadian Tourism Commission, Ottawa, 3, p. 15 (en línea), disponible en: www.publications.gc.ca/site/archivée-archived.html?url=http://www.publications.gc.ca/Collection-R/Statcan/87-003-XIE/0039887-003-XIB.pdf (15-12-2014).
- Metts, R.** (2004), *Discapacidad y desarrollo: Documento de antecedentes preparado para la reunión de la agenda de investigación sobre discapacidad y desarrollo*, Banco Mundial, Washington, D.C.
- Millán, M.** (2010), *Turismo Accesible/Turismo para Todos, un Derecho ante la Discapacidad*, Escuela Universitaria de Turismo, Universidad de Murcia.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Secretaría de Estado de Turismo y Acces Turismo – International Consulting** (2008), *El mercado potencial del turismo accesible para el sector turístico español*, Madrid (en línea), disponible en: http://planaccesibilidadturistica.es/UserFiles/publicaciones/ficheros/Mercado_Potencial_Turismo_Accesible.pdf (20-03-2015).
- Ministerio de Turismo, Italia** (2010), *Manifiesto del Turismo Accesible*, Ministerio de Turismo, Roma (en línea), disponible en: www.accessibletourism.org/resources/il-manifesto-it-2.pdf (10-12-2014).
- MIT! Make it accessible!** (2011), *Guide to Accessible Tourism* (en línea), disponible en: [www.mit-makeitaccessible.eu/MIT%20Make%20it%20accessible%20-%20Guidelines%202011%20\(EN\).pdf](http://www.mit-makeitaccessible.eu/MIT%20Make%20it%20accessible%20-%20Guidelines%202011%20(EN).pdf).
- Morelli, L. et al.** (2004), *Accessible Destination*, EU.FOR.ME Project.
- Neumann, P. y Reuber, P.** (2004), *Economic Impulses of Accessible Tourism for All*. study commissioned by the Federal Ministry of Economics and Technology and Federal Ministry of Economics and Labour, Berlin.
- Olympic Co-ordination Authority** (1999, 3rd ed.), *Access Guidelines*, Sydney Olympic Co-ordination Authority.

