ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovación para el turismo accesible
en Espacios Naturales y Rurales

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

Cómo llevar al mercado y promover un producto accesible

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 · 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.

Índice de contenidos

1. El Qué **4**
2. El Quién **5**
3. El Cómo **6**
3.1. Platformas 6
3.2. Páginas web 7
3.2.1. Información sobre la accesibilidad 7
3.2.2. Características de los sitios web accesibles 8
3.3. Medios sociales - Contenido 11
3.3.1. Texto accesible 12
3.3.2. Imágenes accesibles 13
3.3.3. Vídeos accesibles 14
3.4. Medios sociales - Canales 15
3.4.1. Blogs 15
3.4.2. Youtube 16
3.4.3. Grupos de Facebook 16
3.5. Correos electrónicos 16
3.6. Eventos en vivo 17
3.6.1. Ferias de turismo 17
3.6.2. Redes para el turismo accesible 18
3.6.3. Días de puertas abiertas 18
4. Citas interesantes **19**
5. Referencias **20**

1. El Qué

Las barreras de acceso pueden impedir que las empresas conecten con el gran público de personas con discapacidad. Deben reconsiderar sus esfuerzos de marketing para ampliar su alcance y mejorar la comunicación con la creciente población con necesidades especiales de acceso.

Se trata de un método importante para aumentar el conjunto de visitantes potenciales y la fidelidad a la marca de los clientes existentes. Además de maximizar las oportunidades de mercado, las empresas pueden ejercer una influencia positiva en la comunidad reconociendo las exclusiones y solucionándolas. Es necesario un enfoque más inclusivo en cuanto a la accesibilidad en las campañas de marketing.

Esta guía tratará de llenar las lagunas y destacar las prácticas para hacer que los materiales de marketing sean fácilmente accesibles para todos, incluidas las personas con discapacidad. El objetivo es ofrecer igualdad de oportunidades para que todos se conviertan en seguidores de su producto, servicio o empresa.

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 ha creado para todos los proveedores de servicios turísticos, que pueden ser tanto las autoridades locales como las empresas como las PYMES que ofrecen alojamiento, actividades y atracciones turísticas. Más concretamente, esta directriz va dirigida a:

- **Empleados** que forman parte del **equipo de marketing y comunicación**, y que se encargan de redactar y publicar información y material promocional para los sitios web (incluidos los PDF, vídeos, entradas de blog, infografías, contenidos descargables), la comunicación por correo electrónico y las redes sociales.
- **Empleados** encargados de **crear y diseñar sitios web y aplicaciones para proveedores de servicios turísticos**. Controlan la visualización y el diseño, por lo que tienen un impacto crucial en la capacidad de los usuarios para interactuar con el contenido. De ellos depende la accesibilidad del sitio web y/o de la aplicación.
- Otros empleados pueden encontrar las siguientes sugerencias útiles para dar a conocer sus instalaciones accesibles y ofrecer la misma accesibilidad a sus materiales de marketing.

3. El Cómo

Las empresas que ofrecen productos y servicios accesibles están en el buen camino para garantizar la accesibilidad para todos. Sin embargo, el primer paso es atraer al cliente adecuado. Para dar a conocer estas ofertas, las empresas deben seguir una correcta estrategia de marketing para promocionar sus instalaciones accesibles.

3.1. Platformas

Considere la posibilidad de compartir el sitio web de su empresa en diferentes **plataformas creadas especialmente para personas con necesidades específicas de acceso**. Existen varios sitios y foros de reseñas que ofrecen a las personas con discapacidad la posibilidad de compartir su opinión y experiencias sobre la accesibilidad de un determinado local. Ejemplos:

- TripAdvisor (Travelling with Disabilities Forum)
- Lonely Planet Forum
- ENAT Accessible Tourism Group on Facebook

Otro gran ejemplo es la guía de Euan: un sitio web y una aplicación en los que las empresas pueden compartir su información de acceso y los visitantes pueden compartir su opinión sobre el local o el evento. Para registrarse hay que responder a una breve lista de preguntas sobre la accesibilidad y subir fotos del local. Los comentarios de los visitantes anteriores son un gran recurso de marketing y pueden proporcionar comentarios constructivos que puede adoptar para hacer que su local sea aún más accesible.
https://www.euansguide.com/

Pantou es un sitio web en el que las empresas turísticas pueden promocionar sus servicios accesibles, ayudando a los visitantes con necesidades especiales de acceso a encontrar fácilmente un destino o servicio adecuado. **Para registrarse, los proveedores turísticos deben verificar la accesibilidad de sus servicios con la adhesión a un sistema de información sobre accesibilidad o rellenar y presentar una declaración de acceso de Pantou.** Se trata de un formulario de autodeclaración que proporciona a los visitantes potenciales información objetiva sobre los servicios e instalaciones ofrecidos. Figurar en el portal Pantou es **totalmente gratuito** y ayudará a que el servicio turístico sea **más inclusivo y accesible** para las personas con necesidades especiales de acceso.
https://pantou.org/

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.

