

TURISMO Y ACCESIBILIDAD. UNA VISIÓN GLOBAL SOBRE LA SITUACIÓN DE ESPAÑA

Trinidad Domínguez Vila

José Antonio Fraiz Brea

M^a Elisa Alén González

Universidad de Vigo

RESUMEN

El turismo es una actividad de alta relevancia ya no solo a nivel de rentabilidad financiera, sino también en relación a la rentabilidad social. En base a ello y a la importancia que los nuevos segmentos están a tener en un mercado tan masificado que demanda productos diferenciados de forma continua, se realiza una visión sobre el turismo accesible centrado en el colectivo de personas con discapacidad así como en los beneficiarios directos, como el segmento de mayores o sénior, familias, embarazadas y personas con capacidades restringidas temporalmente. Para ello, se realiza una contextualización teórica, así como una visión global de la accesibilidad y sus principales componentes y repercusiones en España y Europa, para mostrar, grosso modo, su relevancia, las oportunidades de mercado que se generan así como las características y hábitos de comportamiento de los turistas españoles con discapacidad.

Palabras clave: accesibilidad, turismo accesible, turismo para todos, diseño universal.

Tourism and accessibility. A global vision about the situation of Spain

ABSTRACT

The tourism is an activity of high relevance to for the financial profitability and the social profitability too. In base to this and to the importance that the new segments have on a mass market that need different products. We realizes a vision on the accessible tourism centered in the community of people with disability and in the beneficiaries direct, as the segment of main or senior, families, pregnant and people with capacities restricted temporarily. All this without forgetting neither the beneficiaries indirect, is to say, all people. We realize a theo-

Fecha de recepción: 11 de mayo de 2010

Fecha de aceptación: 25 de abril de 2011

Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo. Universidad de Vigo. Campus As Lagoas, s/n. 32004 ORENSE (España). E-mail: trinidad@uvigo.es, jafraiz@uvigo.es, alen@uvigo.es

retical and a global vision of the accessibility and his main components and repercussions in Spain and Europe. We try to show the relevance, the opportunities of market that generate and the characteristics and frocks of behavior of the Spanish tourists with disability.

Key words: accessibility, accessible tourism, tourism for all, universal design.

1. INTRODUCCIÓN

La evolución del turismo en los últimos años está sido irregular, con períodos de rápido crecimiento, principalmente en los años 1995, 96 y 2000, combinados con otros de crecimiento más lento o decrecimiento, como se dio entre los años 2001 y 2003. Pero aún bajo estas tendencias cambiantes, la OMT, mediante el «Tourism 2020 Vision», augura un desenvolvimiento continuo y creciente del sector turístico hasta 2020, con su correspondiente generación de riqueza. «El turismo, es en la actualidad, el primer sector económico a nivel global, estimándose que el 12% del PNB mundial es generado por actividades turísticas» (Serra, 2005:26).

En España el turismo representa una de las ramas del sector terciario de mayor relevancia e impacto económico, no se puede olvidar que es el segundo destino turístico del mundo, después de Francia, con el 6,9% de la cuota del mercado mundial (OMT, 2008), y ello se ve reflejado en las cifras económicas. Según datos del INE (2008), a 30 de septiembre de 2007, más del 15% de las empresas estaban relacionadas con la actividad turística (hoteles y establecimientos, restauración y agencias de viaje) y con casi el 20% del total del personal ocupado. Con una aportación al PIB en 2006 de 106.374 millones de euros, con turistas procedentes principalmente de Reino Unido (16,2 millones), Alemania (10,1 millones) y Francia (9,2 millones), según datos del Instituto de Estudios Turísticos (IET) (2006).

Pero la gran competitividad y apertura de diversos países hacia esta actividad en los últimos tiempos, está obligando a tender hacia productos y destinos turísticos diferenciados que buscan satisfacer las necesidades más exigentes de cada consumidor. Esta búsqueda de nuevos segmentos y oportunidades de mercado está empezando a prestar cierta atención al segmento de personas con discapacidad, que a nivel nacional representan el 8,5% del total de la población (INE, 2008) y a nivel europeo podemos hablar de un mercado potencial superior a los 50 millones de personas (Comisión Europea, 1997). Si a estas cifras se le suman aquellos beneficiarios directos de la accesibilidad la cifra de mercado es lo suficientemente importante para generar numerosas oportunidades de negocio potenciadas con estrategias de diferenciación en base a la calidad y servicio por y para todos, sin tener en cuenta las capacidades y necesidades de cada individuo.

2. TURISMO Y ACCESIBILIDAD

2.1. Accesibilidad y conceptos relacionados

Pero, ¿qué es y qué se entiende por accesibilidad? No existe una definición de este término extrapolable a todos los campos, así, no es de extrañar que diferentes profesionales, estamen-

tos legislativos o miembros de la UE utilicen este concepto según sus propias tradiciones e intenciones, pudiéndose dar diferentes usos de éste dentro del mismo grupo. Teniendo en cuenta lo expuesto, nos basaremos para su definición en el Concepto Europeo de Accesibilidad (CCPT, 1996), en el que «la **accesibilidad** es una característica básica del entorno construido. Es la condición que posibilita el llegar, entrar, sentir y utilizar las casas, las tiendas, los teatros, los parques y los lugares de trabajo. La accesibilidad permite a las personas participar en las actividades sociales y económicas para las que se ha concebido el entorno construido.» Por lo que la ausencia de accesibilidad actuará como factor discriminante, implicando marginación y disminución del bienestar o calidad de vida para cualquier individuo, y donde las personas con cualquier tipo de discapacidad estarán más afectadas y perjudicadas por estas limitaciones, es decir, por las diferentes tipologías de barreras a la accesibilidad.

El concepto de accesibilidad involucra una dimensión social y otra técnica. La primera porque implica un derecho de la persona a la no discriminación por ningún tipo de causa justificada, lo que desemboca en la segunda dimensión, reflejada en una serie de infraestructuras y medios que permitan dicha igualdad de disfrute de derechos fundamentales.

Pero con el paso del tiempo, los términos accesible y accesibilidad han perdido significado, centrándose su uso en la vinculación a las personas con discapacidad, dejando así de tener su connotación más inclusiva enfocada al uso y disfrute por todo el mundo, no sólo por un segmento determinado (Fernández, 2000). Simultáneamente han ido surgiendo numerosos conceptos que parcial o totalmente buscan trabajar en términos de accesibilidad, inclusión e integración de colectivos discriminados, bien por sus capacidades o por sus recursos. Se presentan a continuación algunos de los más relevantes.

