ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovación para el turismo accesible en Espacios Naturales y Rurales

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

Cómo involucrar a los agentes interesados en el desarrollo de productos accesibles

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.

Tabla de contenido

1. El Qué **4**
2. El Quién **5**
3. El Cómo **6**
3.1. Razones de participación 6
3.2. Beneficios de la participación 6
3.3. Identificación de grupos de interés 7
3.4. Formas de involucrar a las partes interesadas 8
3.5. Planificación del proceso participativo 9
3.6. Propuesta de participación entre diferentes grupos de interés 10
3.6.1. Cooperación con las DMO's 11
3.6.2. Asociarse y establecer contactos con empresas locales 13
3.6.3. Desarrollo de ofertas conjuntas 13
3.6.4. Organización de campañas de sensibilización 14
3.6.5. Recaudación de fondos 16
4. Referencias **17**

1. El Qué

El desarrollo de productos y servicios turísticos accesibles debe contar con la participación de todos los agentes involucrados para asegurar una correcta concepción, implementación y comercialización de los mismos.

La participación conjunta de los grupos de interés se basa en relaciones voluntarias y colaborativas entre las distintas partes, tanto públicas como privadas, en las que todos acuerdan trabajar juntos para lograr un propósito común o emprender una tarea específica y compartir riesgos y responsabilidades, recursos y beneficios.

El resultado de la cooperación con otras partes interesadas puede resultar en una mayor competitividad, proyección de mercado y reducción de la inversión (por ejemplo, para garantizar la accesibilidad, las empresas y asociaciones pueden realizar compras conjuntas de equipos de apoyo con la participación de la administración pública).

Se espera que las asociaciones de múltiples agentes interesados desempeñen un papel importante en el logro del Objetivo de Desarrollo Sostenible 17."Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible". Reconoce estas asociaciones (partnerships) como vehículos importantes para movilizar y compartir conocimientos, experiencias, tecnologías y recursos financieros para apoyar el logro de los ODS en todos los países.

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

Desarrollar un turismo accesible e inclusivo requiere un proceso de co-creación por parte de todas las partes interesadas, incluidos varios niveles de participación, con una amplia percepción y colaboración para diseñar productos y servicios accesibles.

Los principales agentes que deben colaborar para lograr el máximo nivel de accesibilidad en toda la cadena de consumo turístico son:

- **Organizaciones de personas con discapacidad / ONG:** Asociaciones nacionales de personas con discapacidad, fundaciones, entidades locales, ONG e incluso personas interesadas en participar. (P.ej. CERMI[ii], Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad)
- **Agencias gubernamentales:** Ayuntamientos, entidades supramunicipales, autonómicas, autonómicas, nacionales, europeas y globales.
- **Instituciones académicas:** instituciones de educación preuniversitaria, centros de formación profesional, universidades e instituciones de investigación.
- **Sector privado:** Pymes en el ámbito del alojamiento, los servicios, la restauración, el transporte y las actividades de ocio. También asociaciones y confederaciones de emprendedores del sector turístico (Ej. TURALCAT[iii], Confederación de Turismo Rural y Agroturismo de Cataluña)

Es importante recordar que la participación del grupo de usuarios con requisitos de acceso es indispensable en la definición de un nuevo producto o servicio turístico accesible.

3. El Cómo

A la hora de definir un nuevo producto o servicio, es importante sentar las bases de la participación y definir correctamente el proceso para asegurar su éxito.

Es un proceso que aporta grandes beneficios a las empresas pero que requiere anticipar su elaboración: identificación de los grupos de interés, la forma de participación, la elaboración de un plan y su ejecución.

3.1. Razones de participación

Si miramos el enfoque tradicional de consulta pública, la decisión la toma un pequeño grupo de personas y posteriormente se transmite al público. Por otro lado, en un enfoque participativo inclusivo, todas las partes involucradas participan en la toma de decisiones. Se abordan los problemas reales y se toman decisiones bien informadas para resolverlos.