3.2. Páginas web

A la hora de crear contenidos para su sitio web, blog o redes sociales, es importante garantizar que estos materiales sean accesibles para todos. Por ello, es esencial saber qué ajustes son necesarios para lograr este objetivo.

3.2.1. Información sobre la accesibilidad

Las personas con discapacidades confiarán en su sitio web para encontrar información sobre la accesibilidad y para evaluar si su empresa se ajusta a sus necesidades.

Para maximizar el potencial del mercado y mejorar la experiencia de los visitantes, es importante proporcionar información buena y fiable sobre la accesibilidad para las personas con necesidades especiales de acceso.

- **La información de acceso debe ser detallada, precisa y actualizada, además de fácil de encontrar.** Debe indicarse claramente en la página de inicio del sitio web y figurar en una sección específica, así como en todo el sitio web en otras secciones, por ejemplo, alojamiento, atracciones, restaurantes, etc.
- **Incluya fotografías de sus instalaciones accesibles** para que los invitados sepan qué esperar y puedan familiarizarse con su local, hotel, atracción o destino antes de llegar.
- **Una declaración de acceso** proporciona información sobre la accesibilidad de una instalación y/o servicio turístico, y puede ser una herramienta útil para los visitantes (potenciales) con discapacidades y para aquellos con requisitos de acceso específicos (causados por la edad, la enfermedad o los problemas de salud de larga duración, la falta de dominio del idioma o incluso las diferencias culturales, y por tanto no siempre visibles).
- La presentación de **itinerarios sugeridos adaptados e información adicional** puede ayudar a las personas con necesidades de acceso a planificar su visita, por ejemplo, **opciones de transporte con información de acceso** relevante, como detalles sobre **la accesibilidad del transporte público, aparcamiento accesible**, etc.
- Considere la posibilidad de representar **una diversidad de visitantes en las imágenes que aparecen en su sitio web**. Las fotografías que incluyan a personas con necesidades especiales de acceso no solo le dan la oportunidad de mostrar sus servicios de acceso, sino que también es una forma de ilustrar su dedicación a la **igualdad y la inclusión**.
- Los **testimonios de visitantes anteriores** ayudarán a disminuir la incertidumbre y son especialmente valorados por los viajeros con discapacidad.

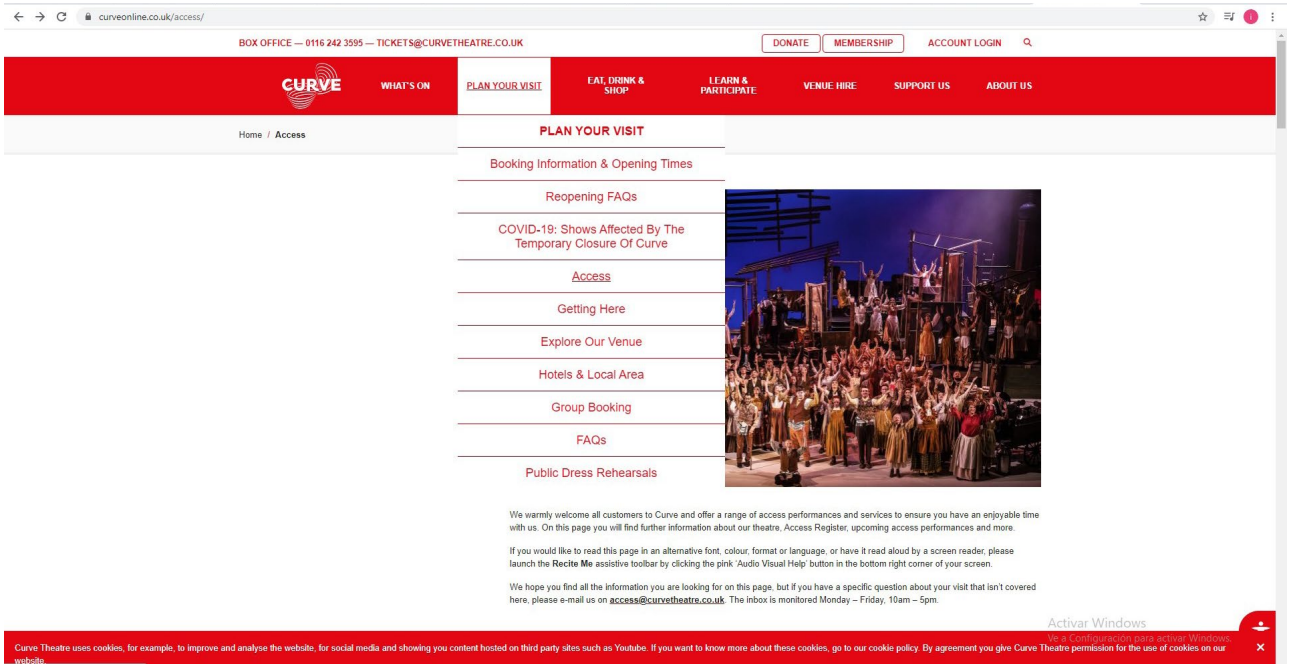
3.2.2. Características de los sitios web accesibles

No sólo debe proporcionar información adecuada sobre la accesibilidad de su local, sino que su sitio web también debe presentarse de forma accesible.

