

Accesibilidad universal e inclusión

DANIEL CELIS^a, OMAR CABRERA^a Y MOISÉS PERDOMO^a

^aInstituto de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TIDES)

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

En este capítulo se exponen las políticas actuales de la Unión Europea que fomentan la inclusión social de todas las personas, independientemente de su condición física, social y económica. Segmentos como la tercera edad cobran una importancia notable debido al envejecimiento de la población en España. El turismo accesible es aquel que involucra un proceso de colaboración entre los agentes implicados en la actividad turística para garantizar que todas las personas, independientemente de sus necesidades, puedan acceder a los distintos servicios turísticos con igualdad y dignidad de manera universal. La industria debe realizar una serie de cambios en los apartados de *hospitality*, *food & beverage*. Para ello, el sector presenta unas necesidades de formación específica en accesibilidad debido a la importancia de garantizar una buena experiencia del servicio a todos los turistas, así como un mayor entendimiento de los diferentes subsegmentos, como es el caso del turismo LGTB. En el caso de Canarias, será necesario realizar una remodelación y diferentes adaptaciones de las infraestructuras y espacios públicos. Debido a la falta de un sistema de seguimiento estandarizado, se ha propuesto una serie de indicadores con base en las diferentes normas ISO y UNE existentes, con el objetivo de poder medir la situación actual y poder actuar en consecuencia logrando alcanzar, de esta manera, una ventaja competitiva para el destino y situándose en la vanguardia de la gestión sostenible.

1. Introducción

Las políticas de la Unión Europea apoyan la inclusión social de todas las personas con discapacidad, trabajadores jóvenes y de mayor edad, trabajadores poco cualificados, inmigrantes y

minorías étnicas, personas que viven en zonas desfavorecidas y mujeres en el mercado laboral según el documento de *Inclusión Social* de la Comisión Europea (2021).

Durante la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social de Copenhague en 1995, se definió la sociedad inclusiva como «una sociedad para todos»; en esta definición, cada individuo ha de tener un papel activo, estar representado y poseer tanto derechos como responsabilidades. Para poder desarrollar este tipo de sociedad se han de crear mecanismos que permitan la diversidad y que promuevan la participación de todas las personas en su vida política, económica y social (Naciones Unidas, 2021).

En 2006, se adoptó la *Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad* (Naciones Unidas, 2006) a la que se han adherido más de 150 países y se crea un marco legal regulatorio de políticas nacionales contra la discriminación debida a discapacidades. En 2013 se inauguró el Centro de Accesibilidad en la sede de Nueva York de las Naciones Unidas para proporcionar una serie de servicios que faciliten la inclusión y la mayor participación de las personas con discapacidades en las reuniones de dicha organización.

En el artículo 30, se menciona el derecho a participar en igualdad de condiciones en la vida cultural, actividades recreativas, esparcimiento y deporte, debiendo adoptar los Estados parte las medidas pertinentes y el debido acceso a lugares tales como teatros, museos, servicios turísticos y lugares de importancia cultural nacional.

En 2014, se elabora el *Manual sobre Turismo Accesible Para Todos* (OMT, 2014a) mediante un acuerdo entre la Organización Mundial del Turismo, la European Network for Accesible Tourism (ENAT) y la Fundación ONCE. En este documento se presenta la definición de turismo accesible bajo los tres principios siguientes:

- 1. Turismo para Todos:** hace referencia a que el turismo abarca a la totalidad de la población, no únicamente a grupos que presentan necesidades de accesibilidad particulares, sino que abarca a grupos poblacionales con características económicas y sociales diferentes, siendo el turismo un factor de integración social que ayuda en la lucha contra las desigualdades y la exclusión.
- 2. Turismo Social:** donde es necesaria la participación de grupos poblacionales de rentas más bajas, a quienes se les ha de facilitar la posibilidad del turismo, a través de medidas concretas de carácter social. Este apartado hace referencia, entre otros, al derecho de los jóvenes (de 15 a 25 años), de familias consideradas numerosas (con 3 o más hijos), a personas con discapacidad y a la tercera edad.
- 3. Turismo Sostenible:** donde se menciona la protección de la diversidad cultural y medioambiental, estableciendo como objetivo la mitigación o reparación de los daños ocasionados por el turismo para conseguir mantener la actividad en el largo plazo.