> *El uso del conocimiento, las opiniones y las ideas de un grupo más amplio genera capital social, enriquece la discusión y conduce a resultados mejor informados, mejor comprendidos y respaldados (Pound, 2008).*

Este proceso implica involucrar a las partes interesadas en una etapa temprana cuando las opciones están abiertas y pueden influir en el resultado. (Bahadorestani, A., Naderpajouh, N. y Sadiq, R., 2020). Todos comparten conocimientos e ideas y tienen la posibilidad de incorporarlos en la decisión final.

3.2. Beneficios de la participación

Un proceso de participación gestionado adecuadamente proporciona varios beneficios para todas las partes involucradas. Dependiendo de cada caso veremos beneficios específicos, pero en general conduce a decisiones mejor informadas y respaldadas, resultando en una situación en la que todas las partes ganan, así como en ahorro de tiempo y dinero.

Los beneficios clave de un proceso de participación de las partes interesadas bien planificado e implementado son:

Decisiones informadas: un buen proceso permite recolectar diferentes formas de conocimiento de los participantes, generando así una inteligencia colectiva

Propiedad: La participación en el proceso genera aceptación y apoyo activo para la implementación por parte de todas las partes involucradas.

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.

Cambio duradero: El hecho de formar parte de un grupo y ser parte activa en la toma de decisiones y su implementación genera una pertenencia al grupo que garantiza resultados positivos y beneficios a largo plazo.

Gestión de posibles conflictos: Al involucrar a las partes interesadas en una etapa temprana, cuando las opciones aún están abiertas y son flexibles, es posible identificar conflictos potenciales o reales y trabajar activamente para resolverlos.

Costos reducidos: El proceso de participación implica una inversión en tiempo y dinero que es baja dado que a largo plazo se traduce en una implementación más rápida y fluida. También permite un ahorro en campañas de marketing y eventos promocionales ya que los participantes se convierten en los primeros prescriptores del producto y / o servicio.

La participación de las partes interesadas es un principio subyacente en todas las acciones tomadas en un proceso; no es solo un método o una técnica que se utiliza en un evento con un propósito determinado. Estos principios incluyen inclusión, transparencia, apertura y claridad, independencia, compromiso y capacidad de respuesta.

3.3. Identificación de grupos de interés

Cuando consideramos crear un proceso participativo, el primer paso es la identificación de los grupos de interés.

Una vez identificadas, es muy importante pasar a analizar los roles e intereses de los miembros de los diferentes grupos, y en base a ello definir qué queremos lograr y cuál es la forma más adecuada de involucrar a esos grupos.

> **Importante:** *Cada uno de los interesados se debe involucrar en el proceso de participación de una manera concreta y singular y esto debe ajustarse durante la evolución del proceso.*

Preguntas útiles para identificar a las partes interesadas:

- ¿Qué organizaciones o personas tienen interés en planificar un turismo accesible?
- ¿Quiénes son las personas que los representan?
- ¿Cuál es la información / conocimiento que necesitan?
- ¿Quiénes se verán afectados directamente por los resultados del evento / proyecto?
- ¿Quién es directamente responsable de tomar decisiones sobre los temas discutidos?
- ¿Quién influye en esta cuestión a nivel de la región / organización?

- ¿Quién no estuvo involucrado pero debería haber estado involucrado?
- ¿Quiénes son los impulsores o “agitadores” clave que pueden ayudar a impulsar aún más los resultados y las decisiones?
- ¿Y quiénes son los oponentes o „bloqueadores”?

Recuerde que nunca encontraremos el mismo nivel de participación para todos los interesados a lo largo del proceso. También es importante considerar el poder de diferentes grupos o individuos para influir en las decisiones y el nivel de su interés en el tema en cuestión.

3.4. Formas de involucrar a las partes interesadas

Existen diferentes enfoques para involucrar a las partes interesadas en los procesos de planificación, toma de decisiones e implementación.

Los grupos de interés pueden participar de diferentes formas:

- Compartiendo información
- Recabando información
- Siendo consultados
- En la toma de decisiones compartida

Es posible realizar un evento participativo en el que se dan las tres formas de participación:

- Recopilación de información: los participantes no tienen ninguna influencia sobre cómo se utiliza la información.
- Consulta: los participantes aportan sus puntos de vista y estos se transmiten a los tomadores de decisiones.
- Toma de decisiones compartida: los participantes ayudan directamente en la toma de decisiones

Para implementar el enfoque integrador en la práctica, debemos considerar a los diversos interesados y sus diferentes puntos de vista, opiniones y enfoques.