- Su contenido debe ser accesible en **diferentes formatos**, para adaptarse a todas las necesidades (por ejemplo, posibilidad de **letra más grande**, proporcionar **fotos y símbolos** para las personas que no hablan el idioma y las personas con problemas de aprendizaje). Deben estar disponibles diferentes formatos para distintos dispositivos (teléfono, tableta, ordenador) y también debe ofrecer información específica, como su declaración de acceso, en archivos descargables.
- Su contenido debe estar **organizado y formateado de manera** que pueda ser **traducido correctamente por los lectores de pantalla, como VoiceOver, JAWS y Chromevox**.
- Ofrezca a sus visitantes la posibilidad de **ajustar la visualización, la fuente y el tamaño de la letra del sitio web** según sus necesidades.
- **Probar manualmente** la accesibilidad de su sitio web es crucial para garantizar su usabilidad para las personas con discapacidad. Para que el proceso de prueba sea completo y exhaustivo, se recomienda realizar **tres ciclos de prueba diferentes**: uno con un lector de pantalla (sin vista), otro sin altavoces ni micrófonos (sin sonido) y otro sin ratón.

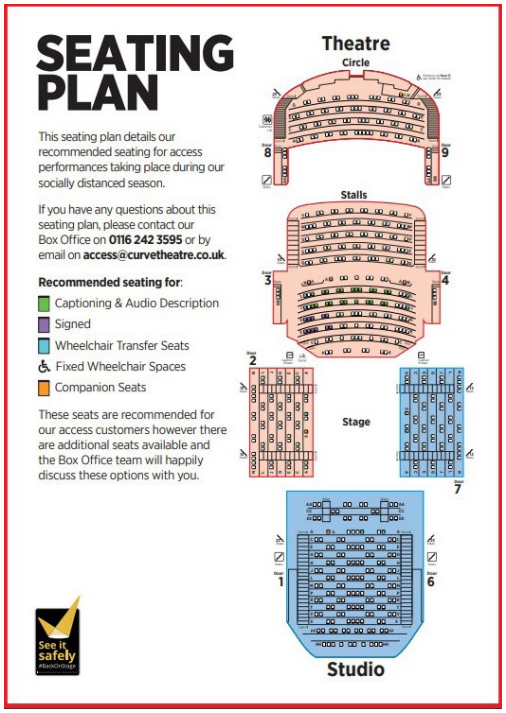
Buenos ejemplos de sitios web accesibles

1. https://www.curveonline.co.uk/access/



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.



Un ejemplo de sitio web accesible es el de Curve, un teatro de Leicester, en el Reino Unido.

La información sobre accesibilidad está claramente señalizada en la página de inicio y ofrece detalles sobre los diferentes requisitos de acceso (acceso en silla de ruedas, aseos y aparcamiento accesibles, perros de asistencia, etc.).

Se muestra un plano detallado del recinto y se indican los asientos recomendados para los invitados con diferentes discapacidades.