La OMT (2014b, p. 4) recoge todos estos conceptos en la siguiente definición de turismo accesible:

Es una forma de turismo que implica un proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con necesidades especiales de acceso (en distintas dimensiones, entre ellas las de movilidad, visión, audición y cognición) funcionar independientemente, con igualdad y dignidad, gracias a una oferta de productos, servicios y entornos de turismo diseñados de manera universal. (OMT, 2014b, p. 4)

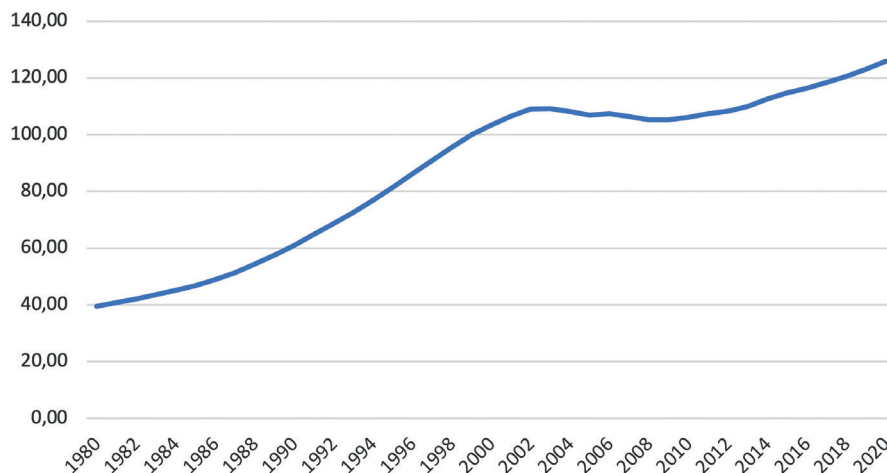
Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021), el número total de personas que presentan algún tipo de discapacidad se estima en más de 1.000 millones, cifra que corresponde al 15 % de la población mundial. La OMS contabiliza en 190 millones el número de personas mayores de 15 años que presentan la necesidad de una asistencia constante. A estos datos se les debe incorporar las nuevas tendencias poblacionales, ya que el número de personas con discapacidad está aumentando debido, en parte, al envejecimiento de la población y al aumento de la prevalencia de enfermedades crónicas.

En el año 2011, se estimó en 80.000 millones de euros la media de gasto anual en actividades turísticas de personas con discapacidad en la Unión Europea, cifra que ha ido en aumento debido al incremento de este segmento poblacional. Las últimas estimaciones realizadas por la Fundación ONCE (2017) han reflejado que el gasto turístico de las personas con discapacidad es sensiblemente superior al gasto turístico promedio, llegando a representar hasta un 30 % más.

2. Accesibilidad e inclusividad de un turismo para todos

Según la Fundación ADECCO (2018), el turismo que incorpora la accesibilidad de personas con discapacidad tiene un mercado potencial de 3.342.226 turistas a nivel nacional, quienes manifiestan no salir de vacaciones por falta de adaptabilidad en sus necesidades de algunos elementos en los viajes. Una estimación del número de empleos que podría generar esta actividad cifra en 90.806 los nuevos puestos de trabajo de creación directa. Esta apuesta podría generar beneficios para los destinos, entre ellos, una posible desestacionalización de la demanda, debido a las características del turismo sénior, que muestra un comportamiento inverso al turista en general, viajando en los periodos denominados «fuera de temporada». El Gráfico 15.1 muestra la evolución del índice de envejecimiento de la población española entre 1975 y 2022:

Gráfico 15.1. Evolución del índice de envejecimiento en España



Fuente: elaboración propia a partir de INE (2023).

El índice de envejecimiento relaciona las personas de 65 años o más respecto a la cantidad de personas menores de 15 años. Como se puede visualizar, la población española tiende al envejecimiento, situándose, en 2022, en 133,46 mayores de 65 años por cada 100 jóvenes menores de 15 años.

La Tabla 15.1 muestra los datos de los primeros seis años del índice de envejecimiento en España y la Tabla 15.2 muestra los datos de los seis últimos años del índice de envejecimiento en España, que se reflejan en el Gráfico 15.1, divididos por comunidad:

Tabla 15.1. Índice de envejecimiento en España (1975-1980)

