



ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovación para el turismo accesible
en Espacios Naturales y Rurales

Proyecto No: 2019-1-PL01-KA202-065140

Cómo abordar los requisitos del objetivo segmentos de clientes



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

El contenido de este documento ha sido elaborado íntegramente por el proyecto ACCESS-IT y refleja solo los puntos de vista de los autores. Por tanto, la EACEA y la Comisión Europea se abstiene de responsabilidades por ellos.

CC-BY-NC-SA



Este documento se puede copiar, reproducir o modificar de acuerdo con las reglas anteriores. Además, se debe hacer una referencia clara a un reconocimiento de los autores del documento y todas las partes aplicables del aviso de derechos de autor.

Reservados todos los derechos.

© Derechos de autor 2020 ACCESS-IT

Descargo de responsabilidad

Las opiniones representadas en este documento solo reflejan las opiniones de los autores y no las opiniones de la Unión Europea. La Unión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en este documento. Además, la información se proporciona „tal cual” y no se ofrece garantía alguna de que la información sea adecuada para un propósito en particular. El usuario de la información la utiliza bajo su propio riesgo y responsabilidad.

Socios del proyecto



Para obtener todos los detalles de los socios, visite <http://accessitpro.eu/#partners>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Tabla de contenido

1. El Qué	4
1.1. ¿Qué es un mercado objetivo?	4
1.2. Segmentar el mercado	5
1.3. Grupo objetivo	5
2. El Quién	6
3. El Cómo	7
3.1. Identificación de las necesidades de los grupos destinatarios	7
3.2. Abordar los requisitos de acceso relacionados con discapacidades físicas	7
3.2.1. Estacionamiento accesible	7
3.2.2. Vías de comunicación accesibles	7
3.2.3. Timbres, interruptores, botones de ascensor accesibles	8
3.2.4. Puertas accesibles	8
3.2.5. Aseos y baños accesibles	8
3.2.6. Asideros para facilitar el movimiento	8
3.2.7. Áreas de descanso	8
3.3. Abordar los requisitos de acceso relacionados con las deficiencias sensoriales	9
3.3.1. Estrategias de comunicación con personas con discapacidad auditiva	9
3.3.2. Sistema de bucle	9
3.3.3. Comunicación cara a cara con personas con discapacidad auditiva	10
3.3.4. Accesibilidad para animales	10
3.3.5. Estrategias de comunicación con personas con discapacidad visual	10
3.3.6. Comunicación cara a cara con personas con discapacidad visual	10
3.4. Abordar los requisitos de acceso relacionados con las deficiencias cognitivas	11
3.4.1. Información fácil de seguir	11
3.4.2. Tiempo y espacio amigables	11
3.4.3. Materiales de comunicación	12
3.5. Abordar los requisitos de acceso relacionados con las condiciones de salud a largo plazo	12
3.5.1. Oferta nutricional	12
3.5.2. Base de datos de contactos a especialistas	12
3.5.3. Está estrictamente prohibido fumar.	13
3.5.4. Rehabilitación y terapia	13
3.5.5. Voluntarios	13
4. Referencias	14

1. El Qué

Las actividades destinadas a desarrollar la oferta en el ámbito del turismo accesible contribuyen no solo al desarrollo de la oferta de instituciones o empresas individuales, sino que también fortalecen el atractivo de las regiones rurales y naturales a largo plazo.

Una oferta de turismo accesible debidamente preparada contribuye a potenciar el atractivo de los lugares y permite orientarlos a nuevos grupos destinatarios.

Sin embargo, es importante identificar adecuadamente a los destinatarios de los servicios turísticos accesibles y verificar que la oferta cumpla adecuadamente con las expectativas de los grupos de clientes con requisitos especiales.

En este contexto, es importante comprender conceptos como: mercado objetivo, segmentación del mercado, grupo objetivo.

1.1. ¿Qué es un mercado objetivo?