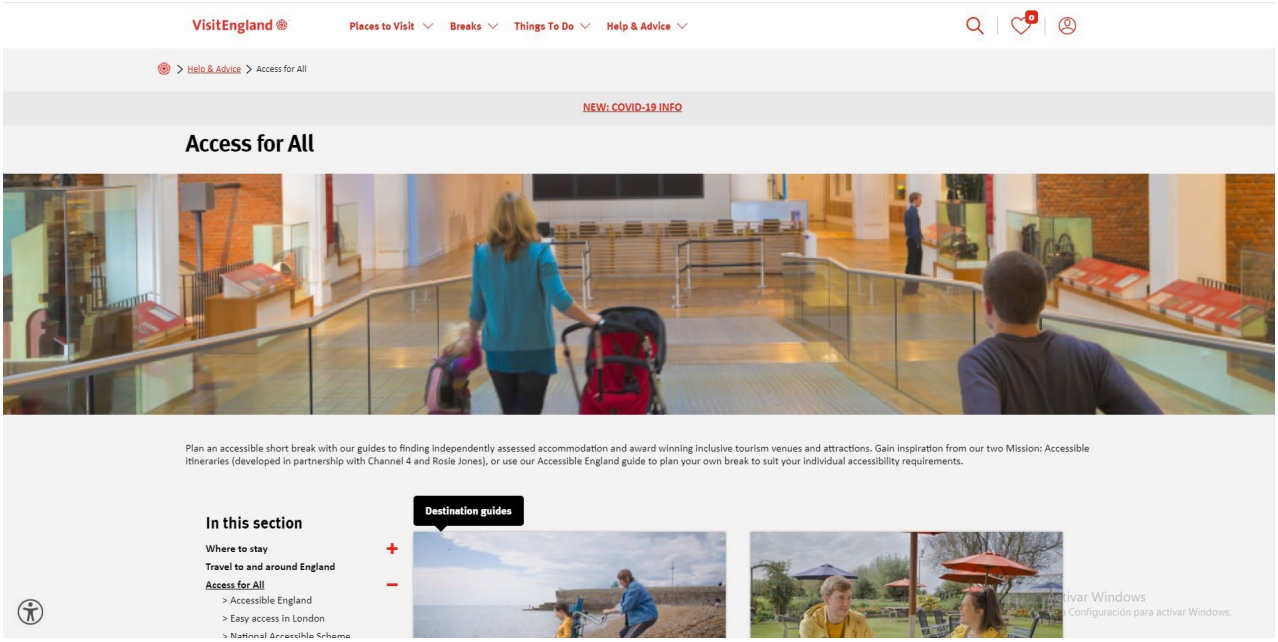
El Teatro de la Curva también dispone de una dirección de correo electrónico de atención al cliente especialmente dedicada a las consultas relacionadas con la accesibilidad.

Además, el sitio web cuenta con una barra de herramientas de accesibilidad „Recite Me", que ofrece a los visitantes la posibilidad de leer el texto en voz alta, ajustar el tamaño y la fuente del texto, cambiar los colores del sitio web y también incluye herramientas de traducción.

Todas estas características tienen en cuenta diferentes tipos de discapacidades (cognitivas, visuales, etc.) y dan a los usuarios la posibilidad de personalizar completamente el sitio web según sus necesidades.

2. https://www.visitscotland.org/supporting-your-business/marketing-toolkits/accessible-inclusive-tourism

Como autoridad nacional de turismo de Inglaterra, **Visit England da** mucha importancia al turismo accesible, como puede verse en su sitio web. **El sitio web ofrece una amplia gama de opciones de transporte y alojamiento y actividades para los visitantes con necesidades especiales de acceso. Sus itinerarios sugeridos incluyen imágenes de visitantes con discapacidad, lo que animará a los posibles huéspedes a reservar.** La **lista detallada de recursos** y los enlaces útiles ayudarán a los visitantes con necesidades de acceso a planificar sus viajes.



Visit England también cuenta con una **barra de herramientas de asistencia para personalizar el sitio web según las necesidades de los visitantes**. Ofrece la posibilidad de **navegar con el teclado** y los usuarios pueden **ajustar la fuente y el tamaño** junto con el **contraste y los colores del contenido**.

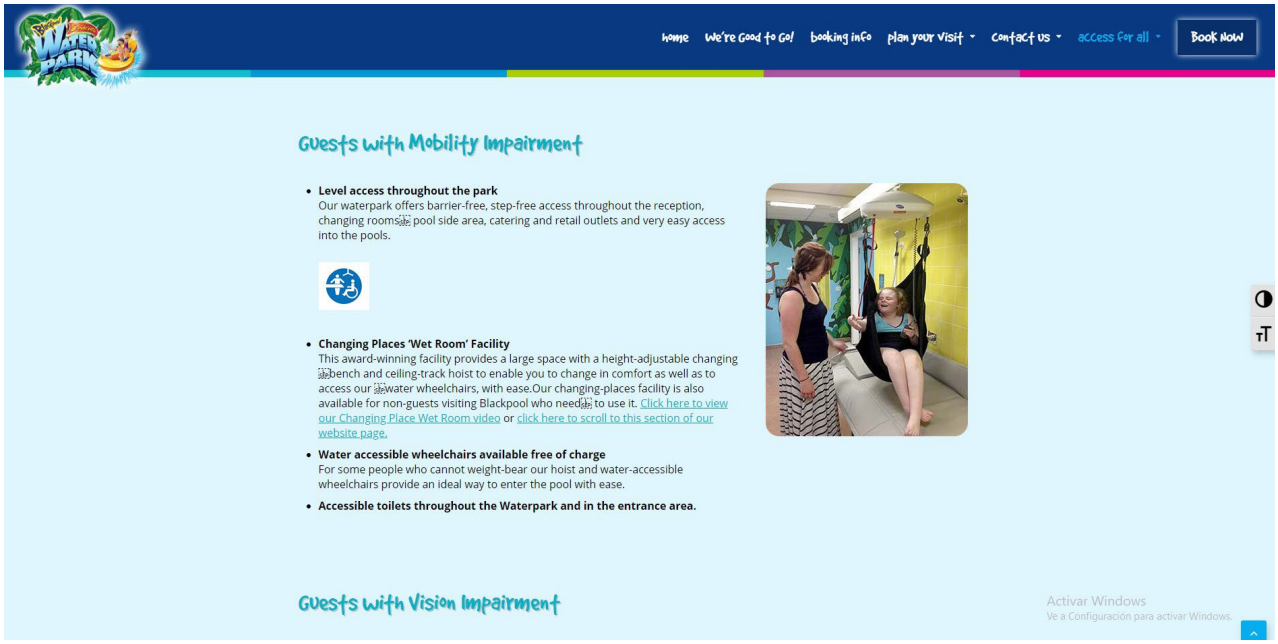
3. https://www.sandcastle-waterpark.co.uk/access-for-all/