	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Total nacional	34,99	35,82	36,5	37,35	38,26	39,47
Andalucía	28,12	29	29,61	30,3	30,96	31,84
Aragón	51,61	52,71	53,93	55,36	56,97	58,95
Asturias	42,91	44,64	46,03	47,59	49,59	51,65
Baleares	42,99	43,28	43,72	44,4	45,49	46,83
Canarias	20,5	21,19	21,71	22,36	23	23,99
Cantabria	39,01	40,2	41,06	42,28	43,78	45,41
Castilla y León	46,14	48,09	50,04	51,96	53,91	56
Castilla La Mancha	43,32	44,96	46,61	48,31	49,88	51,61
Cataluña	36,61	36,99	37,36	37,98	38,81	40,09
Comunitat Valenciana	37,08	37,44	37,55	37,97	38,4	39,18
Extremadura	41,08	43	44,81	46,46	47,88	49,28
Galicia	47,37	48,61	49,65	50,74	51,49	52,54
Madrid	26,89	27,44	27,93	28,72	29,69	30,92
Murcia	30,26	30,88	31,01	31,38	31,5	32,1
Navarra	38,63	39,56	40,44	41,73	43,13	44,74
País Vasco	27,35	28,07	28,72	29,52	30,66	32,1
La Rioja	46,67	47,86	48,48	49,24	50,18	51,63
Ceuta	21,33	22,69	23,36	23,8	24,06	24,51
Melilla	25,14	26,3	27,46	28,15	27,98	27,79

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2023).

Tabla 15.2. Índice de envejecimiento en España (2017-2022)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total nacional	118,26	120,46	122,88	125,75	129,11	133,46
Andalucía	96,21	98,55	101,13	104,17	107,79	111,82
Aragón	140,25	142,26	143,52	145,47	147,76	151,66
Asturias	209,95	214,18	218,65	224,57	231,07	239,97
Baleares	96,00	97,87	99,66	102,19	105,58	108,83
Canarias	105,73	109,83	114,07	119,17	126,11	133,86
Cantabria	146,34	149,74	153,87	159,29	165,39	173,04
Castilla y León	190,36	193,47	197,06	201,03	204,47	211,40
Castilla La Mancha	113,83	115,63	117,49	119,17	120,20	123,56
Cataluña	111,87	113,47	115,28	117,54	120,06	123,73
Comunitat Valenciana	118,05	120,31	122,57	125,22	129,11	132,63
Extremadura	134,81	137,46	140,84	144,29	147,42	151,99
Galicia	192,51	195,19	198,12	202,17	207,32	213,54
Madrid	103,76	105,83	108,19	110,83	113,41	117,72
Murcia	83,38	84,25	85,98	87,86	90,32	92,50
Navarra	116,49	117,98	119,37	121,58	124,35	128,07
País Vasco	144,99	147,45	150,49	154,01	158,50	164,10
La Rioja	130,90	133,42	135,87	138,29	141,22	145,08
Ceuta	51,35	52,84	55,16	58,38	61,69	65,50
Melilla	40,02	41,11	42,60	44,56	46,23	48,80

Fuente: elaboración propia a partir del INE (2023).

En la información de las Tablas 15.1 y 15.2 se puede apreciar que entre las diferentes comunidades existen algunas diferencias que no pueden ser abordadas en este capítulo debido a la amplia variedad de factores que explican esta evolución, pero sí se puede apreciar de una forma más clara el crecimiento del índice de envejecimiento en el conjunto del territorio español.

La situación de España no se presenta como un caso especial en el mundo: desde las Naciones Unidas, se estima que, en 2050, un sexto de la población mundial tendrá más de 65 años, predicciones que superan las estimaciones previas que sugerían que para el año 2050 la población mundial mayor de 65 años representaría un onceavo del total (Naciones Unidas, s.f.).

Con estos datos, se justifica la necesidad de realizar una adaptación de diferentes aspectos de la oferta turística. Entre dichos aspectos, se encuentran los que se detallan a continuación,

no solo en adaptación al segmento de personas mayores, sino teniendo en consideración las definiciones de la ONU anteriormente desarrolladas sobre el turismo inclusivo y accesible.

2.1 Accesibilidad e inclusividad en *hospitality*

En las recomendaciones de la OMT (2014b), se subraya la importancia de que los establecimientos turísticos dispongan de un número razonable de habitaciones debidamente acondicionadas que resulten accesibles sin necesidad de ningún tipo de ayuda adicional. En cuanto a la señalización, los mostradores de información y la facturación deberían estar claramente indicados y contar con una zona accesible adaptada a personas con movilidad reducida. En cuanto al desplazamiento horizontal, se deben adoptar medidas efectivas para asegurar que las personas con discapacidad tengan la posibilidad de desplazarse con la mayor independencia posible. En este sentido, es necesario que los pasillos no cuenten con obstáculos físicos y/o visuales y que en ellos puedan circular dos sillas de ruedas o, en su defecto, contar con zonas de adelantamiento.

