ACCESS IT

**ACCESS-IT**

Innovación para el turismo accesible
en Espacios Naturales y Rurales

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

# Cómo desarrollar una oferta turística verdaderamente accesible y satisfacer la demanda

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.

Społeczna Akademia Nauk
University of Social Sciences

gal Molise
agenzia per lo sviluppo locale

EUROGITES

ECQ

UAB Universitat Autònoma de Barcelona

ENAT
European Network for Accessible Tourism

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

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Euro pea. Esta comunicación refleja únicamente las opiniones de los autores y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

# Tabla de contenido

**1. EL QUÉ** 4
**2. EL QUIÉN** 7
**3. EL CÓMO** 8
**4. Control de la calidad del servicio** 12
**5. Referencias** 14

# 1. EL QUÉ

Esta guía es un conjunto de herramientas de apoyo a las empresas para emprender un enfoque estratégico del desarrollo de servicios y productos turísticos accesibles, así como información sobre la accesibilidad. Tanto los gestores turísticos públicos como los privados y los propietarios de PYMES pueden utilizar este conjunto de herramientas para desarrollar o mejorar su conocimiento de los requisitos de acceso de sus clientes y adquirir nuevas habilidades para desarrollar e implementar soluciones accesibles y sostenibles, lo que podría ayudarles a aumentar su participación en el creciente mercado del turismo accesible. Esto también es especialmente importante para las empresas de las zonas naturales y rurales (ANR), donde la oferta accesible suele ser limitada.

El objetivo del **Turismo para Todos** es permitir que todo el mundo disfrute de experiencias turísticas en igualdad de condiciones. Esto significa que las personas con discapacidad o con otros requisitos específicos de acceso y sus familias deben tener la posibilidad de elegir dónde y cómo viajar, de forma independiente y con comodidad y seguridad, basándose en información y servicios fiables en toda la cadena de valor del turismo. Los turistas con necesidades específicas de acceso pueden tener dificultades en cualquier momento de su viaje, desde la primera planificación (recopilación y búsqueda de información), hasta la reserva, el viaje (en varios medios de transporte), el alojamiento, la visita a atracciones, lugares culturales, zonas urbanas o paisajes naturales, los restaurantes y cafés, las compras o la asistencia a una reunión o conferencia de negocios y el regreso a casa.

El „Viaje del Visitante", descrito en el Tema 1, puede utilizarse para identificar los puntos críticos de la cadena de servicios en los que suelen aparecer barreras de acceso (figura 1, abajo). En cada fase del viaje del visitante, los propietarios y gestores de las empresas son guiados para evaluar la accesibilidad de su oferta. A partir de estas evaluaciones, pueden comprender y decidir si es necesario realizar mejoras y adaptaciones en sus instalaciones y/o servicios existentes, con el fin de mejorar la accesibilidad de su oferta y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

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

El contenido de este documento ha sido producido íntegramente por el proyecto ACCESS-IT y refleja únicamente las opiniones de los autores. Por tanto, la EACEA y la Comisión Europea no tienen ninguna responsabilidad sobre ellos.

**Figura 1. El viaje del visitante**

Las fases del Viaje del Visitante son

- Planificación y reserva
- Viaje a/desde el destino/evento
- Alojamiento
- Comida y bebida
- Movilidad / Transporte local
- Actividades
- Compartir y recordar las experiencias.

En cada fase es importante identificar los requisitos específicos de accesibilidad de los clientes, en función de sus necesidades y preferencias, para minimizar las barreras de acceso y ofrecer servicios turísticos de alta calidad. Por lo tanto, es evidente que todos los gestores y el personal que desempeñan una función de servicio en cualquier parte del „viaje del visitante" deben tener los conocimientos, las habilidades y las competencias adecuadas para ofrecer dichos servicios a todos los visitantes.

## Diseño universal: la clave para diseñar servicios turísticos accesibles

Esencialmente, los servicios turísticos deben diseñarse para ser inclusivos, en la medida de lo posible sin necesidad de adaptaciones para los visitantes que puedan tener ciertas deficiencias o requisitos de acceso. El diseño de los servicios debe seguir el enfoque denominado „**Diseño Universal**", desarrollado en los Estados Unidos en la década de 1990.