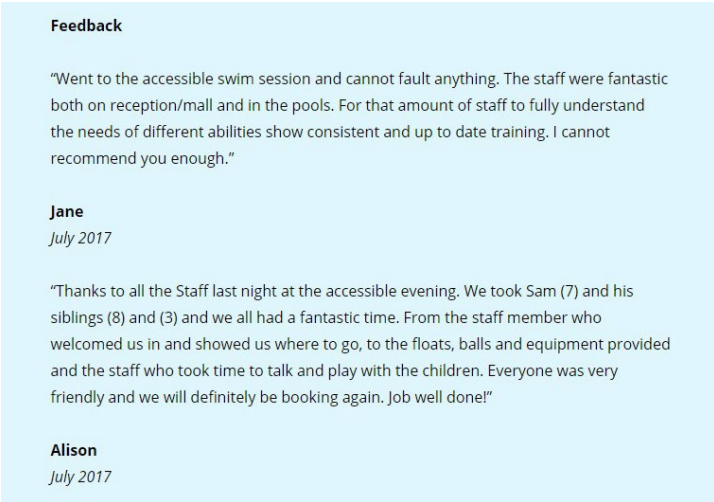
El sitio web de Sandcastle Waterpark ofrece **mucha información sobre la accesibilidad, organizada por diferentes discapacidades** (problemas de movilidad, problemas de visión y audición, autismo) y **muchas fotos de las instalaciones**.

La declaración de acceso está disponible en diferentes formatos y se puede descargar (audio, PDF). En la captura de pantalla se puede ver cómo se incluye una **descripción del enlace**, para que los visitantes que utilicen lectores de pantalla puedan saber qué esperar al hacer clic en el enlace.

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.





Feedback

"Went to the accessible swim session and cannot fault anything. The staff were fantastic both on reception/mall and in the pools. For that amount of staff to fully understand the needs of different abilities show consistent and up to date training. I cannot recommend you enough."

Jane
July 2017

"Thanks to all the Staff last night at the accessible evening. We took Sam (7) and his siblings (8) and (3) and we all had a fantastic time. From the staff member who welcomed us in and showed us where to go, to the floats, balls and equipment provided and the staff who took time to talk and play with the children. Everyone was very friendly and we will definitely be booking again. Job well done!"

Alison
July 2017

La página web de accesibilidad también muestra algunas **reseñas positivas de visitantes anteriores**, lo que es una **gran manera de aumentar la confianza y animar a los huéspedes potenciales a visitarla**.

Los usuarios tienen la posibilidad de **ver y descargar el folleto general y los menús de comida de los restaurantes en letra grande**.

Los futuros visitantes pueden utilizar la **función de visita virtual o ver el vídeo de accesibilidad** (en el que se muestran todas las instalaciones accesibles) para familiarizarse con el parque.

3.3. Medios sociales - Contenido

No sólo su sitio web debe ser accesible, su estrategia en las redes sociales también debe tener en cuenta la accesibilidad.

Las redes sociales ofrecen una gran herramienta para interactuar y comprometerse con su público y construir una comunidad. Responder a las solicitudes de información y otros comentarios creará un **sentimiento de confianza y reforzará la fidelidad de su público**.

El marketing en las redes sociales que es inclusivo en su contenido es indispensable para maximizar su alcance y compromiso con su audiencia.

El siguiente párrafo le proporcionará formas de aumentar la accesibilidad de sus publicaciones en las redes sociales.

3.3.1. Texto accesible

- Utilice **un lenguaje sencillo** y mantenga las **frases cortas** para aumentar la legibilidad y la retención.
- Al utilizar acrónimos y abreviaturas, escríbalos primero (con la abreviatura entre paréntesis).
- **Limite el uso de emojis y GIFs**, ya que estos elementos pueden ser difíciles de entender para la gente y podrían confundir a las personas que utilizan lectores de pantalla.
- **Evite utilizar caracteres o fuentes especiales** y asegúrese de que el tamaño de la fuente es el adecuado para aumentar la legibilidad.
- Ten en cuenta cómo leerán tu publicación las tecnologías de asistencia como VoiceOver, ya que elementos como **los hashtags y las menciones @ pueden ser perturbadores** en tu texto.
- Cuando utilice colores, asegúrese de que **el texto tenga un alto contraste de color con respecto al fondo**.

