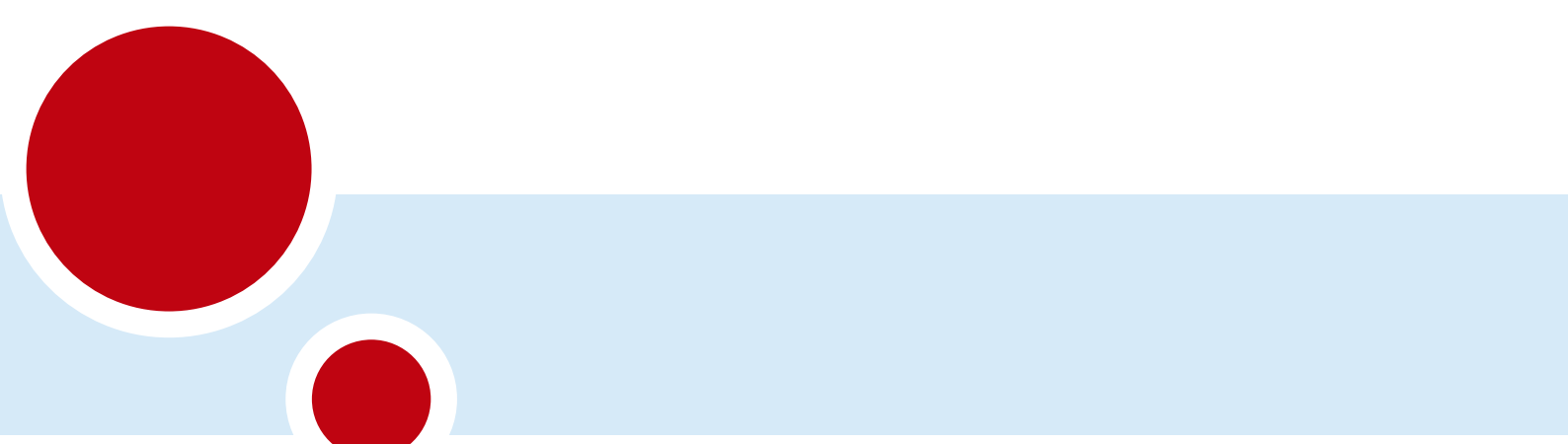


# Manual para el desarrollo de un Viaje inclusivo

Proyecto financiado por:



# Contenido

1. PRÓLOGO .....	4
1.1 DATOS DE TURISMO .....	4
1.2 NECESIDADES DEL TURISTA .....	7
2. VENTAJAS TURISMO ACCESIBLE DESDE PUNTO VISTA SOCIAL Y ECONÓMICO .....	11
3. LA CADENA DE ACCESIBILIDAD TURÍSTICA Y LA PREPARACIÓN DEL VIAJE .....	16
3.1 PRE VIAJE .....	19
3.2 DURANTE EL VIAJE .....	22
3.3 POST VIAJE .....	34
CONCLUSIONES .....	36

# 1. PRÓLOGO

## 1.1 DATOS DE TURISMO

El sector turístico es conocido como uno de los principales pilares para la sociedad y economía española, para comprender el alcance de este fenómeno, se expondrá de manera generalizada datos numéricos y estadísticos del turismo en España con objeto de conocer la importancia de esta actividad en el país. Para ello, se analizarán diferentes variables ofrecidas en la base a datos por el Instituto Nacional de Estadística.

En el siguiente gráfico se representa la evolución de la llegada de turistas al país a lo largo de los últimos siete años. Claramente en la Gráfica 1 se observa cómo ha afectado la crisis sanitaria del Covid-19 a la llegada de turistas, con ese descenso tan acusado en la recta. A pesar de la pandemia, en el año 2021 España recibió 31,1 millones de turistas, un 64,4% más que en 2020. Por otro lado, si se compara con el periodo pre pandemia (2019) se percibe como dicho año se encuentra un 62,7% en la llegada de turistas por encima de 2021.

### Llegada de turistas a España

Desde 2015 hasta 2021

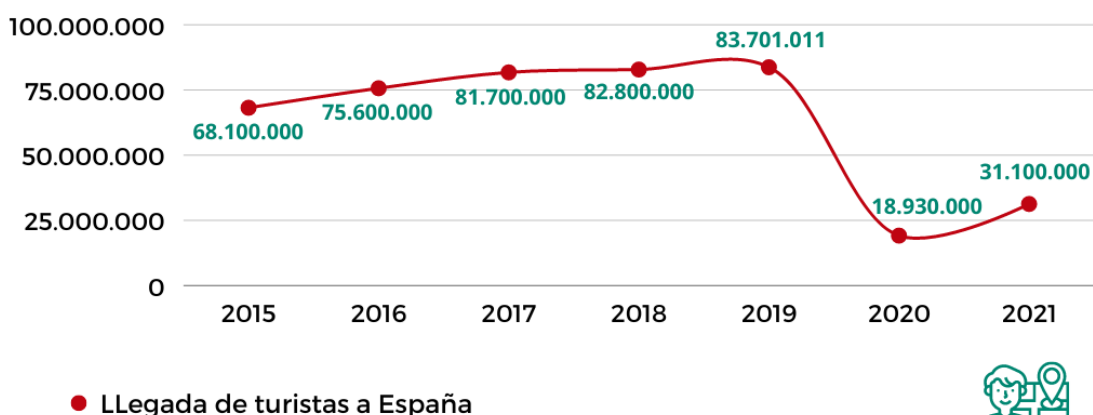


Gráfico 1. Datos llegada de turistas a España. Fuente: INE. Elaboración propia

De igual forma, para comprender lo que supone la actividad turística en términos monetarios resulta interesante analizar el gasto realizado por los turistas. Esta vez, se excluyen los años 2020 y 2021 del estudio, pues no reflejan la realidad del gasto de los turistas al estar envueltos en una crisis sanitaria. Para ello, en el siguiente gráfico se representan el gasto realizado por los turistas desde el año 2015 hasta el 2019:

## Gasto turístico en España

Desde 2015 hasta 2019

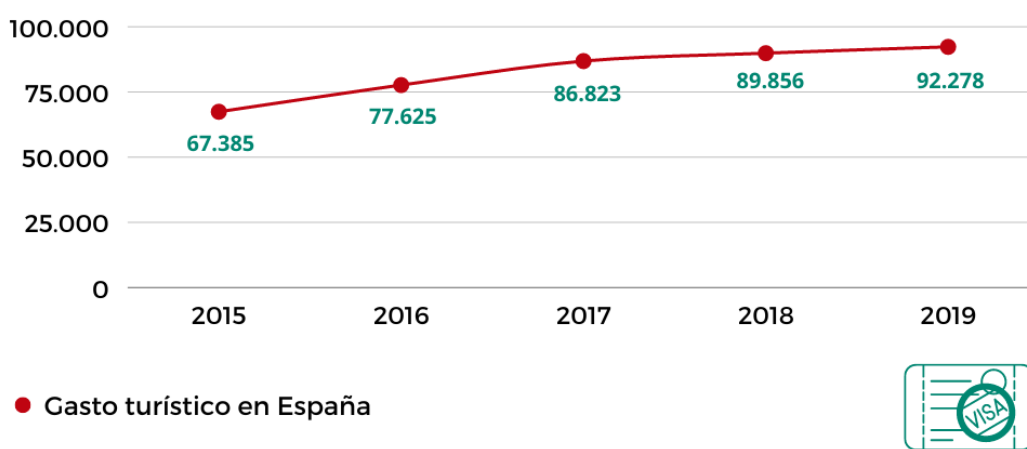


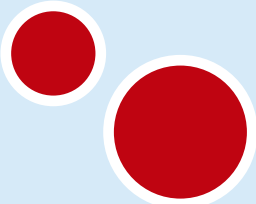
Gráfico 2. Datos Gasto Turístico en España. Fuente: INE. Elaboración propia

Haciendo una lectura del Gráfico 2, se observa como el gasto turístico sigue una evolución creciente desde el año 2015 hasta el 2019, siendo este último año en el que se registra una mayor cantidad de gasto, con una variación de 2,9% respecto al año anterior, 2018.

Pon tanto, unificando la información de ambos gráficos, en el año 2019, (año de referencia anterior a la crisis sanitaria) llegaron a España 83.701.011 millones de turistas suponiendo un gasto de 92.278 millones de euros.