El primero de ellos, **entorno accesible**, es definido por Buhalis et. al (2005) como aquél diseñado de tal modo, que puede ser utilizado con seguridad y eficacia por el mayor número posible de personas, ya sean discapacitadas o no. La importancia de este concepto viene dada por la amplitud de los diversos colectivos que puedan disfrutar de él. «Los entornos que permiten una participación plena deben ser franqueables, accesibles y usables» (Labrador, 2005:39).

El término accesibilidad es desconocido para muchas personas, dado que su entorno nunca ha mostrado hostilidad hacia ellos, es decir, su entorno es accesible, pero para otras muchas personas esto no es así, y el entorno se presenta repleto de obstáculos, como para las personas mayores, los que sufren lesiones o discapacidades temporales, los niños, las personas con mucha o poca estatura, y otros.

Aunque el término entorno accesible es empleado en diferentes ámbitos, el concepto diseño universal tiene una mayor difusión a causa de su estandarización en diferentes ámbitos. Basándonos en The Center for Universal Desig (1995), podemos definir **diseño universal** como el diseño de productos y entornos aptos para el uso del mayor número de personas sin necesidad de adaptaciones ni de un diseño especializado. Evitando así tener que realizar modificaciones o adaptaciones futuras que pueden representar un mayor coste y presentar unos resultados peores.

El Centro para el Diseño Universal establece siete principios en los que basar los productos y servicios con la terminología de diseño universal, que son:

- *Uso universal, para todos*: diseño útil y aprovechable para cualquier grupo de usuarios.

- *Flexibilidad de uso*: el diseño se adapta a un amplio abanico de preferencias y destrezas individuales.
- *Uso simple e intuitivo*: el diseño permite un uso fácil de entender, con independencia de la experiencia del usuario, su conocimiento, habilidad de lenguaje o capacidad de concentración.
- *Información perceptible*: el diseño aporta la necesaria información de forma efectiva al usuario, con la independencia de las condiciones ambientales o las habilidades sensoriales del individuo.
- *Tolerancia para el error o mal uso*: el diseño minimiza daños y consecuencias adversas de las acciones realizadas involuntariamente o por error.
- *Poco esfuerzo físico requerido*: el diseño puede ser utilizado de forma eficiente, confortable y con la mínima fatiga.
- *Tamaño y espacio para acercamiento, manipulación y uso*: tamaño y espacio adecuados para aproximación, alcance, manipulación y uso, con independencia del tamaño corporal del usuario, la postura o movilidad.

Es importante diferenciar diseño accesible, —eliminar obstáculos o hacer adaptaciones especiales del entorno físico para individuos o grupos con alguna discapacidad (Steinfeld, 2007)—, de diseño universal y de diseño universal de accesibilidad, que según Cristina Labrador (2005), es aquel en el que el entorno debe disponerse de modo que permita a todos desenvolverse igualmente y de la forma más independiente posible, basándose en que cada persona es distinta, y por lo tanto, es el entorno el que se debe adaptar a ellas y no al revés. Existen otras muchas acepciones y términos, como diseño transgeneracional, diseño para la vida real, diseño inclusivo o vida útil del diseño, aunque el más conocido y estandarizado, tanto por su uso como por su significancia, sigue siendo la etiqueta de diseño universal. El objetivo final del diseño debe ser tener en cuenta las necesidades del mayor número de personas posibles y fomentar la inclusión y la transversalidad en pos de soluciones aisladas.

Al igual que pasa con el diseño, uno de los grandes problemas existentes a la hora de hablar de *turismo para personas con discapacidad, capacidades restringidas o limitadas*, es la gran variedad de términos existentes para transmitir ideas muy similares. «Esos eufemismos tienen el efecto de despolitizar nuestra propia terminología y la devaluación de la propia visión de nosotros mismos como personas con discapacidad» (Heumann, 1993:262), llegando a veces a desvirtuar y acotar el significado como en el caso del término accesibilidad, o simplemente crear confusión. «La elección del lenguaje y etiquetas que emergen desde dentro de la comunidad de discapacitados crea bonos para contrarrestar este despectivo y opresivo lenguaje usado por los externos a la cultura de la discapacidad para describir a las personas con discapacidad» (Gilson y Depoy, 2000:211). Ejemplo de todo ello es la diversidad de términos referentes al disfrute del tiempo libre y de ocio por parte de personas con capacidades restringidas, parcial o totalmente.

El 27 de septiembre de 1980, en Manila (Filipinas), se relaciona por primera vez los términos turismo y accesibilidad mediante la Declaración de Manila, realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Esta declaración reconocía el turismo como un derecho fundamental y vehículo clave para el desarrollo humano, así como recomendaba a los estados miembros la reglamentación de los servicios turísticos, recalcando los aspectos

más importantes sobre accesibilidad turística y reconocía el turismo como un derecho fundamental y elemento clave para el desarrollo humano. Pérez y González (2003), comentan que el **turismo accesible** (TA) se ha concebido desde sus inicios como aquel que garantiza el uso y disfrute del turismo por las personas que presentan alguna discapacidad física, psíquica o sensorial, es decir, pretende facilitar el acceso de las personas con discapacidad a las infraestructuras y servicios turísticos. Según Gómez (2002), turismo accesible se podría definir como la variedad de actividades originadas durante el tiempo libre dedicado al turismo, por personas con capacidades restringidas, que les posibilita su plena integración desde la óptica funcional y psicológica, obteniendo la plena satisfacción individual y social. De ahí se desprende que un circuito accesible es un sinónimo de integración.

A finales de los años ochenta surge otro término para hacer referencia al turismo para personas con capacidades restringidas, éste es **turismo para todos** (TpT), que se puede definir como el conjunto de actividades orientadas al turismo y ocio que se realizan en el tiempo libre del individuo, al que pueden acceder todas las personas al margen del diferente grado de capacidad/discapacidad, consiguiendo una integración total y por lo tanto una realización individual y social a causa de la interacción del usuario con el entorno. Tiene como objetivo, «el conseguir la normalización del turismo y el ocio para todas las personas y contribuir a su incorporación como usuarios de las infraestructuras y servicios turísticos» (Fernández-Villarán, 2007:49). Se intenta diseñar un turismo para todos, es decir, que pueda ser disfrutado tanto por personas sin ningún tipo de discapacidad, como por los distintos grupos con necesidades específicas de accesibilidad, bien sea a nivel físico, psíquico o sensorial, sin ningún tipo de diferenciación o discriminación entre ellos.