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.

- Para cumplir con las **normas AA de las Directrices de Accesibilidad al Contenido en la Web (WCAG)**, debe utilizar una relación de contraste de al menos 4:5:1. Aún mejor sería una relación de contraste de al menos 7:1, un requisito para cumplir con las normas de **nivel AAA**.
- https://webaim.org/resources/contrastchecker/ **es una herramienta útil para comprobar su contraste y ver si se ajusta a las normas WCAG**.

3.3.2. Imágenes accesibles

- Incluya **leyendas descriptivas y texto alternativo** (también conocido como „texto alternativo") con sus fotos, ya que los lectores de pantalla y las herramientas de asistencia las utilizarán para explicar la imagen a los usuarios ciegos o con baja visión. La descripción debe transmitir brevemente el contenido de la imagen, y si la foto incluye un texto o color que es fundamental para entenderla, también debe mencionarse.
- Recuerda utilizar **un alto contraste de color** y aprovecha herramientas útiles como Color Oracle, que simula el daltonismo, para comprobar si tu imagen es accesible para todos.
- Los **rótulos o símbolos claros**, además del color, pueden ayudar a transmitir el significado de los gráficos, cuadros y diagramas.
- Evite colocar texto sobre las imágenes.

**** Consejo útil ****

¿Cómo añadir texto alternativo en tu post de instagram?

1. Después de subir la imagen, toca la configuración avanzada en la parte inferior de la pantalla.
2. Pulse „Escribir texto Alt".
3. Añade tu texto alternativo en la caja y guarda.

3.3.3. Vídeos accesibles

- **Los subtítulos** son necesarios para que sus vídeos sean accesibles a los espectadores con problemas de audición, pero también son útiles para los usuarios en entornos sin sonido y los que los ven en un idioma no nativo. Muchos canales de redes sociales ofrecen subtítulos autogenerados (cuya exactitud debe comprobarse siempre), así como la posibilidad de escribirlos tú mismo.
- Se requieren **transcripciones escritas** de sus vídeos que describen tanto el audio como los elementos visuales del vídeo para explicar el contenido a las personas ciegas y sordas.

Buen ejemplo de vídeos accesibles

https://www.youtube.com/watch?v=rjXwje--5lg&feature=youtu.be

El Patronato de Turismo Accesible de Cataluña ha creado vídeos que son casos ejemplares de material de marketing accesible. Sus vídeos incluyen **subtítulos claros y fáciles de leer**, junto con un **traductor de lengua de signos, y muestran a personas con necesidades especiales de acceso disfrutando de diversas actividades en Cataluña**.

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.

3.4. Medios sociales - Canales

Navegar por las fotos de las vacaciones de los amigos en Facebook e Instagram es algo más que un entretenimiento: a menudo inspira a otros a realizar un futuro viaje. En 2018, cerca de un tercio de los viajeros estadounidenses visitaron las plataformas de las redes sociales cuando se plantearon un viaje.

Las diferentes plataformas de medios sociales influyen en los usuarios de distintas maneras. Por ejemplo, las fotos de amigos en Facebook afectan a más del 50% de los planes de viaje de los usuarios. El hecho de que un lugar sea „instagramable" también es importante. El 40% de los millennials británicos tienen en cuenta si un lugar es digno de ser fotografiado a la hora de decidir dónde ir.

En Pinterest, miles de tableros contienen las palabras „inspiración para viajar". Muchos de estos tableros no tienen un destino específico, sino que muestran la posibilidad de un viaje. Esto suele llevar a una mayor investigación y, en última instancia, a una reserva.

En las redes sociales es donde muchos viajeros se enteran por primera vez de nuevas marcas y destinos. Puede que no busquen información específica, pero están expuestos a este contenido en su feed. Los visitantes de un lugar accesible pueden ser importantes „influenciadores", destacando las características que apoyan a los turistas con necesidades de acceso.

Los canales de las redes sociales y los blogs de personas con discapacidad pueden ser una buena forma de que los viajeros con necesidades especiales de acceso obtengan información fiable y útil sobre sus viajes. Los proveedores de servicios turísticos que deseen promocionar sus servicios accesibles pueden dirigirse a determinados blogueros y pedirles que publiquen artículos de opinión sobre sus instalaciones.