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.

3.5. Planificación del proceso participativo

Un proceso participativo con los diferentes grupos de interés requiere una cuidadosa planificación y definición de dicho proceso, sus propósitos, las actividades que realizaremos y los roles de las personas incluidas.

Antes de empezar

El enfoque colaborativo significa reconocer que uno mismo es un actor entre muchos y para que se tomen las mejores decisiones, otras voces deben participar en la discusión. Hemos visto anteriormente que hay muchos beneficios al involucrar a las partes interesadas, pero las organizaciones deben pensar detenidamente en las implicaciones antes de decidir ser parte de un proceso participativo.

> **Proceso participativo:** *proceso en el que definimos nuestra forma de involucrar a los grupos de interés en un campo de acción deseado. Definimos el propósito del proceso, los resultados deseados, las actividades y la cantidad de eventos que implementaremos, quiénes estarán involucrados, etc.*

Invitar a las personas a participar debe ser porque existe una oportunidad genuina para que influyan en el resultado. La participación no debe utilizarse para confirmar decisiones que ya se han tomado. Si las personas piensan que su tiempo se ha desperdiciado en talleres mal administrados, o que su asistencia no influye en el resultado, perderán la confianza y el respeto por las organizaciones en cuestión.

Cualquier empresa u organización que quiera iniciar un proceso participativo y buscar involucrar a los grupos de interés, debe tener claro el propósito y cuál será el resultado de su participación en el proceso general de toma de decisiones. Como hemos indicado en el punto anterior, existen diferentes formas de participar con distintos resultados en el proyecto. Así, los agentes deben conocer esta información desde el inicio para garantizar el éxito del proceso participativo.

Desarrollar un plan de participación de las partes interesadas

Una recomendación clave es desarrollar un plan de participación de las partes interesadas que especifique actividades, métodos, tiempos, roles, responsabilidades, informes y recursos necesarios para cumplir con los objetivos identificados de participación de las partes interesadas.

El plan debe ser reconocido por las partes interesadas y, para ello, debe ser puesto en su conocimiento y motivado a revisarlo con el objetivo de aumentar la probabilidad de que cumpla con la finalidad y los objetivos previstos.

La clave para un proceso exitoso radica en una buena preparación.

Una vez que se decide involucrar a las partes interesadas en un proceso participativo, es crucial comenzar con una planificación y preparación cuidadosas. La planificación del proceso participativo contiene varios pasos, que no varían según el tipo de proyecto, el tiempo o el número de participantes.

El plan de participación debe dividirse en 5 secciones:

1. Comprender la situación: propósito y resultados
2. Planificación de procesos: plan de acción
3. Diseño de eventos: planificación, implementación y seguimiento
4. Planificación de tareas o sesiones
5. Organización práctica

3.6. Propuesta de participación entre diferentes grupos de interés

Para abordar el problema de la participación de las partes interesadas y definir un plan eficaz, una cuestión clave es tener una comprensión adecuada de los aspectos específicos de cada región.

Dado que el sector turístico puede tener varias estructuras de actores que brindan la experiencia turística de los visitantes, un buen conocimiento de las asociaciones de la región proporcionaría una base sobre la que se puede construir la iniciativa de turismo accesible.

La Figura 1 muestra un ejemplo de proceso de colaboración de los diferentes actores que participan en un contexto turístico. Se definen tres cuestiones importantes que deben superarse respondiendo a preguntas específicas:

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.