> *„El diseño universal es el diseño de productos y entornos para que puedan ser utilizados por todas las personas, en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptación o diseño especializado.*
> *La intención del concepto de diseño universal es simplificar la vida de todos.*
> *El concepto de diseño universal se dirige a todas las personas de todas las edades, tamaños y capacidades".*
>
> *(Centro de Diseño Universal, Raleigh, NC, EE.UU.)*

El concepto de diseño universal se basa en 7 principios:

1. *Uso equitativo.* El diseño es útil y comercializable para personas con diversas capacidades. Por ejemplo, un sitio web diseñado para que sea accesible a todo el mundo, incluidas las personas ciegas, aplica este principio.
2. *Flexibilidad de uso.* El diseño se adapta a una amplia gama de preferencias y capacidades individuales. Un ejemplo es la disposición de mesas de altura regulable para las pausas de café en los eventos, que permiten a los visitantes estar sentados o de pie.
3. *Uso sencillo e intuitivo.* El uso del diseño es fácil de entender, independientemente de la experiencia, los conocimientos, las habilidades lingüísticas o el nivel de concentración del usuario. Las palancas de grifo de uso con una sola mano son un ejemplo de aplicación de este principio.
4. *Información perceptible.* El diseño comunica al usuario la información necesaria de forma eficaz, independientemente de las condiciones ambientales o de las capacidades sensoriales del usuario. Un ejemplo es cuando la información en zonas públicas ruidosas incluye subtítulos.
5. *Tolerancia al error.* El diseño minimiza los peligros y las consecuencias adversas de las acciones accidentales o involuntarias. Un ejemplo de producto que aplica este principio es un programa de software educativo que proporciona ayuda cuando el usuario realiza una selección inadecuada.
6. *Bajo esfuerzo físico.* El diseño puede utilizarse de forma eficiente y cómoda y con un mínimo de fatiga. Las puertas que son fáciles de abrir por personas con una amplia variedad de características físicas demuestran la aplicación de este principio.
7. *Tamaño y espacio de aproximación y uso.* Se proporciona un tamaño y un espacio adecuados para la aproximación, el alcance, la manipulación y el uso, independientemente del tamaño del cuerpo, la postura o la movilidad del usuario. Un ejemplo es un mostrador más bajo en una recepción, adecuado para los usuarios de sillas de ruedas.

La aplicación de los principios del diseño universal puede requerir la orientación de un especialista a la hora de planificar infraestructuras y servicios turísticos nuevos o mejorar los existentes.

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

El contenido de este documento ha sido producido íntegramente por el proyecto ACCESS-IT y refleja únicamente las opiniones de los autores. Por tanto, la EACEA y la Comisión Europea no tienen ninguna responsabilidad sobre ellos.

# 2. EL QUIÉN

Esta directriz se dirige a varios grupos de destinatarios, como los operadores turísticos y sus proveedores, los formadores de EFP, las organizaciones profesionales y los gestores de destinos. Todos estos grupos pueden beneficiarse de la comprensión de las necesidades de los clientes con requisitos de acceso específicos para garantizar que sus huéspedes reciban un servicio adecuado y de calidad, y al mismo tiempo demostrar por qué tiene sentido desde el punto de vista empresarial. La guía puede ser utilizada por los gestores y propietarios de PYMES para planificar y desarrollar sus servicios accesibles, y por los formadores para el diseño de cursos de formación profesional.

Más concretamente, la guía se dirige a:

- **Propietarios de pequeñas y medianas empresas (PYMES)**, por ejemplo, de servicios de alojamiento, alimentación y bebidas, que prestan servicios turísticos a los visitantes, incluidos los que tienen necesidades específicas de acceso como parte de su mercado objetivo
- **Directores de PYMES privadas o empresas públicas de turismo, incluidos los directores de atracciones turísticas (por ejemplo, museos, galerías)**, proporcionándoles un buen conocimiento de las necesidades de los visitantes, asesoramiento sobre la formación del personal, la importancia de eliminar las barreras de acceso y cómo desarrollar políticas de accesibilidad
- **Personal de primera línea**, para que pueda atender a los clientes con necesidades específicas de acceso
- **Facilitadores y formadores** que participan en la formación sobre turismo accesible
- **Responsables de la elaboración de políticas y estrategias turísticas** en las autoridades locales o regionales y en las organizaciones de gestión de destinos.