3.4.1. Blogs

1. **Martin Sibley**: al vivir con Atrofia Muscular Espinal, Martin Sibley viaja por el mundo y escribe sobre sus viajes y destinos turísticos accesibles para usuarios de sillas de ruedas http://martynsibley.com/about-me/
2. **Sin bordillos con Cory Lee**: Ofrece información sobre destinos vacacionales accesibles en silla de ruedas y cosas que hacer, dónde comer y alojarse, etc. https://curbfreewithcorylee.com/
3. **Blog de viajes „Todo es posible":** Glenda Watson Hyatt, que vive con paliacia cerebral, escribe sobre sus viajes. https://anythingispossibletravel.com/
4. **The Bimblers:** es uno de los principales blogs del Reino Unido sobre discapacidades y sobre cómo vivir con enfermedades crónicas, y ofrece reseñas sobre accesibilidad

y experiencias de viaje, así como consejos para personas con discapacidades. https://www.thebimblers.com/

5. **Aventuras de Rexy:** Ed, diagnosticado como sordo a los 5 años, describe sus experiencias viajando por el mundo de forma independiente y ofrece reseñas de destinos. https://rexyedventures.com/
6. **Simply Emma** ofrece a sus lectores consejos sobre viajes accesibles y comparte historias personales con guías de viajes accesibles, reseñas de alojamientos, reseñas de eventos en directo, consejos de viaje y recursos. También tiene un canal de YouTube donde comparte vlogs de viajes. https://www.simplyemma.co.uk/
7. **El viajero crónico:** Jenny Wren escribe sobre los viajes con enfermedades crónicas, discapacidades y enfermedades invisibles, y comparte experiencias honestas sobre los viajes con EII, específicamente. El blog se creó para concienciar sobre las enfermedades crónicas y animar a los demás. https://thechronictraveller.com/

3.4.2. Youtube

1. **Wheels no Heels:** Gemma Hubbard comparte sus experiencias como usuaria de silla de ruedas y, aunque no se centra totalmente en los viajes, su canal tiene algunos vlogs sobre viajes accesibles (por ejemplo, la accesibilidad de los parques de Disney). https://www.youtube.com/channel/UCNP1tYcve1MtivJtDjHsO-g

3.4.3. Grupos de Facebook

1. **Travel Club Accesible** https://www.facebook.com/groups/AccessibleTravelClub
2. **Turismo accesible** https://www.facebook.com/groups/accessibletourism

3.5. Correos electrónicos

Se pueden hacer cambios sencillos en sus correos electrónicos para eliminar las barreras de acceso para sus clientes con discapacidad. Estas prácticas no solo aumentarán la accesibilidad para los usuarios discapacitados, sino que mejorarán la usabilidad en general para todos los usuarios, ya que te ayudarán a crear un contenido más lógico y legible.

- Asegúrese de que su correo electrónico se **muestra en el orden previsto**, independientemente del dispositivo utilizado. Presentar su correo electrónico en un orden lógico y correcto, permite a las personas que utilizan lectores de pantalla recibir y entender el contenido.

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.

- Aumente la participación utilizando **una línea de asunto breve pero descriptiva y significativa** para sus correos electrónicos. Es lo primero que verán sus suscriptores (o escucharán, si utilizan un lector de pantalla) y determina en gran medida si abrirán su correo electrónico o no.
- Tenga en cuenta **el contraste de colores y el tamaño de la letra**.
- Proporcione **alternativas de texto** cuando su correo electrónico contenga imágenes.
- Cuando incluya **enlaces** en su correo electrónico, asegúrese de que el texto del enlace informa a sus suscriptores de lo que aparecerá cuando hagan clic en él. Absténgase de utilizar un texto de enlace genérico y vago como „Haga clic aquí". En su lugar, elija algo como **„Haga clic aquí para descubrir nuestros productos"**. Esto es más significativo y permite a los suscriptores saber qué esperar.
- El uso de **elementos de encabezamiento HTML (como <h1> y <h2>)** en su código también puede ser útil para las personas que utilizan lectores de pantalla con el fin de determinar las partes más importantes de su contenido, entender cómo las diferentes piezas de información se relacionan entre sí, y encontrar la información que están buscando con facilidad y rapidez.

3.6. Eventos en vivo

3.6.1. Ferias de turismo

Participar en ferias es una forma estupenda de promocionar su negocio entre futuros clientes potenciales. Existe una amplia gama de ferias comerciales internacionales, como la ITB de Berlín o FITUR en Madrid. Para las organizaciones más pequeñas, se recomienda buscar en las ferias nacionales, por ejemplo Hungexpo en Hungría o Tourest para los países nórdicos.

Participe también en otros eventos, o cree su propia iniciativa. Por ejemplo, muestre sus disposiciones de acceso organizando una jornada de puertas abiertas para personas discapacitadas, para que exploren y prueben sus instalaciones.

Aquí tiene una lista útil de ferias/organizaciones/eventos a los que podría considerar asistir.