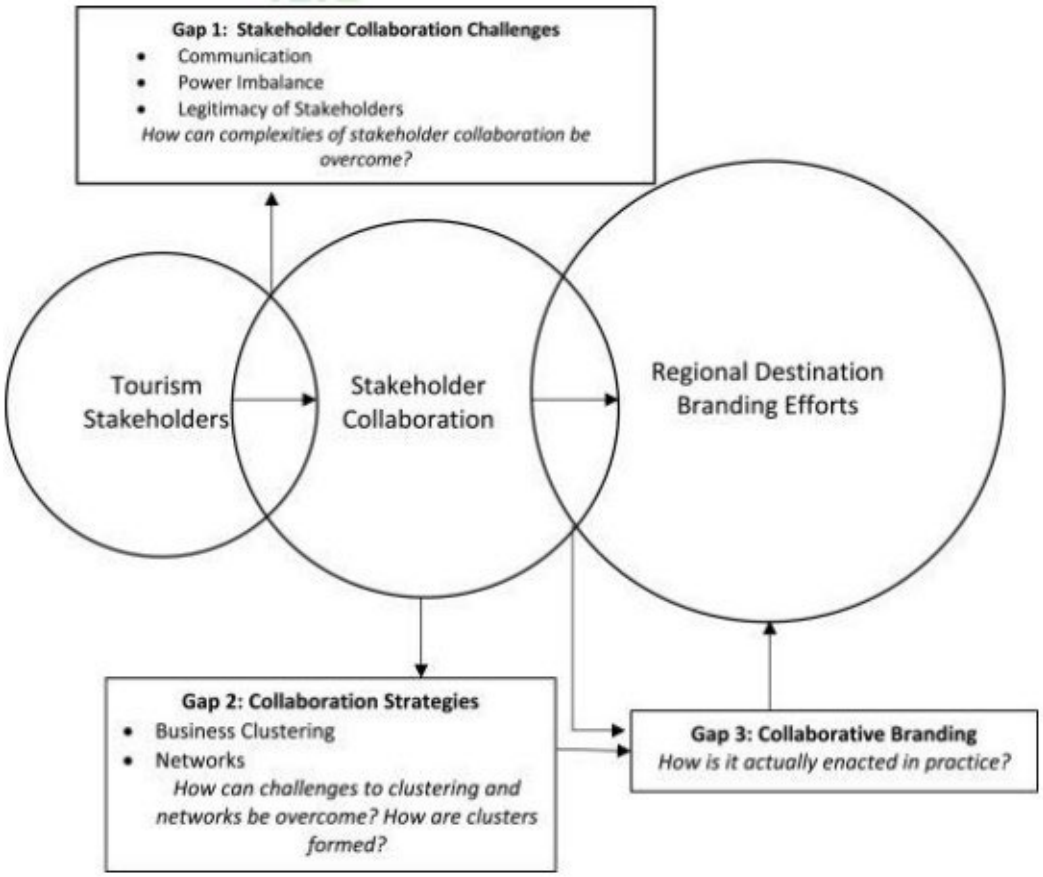

Figura 1: Colaboración de los actores interesados en la creación de marca del destino [iv]

Las asociaciones nuevas y existentes pueden describirse como redes y clústeres. Las redes suelen estar formadas por empresas del mismo sector, por ejemplo, redes de productores de vino. Los clústeres se componen de diferentes negocios que sirven para una necesidad general, por ejemplo, un clúster de turismo unifica a los proveedores de diferentes servicios para los turistas.

3.6.1. Cooperación con las DMO's

Dependiendo de la madurez de un destino turístico, es posible que se dedique una estructura separada para la coordinación y gestión de iniciativas comunes con respecto al turismo, lo que se conoce como DMO (Destination Management Organization).
Por lo general, estas organizaciones se ocupan de la promoción y comercialización del producto turístico del destino. Dichas organizaciones pueden tener competencia para formar la política turística y coordinar los esfuerzos de los actores turísticos en su búsqueda para hacer que el destino sea más atractivo para los turistas y ofrecer una experiencia de alta calidad. Si tal organización separada no existe, por lo general, las funciones de coordinación y comercialización están dentro de la competencia de las autoridades públicas locales.

En la Figura 2 se ofrece un ejemplo del marco de organización de marketing y gestión de destinos.