Con el anterior estudio de ambas variables se concluye que el turismo es considerado dentro del sector servicios como una actividad económica relevante, convirtiéndose así en el sector que más riqueza aporta a la economía española. Según los datos recogidos en la



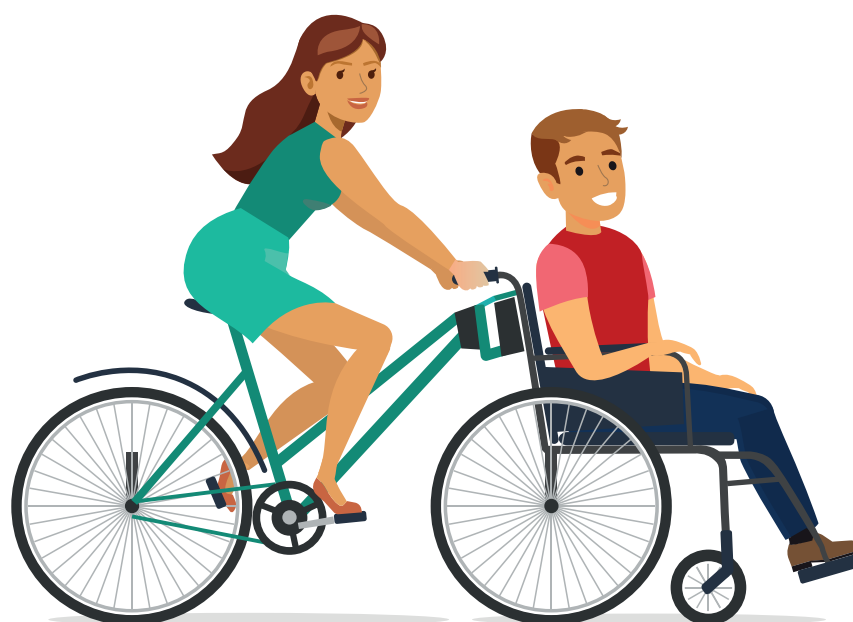


Cuenta Satélite de Turismo en España (INE), la actividad turística en 2019 contribuyó en un 12,4% del PIB español.

Todos estos datos reflejan la importancia que tiene la industria turística en España, y con ello la necesidad de trabajar en el desarrollo y mejora de esta actividad. Desde organismos como El Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) se trabaja en la promoción turística de España en el mundo, así como en la creación de estrategias en el mercado turístico con el correspondiente apoyo público privado, además del trabajo realizado en el fortalecimiento de la “marca España” en el extranjero.

En el Plan Estratégico de Marketing 2018 – 2020 elaborado por Turespaña, queda reflejado la labor desarrollada por el organismo en potenciar el turismo abarcando el mayor número de tipologías turísticas existentes además de acercar esta práctica a todo tipo de turistas, mitigando de esta forma las principales problemáticas del turismo, como puede ser la estacionalidad.

Es en este último término, donde entra en juego el turismo accesible, un turismo apto para todos que traerá la solución a muchos de los problemas emparejados a la actividad turística, entre ellos la estacionalidad. Más adelante se estudiará el por qué.



## 1.2 NECESIDADES DEL TURISTA

Una vez conocido el alcance que tiene la industria turística en nuestro país, conviene centrar la atención en quienes demandan este servicio turístico.

Para ello, dado que el turismo es reconocido como un elemento fundamental en el desarrollo de cualquier persona, no podemos olvidar que el ocio se convierte en un derecho humano básico al que deben de tener acceso todos los ciudadanos, y nadie puede verse privado de él por razones ajenas a su propia voluntad.

Según la Declaración Universal de los Derechos Humanos “Toda persona, como miembro de la sociedad”, tiene derecho a “la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad.”

Con motivo de continuar en la aproximación del concepto turismo accesible o turismo para todos, se expone a continuación un breve estudio en cifras del grado de discapacidad de las personas en España.

Según la encuesta de Discapacidad, Autonomía personal y Situaciones de Dependencia (EDAD) publicado el 19 de abril de 2022 por el INE, un total de 4,38 millones de personas afirmaron tener discapacidad o limitación en el año 2020. Por sexo, 1,81 millones eran hombres y 2,57 millones mujeres.

Uno de los datos más relevantes del estudio es que la limitación o discapacidad afecta a 94,9 personas por cada mil habitantes y en un mayor porcentaje a las mujeres (109,2) que a los hombres (80,1).

En el análisis del siguiente gráfico, queda registrado que, desde el punto de vista de la edad, el 75,4% del colectivo con discapacidad tiene 55 o más años, a lo que se suma que tres de cada cinco de estas personas son mujeres.

## Pirámide de población con discapacidad

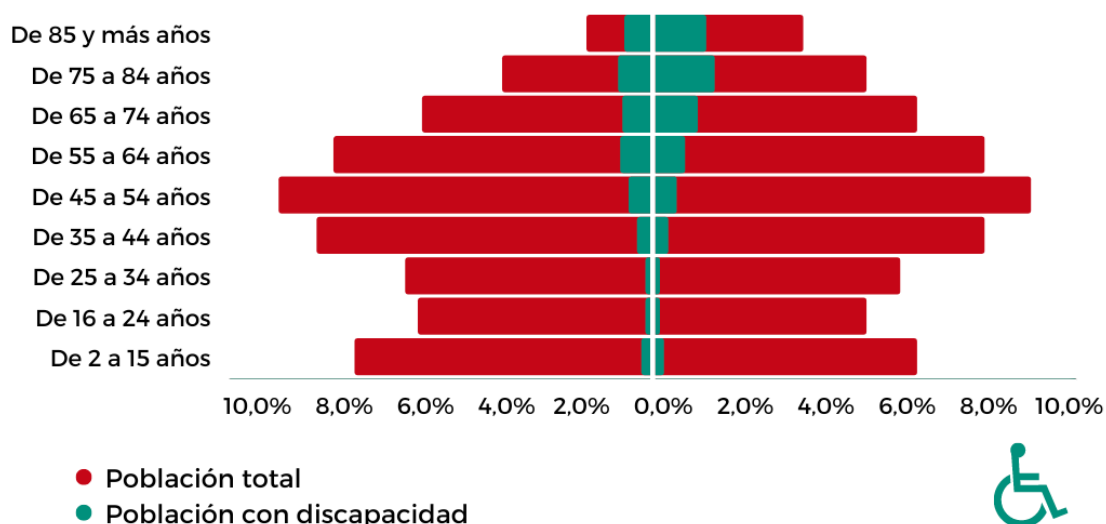


Gráfico 3. Pirámide de población con discapacidad. Fuente: INE

Seguidamente y tal y como indican los datos registrados de la siguiente tabla, los problemas de movilidad se situaron como el tipo de discapacidad más frecuente entre las personas (tasa de 54,0 por mil habitantes), destacando las mujeres con un resultado mayor en este tipo de discapacidad (68,5 frente a 38,9 de los hombres).

	Total	Hombres	Mujeres
<b>Total</b>	<b>97,0</b>	<b>81,2</b>	<b>112,0</b>
Movilidad	54,0	38,9	68,5
Vida doméstica	45,1	31,8	57,8
Autocuidado	30,6	22,9	38,0



	Total	Hombres	Mujeres
<b>Total</b>	<b>97,0</b>	<b>81,2</b>	<b>112,0</b>
Audición	27,6	24,1	31,0
Visión	23,6	18,4	28,6
Comunicación	21,3	18,7	23,7
Aprendizaje	15,8	13,4	18,2
Interacciones y relaciones personales	13,6	13,5	13,8

Gráfico 4. Tipo de discapacidad de seis a más años por sexo. (Tasa por mil habitantes).  
Fuente: INE

Por último, con objeto de conocer las cifras hasta ahora estudiadas en España, en el siguiente gráfico se muestra la tasa de discapacidad por comunidades y ciudades autónomas. La mayor tasa de discapacidad por cada mil habitantes en el año 2020 ha correspondido a las comunidades autónomas de Galicia (116,5), Canarias (115,0) y Castilla- La Mancha (111,4). Sin embargo, también queda reflejado en el siguiente estudio que las tasas más bajas se registraron en Islas Baleares (79,0 por cada mil habitantes), Comunidad Foral de Navarra (79,6) y Comunidad de Madrid (80,7).



# Tasa de discapacidad por Comunidades y Ciudades Autónomas

Personas de 6 a más años

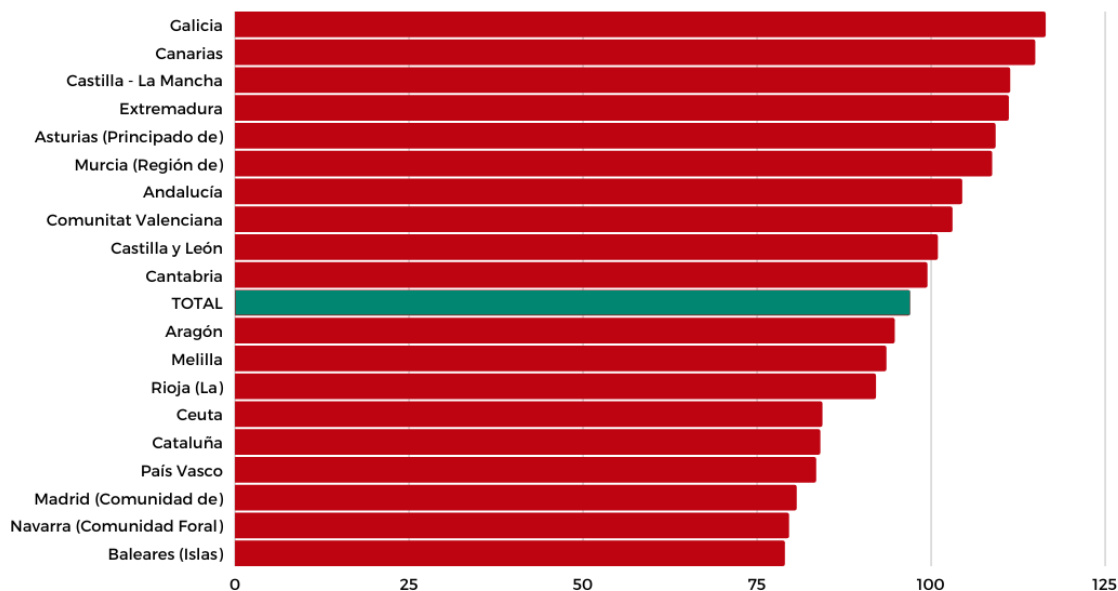


Gráfico 5. Tasas de discapacidad por comunidades y ciudades autónomas (personas de seis a más años). Fuente: INE



## 2. VENTAJAS TURISMO ACCESIBLE DESDE PUNTO VISTA SOCIAL Y ECONÓMICO

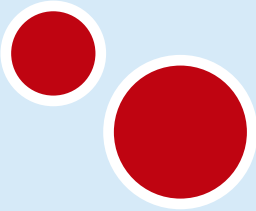
El turismo accesible es un concepto vinculado a la eliminación de barreras que permite el disfrute en igualdad de condiciones de esta actividad por parte de todas las personas, incluidas las que tienen una determinada discapacidad. Este disfrute se caracteriza por ser autónomo, de modo que ninguna persona necesitará una ayuda. Todas las infraestructuras, servicios y actividades estarán diseñadas y concebidas para todas las personas. Actualmente, también se habla de “turismo para todos” de forma equivalente a turismo accesible.