Existe también el concepto **turismo para todos accesible** (TpTA), casi idéntico al de turismo para todos, «no se basa en la creación separada de servicios para personas con discapacidad, sino que persigue la total integración o inclusión de las personas con necesidades especiales, particularmente las personas discapacitadas y los mayores, en el sector turístico» (Leinder, 2006:1). Es decir, todos los turistas pueden ser partícipes activos en el ámbito turístico, independientemente de sus características, capacidades y necesidades.

Otros conceptos que también son empleados en el ámbito del turismo en relación a la discapacidad, aunque en menor medida y con significancia limitada, son turismo social (TS) y turismo de calidad (TC). «El **turismo social** surge con el objetivo de poner al alcance de un amplio sector de la población la posibilidad de acceder al ocio turístico. Todos los autores coinciden en que se trata de una modalidad cuya finalidad es favorecer el ocio y la convivencia de aquellos colectivos menos favorecidos» (Fernández-Villarán, 2007: 50). La idea se basa en proveer de recursos a aquellos colectivos con recursos limitados, —mayores, jóvenes o personas con capacidades diferentes—, para poder viajar en condiciones adecuadas de economía, accesibilidad, seguridad y comodidad.

En relación al turismo de calidad es fundamental definir el término calidad para entender la amplitud del mismo aplicado a la actividad turística en base al usuario discapacitado. Se puede definir calidad desde múltiples perspectivas, una de las más interesantes viene dada desde la percepción del valor, donde se define como una propiedad o conjunto de propiedades inherentes a un producto o servicio que permiten apreciarlos como igual, mejor o peor en comparación con otros similares, por lo que un bien o servicio de calidad será aquel que aporta valor al cliente, es decir, que ofrece unas condiciones de uso o disfrute superiores a

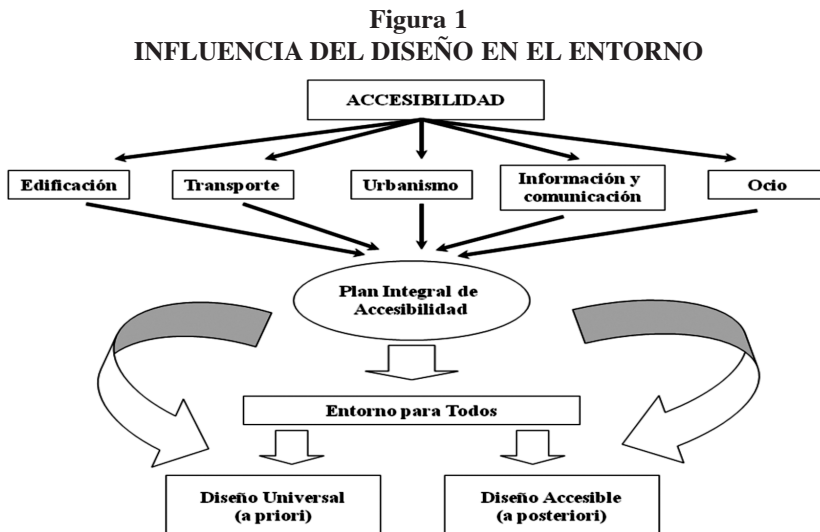
las que éste espera recibir. Satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores de productos/servicios turísticos es la clave de la calidad, que no debe percibirse como un lujo o privilegio, sino como una herramienta que diferencie el posicionamiento ante los competidores. «Nos situará, más temprano que tarde, en un escenario donde términos como: accesible, sin barreras, universal, para todos, etc., dejarán de utilizarse y hablaremos, únicamente, de **turismo de calidad**, es decir, ofrecer un servicio integral adecuado a cada tipo de cliente con independencia de sus condiciones particulares» (Salgado, 2007:1).

2.2. Componentes vinculados al turismo accesible y su papel

Dada la extensión y complejidad para el desarrollo de la actividad turística, nos encontramos con numerosos agentes, que bien de forma directa o indirecta, están implicados en el correcto desarrollo de las actividades del sector. Si lo anterior se aplica a un TA, TpT o TS, el número de agentes participantes se incrementa, por lo que se exige una mayor coordinación e implicación en sus actuaciones para asegurar el éxito. Dada la amplitud de factores, se tomarán como elementos de estudio aquellos de mayor relevancia para la actividad turística en relación a la accesibilidad, es decir, gestión y planificación de destinos, legislación, datos de rentabilidad económica y rentabilidad social de actuaciones vinculadas a la accesibilidad.

1. Destino: gestión y planificación

El objetivo final del diseño debe ser tener en cuenta las necesidades del mayor número de personas posibles y fomentar la inclusión y la transversalidad en favor de soluciones aisladas, obteniendo un diseño para toda la vida, apoyados en planes integrales enfocados desde el diseño universal a priori, o bien mediante mejoras de accesibilidad a posteriori, como se muestra en la figura 1.



Fuente: Elaboración propia.

Los principales obstáculos a tener en cuenta son las barreras ambientales, es decir, aquellas que hacen referencia a limitaciones que la propia sociedad y entorno en el que vivimos imponen. Si estas son aplicadas al ámbito turístico, es imprescindible tener en cuenta la incidencia y relevancia de la edificación, el urbanismo, el transporte, información y la propia infraestructura turística (ver tabla 1).

Tabla 1
INCIDENCIA DE LOS ELEMENTOS ESTRUCTURALES EN EL DESTINO TURÍSTICO

	Edificación	Urbanismo	Transporte	Información	Turismo
Atracciones y acti. turísticas	X	X		X	X
Ambientales		X		X	X
Culturales	X			X	X
Artificiales	X	X		X	X
Monumentos	X	X		X	X
Actividades y eventos				X	X
Ocio y tiempo libre	X			X	X
Oferta de alojamiento	X			X	X
Hoteles y otros alojamientos	X			X	X
Otros servicios	X	X		X	X
Restaurantes, bares y locales nocturnos	X			X	
Bancos, farmacias, asistencia médica, supermercados, otros	X			X	
Puntos de información turística	X	X		X	X
Transporte	X		X	X	
Medios de transporte			X		
Estaciones y paradas de transporte	X		X	X	
Otras infraestructuras	X			X	X
Instituciones	X	X	X	X	X
Habitantes	X	X	X	X	X

Fuente: Adaptado de Inkpen, G. (2001).