Un mercado objetivo se refiere a un grupo de clientes potenciales a los que una empresa quiere vender sus productos y servicios. Este grupo también incluye clientes específicos a los que una empresa dirige sus esfuerzos de marketing.

- Un mercado objetivo es una parte del mercado total de un bien o servicio.
- Los consumidores que conforman un mercado objetivo comparten características similares, incluida la geografía de compra, el poder adquisitivo, la demografía y los ingresos.
- Identificar el mercado objetivo es un paso fundamental para cualquier empresa en el desarrollo de un plan de marketing.
- No saber cuál es el mercado objetivo podría costar mucho dinero y tiempo para una empresa.



1.2. Segmentar el mercado

Cada mercado objetivo se puede dividir en grupos que se clasifican en función de diversas características. Estas características pueden ser la edad, el sexo, el lugar de residencia, los ingresos, el estado civil, la religión, el origen, etc. Se puede suponer que los consumidores que comparten características comunes, por ejemplo, tienen una edad similar, viven en el mismo espacio geográfico, tienen características similares, educación, y estarán interesados en comprar productos o servicios similares. Por tanto, la elaboración de la oferta de cada empresa debe tener en cuenta las características de sus potenciales clientes.

1.3. Grupo objetivo

El grupo objetivo es el grupo de clientes a los que se dirige directamente el servicio o producto. Los clientes clasificados en el grupo objetivo están vinculados por características comunes, como: edad, género, origen, lugar de residencia, educación, etc. A partir del análisis de las características comunes de los clientes, se puede asumir qué productos o servicios necesitarán para satisfacer necesidades específicas.

2. El Quién

Existen varios grupos de consumidores en el mercado de servicios turísticos. Se clasifican en función de necesidades específicas. También existen consumidores con preferencias especiales derivadas de la necesidad de un tipo específico de comunicación con el entorno, desplazamiento, obtención de información, especial atención a la salud física o mental, etc. Estas personas son el grupo objetivo del turismo accesible.

Hay cuatro subgrupos de clientes que buscan servicios de viaje accesibles:

- personas con requisitos de acceso relacionados con discapacidades físicas;
- personas con requisitos de acceso relacionados con discapacidades sensoriales (por ejemplo, visión, audición);
- personas con requisitos de acceso relacionados con deficiencias cognitivas;
- personas con requisitos de acceso relacionados con condiciones de salud a largo plazo.

Las instituciones que se identifiquen como accesibles deben analizar su oferta teniendo en cuenta estrictamente las necesidades especiales de las personas que representan a estos grupos.

Las instituciones que pueden estar interesadas en ampliar la oferta con servicios turísticos de accesibilidad pueden ser:

- hoteles, hostales, moteles, casas de vacaciones;
- agencias de información turística;
- instituciones culturales: centros comunitarios, teatros, cines, museos;
- restaurantes, cafés, bares, cafeterías;
- lugares de ocio: piscinas, gimnasios, parques infantiles, jardines, parques;
- lugares públicos: tiendas, baños, estacionamientos;
- agencias de viajes;
- otros.



3. El Cómo

3.1. Identificación de las necesidades de los grupos destinatarios

El deseo de crear un lugar que sea accesible para personas con necesidades especiales requiere un análisis detallado de las necesidades del grupo destinatario. El análisis de las necesidades del grupo objetivo debe diseñarse teniendo en cuenta la especificidad del lugar y sus posibles huéspedes. Vale la pena revisar la lista de pautas generales para la organización de las instalaciones disponibles que tienen en cuenta las necesidades de cuatro grupos destinatarios, personas con requisitos de acceso relacionados con:

- impedimentos físicos
- deficiencias sensoriales (por ejemplo, visión, audición)
- deterioro cognitivo
- condiciones de salud a largo plazo.

Una buena estrategia para verificar si una empresa o institución satisface las necesidades especiales de sus clientes es un análisis de accesibilidad. El material describe las instalaciones básicas, teniendo en cuenta las necesidades específicas de las personas pertenecientes a los cuatro grupos destinatarios.