- Organización de Aviación Civil Internacional** (2013), *Manual sobre el acceso al transporte aéreo para las personas con discapacidad*, OACI, Quebec.
- Organización de las Naciones Unidas** (2003), *Barrier-Free Tourism for People with Disabilities in the Asian and Pacific Region*, Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (UN ESCAP), Nueva York (en línea), disponible en: www.addc.org.au/documents/resources/barrier-free-tourism-for-people-with-disabilities-in-the-asian-and-pacific-region_1062.pdf (15-12-2014).
- Organización de las Naciones Unidas** (2006), *Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad*, ONU, Nueva York (en línea), disponible en: www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf (15-12-2014).
- Organización de las Naciones Unidas** (2010), *Including the rights of persons with disabilities in United Nations programming at country level – A Guidance Note for United Nations Country Teams and Implementing Partners*, ONU, Nueva York.
- Organización de las Naciones Unidas** (2010), *Vigilancia del Cumplimiento de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad – Guía para los Observadores de la situación de los Derechos Humanos*, ONU, Nueva York y Ginebra.
- Organización Mundial de la Salud** (1997), *International Classification of Impairments, Disabilities and Handicaps (ICIDH)*, OMS, Ginebra.
- Organización Mundial de la Salud** (2007), *Global Age-friendly Cities Guide*, OMS, Ginebra.
- Organización Mundial de la Salud** (2011), *Informe de la OMS sobre personas con discapacidad*, OMS, Ginebra.
- Organización Mundial del Turismo** (1980), *Declaración de Manila*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo** (1991), *Para un turismo accesible a los minusválidos en los años 90*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo** (1995), *Panorama 2020*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo** (1999), *Código ético mundial para el turismo*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo** (2001), *Cooperación entre sectores público y privado*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo** (2005), *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos – Guía práctica*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo** (2005), *Hacia un turismo accesible para todos*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo** (2009), *Declaración sobre la facilitación de los desplazamientos turísticos*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo** (2012), *Barómetro OMT del turismo mundial*, OMT, Madrid.
- Pérez, V. et al.** (2012), *Manual de buenas prácticas sobre turismo accesible*, Instituto de Biomécanica de Valencia, Valencia.
- Queensland Office of Ageing** (1998), *Not over the hill, Just enjoying the view – A close-up look at the seniors market for tourism in Australia*, Seniors Card Tourism Scheme, Office of Ageing, Department of Families, Youth and Community Care, Brisbane.
- Rains, S.** (2004), *Universal Design and the International Travel & Hospitality Industry*, Paper presented at the Designing for the 21st Century III, 7–12 December 2004, Rio de Janeiro.
- Rains, S.** (2009), *Inclusive Tourism: Participant/Observer Notes on the Global Paradigm Shift Toward Solutions*.
- Rhodda, S.** (2007), *Tourism for Visitors to New Zealand with Mobility Problems – A West Coast Perspective*, Tai Poutini Polytechnic, Greymouth.
- Schallock, R. y Verdugo M. A.** (2007), *El concepto de calidad de vida en los servicios y apoyos para personas con discapacidad intelectual*, Hustings college (Estados Unidos de América) y Universidad de Salamanca (INICO) (España).
- Secretaría General de Turismo** (2001), *Manual de Accesibilidad Hotelera*, Secretaría General de Turismo, Madrid.
- Secrétariat d'État au Tourisme** (2001), *Label Tourisme & Handicap*, Ministère de l'Équipement des Transports et du Logement, Paris.
- Sniadek, J.** (2006), *Age of seniors A challenge for tourism and leisure industry*. Escuela universitaria de Educación física, Poznan (en línea), disponible en: www.wbc.poznan.pl/Content/61372/Sniadek_REV.pdf (10-12-2014).
- Strietska-Ilina, O. y Tessaring, M.** (eds.) (2005), *Trends and Skills Needs in Tourism*, European Centre for the Development of Vocational Training (CADEFOP), Luxemburgo (en línea) disponible en: www.cedefop.europa.eu/files/5161_en.pdf (23/03/2015).
- Soret, P. y Cabal, V.** (2008), *Manual para la Organización de Congresos y Ferias para Todos*, Predif, Madrid.
- Sustainable Tourism Cooperative Research Centre** (2008), *Accessible Tourism – Challenges and Opportunities*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd., Griffith University, Queensland (en línea), disponible en: www.crctourism.com.au/BookShop/BookDetail.aspx?d=632 (15-12-2014).
- Tobis, D.** (2000), *Moving from Residential Institutions to Community-Based Social Services in Central and Eastern Europe and the Former Soviet Union*, Banco Mundial, Washington, D.C. (en línea) disponible en: <http://siteresources.worldbank.org/DISABILITY/Resources/280658-1172671461088/MovingFromResTobis.pdf> (20-03-2015).
- Toerisme Vlaanderen** (2001), *Tourism for All in the European Union: Status Report on Tourist Accommodation Accessibility Schemes in Europe*, Bruselas.

Tóth, G. y Dávid, L. (2010), 'The Connection Between Accessibility and Tourism', *Delhi Business Review*, Delhi (en línea), disponible en: www.delhibusinessreview.org/v11n1/v11n1h.pdf (10-12-2014).

Unión Europea (2012), *Accessibility planning and resource guide for cultural Administrators*, Bruselas.

van Horn, L. (2007), *Disability Travel In The United States – Recent Research And Findings*, Open Doors Organization, Chigaco.

Victorian Government (2010), *Tourism Victoria's Accessible Tourism Plan 2010–2013*, Melbourne (en línea), disponible en: www.tourism.vic.gov.au/images/stories/Documents/StrategiesandPlans/final_accessible_tourism_plan_2010-2013.doc (20-03-2015).