2.2 Accesibilidad e inclusividad en *food & beverage*

La gastronomía tiene una gran relevancia en el sector turístico, puesto que se estima que representa el 30% del gasto total del turista en el destino, con un impacto directo en los establecimientos locales (Cavicchi & Ciampi, 2016). Además, para el 15% de los potenciales turistas, la gastronomía local es un factor clave en la elección del destino (Berbel-Pineda *et al.*, 2019). En términos de motivaciones, la gastronomía se sitúa en tercer lugar, después del interés cultural y la naturaleza, como razón principal para elegir un destino turístico (Berbel-Pineda *et al.*, 2019).

Los alimentos son un reflejo de la cultura de un país, de su identidad. En la misma línea, la gastronomía y el patrimonio cultural de los destinos están estrechamente relacionados. A partir de la actividad turística, se puede promover una mayor diversidad cultural en un destino que permita a la población local conocer culturas de diferentes países (Abdelmassih & Arendt, 2020). El correcto desarrollo de actividades turísticas relacionadas con la gastronomía es clave para atraer nuevos turistas, fomentar la lealtad hacia el destino y mejorar la percepción e imagen de un destino (Som *et al.*, 2020). En esta línea, su desarrollo también contribuye a la retención y promoción de la identidad regional, la conciencia ambiental, la conservación del patrimonio y sus tradiciones (Everett & Aitchison, 2020).

Teniendo estos factores en cuenta, las recomendaciones de la OMT (2014b) señalan la importancia de los menús adaptados, con caracteres de fácil lectura y opciones adicionales para personas con diferentes intolerancias alimentarias (diabetes, celiaquía, etc.), personas mayores que puedan tener problemas de salud (p. ej., menú con reducción del uso de sal). Del mismo modo se deben tener en cuenta los posibles conflictos entre la oferta gastronómica local y la cultura y creencias de los turistas, para evitar la colisión o incidentes que afecten de manera negativa tanto al residente como al turista (Henderson, 2016).

2.3 Accesibilidad e inclusividad en MICE

El turismo de eventos y conocido como MICE (*Meetings, Incentives, Conference/ Conventions and Exhibitions/Events*) se ha adaptado a las necesidades actuales provocadas por la pandemia de la COVID-19. La estrategia del uso de medios digitales puede facilitar el acceso a personas con responsabilidades de cuidado o ciertas discapacidades, pero también puede crear una nueva brecha de exclusión con quienes no dispongan de los conocimientos o herramientas necesarias, aumentando la brecha digital (Dashper & Finkel, 2020). En los eventos presenciales, se debe revisar la adecuación de los edificios a las posibles necesidades de estos participantes, así como asegurar el número apropiado de ascensores y rampas de acceso o plataformas elevadoras.

2.4 Accesibilidad e inclusividad, tecnología e información

Adaptar el contenido web es necesario para un turismo inclusivo. Medir si el contenido web es accesible se presenta como un requisito fundamental. Herramientas como las Pautas de Accesibilidad para el Contenido Web WCAG 2.1 analizan el contenido HTML de una web y permiten identificar problemas relacionados con cuatro áreas («perceptible», «operable», «entendible» y «robusto»), además de garantizar el cumplimiento de la norma ISO/IEC 40500:2012. Una vez cumplido este paso, se deberán analizar los datos (por ejemplo, mediante el uso de *software* especializado, como es el SPSS) y se podrá elaborar un índice que mida el grado de accesibilidad (Park & Jung, 2021).

El material promocional turístico debe incorporar indicaciones precisas sobre los servicios e instalaciones que cumplen las condiciones de accesibilidad incluyendo, en la medida de lo posible, simbología reconocible a nivel internacional. Además, es recomendable incluir unos medios de contacto accesibles y facilitar la información en formatos alternativos adaptados. Los destinos turísticos deberán proveer la lista de los servicios de apoyo para los turistas con discapacidad.

2.5 El turismo accesible y sus beneficios para la salud

El turismo de ocio accesible puede contribuir a la prevención primaria, evitar el estrés, problemas con la ansiedad, la depresión, entre otros. Además, apoya la prevención secundaria, favoreciendo una correcta rehabilitación del individuo. Debido a estos motivos, se debe potenciar el turismo como una herramienta de mejora del bienestar social para todos los grupos poblacionales (Antunes *et al.*, 2017).

2.6 Accesibilidad y la perspectiva de género

Las TIC pueden suponer un paso importante en la inclusión de las personas con discapacidad, siempre y cuando se realicen las acciones necesarias para garantizar su accesibilidad. En este sentido, es imprescindible incidir más en estos temas. Además, atendiendo a De la Fuente Robles y Hernández-Galán (2014), las mujeres con discapacidad, a menudo, se ven inmersas en situaciones de mayor vulnerabilidad.