3.2. Abordar los requisitos de acceso relacionados con discapacidades físicas

3.2.1. Estacionamiento accesible

La organización del espacio de estacionamiento disponible debe tener en cuenta el espacio de fácil acceso. Una ruta accesible debe estar adyacente al estacionamiento, permitiendo el acceso ininterrumpido al espacio de estacionamiento (acera, calle). Un espacio de estacionamiento debe permitir un fácil movimiento hacia el lugar al que pertenece. El estacionamiento debe estar debidamente señalizado.

3.2.2. Vías de comunicación accesibles

En las instalaciones (interior y exterior), deben existir vías de comunicación debidamente preparadas, por ejemplo, caminos o pasillos. Las rutas de viaje deben ser amplias. Debe

eliminarse cualquier obstáculo al movimiento. Si hay puertas en los caminos, deben estar automatizadas o equipadas con manetas accesibles para personas en sillas de ruedas.

3.2.3. Timbres, interruptores, botones de ascensor accesibles

El edificio accesible debe estar equipado en términos de timbres, interruptores de luz, contactos, botones de ascensor. Todos estos elementos deben ser accesibles para los usuarios de sillas de ruedas.

3.2.4. Puertas accesibles

Una muy buena solución es introducir puertas que se abran y cierren automáticamente. Si no es posible, por ejemplo, debido a los altos costos de tales soluciones, vale la pena verificar la ubicación de las manetas. Todas las manetas de las puertas del edificio deben ubicarse al alcance de las manos de las personas que utilicen una silla de ruedas. También es necesario asegurarse de que sean fáciles de usar y permitan que una persona con un agarre más débil abra la puerta.

3.2.5. Aseos y baños accesibles

Los aseos y baños del edificio deben ser lo suficientemente grandes para permitir que las personas en silla de ruedas se muevan. Se debe verificar la ubicación de los lavabos e inodoros para que se puedan usar cómodamente. El acceso a las cabinas de ducha debe ser posible para las personas con dificultades de movilidad. Merece la pena equipar la instalación con grifos y cisternas sin contacto. Si esto no es posible, deberían ser fáciles de operar.

3.2.6. Asideros para facilitar el movimiento

Vale la pena asegurarse de que las instalaciones de la instalación estén equipadas con asideros para facilitar el movimiento. Tales asideros son indispensables en baños y aseos. Pueden ser útiles en dormitorios, escaleras, pasillos.

3.2.7. Áreas de descanso

Proporcionar áreas de descanso dentro de las instalaciones será de valor para todos los visitantes. Si dicho espacio está equipado con sillones y sillas, deben diseñarse para usuarios con dificultades de movilidad. Es bueno si el espacio para descansar te permite dejar con seguridad el equipo que facilita el movimiento.



Lista de Verificación:

- ✓ La propiedad tiene estacionamiento disponible
- ✓ Vías de comunicación amplias y despejadas.
- ✓ Timbres, botones de ascensor, alarmas disponibles para personas con dificultades de movilidad
- ✓ Fijación de los lavabos e inodoros a la altura adecuada
- ✓ Baños espaciosos con acceso conveniente a una ducha
- ✓ Grifos y cisternas sin contacto
- ✓ El edificio está equipado con asideros que permiten el movimiento.
- ✓ Lugar común de descanso, adaptado a las necesidades de las personas con dificultades de movilidad.

3.3. Abordar los requisitos de acceso relacionados con las deficiencias sensoriales

3.3.1. Estrategias de comunicación con personas con discapacidad auditiva

Comuníquese con su asociación local de sordos para ponerse en contacto con intérpretes de lenguaje de signos o para recibir apoyo en el diseño de estrategias para comunicarse con personas sordas y personas con discapacidades auditivas. Si es posible, proporcione materiales informativos sobre la empresa o institución elaborados en lenguaje de signos. Si esto es difícil, es bueno preparar transcripciones de materiales fílmicos que se utilizan en la organización. Los subtítulos pueden ser útiles para que las personas con discapacidad auditiva reciban mensajes de video. Organizar cursos de formación en lenguaje de signos para los empleados de la empresa es una buena práctica. Si esto no es posible, se debe facilitar la comunicación escrita con personas con discapacidad auditiva.