# 3. EL CÓMO

Hacer accesible la oferta turística no siempre requiere grandes cambios. A menudo, algunos pequeños cambios y una mayor concienciación sobre las posibles barreras de acceso pueden suponer una gran diferencia. El turismo accesible va más allá del acceso físico. Por ejemplo, tener un papel y un bolígrafo a mano en el mostrador de recepción puede ser útil para comunicarse con los visitantes que tienen problemas de audición o del habla. Proporcionar información y menús de restaurante en formato de letra grande es útil para las personas con deficiencias visuales.

El personal formado, que ha adquirido un conocimiento de las necesidades de acceso de los clientes, puede ofrecer un servicio de alta calidad anticipando y superando las posibles dificultades de los clientes.

Garantizar un buen acceso físico es de gran importancia a la hora de crear un destino o instalación adecuado para todos los visitantes. Esto se aplica tanto cuando se mejoran las instalaciones y servicios existentes como cuando se empieza „desde cero". El acceso físico incluye, por ejemplo, la creación de rutas de acceso a nivel (posiblemente por medio de rampas o rampas portátiles en los lugares existentes), la adición de una buena señalización, hacer que parte de un mostrador de recepción sea más bajo para permitir una fácil comunicación con las personas que utilizan una silla de ruedas, la instalación de aseos accesibles y la adición de marcas de contraste en las grandes puertas y ventanas de vidrio.

El desarrollo de una oferta turística accesible sigue 6 pasos clave, como se muestra en la figura 1.

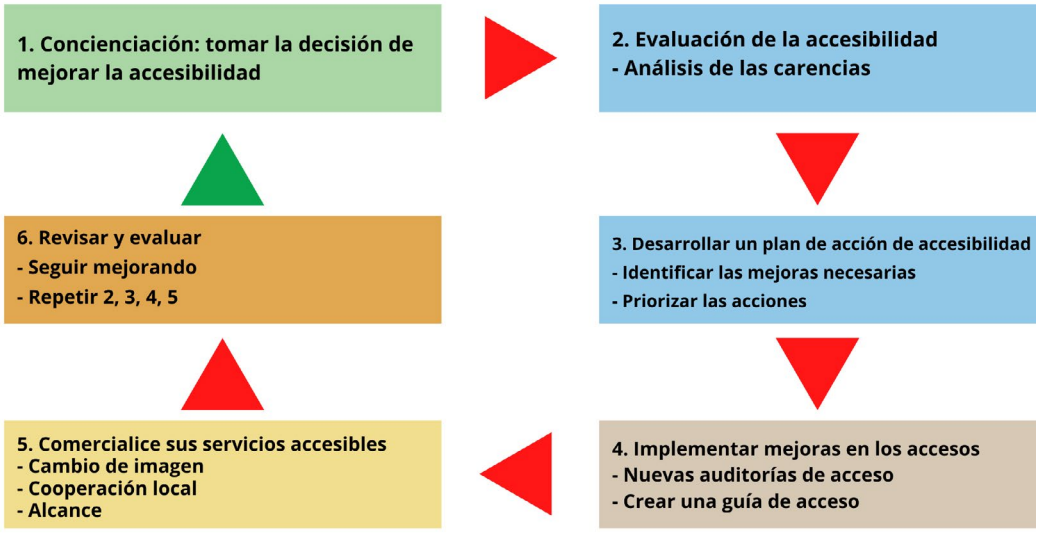


**Figura 1. Seis pasos para desarrollar servicios turísticos accesibles**

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

El contenido de este documento ha sido producido íntegramente por el proyecto ACCESS-IT y refleja únicamente las opiniones de los autores. Por tanto, la EACEA y la Comisión Europea no tienen ninguna responsabilidad sobre ellos.

