

## EL TURISMO ACCESIBLE VISTO POR LOS PROFESIONALES

### Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) (1)

---

**Resumen:** Los profesionales del sector turístico constituyen una pieza clave para desarrollar y garantizar un turismo accesible. Para ello la formación y concienciación son piezas claves a fin de generar buenas prácticas y consolidar la oferta turística accesible.

**Palabras clave:** Profesionales, turismo accesible, formación, concienciación, buenas prácticas.

**Abstract:** The tourist professionals are a key element to develop and guarantee accessible tourism. Training awareness are key parts to generate best practices and consolidate the accessible tourism.

**Key words:** Tourist professionals, accessible tourism, training, awareness and best practices.

---

### I. INTRODUCCIÓN

La accesibilidad ha sido durante mucho tiempo la asignatura pendiente en todos los aspectos que conforman el modo de vida de muchas personas. Por ello el turismo, como movimiento masivo de individuos con diferentes capacidades, ha encontrado las mismas barreras que se encontraban en el día a día aquellas personas con diferentes tipos de necesidades.

La accesibilidad es –o debiera ser– un derecho de todos los ciudadanos, sean estos residentes o visitantes, y los dirigentes responsables de cada parcela en las que se desenvuelve la vida de éstos, deben preocuparse por que dichos ciudadanos disfruten de la experiencia plena en su tránsito por cada uno de estos espacios, sin olvidarnos de la responsabilidad personal de cada uno, y ello debe incluir los momentos y espacios de turismo y ocio.

La Comisión Europea, el gobierno estatal, los gobiernos autonómicos, los ayun-

tamientos, los patronatos de bienes culturales, los empresarios, los directivos de asociaciones... todos tienen sus parcelas en las que deben trabajar para proporcionar al ciudadano la experiencia plena y disfrute de recursos y actividades de ocio y turismo en todas las circunstancias, hasta donde ello sea posible.

Es una tarea por tanto, en la que además deben participar todos los estamentos tanto públicos como privados de forma coordinada, porque la accesibilidad debe ser tarea de todos y comenzar desde los medios más elementales y ser un elemento intrínseco a la planificación de un destino turístico.

El Turismo es un derecho de todos y por ello, una de las finalidades prioritarias debe ser hacerlo accesible de forma universal. **Si de alguna forma se puede desarrollar y garantizar un turismo accesible, esta debe ser desde la mano de los profesionales que conforman el sector.**

## II. SITUACIÓN ACTUAL

Una primera cuestión que se plantea, es que gran parte de los técnicos y directivos desconocen siquiera lo que significa o, lo que es más importante, lo que implica garantizar un turismo universalmente accesible o un turismo para todos.

Una de las causas es la falta de información y formación al respecto. En el temario de los cuatro años de Grado de Turismo, no se incluye ninguna materia al respecto o se trata, someramente, en algunas de las asignaturas. Lo mismo ocurre con la mayor parte de los postgrados en turismo. Y ojalá no se contemplase porque el grado de normalización fuese tan alto que no fuera necesario. Pero no. Simplemente, se obvia esta temática. Por tanto, si desde la formación básica o avanzada no hay una concienciación de la importancia de considerar un diseño para todos de los espacios, productos y procesos comunicacionales en el ámbito turístico, entonces, resulta difícil que esta problemática esté de forma recurrente y cotidiana en la mente del profesional del turismo.

De hecho, algunas de las universidades o escuelas de negocios, realizan cursos especializados o masters centrados en la eliminación de barreras arquitectónicas y en estos casos, se interpreta que están destinados a arquitectos, urbanistas, interioristas y profesionales similares. Pero, como bien sabemos, no sólo existen barreras arquitectónicas o urbanísticas. Las barreras de comunicación, de información, y las barreras culturales y de comportamiento hacia las personas con capacidades diferentes son igual de excluyentes. Si el profesional del

turismo no tiene en mente que en el desarrollo de su trabajo hay que contemplar las necesidades de todas las personas sin excepción, no podremos ofrecer un servicio apto para todos los colectivos y, por tanto, no se podrá satisfacer al amplio espectro de clientes.