Se podría decir, que este tipo de barreras son las que fomentan la desigualdad de personas entre sí, dado que son la antítesis de la accesibilidad para todos. Las más importantes son:

- *Nivel transporte*: es uno de los factores más relevantes en cuanto a accesibilidad porque representa la independencia del individuo a la hora de desplazarse, tanto en su entorno habitual, como cuando realiza viajes fuera del mismo. Dada la amplitud de tratamiento para todas las dimensiones, se estructurarán en tres partes, siguiendo los criterios del Plan Nacional de Accesibilidad (PNdA) y centrado principalmente en el transporte público, privado y colectivo. Los *problemas y criterios de accesibilidad*, dada su amplitud y diversidad, se agrupan en: paradas o estaciones, vehículos de transporte, condiciones y comodidades del transporte. Los *elementos o componentes del servicio de transporte*, se pueden sintetizar en los siguientes, que son los de mayor uso: autobuses urbanos e interurbanos; tren de cercanías, de media y larga distancia; tranvía; metro; taxis; transporte aéreo y marítimo. Y los principales *indicadores de accesibilidad* existentes actualmente, condicionados por el gran retraso en adaptabilidad de los medios para todos, que se combinan con las principales variables a tener en cuenta, los diferentes medios de transporte y las paradas o estaciones de embarque. Algunos de ellos son: plataformas y rampas de acceso, barreras arquitectónicas de las estaciones, material móvil, avisadores lumínicos y sonoros además de visuales, así como la tipología de las fuentes de información.
- *Nivel arquitectónico o edificación*: hace referencia a la accesibilidad a edificios e infraestructuras varias por parte de grupos con capacidades restringidas. La realidad es que numerosas personas encuentran dificultades o limitaciones para poder acceder a edificios públicos y monumentos artísticos, estaciones, hoteles, museos, instalaciones deportivas, teatros, cines, restaurantes y tiendas. Así como muchas oficinas, edificios educativos y formativos, y puestos de trabajo, pero lo más preocupante y urgente, es el acceso a la vivienda particular, creando aislamiento, malestar y agravando los costes sociales. Dado que los posibles factores a tratar en temas de edificación son muy numerosos, se opta por la evaluación en tres bloques. La *zona exterior* que recoge la facilidad de circulación y por lo tanto la accesibilidad, en la transición desde el punto más cercano de transporte, servicio público o aparcamiento, hasta el edificio. La *zona acceso* en la que se valora el acceso de entrada a la edificación. Y por último, la *zona interior*, en la que son recogidos todos aquellos servicios y disposiciones que oferta el edificio, valorando su grado de circulación y uso de las diferentes zonas que lo componen.
- *Nivel urbanístico*: no sólo hace referencia a la accesibilidad de plazas, calles y similares, sino también al mobiliario urbano e instalaciones públicas, como podrían ser paradas de autobús y similares. En el PNdA, se citan una serie de principios básicos a considerar en la planificación y diseño de un entorno físico sin barreras, y son:
 - *Accesibilidad*: debe proyectarse de forma que sea accesible para todas las personas, independientemente del grado de discapacidad, edad u otra dificultad.
 - *Circulación*: la red viaria deberá ser tal que permita a todos los usuarios circular libremente y llegar al mayor número posible de lugares y edificios.
 - *Utilización*: el entorno deberá permitir su uso y disfrute por todas las personas.

- *Orientación*: los asentamientos urbanos deben proyectarse de forma que sea fácil orientarse en ellos y encontrar sin problemas el camino que conduzca más directamente al lugar al que se quiera ir.
- *Seguridad*: se procurará que la movilidad de las personas sea máxima con el menor riesgo para la salud y la integridad física.
- *Funcionalidad*: los espacios urbanos y los lugares de trabajo o de recreo deberán poder ser utilizados sin restricción por todas las personas.

Se establecen una serie de *parámetros* a valorar a la hora de analizar la situación urbanística de un entorno. Los más destacados son: anchura, pavimento, rebajes y bordillos, desnivel, señalítica visual, táctil y sonora y mobiliario urbanístico.

- *Nivel comunicativo y de información (telecomunicación)*: actualmente vivimos en la denominada «sociedad de la información» derivada del desarrollo de las diferentes tecnologías de la información y la comunicación (TIC's), y principalmente de Internet. Destacar que el gran problema o barrera con el que se encuentran los diferentes grupos de discapacitados, es la dificultad para poder optar a las herramientas de acceso a las nuevas tecnologías de la información, que son la fuente principal de información y comunicación. Naciones Unidas aprobó en 1993 «*Normas Uniformes sobre la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad*», conforme a ello podemos encontrar los principios básicos a tener en cuenta en la planificación y diseño de un entorno comunicativo sin barreras. El primero de ellos, la *accesibilidad*, que establece que el medio comunicativo y de acceso a la información debe proyectarse de forma que sea accesible para todas las personas, independientemente del grado de discapacidad, edad u otra dificultad. En caso necesario, deberá implementarse dicho medio de información con las medidas que sean necesarias para su accesibilidad. El segundo de ellos, es la *facilidad de uso* de los sistemas de comunicación y de acceso a la información que deberán ser configurados de material tal que permita a todos los usuarios emitir y recibir información sin especial dificultad, de acuerdo con su respectivo grado de desarrollo personal. Y por último, la *utilización universal* en relación al entorno comunicativo y de acceso a la información, los cuales deberán permitir su uso y disfrute por todas las personas.

En relación a los *parámetros* a tener en cuenta, se podrían destacar entre otros: los macrocaracteres, avisadores lumínicos y sonoros, altorelieve, braille, descargas mediante bluetton, alto contraste, subtítulos, lengua de signos, audiodescriptores, y similares. Y todo ello matizado bajo la premisa de que la comunicación e información se encuentran condicionadas por dos grandes tendencias: la velocidad de cambio que sufren las tecnologías y la complejidad de legislar tecnologías que están cambiando continuamente.