Es importante resaltar que el turismo accesible no implica solo la eliminación de barreras de cualquier tipo (físicas, sensoriales, cognitivas), sino que tiene por finalidad que los entornos y servicios turísticos se disfruten en igualdad de condiciones por todas las personas. Por tanto, además de la autonomía, existen un concepto intrínseco de normalización y seguridad. El objetivo del turismo accesible es ofrecer establecimientos y destinos para todas las personas con independencia de sus características individuales. Esta perspectiva de normalización se opone a la creación de espacios exclusivos para personas con discapacidad, debido a que el concepto implica la idea de participación conjunta de todas las personas.

Conviene destacar que el turismo accesible o para todos tiene una dimensión que alcanza a más personas de las que tienen una discapacidad. En este sentido, los beneficios de la accesibilidad universal y el diseño para todos incluyen a todas las personas, entre ellos, personas con discapacidades temporales y permanentes, personas mayores, personas obesas y familias con niños, entre otras.

En la actualidad dado a un mayor grado de concienciación por parte del sector turístico, comienza a ser atendido cada vez más el nicho de mercado de turistas que necesitan accesibilidad en sus viajes.

Sin embargo, no es un nicho de mercado nuevo, sino que tiempo atrás ha estado mal atendido. Esta falta de atención se debe a la incomprensión y desconocimiento por parte del sistema de la industria turística de los beneficios que podía conllevar la implicación de este fenómeno.



Por tanto, dado que son múltiples las ventajas que ofrece llevar a cabo un turismo accesible, a continuación, se exponen por grupos cada uno de estos beneficios, reflejando como la implantación de la accesibilidad en el sector conlleva una serie de oportunidades para el desarrollo y mejora de la industria y empresas turísticas.

### **Beneficios para las personas:**

El turismo accesible entendido como una fuente potencial de trabajo para personas con discapacidad: Como consecuencia de una histórica marginación social y peores niveles formativos, a lo que se une las propias dificultades físicas para determinadas labores profesionales, este colectivo por lo general presenta peores indicadores de ocupación laboral con respecto al resto de la población. Sin embargo y como consecuencia de los especiales servicios que necesitan y del gasto que se realiza, el turismo accesible es generador de empleo. Con ello, gracias a la diversificación y mejora de la oferta turística se crean empleos como: asistencias personales, excursiones, actividades de ocio activo, tratamientos corporales, acompañamientos, peluquería, belleza...etc.)

Mejora la formación de los trabajadores del sector: La formación en materia de accesibilidad turística para los profesionales del sector se convierte en un aspecto fundamental para un cambio sustancial en favor del modelo de la accesibilidad universal y la integración social.

El fomento de mejoras en la calidad de vida de este segmento de mercado hace que el turismo se convierta en una actividad fundamental en su vida: El turismo accesible se traduce en una mejora de infraestructuras, información y servicios. Estas soluciones de accesibilidad, al considerar las necesidades de un mayor abanico de individuos, benefician al turismo dotándole de una mayor calidad y por tanto de un valor añadido. De igual forma, esta calidad se traduce en un mayor grado de seguridad para las personas, lo que facilitan su vida diaria y la práctica turística.

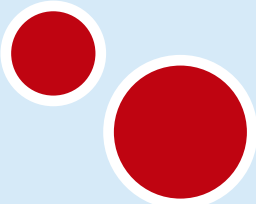
Los derechos de todas las personas, la igualdad de oportunidades y la diversidad humana quedan reforzados por los destinos y establecimientos que apuestan por el turismo accesible. Tal y como avala el artículo 30 de la “Convención internacional sobre derechos de las personas con discapacidad”, la participación en la vida cultural, el esparcimiento, las actividades recreativas, y el deporte son un derecho de todos los ciudadanos. De este modo, estos destinos y establecimientos accesibles fomentan la integración y suprimen la discriminación de las personas.

## Beneficios para las empresas y sector turístico:

Multiplicidad de clientes: Así como consta en el Manual publicado sobre Turismo Accesible para Todos por la OMT en 2014, se han realizado estudios por Europa y Australia que constatan que las personas con discapacidad tienen una probabilidad mayor (0'5) de viajar acompañadas, que las personas sin discapacidad. En este sentido, este cliente potencial con necesidades especiales debería ser más atractivo para el sector turístico dado que la mitad de estos turistas viajan acompañados. De forma adicional, esta base de datos de clientes es más extensa puesto que forman parte de ella grupos multigeneracionales o familias numerosas.

Reduce la estacionalidad: Uno de los principales problemas que sufre el sector turístico es la recepción masiva de turistas en determinadas fechas del año, este fenómeno es conocido como “estacionalidad turística”. Un aspecto positivo que conlleva poner en práctica el turismo accesible es potenciar esta des estacionalidad de destinos con base en la premisa de que una gran parte de este segmento poblacional tienen una menor carga de responsabilidades laborales, o es más perceptivas de pensiones, lo que facilita a la posibilidad de realizar viajes en cualquier momento del año. Debido a esto y dado que las empresas turísticas encuentran este nicho de mercado muy atractivo por sus dimensiones/ disponibilidad y ven con estos clientes una posible estacionalidad de los flujos turísticos en los meses de menos afluencia, trabajan en la oferta de paquetes y precios especiales en periodos de temporada baja.





Incremento de la cuota de mercado: La inclusión y fidelización de este segmento poblacional en el turismo favorece el incremento de la cuota de mercado lo que se traduce en el fortalecimiento de la base financiera de los destinos y aumento de la rentabilidad de las empresas turística.

Oportunidad de negocio: Con el turismo accesible, lejos de restringirse la actividad turística a un nicho determinado, este amplía los clientes potenciales a todas las personas, por lo que se consigue generar una ventaja competitiva y una mayor oportunidad de negocio.

Segmento con alto gasto medio diario: Cuando se hace referencia a este segmento poblacional hablamos de un segmento con un mayor potencial económico debido a su sistema de ingresos fijos como son en muchos casos las pensiones/ ayudas económicas. Sin embargo, se ha de tener en cuenta que, estos turistas son más propensos a un gasto de media mayor en sus viajes. Desde el Observatorio de accesibilidad del turismo en España (2017) se afirma que los usuarios con necesidades espaciales gastan hasta un 28% más a la hora de viajar en comparación con otros turistas que carecen de alguna limitación, apoyándose en cuestiones como el encarecimiento de los establecimientos turísticos accesibles o transportes adaptados, entre otros servicios.

### **Beneficios para destinos turísticos:**

Los destinos accesibles pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes de esos lugares: La accesibilidad aporta mayor calidad en el servicio, la inclusión social y sostenibilidad de las comunidades. Son las organizaciones no gubernamentales quienes tienen un papel clave en el apoyo y fomento a iniciativas de Turismo Accesible.



Mejora de la imagen corporativa: El turismo accesible ofrece una imagen diferencial de destinos, servicios y empresas turísticas, lo que se convierte en aspectos fundamentales a la hora de fidelizar y atraer nuevos visitantes. En lo relativo a la imagen de un destino, en ocasiones no reside en su totalidad en los productos, si no en el deleite emocional que se hace de ellos, por lo que se debe trabajar en la creación de una imagen que acoja a cualquier persona. De este modo, la reputación e imagen de estos espacios queda reforzada, puesto que cumple con la legislación vigente y ofrece una imagen socialmente responsable.

El tamaño estimado del mercado de Turismo Accesible se traduce en una buena razón para trabajar en la introducción de mejoras sistemáticas de accesibilidad en empresas y destinos turísticos: El segmento de personas con discapacidad es cada vez mayor y los cambios sociodemográficos y los estilos de vida hacen prever un incremento de este crecimiento. Este aumento estaría motivado por: evolución en el número de personas con discapacidad, envejecimiento de la población, accidentes de tráfico o laborales, causas bélicas o las posibles variaciones del segmento de personas afectadas por enfermedades con secuelas que merman las capacidades. Por esta razón, los destinos que no promocionan y priorizan la accesibilidad dejan al margen este gran segmento poblacional.