3.3.2. Sistema de bucle

Un bucle de inducción de audio (a veces llamado bucle de audición) es un sistema que ayuda a las personas a comunicarse con personas con problemas de audición que usan audífonos. Es una especie de sistema de sonido especial. El bucle utiliza una señal inalámbrica magnética que es captada por el audífono y le ayuda a escuchar el sonido correctamente.

3.3.3. Comunicación cara a cara con personas con discapacidad auditiva

Difundir conocimientos al personal sobre buenas prácticas para comunicarse con personas sordas y con discapacidad auditiva. Aplicar buenas prácticas de comunicación, por ejemplo: mantener su rostro visible cuando habla con un lector de labios; preservación del contacto visual, hablar a la persona sorda o con problemas de audición, no al intérprete, usar el lenguaje corporal para enfatizar las declaraciones, adaptar el método de comunicación a la solicitud de una persona con una discapacidad auditiva (escrita o verbal), paciencia y respeto será la mejor forma de llegar a un acuerdo.

3.3.4. Accesibilidad para animales

Asegurar que una persona ciega pueda viajar con su perro guía. El perro debe poder acompañar a una persona ciega en todo momento. No puede exponerse a distracciones, por ejemplo, en forma de acoso de otras personas. El perro guía debe disponer de agua potable y un lugar de descanso cerca del acompañante.

3.3.5. Estrategias de comunicación con personas con discapacidad visual

Todos los materiales utilizados para comunicarse con los clientes deben ir acompañados de un comentario de audio o publicarse en Braille. Familiarícese con las reglas WCAG para la preparación de información escrita en un sitio web para personas con discapacidad visual (tamaño carta, antecedentes, comentarios verbales).

3.3.6. Comunicación cara a cara con personas con discapacidad visual

Difundir conocimientos al personal sobre buenas prácticas para comunicarse con personas ciegas y con discapacidad visual. Aplicar buenas prácticas de comunicación, por ejemplo: Respeto por el espacio del perro guía.

Antes de brindar ayuda, asegúrese de que sea necesaria. Otras buenas prácticas son: para comunicarse directamente con una persona con discapacidad visual, describir los eventos que tienen lugar durante la comunicación, crear un espacio seguro sin obstáculos y amenazas innecesarios, evitar factores estresantes innecesarios, por ejemplo, llegar tarde.



Lista de Verificación:

- ✓ La empresa cuenta con un sistema que apoya la comunicación con personas con discapacidad auditiva, por ejemplo, un sistema de bucle.
- ✓ Se transcribe contenido de video de la empresa
- ✓ La empresa estableció contacto con la asociación local de sordos.
- ✓ La empresa cuenta con materiales de información visual
- ✓ Los empleados conocen buenas prácticas para comunicarse con personas con discapacidad auditiva
- ✓ Al menos un empleado conoce los conceptos básicos del lenguaje de señas.
- ✓ El sitio web se desarrolló teniendo en cuenta las reglas WCAG.
- ✓ Los animales están permitidos en la institución o empresa.
- ✓ La empresa proporciona materiales de información en formato de audio y / o Braille.
- ✓ Los empleados conocen buenas prácticas para comunicarse con personas con discapacidad visual

3.4. Abordar los requisitos de acceso relacionados con las deficiencias cognitivas

3.4.1. Información fácil de seguir

Utilice estrategias de comunicación que sean sencillas y fáciles de entender. Si una persona tiene dificultades para concentrarse y recordar, vale la pena brindarle apoyo en forma de materiales gráficos de apoyo. Es fundamental guardarlos y permitir que la persona los conserve.

3.4.2. Tiempo y espacio amigables

Vale la pena brindar tiempo y espacio para la comunicación con personas con disfunciones cognitivas. El espacio debe estar libre de distracciones, lo que permite una conversación tranquila y sin estrés. La paciencia y el tiempo son fundamentales.