Aún es habitual descubrir, a modo de ejemplo práctico, que en el proceso de contratación de un stand de una feria, no se hayan incluido todas las especificaciones técnicas para conseguir un diseño con accesibilidad universal. Tampoco se puede entender que en ferias internacionales, en las que se intenta llegar a todos los idiomas, no se contemple, la lectura fácil. Y si consideramos necesario que un alemán pueda entender nuestra oferta turística, ¿por qué no se subtitulan todos los videos de promoción turística para hacerlos comprensibles a todos los turistas potenciales?. Y si vamos a poner a disposición del usuario, ordenadores de consulta, ¿por qué no se contemplan diferentes alturas de manipulación o un software parlante o de lectura para personas ciegas y/o con deficiencias visuales?.

Como podemos ver, los retos y las necesidades son de gran alcance.

## III. DATOS QUE CONFORMAN EL MOMENTO ACTUAL

Hay que ser conscientes de que hay 138,6 millones (2) de personas en Europa con necesidades de accesibilidad, de cuales casi un 36% tienen entre 15 y 64 años. España, con más del 9% de la población total con personas con discapacidad, es, junto a Reino Unido, Francia, Alemania e Italia, uno los

países con mayor número de personas con necesidades de accesibilidad

Si además tenemos en cuenta que estos turistas potenciales una vez conocen un destino y están satisfechos, suelen ser fieles, además de ir normalmente acompañados, necesariamente se convierten en un cliente económicamente atractivo y que además permite reducir la estacionalidad.

En los últimos años, el sector turístico español ha ido dando pequeños pasos hacia el desarrollo de un turismo accesible. En este sentido, el papel de las administraciones públicas para impulsar las actuaciones encaminadas a garantizar un turismo accesible en el sector privado es primordial; dado que, bien sea mediante imposiciones legales o por programas de apoyo y concienciación, se convierten en las propulsoras de las actuaciones en pro del turismo accesible. Las políticas de mejora de la calidad y las políticas de sostenibilidad, incluyen necesariamente los conceptos de la accesibilidad universal.

#### **IV. EL PAPEL DE LOS PROFESIONALES DEL SECTOR TURÍSTICO**

Cuando hay que pensar en el turismo accesible desde el punto de vista de los profesionales, debemos aglutinar la visión de todos los que conforman este amplio espectro, contemplando el sector privado, el público y el tercer sector.

En este sentido, y más concretamente, en el caso de la ciudad de Madrid, la evolución

experimentada en el destino va directamente vinculada con las políticas adoptadas en los organismos públicos de turismo.

En 2003, coincidiendo con la celebración del Año Europeo de las Personas con discapacidad, se activaron diferentes medidas a todos los niveles para promover el programa político para la integración plena y completa de las personas con discapacidad, siendo el lema «Hacia una Europa sin barreras para las personas con discapacidad» el propulsor de un gran número de iniciativas.

#### **V. INICIATIVAS QUE IMPULSAN UN FUTURO MEJOR PARA LA ACCESIBILIDAD**

Un ejemplo de cómo se puede concienciar al sector y promover las buenas prácticas se puede obtener de la elaboración de una guía accesible de destino. En este caso, la ciudad de Madrid en 2004 junto a PREDIF y las asociaciones de personas con discapacidad, estableció las bases para la recopilación de datos relevantes de la infraestructura de la oferta turística; que pudiesen dar información para que el usuario potencial valorase por sí mismo, si es apto el establecimiento para él o no. En ningún caso, se valora o clasifica el grado de accesibilidad, porque varían tanto los grados como tipos de usuario hay.

Con la primera edición de esta guía, se quiso dar información de los hoteles de Madrid para que el usuario pudiese cubrir la primera necesidad a la hora de visitar un destino: pernoctar. Sin embargo, lo que verdaderamente se consiguió es presentar una

realidad a los profesionales: que unos centímetros, sí marcan diferencia en el confort y la calidad de la experiencia; que colocar una planta o un mobiliario de una forma determinada u otra ayudaba a la deambulación de las personas discapacitadas o con movilidad reducida; que una buena iluminación y un contraste adecuado facilitaba la localización; y que un gran tamaño de letra y unos símbolos de fácil interpretación hacían más fácil la identificación a todos los usuarios. En definitiva, hacer la vida más fácil a todos en su experiencia turística.