Este hecho provoca circunstancias donde se ven afectadas en la participación de espacios urbanos y sociales. En este sentido, es necesario garantizar especialmente la accesibilidad a las mujeres con discapacidad en todas las esferas y que el diseño de la tecnología tenga en cuenta las necesidades de las personas con discapacidad.

2.7 Accesibilidad y personas mayores

Cuando se reducen las obligaciones de cuidado, deberes maternales y compromisos laborales, se obtiene una mayor cantidad de tiempo que se dedica a actividades sociales y vacacionales. Se pueden introducir iniciativas como las del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO) que mejoran el bienestar social de las personas mayores. El turismo accesible ha de incluirse en las políticas de bienestar y salud pública de empoderamiento e inclusión que mejoran la calidad de vida de las personas (Sedley *et al.*, 2018).

2.8 Accesibilidad e inclusividad y el empleo en turismo

El turismo se presenta como una forma de inclusión social a través del empleo. Las empresas del sector se pueden ver beneficiadas a través del aprovechamiento de todo el talento, mostrando su responsabilidad social, mejora del clima laboral, mejora de la percepción de la calidad del servicio e incremento de ventas por la promoción de la diversidad, entre otros aspectos (Huete *et al.*, 2020).

2.9 Accesibilidad e inclusividad en el transporte

Los vehículos de transporte de pasajeros, incluidos los vehículos privados de alquiler, transporte público, trenes, taxis, tranvías, entre otros, deben estar diseñados de tal manera que permitan un desplazamiento seguro, cómodo y equitativo para las personas con discapacidad. Además, la información proporcionada, antes o durante el viaje, debe estar adecuada a personas con discapacidad sensorial y los procedimientos de evacuación deben suministrarse en otros formatos necesarios, como es el caso de la lengua de signos o la escritura en braille (OMT, 2014b).

2.10 Accesibilidad e inclusividad en entornos urbanísticos y arquitectónicos

Se recomienda disponer de estacionamientos con identificación adecuada para los vehículos de personas con movilidad reducida, y de puntos de bajada y recogida de viajeros lo más cercanos posible a la entrada de alojamientos o lugares turísticos. Además, es fundamental aceptar y facilitar la utilización de la lengua de signos, el braille, y los modos, medios y formatos aumentativos y alternativos de comunicación que puedan necesitar las personas con discapacidad. Del mismo modo, los sistemas de comunicación físicos deberán estar diseñados y dispuestos para que cualquier persona, independientemente de la estatura, problemas de movilidad o sensoriales, pueda hacer uso de estos (OMT, 2014b).

2.11 Accesibilidad e inclusividad, necesidades de formación

El trato proporcionado por el personal a las personas con discapacidad es un factor importante en la experiencia del servicio para ellas (Grönroos, 2000). Los problemas en la prestación de los servicios a estas personas no están relacionados con aspectos como la intención o la motivación del personal (Baker *et al.*, 2007), sino que están condicionados por la falta de conocimientos para poder ayudar adecuadamente (McKercher *et al.*, 2003). Por esta razón, los profesionales del sector turístico desempeñan un papel fundamental en la reducción y solución de los problemas relacionados con la accesibilidad e inclusividad.

2.12 Accesibilidad e inclusividad, una atención especial al turismo LGTB

Para un correcto desarrollo de la inclusión y la accesibilidad de este grupo poblacional, se debe entender como una comunidad diversa, constituida por diferentes segmentos con características particulares y no solo por el «turismo gay». Fueron Hughes y Deutsch (2010) y Melián-González *et al.* (2011) quienes descubrieron que no pueden ser tratados como un grupo homogéneo, sino que se deberán incluir todas las corrientes dentro del colectivo LGTB que demandan una oferta turística frente a la postura actual, que trata de forma homogénea a este colectivo (Ródenas, 2020).

3. Accesibilidad e inclusividad en el turismo en Canarias

El estudio encargado por el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI, 2021) y la Fundación ONCE hace una comparativa sobre el grado de accesibilidad de municipios españoles.

Los datos sobre el porcentaje de itinerarios aptos para la deambulación autónoma y segura presentan una media nacional del 29 %. Canarias presenta resultados inferiores a esa media nacional, con un 27 %, y se sitúa detrás de otras comunidades como Islas Baleares con un 41 % o Cataluña con un 43 %. No obstante, en el porcentaje de itinerarios con servicios y espacios adecuados para todas las personas, Canarias presenta un nivel del 30 %, doblando la media nacional, que se sitúa en el 13 %. En el apartado del porcentaje de itinerarios con una adecuada comunicación espacio-peatón, nuevamente Canarias se sitúa muy por debajo de la media nacional, siendo el porcentaje de estos espacios que cumplen los criterios del 7 %, frente al 14 % de la media nacional; comunidades como Islas Baleares presentan un nivel muy superior, alcanzando el 19 % (Hernández-Galán *et al.*, 2021).