- *Nivel cultura y ocio*: la primera referencia a las diferentes manifestaciones culturales con las que nos podemos encontrar, tanto referida a la exposición de bienes como a la información relacionada con los mismos. Respecto al ocio, se engloban todas aquellas actividades que se pueden desarrollar en el tiempo libre. Cuando hablamos de ocio, y de los *parámetros* de éste en temas de accesibilidad, hay que partir de que es un compendio general entre los diferentes bloques tratados anterior-

mente, es decir, entra en juego los parámetros urbanísticos, edificación, transporte y comunicación e información. Dado que una actividad o un monumento dependen de alguno de ellos para poder ser valorado como accesible o de uso para todos, así que en este apartado se destacan aquellos *parámetros mínimos imprescindibles* para un ocio inclusivo para todos. Algunos de los más destacados son: la señalización de itinerarios accesibles, según tipología de discapacidad; estacionamiento para vehículos reservado, lo más cercano posible al lugar de ocio; instalaciones adaptadas (desde el parking hasta la entrada y dentro del propio recinto); información específica para personas con discapacidad; zonas de descanso ergonómicas; material de apoyo para un correcto entendimiento (audiodescriptores, macrocaracteres, altorrelieve, Lengua de Signos, subtítulos y similares), así como material adaptado para la realización de determinadas actividades; y uno de los más relevantes, personal formado en trato y temáticas relacionadas con la discapacidad.

Una vez visualizados los principales parámetros de accesibilidad para el diseño y gestión de un destino, se presenta una evaluación de los mismos de forma generalizada en España:

- Gran parte de la totalidad de viviendas de nueva construcción incumplen, en mayor o menor medida, la normativa de accesibilidad.
- Los edificios de uso público continúan presentando un gran número de barreras, especialmente en los alrededores, en el recorrido interior y en los aseos.
- Es casi imposible en cualquier ciudad, hacer un recorrido de más de 500m sin encontrar alguna barrera.
- El transporte sigue siendo bastante inaccesible, principalmente en los autobuses y ferrocarriles interurbanos.
- Las nuevas tecnologías pueden generar nuevas barreras, potenciado todo ello por la rapidez de innovación del sector.
- Actualmente, la información sobre accesibilidad no está caracterizada por la fiabilidad, la adaptación a los diferentes colectivos discapacitados y por la calidad de la misma.

II. Legislación

La accesibilidad como derecho social posee una serie de leyes, normativas y reglamentos que respaldan las actuaciones llevadas a cabo en dicho campo, así como las vinculadas a la discapacidad. La normativa existente es muy variada y amplia por lo que se sintetiza aquella de mayor relevancia y que posee vinculación, directa o indirectamente, con la actividad turística (ver tabla 2).

Destacar que las competencias en temas de accesibilidad están traspasadas en España a las diferentes CCAA desde 1988 (artículo 148 de la Constitución Española), por lo que las leyes de promoción de la accesibilidad y supresión de barreras de las CCAA no se recogerán en este apartado porque además de numerosas, son muy variadas en su contenido y sería necesario realizar un estudio demasiado exhaustivo que no procede en este punto, por lo que nos ceñiremos al análisis nacional y europeo.

Tabla 2
RECOPIACIÓN LEGISLATIVA PARA LA PROMOCIÓN DE LA DISCAPACIDAD Y LA ACCESIBILIDAD EN ESPAÑA Y EUROPA Y RESTO DEL MUNDO

EN ESPAÑA				PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
AÑO	FUENTE	TÍTULO		
1978	Constitución	Artículos 9.2, 14 y especialmente el 49 que comentamos a continuación.		<ul style="list-style-type: none"> - Política de previsión, tratamiento, rehabilitación e integración. - Disfrute de los derechos a todos los ciudadanos.
1982	Ley 13/1982 de 7 de abril	Ley de Integración Social de los Minusválidos (LISMI).		<ul style="list-style-type: none"> - Aprobación de normas urbanísticas y arquitectónicas sobre accesibilidad. - Aplicación, control y sanción de las mismas. - Catálogo de edificios a aplicar dichas normas.
1988	Constitución	Artículo 148.		<ul style="list-style-type: none"> - Desde este momento la accesibilidad pasa a ser una competencia más de las CCAA.
1989	Real Decreto 19/1989, de 5 de mayo	Atribución de medidas mínimas sobre accesibilidad en los edificios, obras públicas y urbanismo.		<ul style="list-style-type: none"> - Exigencia de adaptabilidad para edificios nuevos de carácter público. - Condiciones mínimas para hacer accesible los antiguos edificios públicos. - Todo bajo una limitación temporal.
1989	Real Decreto 556/1989, 19 de mayo	Atribución de medidas mínimas sobre accesibilidad en los edificios.		
1995	Ley 15/95, 30 de mayo	Ley sobre límites del dominio sobre inmuebles para eliminar barreras arquitectónicas a las personas con discapacidad.		<ul style="list-style-type: none"> - Ampliación y protección de los derechos de los discapacitados respecto a la accesibilidad a la vivienda. - Facilitar el acuerdo entre usuario y comunidad de vecinos para la ejecución de obras de adaptación del edificio.
2003	Ley 51/2003 de 2 de diciembre	Ley de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad (LIONDAU). Complementada por el Real Decreto 1414/2006, 1417/2006, 366/2007, 1544/2007.		<ul style="list-style-type: none"> - Complementa a la anterior Ley, la LISMI. - Garantiza y reconoce el derecho de las personas con discapacidad a la igualdad de oportunidades en todos los ámbitos de la vida: político, económico, cultural y social.