## 1. Concienciación: tomar la decisión de mejorar la accesibilidad

El desarrollo de la concienciación depende de que los responsables de las empresas adquieran conocimientos y comprensión que les lleven a cambiar su actual modelo de negocio, priorizando la accesibilidad y la inclusión de todos los huéspedes. Esto incluye:

- Comprender las necesidades de los visitantes con discapacidades u otros requisitos de acceso específicos.
- Conocer el valor de los enfoques de diseño universal para crear ofertas adecuadas para todos los clientes, en gran medida sin necesidad de servicios especializados
- Comprender el mercado del turismo accesible y la necesidad de revisar las políticas y prácticas de la empresa para que los servicios sean accesibles para todos los clientes.

## 2. Evaluación de la accesibilidad (análisis de carencias) en relación con la experiencia completa del visitante en el establecimiento:

Conocer las barreras de acceso que los visitantes pueden encontrar en la oferta actual es una condición previa para entender cómo superarlas. Es necesario realizar una serie de auditorías de acceso:

- Evaluar la accesibilidad física - entorno e instalaciones
- Evaluar la accesibilidad de los servicios ofrecidos
- Evaluar la atención al cliente por parte del personal
- Evaluar el suministro de información sobre la accesibilidad de la oferta
- Evaluar la accesibilidad de los canales de información (sitio web, medios impresos, voz, etc.) para los distintos usuarios.

(NOTA: El tema 1 del curso de formación ACCESS-IT trata en detalle los métodos de evaluación de la accesibilidad).

## 3. Desarrollar un Plan de Acción de Accesibilidad para empezar a tomar medidas correctoras

### 3.1 Identificar las mejoras necesarias basándose en las evaluaciones

- Infraestructura física
- Servicios
- Formación del personal
- Información y comunicación

### 3.2 Priorizar las acciones

- Elaborar un calendario con planes a corto, medio y largo plazo para mejorar la formación del personal, las infraestructuras, las instalaciones, los servicios y la información/ marketing.
- Analizar los recursos necesarios para llevarlas a cabo:
  - Mejoras fáciles y de bajo coste
  - Mejoras que pueden realizarse durante el mantenimiento continuo y cambiando las rutinas de trabajo
  - Mejoras a mayor escala que requieren una planificación a largo plazo y una inversión de capital
- Identificar las fuentes de financiación y otros recursos que puedan ser necesarios (por ejemplo, formación del personal, consultores).

## 4. Implementar las mejoras de acceso

- Formar a los gerentes y al personal de la empresa en materia de concienciación sobre la discapacidad, requisitos de los usuarios, atención al cliente -interacción con los clientes-, diseño universal, accesibilidad y temas específicos relacionados con su función en la organización
- Establecer rutinas para el seguimiento y la mejora continua de la accesibilidad
- Llevar a cabo obras de infraestructura
- Lanzar nuevos servicios y evaluarlos con los usuarios
- Realizar nuevas auditorías de accesibilidad de los locales, instalaciones y servicios
- Utilizar las auditorías de acceso para crear una „Guía de acceso" que explique las características de accesibilidad de sus instalaciones y servicios a los clientes con necesidades específicas de acceso

## 5. Comercialice sus servicios accesibles

Destaque **la accesibilidad para todos** como una parte clave de su política empresarial y de su estrategia de marketing y comprométase con el mercado del turismo accesible:

- (Re-) haga la marca de la empresa/destino como „inclusiva y accesible para todos"
- Coopere con los proveedores locales y regionales para la comercialización conjunta de ofertas de turismo accesible
- Intente llegar a nuevos grupos objetivo

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

El contenido de este documento ha sido producido íntegramente por el proyecto ACCESS-IT y refleja únicamente las opiniones de los autores. Por tanto, la EACEA y la Comisión Europea no tienen ninguna responsabilidad sobre ellos.

## 6. Revisar y evaluar

- Revisar todos los aspectos de la oferta después de los puntos 4 (Aplicación) y 5 (Comercialización)
- Recoger las opiniones de los clientes y planificar las mejoras necesarias

Al planificar las mejoras de acceso, además de las medidas de acceso físico, las empresas deben considerar la mejora de la calidad de cada servicio individual.