En cuanto al porcentaje de edificios cuyo uso y servicios son adecuados para todas las personas, Canarias se sitúa nuevamente por debajo de la media nacional (10 % y 17 %, respectivamente). En el apartado del porcentaje de edificios con protocolos de evacuación adecuados para todas las personas, Canarias se encuentra por encima de la media nacional (31 % y 15 %, respectivamente), situándose a niveles similares de otras comunidades como Islas Baleares (un 33 %). El porcentaje de edificios con una adecuada comunicación espacio-persona se presenta como un elemento de escaso desarrollo a nivel nacional, siendo la media nacional del 3 %, idéntico al resultado en el caso de Canarias (Hernández-Galán *et al.*, 2021).

Si bien en algunos apartados Canarias es capaz de superar la media nacional, en general, se presentan unos resultados que indican la necesidad de la remodelación y adaptación de las infraestructuras y espacios públicos a nivel global para la correcta adecuación a las necesidades en accesibilidad (Hernández-Galán *et al.*, 2021).

El turismo accesible podría suponer un factor de diferenciación en el mercado, originando una ventaja competitiva tanto en el destino como para aquellos establecimientos o prestatarios de servicios adaptados a este tipo de turismo. Se presenta como una estrategia de potenciación de la imagen de marca del destino que da la posibilidad de atraer a un nuevo segmento de clientes que no está siendo explotado en su totalidad (Castellano, 2020).

4. Disponibilidad de indicadores para Canarias

La falta de información en la recogida de datos sobre inclusión y accesibilidad se manifiesta en la falta de indicadores específicos en esta materia. El Instituto Nacional de Estadística (INE) solo ha realizado tres macroencuestas relacionadas con el estudio de la discapacidad en España (1986, 1999 y 2008). En este sentido, el Instituto Canario de Estadística (ISTAC), en colaboración con el Instituto Canario de Igualdad (ICI) y las asociaciones con competencia en inclusión y discapacidad, deberán recoger y analizar este tipo de datos.

Los indicadores propuestos deben tener presentes las principales normativas de calidad referentes a la accesibilidad, que se describen en la Tabla 15.3.

Tabla 15.3. Normas técnicas sobre accesibilidad e inclusión

ISO 17049:2013	Sobre diseño accesible. Aplicación de braille en señalización, equipos y aparatos.
ISO 21542:2012	Sobre la normalización de los criterios de accesibilidad al entorno edificado.
ISO 21902:2021	Sobre turismo y servicios relacionados. Turismo accesible para todos.
ISO 23599:2019	Sobre productos de apoyo para personas ciegas y con problemas de visión.
ISO 37101:2016	Sobre el desarrollo sostenible en las comunidades. Sistema de gestión para el desarrollo sostenible.
ISO 40500:2012	Sobre requisitos de accesibilidad para contenidos en la web.
UNE-EN 81-70:2018	Sobre instalación de ascensores.
UNE 170002:2009	Sobre la señalización de los espacios.
UNE 13903:2012	Sobre requisitos de accesibilidad para contenidos en la web.
EN 301 549:2018	Sobre los requisitos de accesibilidad para productos y servicios TIC.
UNE 170001-2:2007	Sobre la accesibilidad universal a servicios y entornos, tanto públicos como privados, a todas las personas usuarias.
ISO 9001:2008	Sobre la accesibilidad universal a servicios y entornos, tanto públicos como privados, a todas las personas usuarias.