### 3. LA CADENA DE ACCESIBILIDAD TURÍSTICA Y LA PREPARACIÓN DEL VIAJE

La actividad y experiencia turística es una vivencia que comienza con la planificación y búsqueda de información sobre el destino a visitar, continúa con el transporte y desarrollo de una serie de actividades y tiene su fin cuando se regresa al lugar de origen.

Incorporar la accesibilidad en los viajes da lugar a que la experiencia pueda ser disfrutada por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad, de la forma más autónoma posible. Además, la accesibilidad debe comprenderse como un conjunto integral y debe estar presente en todas las fases del viaje (instalaciones, entornos, excursiones, atractivos turísticos, restaurantes etc.), de lo contrario, pueden generarse de manera aislada oasis accesibles, rompiendo con la denominada “Cadena de valor en accesibilidad turística”. En caso de no ser alguna de las fases del viaje accesible, la visita del turista se verá comprometida y no será satisfactoria en su conjunto.

En este sentido, el Observatorio de Accesibilidad en el Turismo de Fundación ONCE aporta alguna de las características más destacables y comunes sobre la accesibilidad de la cadena de valor turística en los destinos.

En primer lugar, se observa de manera generalizada que la mayor parte de la accesibilidad desarrollada es a nivel arquitectónico, aun con carencias en algunos casos. Sin embargo, por otro lado, los elementos que presentan una mayor carencia en cuanto a accesibilidad son los equipamientos, la formación y servicios de atención al cliente

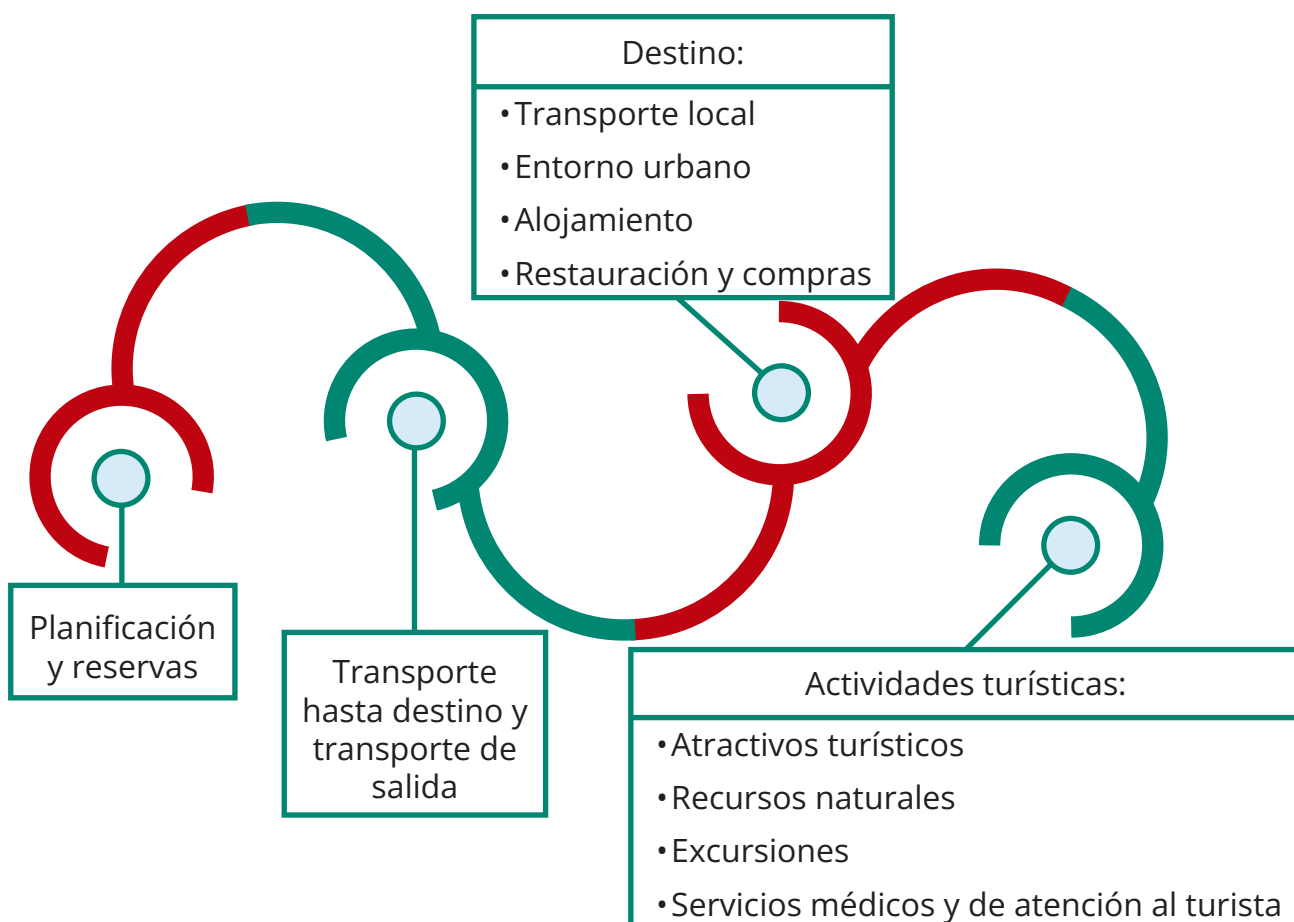




debido a la falta de conocimiento sobre las necesidades de los usuarios y la forma de aplicarlo en el entorno.

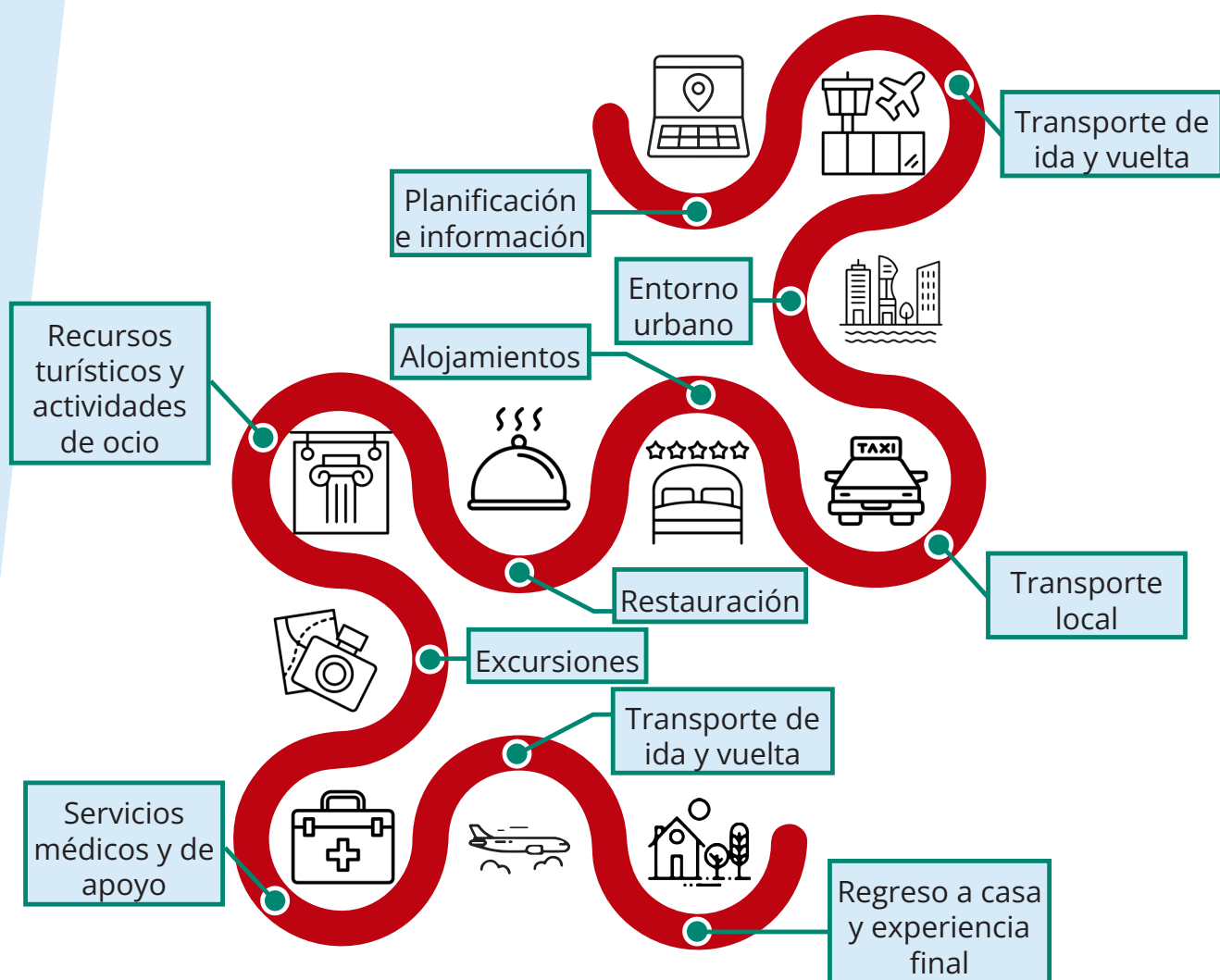
Por otro lado, existe una relación directa entre la gestión de la accesibilidad y la implantación a lo largo de la cadena. Para lograr la continuidad y calidad en la implantación de la accesibilidad se deberán realizar acciones transversales que incluyan al sector privado, público y sociedad civil. Los diferentes agentes turísticos deberían coordinar estas acciones con el fin de asegurar la presencia de la accesibilidad en la cadena.