Vignuda, J.-L. (2001), *Promotion of Barrier-Free Tourism for People with Disabilities in the Asian and Pacific Region*, United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (ESCAP), Tokyo (en línea), disponible en: www.addc.org.au/documents/resources/barrier-free-tourism-for-people-with-disabilities-in-the-asian-and-pacific-region_1062.pdf (10-12-2014).

VisitEngland (2012), *Winning More Visitors – A guide for destination managers on providing Access Information on destination websites*, Londres (en línea) disponible en: www.visitengland.org/Images/winner_visitors_Final%2001%2008%2012_tcm30-34198.pdf (20-03-2015)

Walsh, C.J. (2004), *Rio de Janeiro Declaration on Sustainable Social Development, Disability & Ageing*, Rio de Janeiro (en línea), disponible en: www.sustainable-design.ie/sustain/DeclarationRio2004_SocialDevelopment_Disability_Ageing.pdf (10-12-2014).

Westcott, J. y Unión Europea (2005), *Mejorar la información sobre el turismo accesible para las personas con discapacidad*, Comisión Europea, Bruselas.

Webgrafía (a fecha 24-03-2015)

Accessible Tourism Research, blogspot:
http://accessibletourismresearch.blogspot.com.es/2010_01_01_archive.html
<http://accessibletourismresearch.blogspot.com.es/2010/01/towards-definition-of-accessible.html>
<http://accessibletourismresearch.blogspot.com.es/2010/01/travel-patterns-of-people-with.html>

European Disability Forum:
www.edf-feph.org/Page_Generale.asp?DocID=13855&thebloc=29268

European Network for Accessible Tourism (ENAT):
www.accessibletourism.org

Europe for All:
www.europeforall.com/home.seam

International Air Transport Association (IATA):
www.iata.org
www.iata.org/publications/airlines-international/april-2012/Pages/accessibility.aspx

Rolling Rains Report:
www.rollingrains.com/2012/07/disability-statistics-in-the-us.html

Sydney for All:
www.sydneymforall.com/

The European Accessible Tourism Directory:
<http://pantou.org>

United Nations Enable:
www.un.org/disabilities/default.asp?id=1515

VisitEngland
www.visitengland.org
www.visitengland.org/busdev/bussupport/access/info/Statements.aspx

Web Accessibility Initiative:
www.w3.org/WAI/WCAG1AA-Conformance.html.es

World Programme of Action Concerning Disabled Persons, part 2:
www.un.org/disabilities/default.asp/documents/specialrapporteur/images/www.disstudies.org/default.asp?id=24

World Tourism Organization (UNWTO):
www.unwto.org
<http://ethics.unwto.org/en/content/accessible-tourism>



La Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo especializado de las Naciones Unidas, es una organización internacional con un papel central y decisivo en la promoción y el desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Constituye un foro mundial para cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos en materia de turismo. En la actualidad está integrada por 156 países, seis territorios, dos observadores permanentes y más de 400 Miembros Afiliados.

La Fundación ONCE tiene como objetivos principales la formación y el empleo para personas con discapacidad y la accesibilidad universal, promoviendo la creación de entornos, productos y servicios globalmente accesibles. Trabajamos en pos de la eliminación de barreras en los ámbitos de cultura, ocio y turismo, así como la sensibilización de la sociedad a través de publicaciones y la organización de Jornadas Internacionales de Turismo para Todos.

ENAT – la Red Europea para el Turismo Accesible – es una asociación sin ánimo de lucro que une a las organizaciones e individuos del sector privado, público y no-gubernamental. Nuestra misión es hacer accesibles los destinos, productos y servicios turísticos en el ámbito europeo para todos los visitantes, apoyando a la vez la promoción de un turismo inclusivo y accesible a escala global.



Organización Mundial del Turismo

Capitán Haya 42, 28020 Madrid, España
Tel.: (+34) 915678100 / Fax: (+34) 9156713733
omt@unwto.org / www.unwto.org