5. Propuesta de indicadores

1. A continuación, se presenta un listado de indicadores de utilidad para el monitoreo y el análisis de la accesibilidad y la inclusión en el turismo de Canarias:
2. Porcentaje de webs oficiales de turismo de Canarias que muestran información sobre la accesibilidad e inclusividad del destino.
3. Porcentaje de establecimientos alojativos hoteleros y extrahoteleros que disponen de información sobre la accesibilidad de sus productos/servicios.
4. Porcentaje de establecimientos de restauración que disponen de información sobre la accesibilidad de sus productos/servicios.
5. Porcentaje de empresas de MICE que disponen de información sobre la accesibilidad de sus productos/servicios.
6. Porcentaje de agencias de viajes *online* (OTA) y turoperadores (TTOO) que muestran información sobre la accesibilidad e inclusividad del destino.
7. Porcentaje de personal de las empresas del sector turístico que disponga de formación en atención a personas con discapacidad o con necesidades especiales.
8. Porcentaje de infraestructuras de transporte público en las que existe un sistema de gestión de la accesibilidad.
9. Porcentaje de infraestructuras de transporte que disponen de certificado oficial de accesibilidad.
10. Porcentaje de alojamientos que disponen de certificado oficial de accesibilidad.
11. Nivel de implementación de un turismo inclusivo en el destino.
12. Porcentaje de infraestructuras de transporte público en las que existe un sistema de asistencia a personas con discapacidad, con movilidad reducida o con necesidades especiales.
13. Porcentaje de entornos turísticos que disponen de sistemas de guiado por geolocalización.
14. Ratio entre el número de turistas del municipio y el presupuesto destinado para la accesibilidad e inclusividad.
15. Porcentaje de empresas del sector turístico que cuentan con empleados con discapacidad reconocida del 33 % o más.
16. Sitios de interés turístico (playas, miradores, recursos, entre otros) con información sobre la movilidad.
17. Número de habitaciones de establecimientos alojativos hoteleros y extrahoteleros adaptadas en la actualidad.
18. Índices de satisfacción de turistas con alguna discapacidad con relación a los servicios del destino.

6. Conclusiones

El despliegue de una planificación efectiva que permita a Canarias posicionarse en la vanguardia y adecuar la oferta turística ante los cambios de la demanda que la pandemia de la COVID-19 ha acelerado favorecerá la competitividad del archipiélago logrando ser mucho más seguro y sostenible.

El turismo inclusivo está compuesto por un perfil de turista que presenta una serie de necesidades especiales que no todos los destinos cubren. Ser referente para este tipo de turismo puede ofrecer al archipiélago una ventaja comparativa frente a otros destinos. De esta manera se estaría diversificando la demanda e incrementando el grado de resiliencia del destino. Si bien Canarias cuenta con un porcentaje aceptable de servicios adaptados a las necesidades de este segmento poblacional, deberá aumentar esta cuota. En este sentido, las tecnologías pueden ser una herramienta que facilite e impulse este proceso de cambio.

Dada la evolución del índice de envejecimiento y el incremento de las personas que pueden presentar algún tipo de necesidad especial, la elaboración de estrategias que mejoren la cobertura de servicios del destino se presenta como una estrategia de largo plazo que puede otorgar grandes beneficios y contribuir a la sostenibilidad en el destino. Para conseguirlo será necesario crear un cuadro de mando basado en indicadores para monitorizar su evolución.

Referencias

- Abdelmassih, K., & Arendt, S. W. (2020). Menu development for meetings and events: an opportunity for conveying cultural diversity and inclusion initiatives. *Journal Of Convention & Event Tourism*, 21(4), 355-364. <https://doi.org/10.1080/15470148.2020.1814473>
- Antunes, A. F., Kastenholz, E., & Sousa, A. M. (2017). Accessible tourism and its benefits for coping with stress. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 10(3), 241-264. <https://doi.org/10.1080/19407963.2017.1409750>
- Baker, S. M., Holland, J., & Kaufman Scarborough, C. (2007). How consumers with disabilities perceive «welcome» in retail servicescapes: a critical incident study. *Journal of Services Marketing*, 21(3), 160-173.
- Berbel-Pineda, J., Palacios-Florencio, B., Ramírez-Hurtado, J., et al. (2019). Gastronomy experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100171>
- Castellano, M. (2020). Turismo Accesible en la isla de Gran Canaria: situación actual. *Trascender, Contabilidad y Gestión*, 5(15), 2-26. <https://doi.org/10.36791/tcg.v0i14.85>
- Cavicchi, A., & Ciampi, K. (2016). Food and gastronomy as elements of regional innovation strategies. European Commission, Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies. 10.2791/284013.