EN ESPAÑA			
AÑO	FUENTE	TÍTULO	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
2004	Plan Nacional	I Plan Nacional de Accesibilidad 2004-2012	<ul style="list-style-type: none"> - Marco estratégico de acciones para conseguir que los entornos, productos y servicios nuevos sean accesibles. - Cinco líneas transversales de actuación: concienciación y formación, normativa; normas, técnicas y guías; promoción de la investigación, innovación y calidad; planes y programas de accesibilidad y la promoción de la participación.
2004	Real Decreto 1865/2004, 6 de septiembre	Regulación del Consejo Nacional de Discapacidad (CND)	<ul style="list-style-type: none"> - Institucionalizar la colaboración del movimiento asociativo de las personas con discapacidad y de la Administración General del Estado para una política coherente de atención integral.
2005	Orden TAS/736/2005, de 17 de marzo	Regulación de la estructura y funcionamiento de la Oficina Permanente Especializada del CND.	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de promover la igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad en colaboración con asociaciones y familiares.
2006	Real Decreto 1414/2006, 1 de diciembre	Determina la consideración de personas con discapacidad a efectos de la Ley 51/2003 (LION-DAU).	<ul style="list-style-type: none"> - Precisa el alcance de la equiparación del grado de minusvalía prevista en el artículo 1.2 de la Ley 51/2003. - Fija unos criterios homogéneos de actuaciones para todo el Estado.
2007	Ley 27/2007, 23 de octubre	Ley por la que se reconoce las lenguas de signos españolas y se regulan los medios de apoyo a la comunicación oral de las personas sordas, discapacidad auditiva y sordociegas.	<ul style="list-style-type: none"> - Reconoce y regula la Lengua de Signos española para aquellos que libremente decidan utilizarla. - Reconoce la Lengua de Signos catalana en su ámbito de uso lingüístico. - Regulación de los medios de apoyo a la comunicación oral.
2007	Ley 49/2007 del 26 de diciembre	Régimen de infracciones y sanciones en materia de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	
EN LA UNIÓN EUROPEA Y RESTO DEL MUNDO			
1975	Naciones Unidas		- Declaración de los Derechos de las Personas Discapacitadas. Declaración de los Derechos Humanos.
1981	Naciones Unidas		- Año Internacional de los Minusválidos.

EN ESPAÑA		
AÑO	FUENTE	TÍTULO
		PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
1982	Naciones Unidas	- Programa de acción mundial hacia los impedidos.
1987	Unión Europea	- Conferencia Europea de Accesibilidad de los Edificios Públicos.
1990	Estados Unidos	- American with Disabilities Act (ADA).
1993	Naciones Unidas	- Normas Uniformes sobre Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad. Resolución 48/96, 20 de diciembre.
1995	200 firmantes de todo el mundo	- Declaración de Barcelona: «La ciudad y los discapacitados».
2000	Comisión de Consejo de la UE	- Comunicación: «Hacia una Europa sin barreras para las personas discapacitadas»
2000	Finlandia	- Enmienda en la Constitución, reconociendo expresamente los derechos de las personas con discapacidad.
2000	Reino Unido e Irlanda del Norte	- Comisión de Derechos del Discapacitado, con el objetivo de asesorar al Gobierno en materia de discapacidad y sus derechos.
2003	Unión Europea	- Año europeo de los ciudadanos con discapacidad.
2006	Naciones Unidas	- Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad. «Plan de Acción del Consejo de Europa para la promoción de derechos y la plena participación de las personas con discapacidad en la sociedad: mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad en Europa 2006-2015».
2007	Unión Europea	- Año europeo de igualdad de oportunidades para todo el mundo.
2008	Unión Europea	- Resolución del Consejo de la Unión Europea y de los Gobiernos de los Estados miembros sobre los derechos de las personas con discapacidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos publicados en el BOE, en el Real Patronato sobre Discapacidad (RPD) Y EN EL Centro Europeo de Discapacidad, 2007.

III. Cifras y rentabilidad económica

A la hora de analizar los factores que inciden en la demanda podemos hacerlo desde la perspectiva de la demanda global, o desde la perspectiva de la demanda de un determinado producto o destino turístico, ver tabla 3 (Serra, 2005).

Tabla 3
PERSONAS CON DISCAPACIDAD: DEMANDA POTENCIAL Y REAL

DEMANDA POTENCIAL O GENERAL			
Lugar	Estimación	% de la población	Fuente o referencia
Mundo	De 600 a 859 millones de personas.	Del 9% al 13%	- Van Horn, 2002. - Horgan - Jones y Ringaert, 2004.
USA	Cerca de 54 millones de personas.	21%	- U.S. Department of Commerce, 1997.
	De 50 a 80 millones de personas.	Del 16% al 26%	- Stumbo y Pegg, 2005.
Canadá	Más de 2,7 millones en 1991.	15,5%	- Van Horn, 2002.
Australia	Más de 3 millones de personas en 1993.	18%	- Darcy, 1998.
Europa	Sobre 45 millones en la UE-25 países (edades de 16 a 64 años)	15,7%	- Dupré y Karjalainen, publicado Eurostat (2003).
	De 45 a 90 millones que tengan algún tipo de impedimento.	Del 10% al 20%	- Teorisme Vlaanderen (2001). - Nacional Disability Authority (2003).
	50 millones en la Europa ampliada.	Aprox. 11%	- European Disability Forum, 2005. - Gerlin, 2005. - Qualitas, 2004. - Brown, 1991. - Van Horn, 2002. - Horgan-Jones y Ringaert, 2004.
	De 69 a 92 millones de personas.	Del 15% al 20%	- Pühretmair, 2004.
	De 60 a 80 millones de personas discapacitadas y con movilidad reducida.	Del 13% al 17%	- Community Research and Development Information Service CORDIS, 1995.
	De 92 a 115 millones de personas.	Del 20% al 25%	- Stumbo y Pegg, 2005.
DEMNADA REAL			
Europa	- 8 millones que viajarán al extranjero. - 15 millones que viajarán dentro del país. - 22 millones de excursiones locales de un día. - Media de 0,5 acompañantes.		- Comisión Europea. DG XIII Unidad «turismo», 1997.
	Supondría un mercado potencial de 35 millones de viajeros que pernoctan y 630 millones de noches de hotel por año.		

Fuente: Elaboración propia.

Como ocurre en el caso anterior de estimación del total de personas con discapacidad en Europa, a la hora de determinar los turistas potenciales beneficiarios directamente en tema de accesibilidad, encontramos diferentes fuentes con distintas estimaciones. El mercado potencial para la accesibilidad ha sido estimado actualmente para 127,5 millones de beneficiarios en Europa, incluyendo en esta cifra a 7 segmentos (Buhalis et al., 2005):

- Personas con impedimentos de movilidad.
- Personas con impedimentos visuales.
- Personas con impedimentos auditivos.
- Personas con impedimentos del habla.
- Personas con impedimentos mentales o intelectuales.
- Personas con impedimentos ocultos.
- Personas mayores.