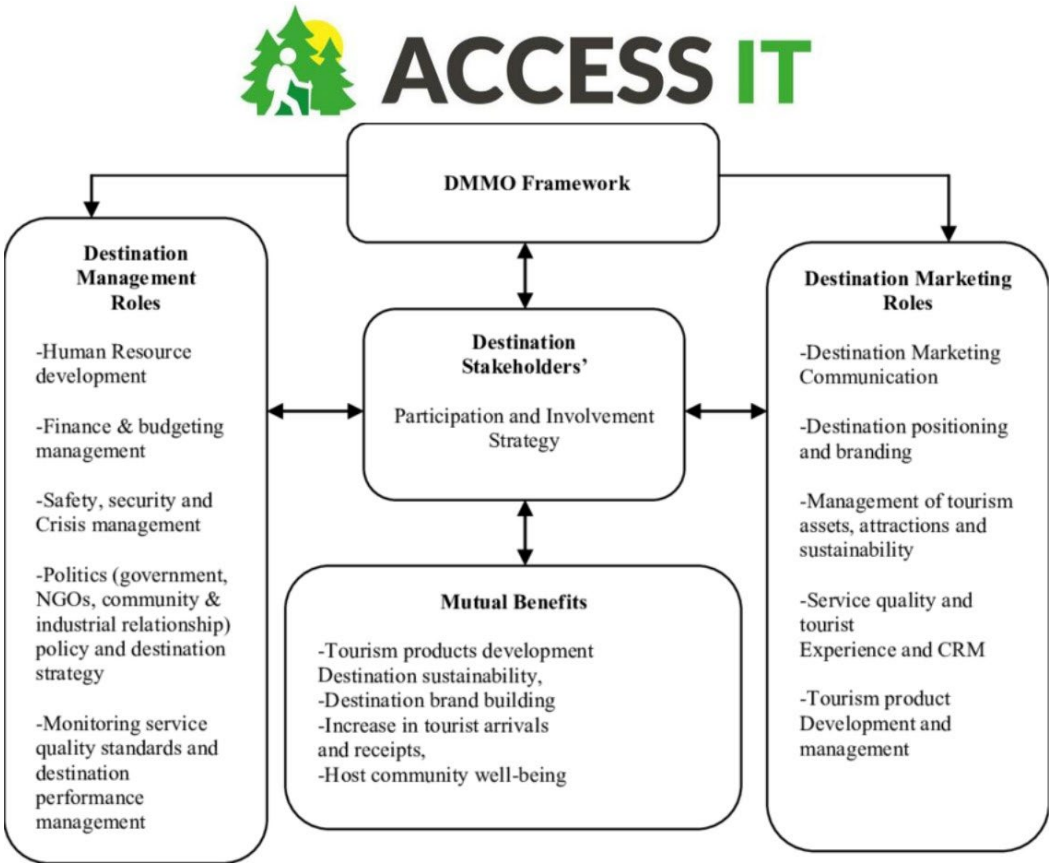

Figura 2 Marco de organización de marketing y gestión de destinos (DMMO).[v]

Una iniciativa de turismo accesible exitosa debe tener en cuenta la estructura específica y las asociaciones existentes que se ocupan de la gestión y coordinación del turismo.

Ejemplo:

El Ayuntamiento de Madrid, junto con Predif (ONG que representa a las personas con discapacidad) y otras organizaciones turísticas, ha desarrollado la **Guía de viaje accesible**, que contiene información sobre lugares turísticos para visitantes con discapacidad. La Guía está diseñada para ayudar a los turistas a planificar su visita a Madrid, ya sea por vacaciones o por negocios, proporcionando información sobre recorridos accesibles, consejos útiles, museos, teatros, cines, restaurantes, etc.

En la ciudad sitio web oficial de turismo hay una sección dedicada a Madrid accesible[vi].

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.

3.6.2. Asociarse y establecer contactos con empresas locales

Excepto en el caso ideal en el que exista una Organización de gestión y marketing de destinos bien desarrollada y sea capaz de incluir el objetivo del turismo accesible en su marco, la realidad generalmente comprende asociaciones y redes fragmentadas entre diferentes actores locales. El peor escenario es que tales asociaciones no existen a nivel local y los actores del turismo tienen sus propios canales de realización de productos turísticos. Dependiendo de la situación, el enfoque utilizado para involucrar a las empresas locales deberá incluir algunas o todas las siguientes estrategias:

- incorporar la iniciativa de turismo accesible dentro de un organismo de coordinación de turismo local existente, por ejemplo, DMMO, asociación de hoteleros locales, red de empresas ecológicas;
- identificar empresas colaborativas para que formen parte de una red de turismo accesible local;
- entrevistar a empresas independientes para identificar a sus competidores y buscar puntos en común entre ellos que puedan servir como incentivos para la cooperación.