Ferias de turismo en general (no especializadas en turismo accesible)
Ferias internacionales:

- **ITB Berlin** - https://itb.com/
- **FITUR: International Tourism Trade Fair in Madrid** - https://ifema.es/en/fitur/

Ferias locales:

- Hungary: **Hungexpo** - https://utazas.hungexpo.hu/en
- Nordic countries: **Tourest** - https://tourest.eu/eng/

Especializada en turismo accesible:

- **International Congress on Accessibility at Smart Tourism Destinations** https://congreso.tur4all.com/en/

3.6.2. Redes para el turismo accesible

Unirse a redes especializadas en turismo accesible puede tener muchas ventajas para su organización, ya que puede **dar a conocer su empresa y sus actividades**, pero también le ofrece la posibilidad de obtener **asesoramiento y formación especializados de expertos en la materia. La Red Europea de Turismo Accesible (ENAT)** es un gran recurso para crear redes y asociaciones con organizaciones afines de todo el mundo.

Unirse a la ENAT le dará acceso a participar en **grupos de trabajo, talleres y conferencias**, que pueden ayudarle a posicionar su empresa como pionera en el sector del turismo accesible.

Las redes nacionales, como **Red Estable para las organizaciones españolas**, también pueden ser valiosas para impulsar la visibilidad de su organización a **nivel nacional**.

3.6.3. Días de puertas abiertas

Colaborar **con grupos y clubes de la comunidad local** e invitarlos a una **jornada de puertas abiertas** puede ser otra buena forma de demostrar su accesibilidad a los clientes potenciales.

Esto les da la oportunidad de explorar y pasear por su local y familiarizarse con él, lo que aumenta las posibilidades de que vuelvan a visitarlo en el futuro. Además, puede ser útil para recoger opiniones sobre tus puntos fuertes y permitirte descubrir qué se puede mejorar.

Invite a sus visitantes a compartir sus **opiniones y pensamientos** sobre su contenido, y **adopte y aprenda de sus comentarios**. Sus puntos de vista serán muy valiosos para su estrategia de marketing cuando intente mejorar su accesibilidad.

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.

4. Citas interesantes

*****

„Las personas con discapacidad confían aún más en los sitios web, los blogs y las redes sociales, ya que buscan información adicional sobre las condiciones de acceso de sus viajes."

*****

„Pero además, el mercado del turismo accesible incluye a las personas mayores con deficiencias relacionadas con la edad, como la limitación de la movilidad, la capacidad de recibir y procesar información, la desorientación espacial y temporal, la dificultad para hablar, leer, escribir o comprender palabras, etc. No obstante, también hay que tener en cuenta a los niños, las mujeres embarazadas, las personas con alergias, asma y/o intolerancias alimentarias, las personas con lesiones, los cuidadores de personas con discapacidad, las personas con carritos y cochecitos o con equipaje, los residentes locales, los extranjeros, etc."

*****

„Las fotografías que representan una diversidad de visitantes contribuyen a aumentar la confianza en la visita. Destacar los testimonios de visitantes anteriores. La información „de boca en boca" es especialmente valorada por los viajeros discapacitados. Los testimonios pueden utilizarse en otros canales de marketing y en sus redes sociales. Incluya a las personas con discapacidad en su marketing general y en sus imágenes"

*****

Extraído de:
www.easpd.eu
https://rb.gy/gvimnd

¿Quiere saber más sobre las buenas prácticas, el impacto económico y las pautas de viaje del turismo accesible en Europa?
Haga clic aquí para descargar el folleto - https://bit.ly/3sRqOV4

5. Referencias

- https://advertiseonbing-blob.azureedge.net/blob/bingads/media/library/insight/moder-marketing-is-accessible-marketing/accessibility-marketing_gbl.pdf
- https://blog.hootsuite.com/inclusive-design-social-media/
- https://campaignmonitor.com/resources/guides/accessibility/#link
- https://dbswebsite.com/web-accessibility/best-practices/social-media-accessibility/
  https://deque.com/blog/experts-deques-approach-web-accessibility/
  https://disabledaccessday.com/news/how-do-you-market-your-accessibility
- https://easpd.eu/sites/default/files/sites/default/files/guidelines_for_the_implementation_of_a_customezied_accessible_tourism_program.with_disclaimer.pdf
- https://emailonacid.com/blog/article/email-development/email-accessibilty-in-2017/
- https://europewithoutbarriers.eu/download/21_Dimitrios-Buhalis.pdf
- https://forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/12/07/how-to-put-accessibility-at-the-forefront-of-marketing/?sh=22bb66567831
- https://mailchimp.com/help/accessibility-in-email-marketing/
- https://pantou.org/access-statement
- https://practicalecommerce.com/Accessibility-and-Social-Media
- https://siteimprove.com/en/blog/how-to-be-more-accessible-on-social-media/
- https://visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/winning_more_visitors.pdf

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