Como ya se ha comentado, todas las personas con discapacidad no están en condiciones de viajar, pero según Van Horn (2002) el 70% de europeos con diversas necesidades de accesibilidad tienen capacidad física y económica para viajar, y lo harán con una media de 0,5 acompañantes por viajero potencial. Un dato que refuerza dicha afirmación es que de 4.000 encuestados en el estudio realizado en Alemania, el 52% de los entrevistados viajaban con compañero (Ministerio Federal Alemán de Economía y Tecnología, 2004). Por término medio, el 59% de las familias europeas tienen un miembro con discapacidad, y un 38% de dicha población poseen un amigo con discapacidad (Eurobarometer, 2001). Las personas con discapacidad cogerían como media más de un período vacacional por año, viajando con más miembros de la familia o amigos, si pudieran encontrar más y mejor información sobre sitios accesibles (Buhalis et al., 2005).

Si se añan todos los datos enumerados anteriormente, se podría hablar de un mercado beneficiario de más de 260 millones de personas, discapacitadas y no, que generaría unos ingresos procedentes del turismo de 166 billones de euros (Eurostat, 2005), como se puede comprobar más claramente en la tabla 4.

Tabla 4
MERCADO POTENCIAL DE VIAJEROS EUROPEOS BENEFICIARIOS DE LA ACCESIBILIDAD E INGRESOS POR TURISMO

Demanda general de accesibilidad	70% posee capacidad física y económica para viajar	Efecto múltiple de amigos y familiares	Compañía de amigos y familiares	TOTAL mercado potencial de viajeros	Media de gasto por persona y por vacaciones ¹	Ingresos potenciales del turismo
127,5 millones	89,3 millones	0,5	44,7 millones	134 millones	620€	83 billones de €
		2	178,6 millones	267,9 millones		166 billones de €

Fuente: Eurostat, 2005.

¹ La media del gasto en la UE fue de 620€ en 2003 (Eurostat, 2005).

La estimación presentada en la tabla anterior, podría ser más alta a causa de dos razones principalmente (Buhalis et al., 2005:65), primeramente porque los cálculos están basados en la hipótesis de que los ciudadanos europeos llevarán a cabo sus vacaciones en Europa, pero hay turistas de todo el mundo que escogen Europa como destino vacacional, los cuales no han sido tenidos en cuenta anteriormente. La estimación de viajeros potenciales a nivel mundial se sitúa entre 600 y 900 millones de personas. A mayores, hay que tener en cuenta que los números citados sólo se refieren a personas con discapacidad o beneficiarios directos de la accesibilidad, y como ya se ha comentado a lo largo del trabajo, la accesibilidad beneficia a todos los usuarios.

IV. Implicaciones sociales

Cada vez son más los consumidores con discapacidad y personas mayores que demandan bienes y servicios turísticos, al igual que las familias con hijos que han incrementado su número de viajes. Estos tres grupos tienen similares necesidades de un turismo accesible (Rains, 2008). Como se ha comprobado anteriormente y según datos de la Comisión Europea (1997), se barajarían cifras que rondarían los 35 millones de viajeros potenciales que pernoctan y 630 millones de noches de hotel cada año. Pero como limita el propio documento, no todas las personas están en disposición de hacer turismo, en algunos casos sus discapacidades les impiden viajar, y en otros sus condiciones económicas.

Es fundamental incidir en la idea de que las mejoras en accesibilidad en el ámbito turístico también repercuten sobre las personas mayores, personas con capacidades restringidas temporalmente, familias y embarazadas, dado que todos demandan una serie de bienes y servicios de calidad, los cuales son el punto de partida para productos, servicios e infraestructuras accesibles, o mejor dicho, utilizables y usables, por y para todos (Rains, 2008). Según datos del INE (1999), las personas con discapacidad, los de edad avanzada y los que tienen circunstancias transitorias, ascienden a casi 16 millones de personas, cerca del 40% de la población española, que podrían considerarse beneficiarias de la supresión de barreras en temas de accesibilidad. Se desglosa a continuación los beneficiarios directos de la accesibilidad en España:

- *Personas con discapacidad permanente*: el número de personas con discapacidad en España, según la «Encuesta sobre Discapacidad, Deficiencias y Estado de Salud» (INE, 1999) era de 3.528.221, lo que suponía casi un 9% de la población, y con mención especial al sexo femenino y a la población de 65 a 85 años, dado su superioridad. Si se comparan con los datos de la «Encuesta de Discapacidad, Autonomía personal y situación de Dependencia (EDAD)» del 2008, encontramos que aunque existe un aumento de las personas con discapacidad, 3.847.900, disminuye su porcentaje en comparación con el total de la población, representando un 8,5% del total (INE, 2008).

Dada la heterogeneidad de este grupo y la amplia clasificación que del mismo se hace en la Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud (CIF), se establece una serie de subdivisiones marcadas por características comunes entre ellas, en las que se encontrarían personas con discapacidad física, psíquica, sensorial y oculta.

- *Personas afectadas por la edad*: se distinguen dos grupos que tienen necesidades específicas a la hora de hacer turismo a causa de que sus capacidades están restringidas, bien porque están mermadas en el caso de las personas de edad, o porque aún no están del todo desarrolladas en el caso de los niños.

Sólo uno de cada 7 españoles es joven, mientras que uno de cada 6 es mayor de 65 años, siendo España uno de los líderes más destacados en el ranking de poblaciones envejecidas, potenciado todo ello por la baja natalidad, ya que sólo el 14,5% de la población es menor de 14 años (IPF, 2006). A nivel europeo, ya existen más viejos que niños, así en 2004 la población mayor (75,4 millones) superó a la menor de 14 años (74 millones), continuando la evolución de decrecimiento de ésta desde 1984 a favor de las personas con más de 65 años, que ya representan la sexta parte de la población europea (IPF, 2007). Las personas de edad avanzada no discapacitadas, de 65 años o más, representan el 10,9% del total de la población española, por razones de envejecimiento. Así, centrándonos en este segmento, topamos que la segunda actividad que les gustaría realizar, después de «pasear», es «viajar y turismo», un deseo que comparten el 60% de las mujeres y el 46% de los hombres (INE, 1995).