En la figura 2 se ofrecen algunos ejemplos de servicios accesibles.

**INFORMACIÓN**

* La información turística debe ofrecerse en formatos accesibles y alternativos, como versiones digitales o en letra grande y audio.

**ASTISTENCIA**

* Asistencia de personal o voluntarios en lugares específicos o para determinadas actividades, por ejemplo, compras, acceso a la playa, servicio de portería para el equipaje.

**DIETA ESPECIAL**

*Proporcionar comidas para personas con alergias, diabetes, intolerancia alimentaria, etc.

**ALQUILER DE EQUIPAMENTO**

* El alquiler de coches puede incluir vehículos adaptados o servicios adicionales, como un scooter eléctrico transportable. También se pueden alquilar o prestar a los clientes sillas de ruedas para la playa, andadores, etc.

**Paquetes de actividades**

* Paquetes turísticos accesibles para todos los clientes.
* Sin costes adicionales para las personas con discapacidad.

**Figura 2. Ejemplos de prestación de servicios accesibles**

Para el desarrollo del Plan de Acción de Accesibilidad de la empresa, las empresas deben consultar las principales prioridades abordadas en las directrices de ACCESS IT en los Temas 1, 2, 4 y 5, que, en conjunto, proporcionan información detallada sobre cómo proporcionar servicios turísticos accesibles.

- ✓ **Tema 1.** ¿Cómo evaluar la accesibilidad de un producto/servicio turístico?
- ✓ **Tema 2.** ¿Cómo abordar los requisitos de los segmentos de clientes objetivo?
- ✓ **Tema 4.** ¿Cómo lanzar al mercado y promocionar un producto accesible?
- ✓ **Tema 5**. ¿Cómo involucrar a las partes interesadas en el desarrollo de productos accesibles?

# 4. Control de la calidad del servicio

En relación con el Paso 6 de las acciones descritas en esta directriz, Revisar y Evaluar, el objetivo del seguimiento de la calidad de los servicios a través de las opiniones de los visitantes es identificar tanto los puntos buenos como los malos que pueden indicar cómo se pueden mejorar o desarrollar los servicios.

En particular, el seguimiento de los servicios tiene por objeto examinar el grado de satisfacción de los turistas, con respecto a la infraestructura disponible y los servicios ofrecidos durante su estancia, y así identificar su percepción sobre el producto y los servicios ofrecidos por las PYME en una zona rural.

Las empresas pueden utilizar varios medios para recopilar información de los clientes, siendo los principales métodos las encuestas a los clientes y el „screening" de los sitios de medios sociales y de los sitios web de reseñas en los que aparecen las empresas turísticas, como TripAdvisor.

Las encuestas a los clientes deben ser normalmente cortas y sencillas de responder. Pueden abarcar las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el grupo objetivo y cuáles son sus necesidades específicas de acceso, si las hay?
- ¿Qué tipo de asistencia, en su caso, han necesitado (y utilizado) durante su estancia?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción del grupo destinatario con la infraestructura disponible y los servicios ofrecidos durante su estancia?
- Sugerencias para mejorar los servicios, la infraestructura y el transporte.

La encuesta puede constar de preguntas cerradas y de una pregunta abierta, en la que se pedirá a los participantes que aporten cualquier opinión o información que consideren útil para el seguimiento.

Puede consistir en preguntas con opciones de respuesta como casillas para marcar o botones de radio, con comentarios opcionales de „texto libre". Puede estructurarse en tres partes, como se muestra en el siguiente ejemplo.

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

El contenido de este documento ha sido producido íntegramente por el proyecto ACCESS-IT y refleja únicamente las opiniones de los autores. Por tanto, la EACEA y la Comisión Europea no tienen ninguna responsabilidad sobre ellos.