3.4.3. Materiales de comunicación

Vale la pena preparar un stock de materiales gráficos, cuadros y diagramas que puedan apoyar las conversaciones. El edificio y el área deben estar equipados con mensajes visuales simples para ayudarlo a comprender el propósito de lugares y equipos particulares.

Lista de Verificación:

- ✓ La empresa cuenta con material visual de apoyo a la comunicación.
- ✓ Las señales de lugares y equipos dentro y fuera del edificio son fáciles de entender y legibles.
- ✓ Hay un lugar libre de distracciones en la organización donde las personas pueden descansar o hablar en paz.
- ✓ Se han preparado materiales de información que el cliente puede conservar si es necesario.

3.5. Abordar los requisitos de acceso relacionados con las condiciones de salud a largo plazo

3.5.1. Oferta nutricional

Las personas que padecen enfermedades específicas a menudo necesitan una dieta adecuada. Algunas dietas requieren la exclusión de ciertos nutrientes. Esto a menudo requiere instalaciones de respaldo adecuadas en la cocina, por ejemplo, utensilios de cocina separados para cocinar y preparar comidas. Preparar una oferta de comidas dedicadas a clientes con necesidades especiales es un servicio solicitado.

3.5.2. Base de datos de contactos a especialistas

La cooperación con especialistas en diversos campos (por ejemplo, dietista, endocrino, inmunólogo, psiquiatra, psicólogo, etc.) puede brindar apoyo en una situación de crisis. Vale la pena informar que la institución colabora con especialistas específicos. Esto crea una sensación de seguridad tanto para el personal como para los clientes con enfermedades específicas, por ejemplo, depresión, diabetes, etc.

3.5.3. Está estrictamente prohibido fumar.

Es importante anunciar clara y categóricamente que está prohibido fumar dentro y alrededor del establecimiento. Además, vale la pena proporcionar sistemas que aseguren una alta calidad del aire en las instalaciones. Estos son ejemplos de soluciones que ayudan a las personas con dificultades respiratorias, por ejemplo, asmáticos.

3.5.4. Rehabilitación y terapia

Vale la pena presentar las posibilidades de implementar actividades de rehabilitación en la organización. Estas pueden ser, por ejemplo, actividades relacionadas con la rehabilitación física, pero también varios tipos de terapias: arteterapia, hipoterapia, terapia canina, etc.

3.5.5. Voluntarios

Vale la pena invitar voluntarios a cooperar. Los estudiantes de diversas facultades especializadas estarán encantados de adquirir experiencia y, en el marco de la cooperación con la organización, pueden apoyar el servicio de personas con enfermedades de larga duración, por ejemplo, durante la terapia o la rehabilitación.

Lista de Verificación:

- ✓ El equipo de cocina le permite preparar comidas para personas con necesidades nutricionales especiales.
- ✓ La empresa cuenta con una gama de comidas adaptadas a necesidades especiales.
- ✓ Existe una lista de especialistas que cooperan en la organización y se verifica periódicamente.
- ✓ La empresa puede proporcionar formas seleccionadas de rehabilitación y terapia.
- ✓ La organización asegura una calidad del aire adecuada
- ✓ La organización trabaja con voluntarios

4. Referencias

- www.investopedia.com/terms/t/target-market.asp
- <http://nda.ie/resources/accessibility-toolkit/make-your-services-more-accessible/#concentrating>
- www.hearinglink.org/
- www.hearinglink.org/living/loops-equipment/hearing-loops/what-is-a-hearing-loop/
- <https://patient.info/treatment-medication/living-with-a-long-term-condition>
- www.transdev.com/en/solutions/facilitating-access-to-a-city-centre-or-tourist-attraction/
- www.hearinglink.org/living/loops-equipment/hearing-loops/what-is-a-hearing-loop/
- www.unwto.org/es/accessibility





ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovación para el turismo accesible
en Espacios Naturales y Rurales

www.accessitpro.eu