A continuación, y a modo de resumen se adjunta un gráfico con los elementos que conforma la cadena de accesibilidad en el turismo:



Todas las actividades desarrolladas en esta experiencia turística son entendidas como elementos de una cadena compuesta por numerosos eslabones. Es necesario cuidar estos eslabones por separado entendiendo y apreciando la relación entre ellos para cumplir con la accesibilidad global de la cadena.

Gráficamente, así puede verse la cadena de accesibilidad en el turismo:



Finalmente, todas estas medidas de accesibilidad deben cumplir con los criterios de la legislación presente. En España, existe para cada uno de los eslabones de la cadena, una legislación relativa a la accesibilidad además de una normativa relacionada con la accesibilidad turística. Cabe señalar que pueden existir variaciones con respecto al cumplimiento de estas medidas de una comunidad autónoma a otra. Sin embargo y con el fin de paliar este problema y poder unificar criterios, se ha llevado a cabo la realización de grandes avances en el desarrollo de normativas nacional e internacional, además de la elaboración de indicadores de gestión e implantación de SEGITTUR en la metodología DTI.

## 3.1 PRE VIAJE

### Consideraciones a tener en cuenta en la preparación de un viaje:

#### PLANIFICACIÓN E INFORMACIÓN

##### Desde el punto de vista del turista con necesidades de accesibilidad

La organización y planificación de las vacaciones es el primer paso en la experiencia de cualquier viajero. Para una persona con discapacidad esta primera fase es una de las más importantes de la cadena pues requiere de información real y precisa de la accesibilidad de los lugares a los que desea viajar y las diferentes opciones en materia de accesibilidad que existen en los destinos. Para poder llevar a cabo este procedimiento los usuarios se apoyan en diferentes canales de información como agencias de viajes e internet.

Además, es importante conocer que las personas con discapacidad por lo general seleccionan el destino siguiendo criterios de accesibilidad, dejando en un segundo plano al factor precio.

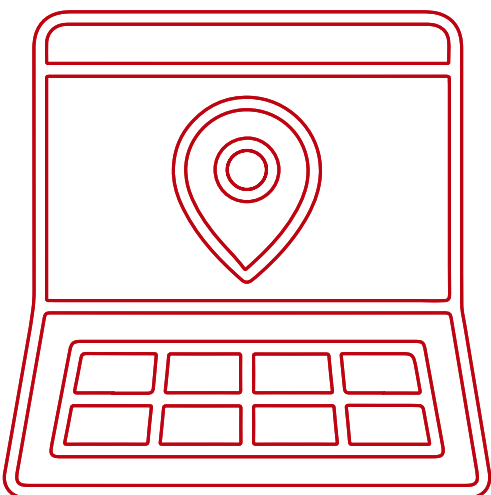
##### Desde el punto de vista de la empresa

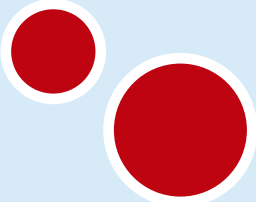
Las agencias de viaje tienen un papel clave en la organización y planificación del recorrido turístico a llevar a cabo por una persona con discapacidad. Hoy en día la oferta especializada de Turismo Accesible resulta todavía escasa, por lo que estos tours operadores han de apoyarse en blogs especializados, aplicaciones de turismo accesible y webs específicas para

poder encontrar y comunicar información sobre accesibilidad que sea verídica, contrastada y útil para estos usuarios.

Para que la información ofrecida sea de calidad, deberán de seguir los siguientes requerimientos:

- Que los medios digitales por los que se ofrece la información,



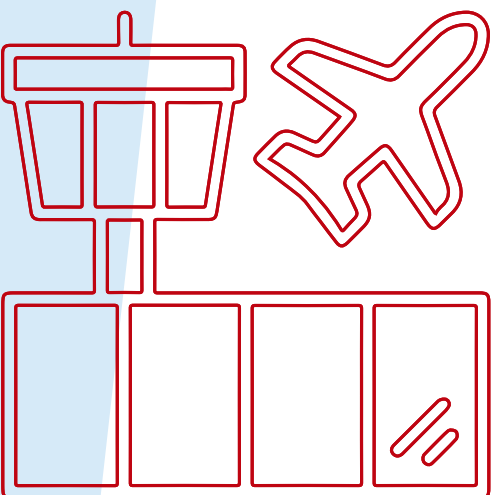


páginas web u otros, cuenten con el certificado AA de la WCAG 2.04 y MWBP5, para facilitar el uso autónomo por parte de todas las personas. Para ello, PREDIF cuenta con manuales modelo de integración de la accesibilidad digital con la intención de que estos puedan ser consultados y se ponga en práctica la adecuación de la accesibilidad web.

- Que la información que se ofrezca sobre la accesibilidad de los destinos y sus diferentes recursos sea fiable, detallada y esté actualizada. En este sentido, Tur4all es la herramienta de trabajo utilizada por PREDIF para compartir con los usuarios información sobre accesibilidad de los diferentes recursos turísticos adaptados.
- Se deberán tener en cuenta aspectos como la incorporación de imágenes que permitan ilustrar la información ofrecida, disposición de los textos en diferentes idiomas, el cumplimiento de criterios de accesibilidad de documentos descargables ( PDF's por ejemplo) y sobre todo adecuar un apartado específico y fácil de localizar con la información sobre accesibilidad.
- En el caso de agencias de viaje, así como cumplir con los requisitos de provisión de información mencionados anteriormente, deberán tener en cuenta las medidas de accesibilidad en los entornos edificados.

## **TRANSPORTE DE LLEGADA Y SALIDA AL DESTINO**

### **Desde el punto de vista del turista con necesidades de accesibilidad**



Una de las actividades de mayor impacto y donde se registran parte de las incidencias para un viajero con o sin discapacidad es en el desplazamiento desde el lugar de origen hasta el destino, así como el posterior regreso al lugar de origen.

En este punto, los aspectos críticos con los que se encuentra un turista con necesidades de accesibilidad pueden ser:

- Un servicio de asistencia en el transporte inadecuado
- Una señalización incorrecta
- Dificultad de movimiento a través de la terminal
- Dificultad de comunicación con la empresa de transportes

## **Desde el punto de vista de la empresa**

En esta parte del viaje, el papel de la agencia de viajes cobra gran importancia dado a que llevando a cabo diferentes medidas e incluyendo el cumplimiento de la legislación vigente en materia de accesibilidad, puede generar una mayor satisfacción en la experiencia del viajero con discapacidad.

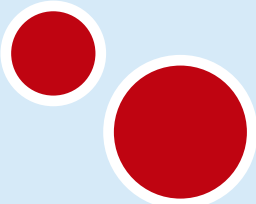
En este sentido, independientemente de que tipo de transporte sea utilizado se diferencian tres áreas de intervención:

- Atención e información al viajero
- Uso y acceso de la terminal de transporte
- Acceso y uso del material móvil

Se ha de tener en cuenta que existen servicios de atención al viajero con requerimientos de accesibilidad que facilitan el tránsito y atención por la terminal. De esta manera, se incorporan facilidades como por ejemplo el tránsito evitando tornos, la atención personalizada en puntos de atención accesibles, descanso en sitios reservados y la utilización de pasos alternativos a las largas esperas.

Además, es clave que las agencias consideren las terminales de transporte como una edificación, para tener en cuenta cuestiones de accesibilidad como la deambulaci3n, entornos de acceso, orientaci3n, uso de aseos, superaci3n de desniveles, as3 como otros servicios de la terminal: restauraci3n, espacios de espera, compras, entre otros.

Por 3ltimo, el punto cr3tico de los transportes suele encontrarse en la interacci3n de la



terminal de transportes con el material móvil. Para los casos en los que no se puede hacer un tránsito a nivel, se deberá acudir a los sistemas de elevación automática que ayudan a desempeñar esa tarea y deberán ser tenidas en cuenta medidas de accesibilidad como: disponer de información en distintos formatos (trayecto, seguridad, servicios abordó), deambulaci3n interior, contar con asientos reservados adaptados.

### 3.2 DURANTE EL VIAJE

Aspectos a considerar en el desarrollo del viaje:

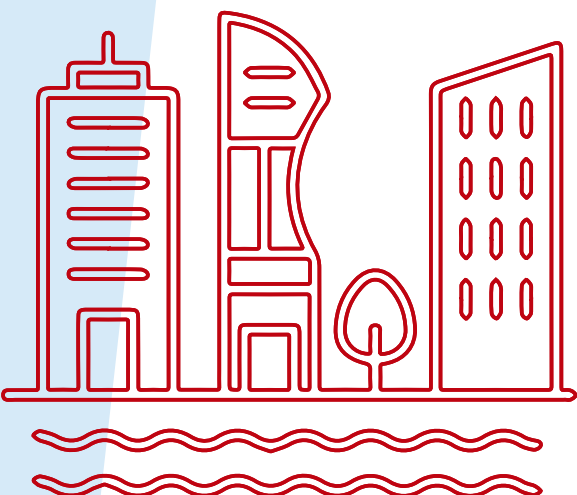
#### ENTORNO URBANO

##### Desde el punto de vista del turista con necesidades de accesibilidad

Una vez el turista se encuentre en su destino, har3a uso de los distintos itinerarios para llegar a las diferentes localizaciones de su inter3s. Para cumplir con las expectativas del viajero, los entornos urbanos deber3n contar con las medidas de accesibilidad principalmente en la orientaci3n y aspectos f3sicos.