Ejemplo:

A medida que los negocios reabren, o se preparan para reabrir, luego de cierres debido a COVID-19, la Ciudad de Fresno reconoce la necesidad de ayudar a las pequeñas empresas con sus esfuerzos de cumplimiento de accesibilidad. La Ciudad está proporcionando a las pequeñas empresas elegibles servicios de inspección de Especialistas Certificados en Accesibilidad (CASp) gratuitos. Un CASp puede inspeccionar una empresa en busca de problemas de accesibilidad relacionados con la construcción y proporcionar información para ayudar a establecer un calendario de cumplimiento razonable.

3.6.3. Desarrollo de ofertas conjuntas

Con base en los hallazgos sobre las interacciones entre los actores del turismo local, el potencial de ofertas conjuntas se hará más claro. Ejemplos de ofertas conjuntas:

- un pequeño hotel ofrece la cena a sus huéspedes en el restaurante local o el desayuno en la panadería local;
- una bodega o una granja cooperan con un operador para transportar a los turistas alojados en la ciudad cercana para un recorrido rural de vino o agricultura;
- dos hoteles de localidades vecinas colaboran con la empresa de transporte para enviar el equipaje de los huéspedes que realizan un viaje por el espacio natural entre las dos localidades;

- una agencia de viajes contrata a la autoridad de un área protegida local para orientar a sus turistas y explicarles sobre las especies protegidas.

Las posibilidades de ofertas conjuntas son infinitas, pero dependen de la disponibilidad de los proveedores de la zona y de su capacidad y disposición para comprometerse con servicios para personas con necesidades especiales.

Ejemplo:

Cada huésped que pasa una noche en una de las empresas de alojamiento asociadas recibe la tarjeta Lake Neusiedl Card de forma totalmente gratuita y, como resultado, puede utilizar 50 servicios gratuitos. Para garantizar una movilidad respetuosa con el clima dentro de la región, los huéspedes que pernoctan y posean la tarjeta Lake Neusiedl Card también pueden utilizar el transporte público de la región de forma gratuita.
https://www.danube-pearls.eu/en/danube-pearls/lake-neusiedl/

3.6.4. Organización de campañas de sensibilización

Las campañas de información para concienciar sobre la importancia y los beneficios de la accesibilidad son un instrumento esencial para involucrar a las partes interesadas en la causa. El primer paso para implementar una campaña de información es definir adecuadamente los grupos destinatarios. El turista en el destino no solo necesita un alojamiento, un restaurante y una visita guiada, sino otros servicios de sectores como el comercio minorista, bancario, postal, médico, cultural, etc. Es por ello que una campaña de información se dirigirá a diferentes sectores con interés en brindar servicios al turista.

Una vez definidos los grupos destinatarios, el otro elemento importante de una campaña es el mensaje principal que se debe comunicar.

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 Campaña de Visit England para fomentar que los sitios turísticos y las empresas mejoren la accesibilidad.[viii]

Al configurar una campaña de información, es útil buscar asociaciones con agencias de publicidad, pero también con los medios de comunicación. Como lo primero puede ser costoso, las redes sociales también ofrecen herramientas poderosas para llegar a su público objetivo con un gasto mínimo. Lo mejor sería utilizar diferentes socios y canales de comunicación tanto como sea posible de acuerdo con el presupuesto asignado.

El siguiente paso es producir el contenido de la campaña de información en función de los canales de comunicación seleccionados. El contenido puede incluir carteles, folletos, videos, artículos, publicaciones en blogs, hashtags de redes sociales. Como estos son los instrumentos ‚clásicos' de promoción, debe quedar claro que las campañas de información son un área de gran creatividad donde también se pueden utilizar instrumentos innovadores. El gran objetivo aquí es interactuar con los sentidos y sentimientos de los grupos destinatarios. Una estrategia muy poderosa para crear conciencia sobre los beneficios de la accesibilidad es ofrecer a las personas sin discapacidad una prueba de lo que se siente al tener alguna discapacidad: proporcionarles una silla de ruedas o cubrirse los ojos y pedirles que realicen una tarea específica.