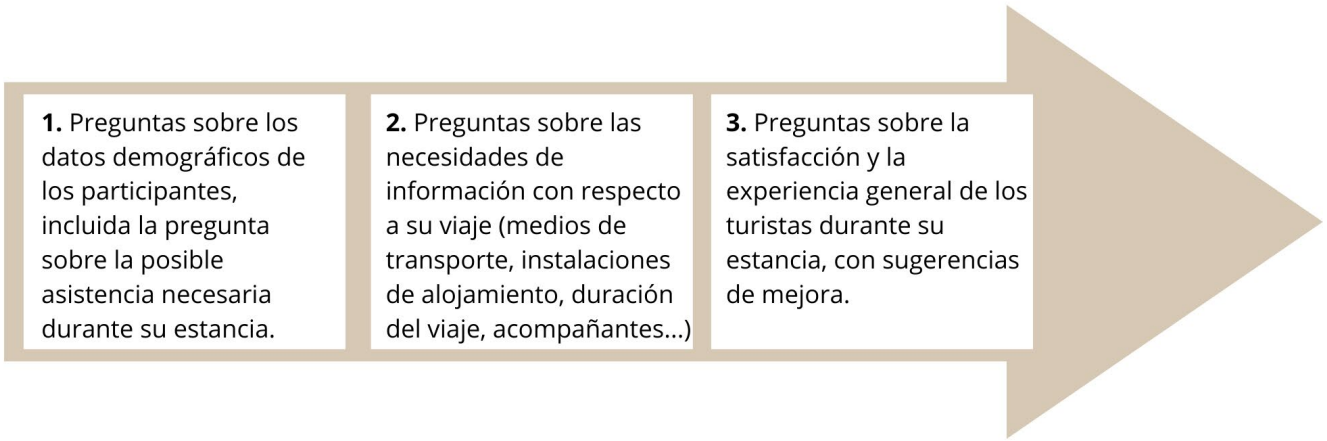


**Figura 3. Las tres partes de un cuestionario de seguimiento**

El seguimiento de los servicios turísticos debe identificar los tipos de necesidades de acceso que se presentan entre los individuos o grupos de visitantes a la empresa o zona rural. El cuestionario puede distribuirse en cada actividad/atracción/servicio/lugar de alojamiento. Se puede ofrecer ayuda para rellenar el formulario a los turistas con discapacidad, si es necesario.

Como alternativa, los visitantes pueden recibir el cuestionario de la encuesta por correo electrónico, para que puedan rellenarlo después de regresar a casa. La encuesta a los visitantes debe aclarar que el objetivo es identificar si la empresa rural puede satisfacer las expectativas de los visitantes en cuanto a su experiencia general y la accesibilidad de la infraestructura y los servicios, con la finalidad de introducir mejoras.

Los comentarios de los clientes deben tratarse como información confidencial, siguiendo el Reglamento General de Protección de Datos de la Comisión Europea.

Las empresas turísticas deben utilizar y revisar los canales de las redes sociales, como FaceBook, Instagram, YouTube y los sitios web de reseñas, como TripAdvisor, para recopilar la información publicada por los visitantes y, en caso necesario, dar respuesta a las preguntas o a las reseñas críticas.

Las reseñas positivas de los clientes sobre la accesibilidad de los servicios pueden ser información útil para los futuros huéspedes y se puede considerar su inclusión en el sitio web de la empresa o en la Guía de Acceso.

# 5. Referencias

ENAT Website
https://www.accessibletourism.org/

Darcy, S., & Dickson, T. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. Journal of Hospitality and Tourism Management, 16(1), 32-44.

New South Wales Government Website (Australia)
https://future.transport.nsw.gov.au/

Bettye Rose Connell, Mike Jones, Ron Mace, Jim Mueller, Abir Mullick, Elaine Ostroff, Jon Sanford, Ed Steinfeld, Molly Story, and Gregg Vanderheiden (1997).
The Principles of Universal Design
https://projects.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm

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

El contenido de este documento ha sido producido íntegramente por el proyecto ACCESS-IT y refleja únicamente las opiniones de los autores. Por tanto, la EACEA y la Comisión Europea no tienen ninguna responsabilidad sobre ellos.

ACCESS IT

**ACCESS-IT**

Innovación para el turismo accesible
en Espacios Naturales y Rurales

**www.accessitpro.eu**