Entre los aspectos cr3ticos con los que se encuentran las personas con discapacidad en destino se encuentran:

- La falta de calidad en las caracter3sticas del pavimento
- La ausencia de plazas p3blicas de aparcamiento en las proximidades de los principales atractivos tur3sticos
- Deficiencias en la accesibilidad de la se3alizacion tur3stica
- Existencia de obst3culos significativos en las v3as de circulaci3n.



## Desde el punto de vista de la empresa

Junto con el alojamiento, el entorno urbano debería ser considerado como uno de los eslabones más estudiados de la cadena por parte de las agencias de viajes.

Para ello, en los itinerarios peatonales tendrían que considerarse: el buen estado del pavimento, la amplitud de paso con respecto a la afluencia de personas, el acceso a los servicios cercanos, los desniveles en los puntos de cruce, la existencia de obstáculos tanto a nivel de suelo como en voladizo y el uso y manipulación del mobiliario urbano.

Además, sería fundamental tener en cuenta la interacción peatón vehículos (zona de subida y bajada de pasajeros, puntos de cruce, carril bici, plaza de aparcamiento reservado, convivencia con dispositivos de movilidad personal). Además, será responsabilidad de la agencia advertir al turista de forma clara y comprensible sobre las posibles zonas de peligro y espacios singulares del destino.

Del mismo modo, para mayor tranquilidad del cliente con necesidades de accesibilidad, se deberán atender a los sistemas de orientación en el entorno como paneles de localización, uso de nuevas tecnologías o sistemas de guiado. Asimismo, se ha de conocer y comunicar la información visual, táctil y auditiva del entorno, de modo que esta sea coherente con el uso de las personas y pueda facilitar el tránsito por cruces y calles.

En último lugar, deben conocerse las zonas de estancia y descanso del entorno urbano como parques, playas, plazas o paseos marítimos pues suelen contener elementos como bancos, quioscos, fuentes o zona de juegos infantiles. Las agencias de viaje han de delimitar estas zonas para su identificación y consiguiente notificación al cliente asegurándose de que estas zonas son de fácil acceso y van acompañadas de zonas de protección contra lluvia o sol, todo ello para lograr una mayor sensación de seguridad para su cliente con necesidades de accesibilidad.

## TRANSPORTE LOCAL

### Desde el punto de vista del turista con necesidades de accesibilidad

En cuanto al transporte local, se engloban los modos de transporte que cubren distancias pequeñas en entornos municipales o comarcales. Este transporte es el encargado de trasladar al turista dentro de una misma localidad. Ejemplo de este tipo de transporte son metro, taxi, autobuses, vehículo privado, servicios ferroviarios de proximidad o cercanías. Quedan incluidos en estos modelos, los modos de transporte turísticos.

Las principales dificultades que encuentran los turistas con discapacidad pueden ser:

- Carencia de flota pública accesible
- Ausencia de transporte accesible en zonas rurales
- Dificultad de tránsito entre sistemas de transporte intermodales

### Desde el punto de vista de la empresa

Llegado este eslabón de la cadena, las agencias de viajes tendrán que tener en cuenta tres elementos: Vehículo, infraestructura de la parada e información sobre el servicio.

Con respecto al interior del vehículo, se ha de comprobar que este esté bien diseñado y pueda cumplir con las medidas necesarias para asegurar autonomía en el interior, comodidad y seguridad. Además, otra de las medidas a destacar es la facilidad para hallar los elementos de apoyo o agarre como las barras, los espacios reservados y señalizados para su uso, la posibilidad de embarcar y desembarcar del vehículo de





manera segura con avisos auditivos y visuales de cerramiento de puertas automáticas, así como los dispositivos de solicitud de parada.

Por otro lado, en cuanto a la estructura de la parada, esta debe de ser fácilmente localizable e identificable, con información clara y en varios medios (no solo visual) de tiempos de espera y recorridos. Se debe de prestar especial atención a que estas paradas cuenten con la existencia de zonas de espera protegidas y adecuadas, con protecciones con respecto a la calzada, con espacios reservados y con un diseño que permita el tránsito de la parada al vehículo.

Finalmente, en referencia a la información sobre el servicio, es competencia de la agencia informar sobre las vías existentes de adquisición de billete, y la posibilidad de reservarlo o comprarlo online. Además, tendrán que encargarse de notificar a sus clientes el recorrido y las diferentes vías que puedan intervenir. Igualmente, se deberán tener en cuenta el número de vehículos que cumplen con medidas de accesibilidad.

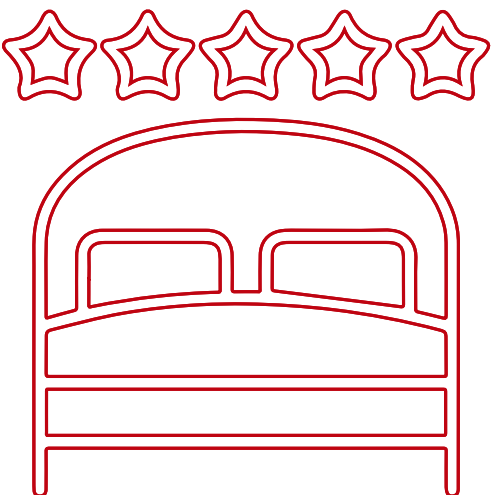
## **ALOJAMIENTO**

### **Desde el punto de vista del turista con necesidades de accesibilidad**

El alojamiento turístico es uno de los eslabones de la cadena de accesibilidad turística que soporta mayor peso, pues es el lugar donde se realizan las actividades de aseo, descanso y preparación para la siguiente jornada de la experiencia turística.

Cualquier viajero con o sin capacidad, busca en el hotel un lugar donde se respete su privacidad, se adapte a las necesidades individuales de cada uno y se perciba confort.

En este sentido, se debe prestar atención a todos los tipos de alojamientos desde hoteles, casas rurales y hasta albergues entre otros.





Las principales incidencias con las que se encuentran los usuarios son:

- Inexistencia de habitaciones accesibles o disparidad de criterios en las existentes.
- Falta de disponibilidad de productos de apoyo
- Deficiencias en los baños de las habitaciones accesibles
- Falta de información en formatos alternativos
- Carencias en la accesibilidad integral de los servicios del alojamiento.

### **Desde el punto de vista de la empresa**

Debido a que el alojamiento turístico es una infraestructura edificada, las agencias de viaje tendrán que prestar especial atención a que este cumpla con las medidas de accesibilidad establecidas en la legislación nacional y autonómica de accesibilidad y que además se establezcan los servicios imprescindibles con los que debe cumplir un alojamiento.

En cuanto a las características específicas con las que debe cumplir un alojamiento se encuentran la comunicación entre huésped y establecimiento. Esta comunicación tiene que ser llevada a cabo a través de diferentes canales (audio, visual), incluso cuando la comunicación no sea presencial, como por ejemplo desde la habitación. Además, el turoperador deberá asegurarse que sean cubiertas las necesidades del turista en materia de equipamiento y servicios de accesibilidad.

En relación a los recorridos hacia las habitaciones, se ha de garantizar que estos se encuentren a nivel o en su defecto, disponer de elementos accesibles para salvar los desniveles en caso de estar en diferentes plantas, debe cuidarse también el uso de una iluminación adecuada y que la circulación sea libre de obstáculo.

A la hora de hospedar a un turista con discapacidad, se ha de asegurar que las habitaciones del alojamiento cumplan con medidas de accesibilidad en cuanto a espacios de aproximación a la cama, estancia, iluminación y contraste, uso y alcance de mobiliario, sistema de información, climatización y ocio entre otras medidas de accesibilidad que el cliente pueda requerir.

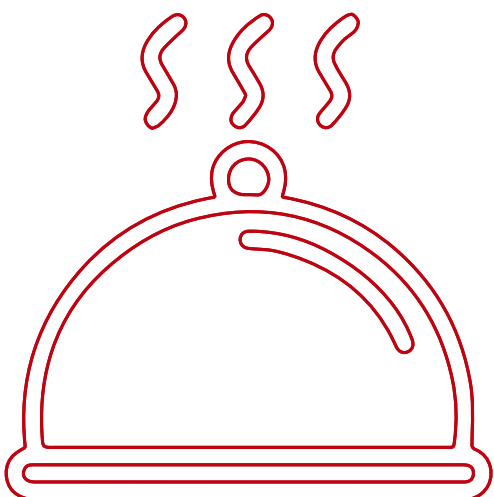
Igualmente, para garantizar la accesibilidad de un alojamiento, además de los espacios básicos necesarios, si el alojamiento destaca por otros servicios como por ejemplo instalaciones de piscina, auditorios o salas de negocio, entonces estos servicios, su ruta de acceso y la evacuación de los mismos deben de ser también accesibles.

A nivel de agencia, es importante conocer que los alojamientos y dormitorios adaptados son de uso preferente, no exclusivo, para personas con discapacidad física o dificultades de movilidad. Sin embargo, estos no deberán reservarse, ofrecerse o ser ocupadas por personas sin discapacidad hasta que no se hayan ocupado el resto de dormitorios disponibles en el alojamiento.