La última decisión que se debe tomar al organizar una campaña es su calendario. Es mejor limitar la campaña a un par de semanas y repetirla anualmente.

Ejemplo:

Campaña por el estacionamiento gratuito para personas con discapacidad en hospitales en Inglaterra: https://www.disabilityrightsuk.org/policy-campaigns/campaigns/nhs-disabled-parking

3.6.5. Recaudación de fondos

La recaudación de fondos es esencial para cada causa a fin de lograr su misión. Se puede llamar la atención sobre dos enfoques principales: solicitar fondos públicos o recaudar fondos mediante donaciones privadas.

Como necesidad pública reconocida, la accesibilidad es un objetivo susceptible para solicitar financiación pública. Estos pueden ser programas locales, regionales, nacionales o transnacionales. El primer paso es encontrar el programa adecuado que apoye la causa para la que queremos financiación. Además, el candidato solicitante debe cumplir con los criterios de elegibilidad. Es importante saber que los procesos de solicitud suelen constar de mucha documentación y tienen plazos ajustados. Debido a esto, un agente experimentado puede ofrecer un apoyo significativo si la organización candidata no está familiarizada con los procedimientos. Algunas subvenciones pueden no cubrir todos los gastos de un proyecto y, por lo tanto, requieren que el candidato financie (cofinanciación) parcialmente el proyecto. En este caso, se pueden aplicar diferentes proporciones, por ejemplo, el 15% de los costos debe ser la contribución del propio candidato.

Otra estrategia es organizar una campaña de donación que pueda estar estrechamente relacionada con una campaña de sensibilización o ser una campaña de recaudación de fondos. Por ejemplo, a través de esta iniciativa se puede recaudar la contribución propia para un proyecto financiado con fondos públicos.

Información adicional:

Principios de la recaudación de fondos o “fundraising”:
https://www.hawthornbusinessgroup.co.uk/principles-effective-fundraising/

It is also possible that the initiative for accessible tourism can act as a donor.
After accumulation of some funds through the above-mentioned solutions, a grant can be offered to service providers under the condition that they also provide their own contribution to cover some of the expenses.

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. Referencias

1. [i] https://sdgs.un.org/goals/goal17
2. Bahadorestani, A., Naderpajouh, N., & Sadiq, R. (2020). Planning for sustainable stakeholder engagement based on the assessment of conflicting interests in projects. Journal of Cleaner Production, 242, 118402.
3. Jones, C., & Pound, L. (2008). Leadership and management in the early years: From principles to practice. McGraw-Hill Education (UK).
4. [ii] https://www.cermi.es/en/cermi
5. [iii] https://www.catalunyarural.cat/
6. Mathur, V. N., Price, A. D., & Austin, S. (2008). Conceptualizing stakeholder engagement in the context of sustainability and its assessment. Construction Management and Economics, 26(6), 601-609.
7. [iv] Rachel Perkins, Catheryn Khoo-Lattimore, Charles Arcodia. (2020). Understanding the contribution of stakeholder collaboration towards regional destination branding: A systematic narrative literature review. Journal of Hospitality and Tourism Management, Volume 43, Pages 250-258 (https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677020301364)
8. [v] Samuel Adeyinka-Ojo, Catheryn Khoo-Lattimore, Vikneswaran Nair. (2014). A Framework for Rural Tourism Destination Management and Marketing Organisations. Procedia - Social and Behavioral Sciences. 144. 151–163.
9. [vi] https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.accessible-cities.2038
10. [vii] https://www.fresno.gov/news/accessible-fresno-small-business-initiative-to-help-businesses-with-ada-compliance-as-they-reopen-following-covid-19-closures/
11. [viii] http://travability.travel/Submissions/a-blueprint-for-accessible-tourism.html

ACCESS IT

ACCESS-IT

Innovación para el turismo accesible
en Espacios Naturales y Rurales

www.accessitpro.eu