- CERMI (2021). Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) y la Fundación ONCE. *Comparador CERMI Territorios*. <http://www.estadisticasocial.es/cermi.php>
- Comisión Europea (2021). *Inclusión Social. Desarrollo regional y urbano de la UE*. https://commission.europa.eu/eu-regional-and-urban-development/topics/social-inclusion_es
- Dashper, K., & Finkel, R. (2020). Accessibility, diversity, and inclusion in the UK meetings industry. *Journal of Convention & Event Tourism*, 21(4), 283-307. <https://doi.org/10.1080/15470148.2020.1814472>
- De la Fuente Robles, Y. M.^a, y Hernández-Galán, J. (2014). La Accesibilidad Universal y el Diseño para todos desde la perspectiva de género. *Revista Española de Discapacidad*, 2(1), 115-129.
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, Southwest England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16, 150-167. <https://doi.org/10.2167/jost696.0>
- Fundación ADECCO (2018). *La apuesta por el turismo accesible nacional podría generar más de 100.000 nuevos empleos al año*. <https://fundacionadecco.org/la-apuesta-turismo-accesible-nacional-podria-generar-mas-100-000-nuevos-empleos-al-ano/>
- Fundación ONCE (2017). *Las personas con discapacidad gastan casi un 30% más en viajar que los turistas sin necesidades especiales*. <https://www.fundaciononce.es/es/noticia/las-personas-con-discapacidad-gastan-casi-un-30-mas-en-viajar-que-los-turistas-sin#:~:text=Las%20personas%20con%20discapacidad%20gastan%20de%20media%20casi%20un%2030,Fundaci%C3%B3n%20ONCE%2C%20Merc%C3%A8%20Luz%20Arqu%C3%A9>
- Grönroos, C. (2000). *Service Management & Marketing: A Customer Relationship Management Approach* (2nd ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Henderson, J. (2016). Halal food, certification and halal tourism: insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160-164. <https://doi.org/10.1016/j.TMP.2015.12.006>
- Hernández-Galán, J., Borau, J., Sánchez, C., López, R. y Marcos, A. (2021). *Observatorio de Accesibilidad Universal en los municipios de España* (1^a ed.). Madrid: CERMI. <https://observatoriodelaaccessibilidad.es/wp-content/uploads/2021/06/Observatorio-de-accessibilidad-universal-en-los-municipios-de-Espana-2021.pdf>
- Huete, R., Bajo, I., Navalón, R. y Sabater, V. (2020). *Guía de propuestas para mejorar la inserción laboral de las personas con discapacidad en el sector turístico*. Cátedra «Aguas de Alicante de Inclusión Social». Universidad de Alicante. <https://web.ua.es/es/catedra-inclusion/documentos/guia-de-propuestas-para-mejorar-la-insercion-laboral-de-personas-con-discapacidad-en-el-sector-turistico.pdf>
- Hughes, H. L., & Deutsch, R. (2010). Holidays of older gay men: Age or sexual orientation as decisive factors? *Tourism Management*, 31(4), 454-463.

- INE (2022). *Encuestas sobre discapacidades*. Instituto Nacional de Estadística (INE). Resultados. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176782&menu=resultados&idp=1254735573175#!tabs-1254736195313
- INE (2023). *Indicadores de Estructura de la Población. Resultados por comunidad autónoma*. Instituto Nacional de Estadística (INE). <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=1452&L=0>
- Mckercher, B., Packer, T., Yau, M. K., & Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: perception of people with disabilities. *Tourism Management*, 24(4), 465-74.
- Melián-González, A., Moreno-Gil, S., & Araña, J. E. (2011). Gay tourism in a sun and beach destination. *Tourism Management*, 32(5), 1027-1037.
- Naciones Unidas (s.f.). *Desafíos globales: Envejecimiento*. <https://www.un.org/es/global-issues/ageing>
- Naciones Unidas (2006). *Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad*. <https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>
- Naciones Unidas (2021). *Social Inclusion. Poverty eradication*. Department of Economic and Social Affairs Poverty. <https://www.un.org/development/desa/socialperspectiveondevelopment/issues/social-integration.html>
- OMS (2021). *Discapacidad y salud*. Organización Mundial de la Salud (OMS). <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>
- OMT (2014a). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas*. Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT).
- OMT (2014b). *Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos*. Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT). <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415991>
- Park, K., & Jung, S. (2021). Designing inclusive websites for people with disabilities as part of an event tourism strategic planning process. *Journal of Convention & Event Tourism*, 23(2), 129-153. <https://doi.org/10.1080/15470148.2021.1949419>
- Ródenas, P. (2020). El turismo LGTB como una nueva forma de desarrollo turístico. En G. X. Pons, A. Blanco-Romero, R. Navalón-García, L. Troitiño-Torralla, y M. Blázquez-Salom (eds.), *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism* (vol. 31). Palma: Monografies de la Societat d'Història Natural de les Balears.
- Sedley, D.; Haven, T. & Espeso-Molinero, P. (2018). Social tourism & older people: the IMSERSO initiative. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 10(3), 286-304. <https://doi.org/10.1080/19407963.2018.1465064>
- Som, H., Nordin, N., & Ghazali, A. (2020). Local heritage food as a significant factor in Malaysia gastronomy tourism. *Journal of Tourism and Hospitality*, 12, 377-395.