## RESTAURACIÓN

### Desde el punto de vista del turista con necesidades de accesibilidad

A pesar de ser la restauración uno de los peores eslabones trabajados en la cadena de accesibilidad turística, es uno de los más deseados por los turistas. Bares, restaurantes y otros lugares de servicio de bebida y comida son en la mayoría de análisis de destinos turísticos los que destacan por estar peor adaptados.



Entre los principales aspectos críticos a los que se enfrentan los usuarios con necesidades de accesibilidad son:

- Falta de información en formatos alternativos
- Dificultades de acceso y deambulación por el establecimiento
- Ausencia de aseos accesibles



## Desde el punto de vista de la empresa

Conviene atender la accesibilidad de un negocio de restauración focalizando la atención en los diferentes espacios del establecimiento, los servicios ofrecidos, los accesos a estos servicios, la deambulaci3n en el interior del local y la informaci3n ofrecida sobre productos de comida y bebida. En este sentido, la accesibilidad debe de estar presente en cada uno de estos elementos del eslab3n.

Respecto a la informaci3n ofrecida por el establecimiento, esta debe ser presentada en diferentes formatos con objeto de ser los m3s accesible posible y puedan ser leída de manera aut3noma por todos los p3blicos. (ejemplos: men3s impresos, en QR o braille).

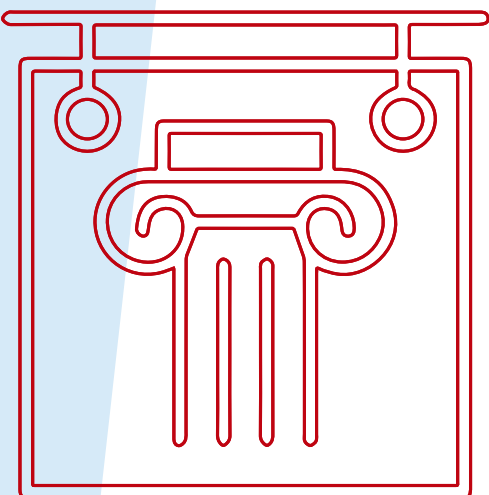
En 3ltimo lugar, en cuanto a las recomendaciones de establecimientos ofrecidas por un turoperador a su cliente, se deben tener en cuenta cuestiones como que el espacio interior del restaurante sea accesible y que en caso de no existir servicio mesa la barra cuente con diferentes alturas y dimensiones que facilite el uso y acercamiento por parte del usuario en silla de ruedas. Adem3s, los accesos a esta zona de mesas deber3n permitir una f3cil maniobra y ser accesible, as3 como los aseos.

## RECURSOS TURÍSTICOS (ACTIVIDADES DE OCIO)

### Desde el punto de vista del turista con necesidades de accesibilidad

Este eslab3n de la cadena representa el factor m3s característico por el que un turista con o sin discapacidad selecciona el destino.

En los recursos o actividades turísticas desarrolladas en



entornos edificados será necesario tener en cuenta las condiciones generales sobre la gestión del servicio que estén basadas en la no discriminación e igualdad de oportunidades de las personas con requerimientos de accesibilidad. Además, será necesario proveer de productos de apoyo necesarios para el disfrute de la experiencia. En caso de que la actividad o experiencia principal no pueda ser adaptada por motivos de seguridad o protección, se debería proporcionar una experiencia alternativa.

Entre los principales obstáculos con los que se encuentran los turistas con discapacidad se encuentran:

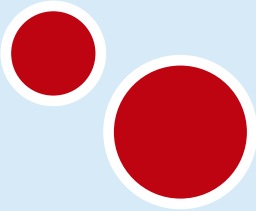
- Ausencia de puntos de atención accesibles.
- Accesos e interior de otros atractivos turísticos.
- Carencia de servicios de información en diferentes formatos alternativos.

### **Desde el punto de vista de la empresa**

En cuanto a los recursos turísticos, se pueden diferenciar entornos exteriores y edificados.

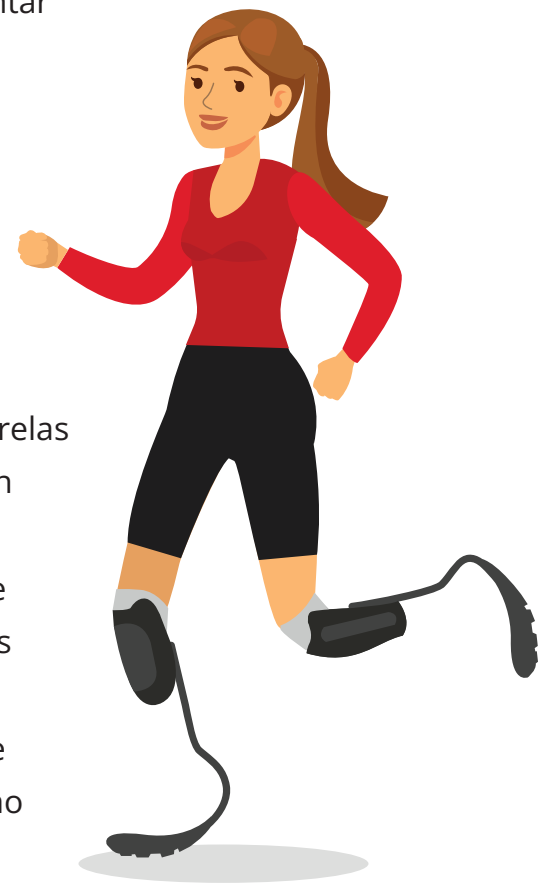
#### **Entornos edificados:**

- *Edificios de interés cultural:* En esta categoría pueden encontrarse las atracciones más comunes en un destino como son monumentos, museos, talleres o fábricas, estudios, edificios emblemáticos o centros de interpretación entre otros. En este tipo de recursos se deberá asegurar la accesibilidad de sus entornos además de presentar todo su contenido en diferentes formatos (idioma o uso de lectura fácil) y canales (auditivo, visual y táctil), para que la experiencia puede ser disfrutada y comprendida por todas las personas. Además, se pueden incluir servicios especializados (visitas o talleres) dirigidos a la variedad de público con necesidades más recurrentes. Otros detalles muy valorados son cumplir con una buena iluminación y contraste, contar con zonas de descanso, que los elementos expositivos estén situados a una altura que permita su visualización y en caso de ofrecer dispositivos de guiado en interiores estos puedan ser personalizados en contraste, iluminación y formato.

- 
- *Auditorios y salas de exposición:* De cara a cumplir con los criterios de igualdad, se debe de contar con un espacio accesible reservado que cumpla con una correcta visión del espectáculo. Además, estos espacios accesibles deben estar integrados junto al resto de asientos que puedan ser reservado por los acompañantes. Igualmente, las salas deberían contar con diferentes recursos que permitan seguir y entender el evento (subtítulos, sistema de apoyo a la audición, audio descripciones o lengua de signos).
  - *Comercios:* Los factores determinantes en este elemento de la cadena son la información y comunicación con el personal, la realización de compras y pagos y la selección de mercancías. En estos establecimientos, se ha de garantizar el acceso en condiciones de seguridad e igualdad para todos los turistas permitiendo una circulación autónoma y segura en el interior y exterior del mismo. Se deberá cuidar también la iluminación, el contraste de las superficies, así como la colocación de estantes y mostradores a distintas alturas.
  - *Oficinas de turismo:* A pesar de que este recurso no constituye ningún atractivo turístico, se encuentra dentro de esta categoría pues se identifica como uno de los recursos más importantes en cuanto a fuentes de información para el turista una vez en el destino. Es competencia de las oficinas contar con información de los servicios turísticos accesibles, conocer el grado de accesibilidad de los mismos y ofrecer esta información (guías de recursos turísticos accesibles) de manera táctil, auditivo o visual y en formatos papel, audio guías o virtual. Asimismo, las oficinas deberán contar con información sobre aspectos de interés para el visitante como pueden ser: oferta de servicios de interpretación en lengua de signos u otros idiomas, visitas adaptadas e interactivas o servicios de reparación de productos de apoyo.

## Entornos exteriores:

- *Playas y espacios marítimos:* En estos casos es importante considerar la accesibilidad del recurso en los siguientes aspectos: acceso al entorno, transporte público adaptado, servicios adicionales, plazas de aparcamiento PMR e itinerarios accesibles hacia la zona de servicio y baños. Asimismo, se han de proporcionar duchas y vestuarios adaptados, zona de sombra reservada adaptada, una ruta de entrada hasta el agua y servicio de atención personal de socorrismo y asistencia al baño con formación específica y equipamiento de movilidad. Con el fin de garantizar una zona segura de baño adaptada, algunas playas cuentan con una delimitación con balizas de la zona de baño adaptada dentro del agua. Además, conviene que las superficies de este recurso sean amplias, con pavimentos estables y contrastados.
- *Parques y entornos naturales:* Este recurso es considerado como un reto para la movilidad de las personas al presentar una irregularidad natural de su terreno. Para trabajar la accesibilidad en el mismo, se debe proporcionar información actualizada sobre el estado de conservación y mantenimiento (características del itinerario, carreteras de acceso etc.). Además, ha de contar con una entrada accesible que deberá estar conectada con un recorrido adaptado a los diferentes equipamientos e infraestructuras, así como a edificios, instalaciones y servicios de uso público del recurso. Este recorrido debería disponer de un suelo continuo, estable, firme sin resaltos o con alternativas accesibles en las zonas con irregularidad o fuertes desniveles. Se ha de cuidar también la señalización de la ruta, la iluminación y las pasarelas (perpendiculares a la dirección, niveladas con el terreno, sin huecos, con revestimiento para evitar desplazamiento y zócalos de seguridad para la orientación). Es recomendable dotar el recurso de zonas de descanso (bancos), mobiliarios adecuado para el uso de todas las personas (miradores o centro de observación adaptados), elementos sensoriales e informativos sobre la fauna y flora y equipos de apoyo como sillas ergonómicas.