Edición tras edición, se fueron adhiriendo más establecimientos incluyendo restaurantes, museos, establecimientos de ocio en general, parkings y otra oferta complementaria de interés para los turistas; así como recomendaciones de rutas, en las que se identificaban los recursos y sus características en base a las necesidades de las personas con discapacidad física o sensorial. Pero el gran avance fue que los establecimientos que más ediciones llevaban en la guía, llamaban a la administración turística de la ciudad buscando asesoramiento para mejorar la accesibilidad de servicios o instalaciones nuevas. Tras 6 ediciones se consiguió no sólo ir aumentando la oferta accesible, sino que los profesionales fuesen proactivos en ofrecerla.

## **VI. LA ACCESIBILIDAD, FACTOR DE INCREMENTO DEL DESARROLLO TURÍSTICO**

Pero además de todo lo anterior, la accesibilidad facilita el desarrollo de otro tipo de turismo, de relevancia para cualquier

destino: el turismo familiar. Es obvio que en muchos casos, los padres tienen que hacer verdaderas carreras de obstáculos para poder disfrutar de la oferta de la ciudad.

Por tanto, a lo largo de los años, con la puesta en práctica de la accesibilidad se ha ido ganando en la mejora de la experiencia de todos los usuarios y en la calidad de los servicios prestados, ya que la eliminación de barreras facilita la vida a todo el mundo sin discriminación. El diseño para todos implica la posibilidad de poder llegar a un mayor número de personas, e implica, por tanto, una ventaja competitiva con respecto a otros establecimientos o destinos.

Y lo más importante, es que la apuesta por el diseño universal debe estar presente desde la concepción de cualquier proyecto; con el fin de conseguir que desaparezca de nuestro vocabulario de profesionales turísticos la “adaptación”; al estar contempladas todas las necesidades evitando así mismo la segregación o la creación de “ghettos” para los turistas con necesidades de accesibilidad física o sensorial.

## **VII. CONCLUSIONES**

La formación y concienciación de los profesionales son imprescindible para generar buenas prácticas, las cuales, a su vez, deben difundirse como ejemplo para otros.

En los tiempos del I+D+I, la falta generalizada de accesibilidad es una carencia que nuestra sociedad no se puede permitir.

Sabemos que las estructuras e instalaciones, sean éstas públicas o privadas, proce-

den de tiempos “menos sensibles” a estos requerimientos. En el caso de infraestructuras más modernas, la insensibilidad continúa dando la espalda al acceso de personas con dificultades, con el uso generalizado de “accesorios”, unos con cierta utilidad y en muchas ocasiones como meros elementos decorativos, que dificultan el movimiento de turistas y visitantes en general, en especial en ocasiones de afluencias masivas.

Es bien cierto que adecuar las antiguas infraestructuras a los criterios de accesibilidad actuales supone un gasto que muchas entidades no están en disposición de hacer, sobre todo cuando junto a esta exigencia encuentran otros temas con mayor prioridad; pero también es verdad que, como suele ocurrir con lo que venimos a llamar gastos, los que comporta la accesibilidad, y aunque sean vistos sólo desde el punto de vista económico podemos considerarlos como una clara inversión de futuro. Con todo ello se potenciará la afluencia de turistas con necesidades de accesibilidad y también de sus acompañantes, de turistas más informados, de turistas más sensibles y menos estacionales. La garantía de accesibilidad movilizará

grandes masas de población en busca de experiencias que antes les estaban vedadas.

El Turismo es ocio, es cultura, es entendimiento entre los pueblos, es economía, es conocimiento... y debe estar al alcance de todos. El futuro juega a favor, mientras que las nuevas tecnologías hacen posible que barreras que antes se consideraban insalvables ahora ya no lo sean. La conciencia de que el Turismo es para todos, es la premisa que debe guiar a todos los profesionales del sector.

## **NOTAS**

(1) La Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT), con la colaboración de Susana Arribas Paredes, miembro de AEPT, Diplomada en Empresas y Actividades Turísticas, licenciada en Administración de Empresas. Responsable de Turismo Accesible en la Administración Turística de la ciudad de Madrid 2003-2014 y con aportaciones de miembros de la Junta Directiva.

(2) ECONOMIC IMPACT AND TRAVEL PATTERNS OF ACCESSIBLE TOURISM IN EUROPE – FINAL REPORT. Service Contract SI2.ACPRO-CE052481700 – European Commission, DG Enterprise and Industry