## EXCURSIONES

### Desde el punto de vista del turista con necesidades de accesibilidad

Los turistas con discapacidad consideran las excursiones como una minicadena de accesibilidad turística en sí misma pues comienzan en un lugar de origen, se incorpora el transporte y supone la estancia en un destino diferente.

Para un usuario con estas necesidades se convierten en aspectos claves los siguientes puntos:

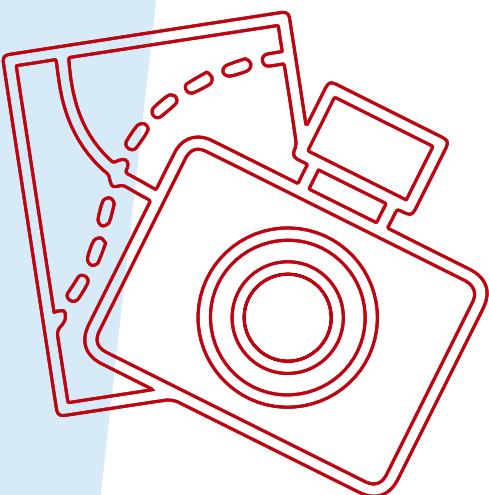
- Información previa sobre la accesibilidad: Dificultad, duración...
- Posibilidades de diferentes alternativas según necesidades.
- Condiciones de accesibilidad de los medios de transporte empleados.

### Desde el punto de vista de la empresa

En este eslabón de la cadena de accesibilidad turística las agencias de viaje y empresas de excursiones deberán en primer lugar proporcionar información sobre la accesibilidad no sólo de sus servicios sino también del destino que se va a visitar. Se deberá facilitar al cliente datos como: la distancia entre los distintos puntos de interés, el tiempo programado para recorrer esta distancia y alternativas de ocio o distintos tipos de excursiones que atiendan

la diversas necesidades y perfiles del turista. Asimismo, se han deberán de señalar las características de accesibilidad de los entornos y servicios asociados a la excursión.

Por otra parte, en cuanto al transporte utilizado para el desarrollo de las excursiones, se debe garantizar la posibilidad de acceso de todas las personas. Se ha de considerar las diferentes perfiles e interés de los visitantes tanto en el ritmo





de viaje como en los servicios (comidas y aseos entre otros). De igual modo, se ha de ofrecer la contratación de servicios de asistencia y la disponibilidad de información en distintos idiomas.

## **SERVICIOS MÉDICOS Y DE ATENCIÓN AL TURISTA**

### **Desde el punto de vista del turista con necesidades de accesibilidad**

A pesar de ser uno de los eslabones más importantes de la cadena de accesibilidad turística, los servicios médicos y de atención al turista son uno de los eslabones más olvidados. La salud y seguridad de las personas que realizan un viaje son cuestiones que juegan con un papel fundamental a lo largo de la experiencia del viajero.

Cualquier turista puede llegar a utilizar los servicios proporcionados en un destino para la población local (médicos, policiales, tiendas de ortopedia) tanto si es por una urgencia como si es durante una estancia larga.

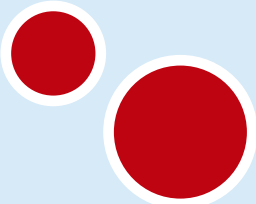
En este sentido, los aspectos críticos con los que se encuentran los turistas son:

- Carencia de información en diferentes idiomas y formatos alternativos
- Ausencia de puntos de atención accesibles para turistas.

### **Desde el punto de vista de la empresa**



En el caso de los servicios médicos, será necesario que exista la posibilidad de transmitir la información necesaria de los pacientes desde el lugar de origen al lugar de destino, independientemente del sistema sanitario. En caso de no ser esto posible, sería conveniente poder optar a sistemas de comunicación para casos especiales que permitan responder de manera adecuada según la situación de cada persona.



En cuanto a la atención policial y teniendo en cuenta sobre todo los factos de comunicación, deberían existir servicios especializados para personas no residentes que cuenten con una atención personalizada.

En definitiva, los servicios en relación a las actividades cotidianas, sin ser servicios habituales, deberían cumplir con las medidas de accesibilidad en los entornos edificados, tecnológicos y exteriores que reflejen la legislación vigente o equiparable a la accesibilidad de los destinos emisores.

### 3.3 POST VIAJE

#### **Desde el punto de vista del turista con necesidades de accesibilidad**

Todas las personas y en especial aquellas que tienen necesidades de accesibilidad esperan complacer su deseo por viajar y obtener una satisfactoria experiencia de su viaje.

Durante esta aventura, el turista con o sin necesidades de accesibilidad disfruta de cuatro etapas bien diferenciadas. Cualquier salida turística pasa por: ser imaginada, planificada, disfrutada y recordada.

Es fundamental que a lo largo de estas cuatro etapas el cliente o turista perciba que están siendo cubiertas todas sus necesidades y expectativas.

#### **Desde el punto de vista de la empresa**

Una vez finalizado el viaje del turista con o sin discapacidad, es competencia de las agencias de viajes seguir trabajando en mejorar la customer experience de sus clientes. Este trabajo supondrá para las agencias alcanzar la fidelización de los viajeros. El acompañar al turista durante todo su recorrido turístico (pre, durante y post viaje)



supone un valor añadido que mejorará su experiencia.

Es fundamental por parte de las compañías turísticas trabajar en esta última fase del proceso puesto que es en este momento cuando se termina de generar la imagen clara del perfil de sus clientes. Esta información es considerada extremadamente valiosa y útil para las agencias pues será la clave para afinar sus decisiones estratégicas y ofrecer posteriores experiencias personalizadas que se adapten mejor a las necesidades y preferencias de cada cliente.

Por tanto, llegados a este punto y con el objetivo de descubrir el nivel de satisfacción final del cliente, se ha de seguir cuidando la comunicación con el turista. Gracias a este punto se podrán identificar las flaquezas o descubrir elementos que pueden ser objeto de mejora, así como podrán conocerse otros aspectos como los servicios más valorados.

En definitiva, esta fase Post viaje puede considerarse una de las más importantes para las compañías del sector turístico. Estar pendiente de las cuatro etapas del viaje permite conocer cuál es la imagen y satisfacción de los turistas y generar por tanto información que pueda ser estudiada para la identificación de oportunidades como la personalización de la oferta, creación de estrategias y mejora de la experiencia turística.



## CONCLUSIONES

Las carencias de accesibilidad en el turismo han constituido durante varias décadas, una reivindicación por parte de los usuarios que ven interrumpida o imposibilitada sus posibilidades de disfrute y participación de la experiencia turística. La falta de accesibilidad condiciona las decisiones de viaje de las personas con discapacidad generando así la desatención y no explotación de este segmento poblacional.

Dado a que estas consecuencias han sido tiempo atrás largamente ignoradas por el sector turístico, la evolución más representativa constituye a la renovación del enfoque, no como las dificultades que una persona con necesidades de accesibilidad tiene que superar, sino como el trabajo que se ha de llevar a cabo para mitigar las carencias del sistema y las infraestructuras del sector turístico.

Por todo lo anterior, la accesibilidad se constituye como una herramienta que favorece la calidad turística, en la que la inversión y desarrollo de los destinos y organizaciones receptoras consagran además beneficios para el conjunto de la sociedad en la que se encuentran las personas con discapacidad.

En este sentido, la integración de la accesibilidad en los proyectos tanto públicos como privados asegura un menor empleo de recursos, pues al realizar un diseño universal de estos se omite una posterior rehabilitación o adaptación y con ello un mayor gasto, incrementando así la rentabilidad de tales destinos, productos y servicios.

Dado a que se prevé un crecimiento de la demanda en lo referente a productos y servicios experienciales, un incremento del gasto en salud y productos de bienestar que abarca cuidados de larga duración y un aumento de la demanda de productos conexos a la edad, es relevante considerar algunos puntos críticos que se exponen como mejoras transversales a todos

los servicios turísticos que suponen una problemática frecuente en la continuidad de la cadena de accesibilidad (antes, durante y después del viaje) como son:

- La implementación de Tecnología
- La falta de formación y sensibilización
- Las transiciones entre los distintos eslabones
- La experiencia personalizada frente a la masificación

Podemos concluir por tanto que, aunque se conoce la importancia de la aplicación de la accesibilidad para la industria turística y su sostenibilidad, y de que cada vez son mayores los esfuerzos por alcanzar una igualdad de oportunidades en esta materia, aún el camino a recorrer es arduo y extenso hasta conseguir una accesibilidad plena, un diseño del turismo universal y para todos que ofrezca calidad desde todas sus perspectivas.