No se puede olvidar que la discapacidad está directamente relacionada con las personas mayores, ya que «con el aumento de la edad, las discapacidades o capacidades restringidas también aumentan de manera paulatina» (Burnett, 1996:7). Según datos de la OMS, el 35% de las personas con más de 65 años tienen asociado algún tipo de discapacidad (Fuguet, 2008) y claramente, la cuestión necesita ser dirigida en cuanto a si las personas mayores son un segmento significativo en términos reales de sus hábitos de compra, dado que actualmente son la generación del baby-boom de las décadas de los 50 y 60, y que en su mayoría, dicho segmento, son consumidores de productos de lujo como vacaciones, automóviles y alcohol, así, como de las tradicionales categorías de productos financieros (Szmigin y Carrigan, 2001).

- *Personas afectadas por circunstancias transitorias*: derivadas de actividades o situaciones coyunturales que puedan resultar discapacitantes durante un período de tiempo, nunca con carácter permanente. Las más habituales son:
 - Discapacidad transitoria física (1,3% de la población española según datos del PNdA, 2003).
 - Mujeres embarazadas (0,5% de la población española según datos del PNdA, 2003).
 - Personas con movilidad o comunicación reducida de forma puntual.

3. EL TURISMO ACCESIBLE EN ESPAÑA: OPORTUNIDAD DE MERCADO Y PERFIL DEL USUARIO

3.1. Oportunidad de mercado

La rentabilidad tanto económica como social marcan las tendencias del mercado desde el punto de vista de la oferta. Se trabaja con aquello que es demandado por el consumidor

o que suponga una oportunidad de mercado sobre la propia competencia. Trabajar con la accesibilidad en el ámbito turístico reporta una serie de ventajas que pueden ser transformadas en oportunidades o ventajas competitivas. Algunas de las más destacadas son:

- *Oportunidad de negocio*: con el turismo accesible se genera una ventaja competitiva. No se habla de nichos de mercado, sino de ampliación del segmento turístico en base a la calidad por el aumento de la oferta de bienes y servicios.
- *Segmento de mercado que crece por cambios sociodemográficos y en el estilo de vida*, cada vez el segmento de personas discapacitadas o con capacidades restringidas es mayor y los cambios sociodemográficos y en los estilos de vida hacen prever un crecimiento continuo, principalmente motivado por: accidentes laborales o de tráfico, envejecimiento de la población, causas bélicas, evolución en el número de personas con discapacidad, o las posibles variaciones del segmento de personas afectadas por enfermedades con secuelas que merman las capacidades (discapacidades ocultas como la leucemia, cáncer, etc.).
- *Aumento de mercado*: como se explicó anteriormente, la cifra de mercado que se manejaría respecto a las personas con discapacidad y los beneficiarios de la accesibilidad, es muy atractiva de los 50 a los 260 millones de personas (Comisión Europea, 1997 y Eurostat, 2005), el segmento de mercado se incrementa sustancialmente.
- *Desestacionalidad*: uno de los grandes problemas con los que se encuentra el sector del turismo en España y en países con modelos turísticos similares es la estacionalidad, es decir, la recepción masiva de turistas en fechas predeterminadas. El turismo accesible potenciaría esta desestacionalidad, con base en la premisa de que gran parte de las personas discapacitadas no trabajan, según datos del Eurostat, el 51% de este segmento está en situación de inactividad, y con el atenuante de que percibe una pensión de invalidez o de jubilación (Eurostat, 2005), lo cual representa un mercado muy atractivo, tanto por sus dimensiones como por su disponibilidad para viajar. Además, no se puede olvidar el incremento de iniciativas tanto europeas como estatales y autonómicas referentes a programas de viajes para personas mayores y personas con discapacidad, ofertados principalmente en fechas de baja intensidad turística.
- *Turismo competitivo y de calidad*: existen numerosos países, principalmente los nórdicos, Alemania y Reino Unido, que en materia de accesibilidad están más evolucionados, lo que propicia que sus miembros se planteen la necesidad de viajar como una actividad más de su vida cotidiana y un método de autorrealización personal, y obviamente, España es uno de los destinos más solicitados, por lo que se debe apostar por una imagen de calidad reflejada en que una mejora de accesibilidad significa una mejora de calidad para el resto de turistas. Para ello es preciso una concienciación del propio sector, con la implantación de diferentes normas, como por ejemplo la UNE 17001-2, que certifica los sistemas de gestión de accesibilidad restringida.
- *Derecho social para todos*: la UE en 1996 establece los primeros pasos para que todos los estados reconozcan los derechos de las personas con discapacidad, dando por supuesto que las necesidades de todas las personas son de igual importancia, el respeto a la diversidad humana como base de la construcción de la sociedad y

Tabla 5
SEGMENTACIÓN, COMPORTAMIENTO Y HÁBITOS DE LOS TURISTAS CON DISCAPACIDAD EN ESPAÑA

SEGMENTO	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3	GRUPO 4	COMPORTAMIENTO	FÍSICA	PSÍQUICA	SENSORIAL	OCULTA
Sexo	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Preferencia para viajar		Verano		
Edad	Menores de 65 años	Mayores de 65 años			Razón para no viajar en esas fechas	Falta de acompañante	Razones económicas		Económicas y de trabajo
Estado civil	Casada	Soltero	Casado		Formas como suele viajar	Familiares			
Nivel de estudios	Estudios primarios o universitarios	Estudios FP I, FP II o universitario	Estudios primarios		Por qué escoge esa forma de viaje	Por comodidad y por ir con gente conocida			
Situación laboral	Trabajador en activo o prestación social	Trabajador en activo	Percebe prestación social		Toma de decisiones sobre el viaje a realizar	Familia y la propia persona	Propia persona y la familia		Persona
Ingresos mensuales núcleo familiar	Entre 1.200€ y 3.000€		Hasta 3.000€	Hasta 1.200€	Destino que le gustaría visitar	España	España y resto del mundo		Resto del mundo, España y Europa
Tipo de discapacidad	Física o oculta	Oculto o física	Física o oculta	Oculto o física	Atractivos que suelen escoger	Playa	Pequeñas poblaciones		Patrimonio y grandes ciudades
Grado de discapacidad	Severo (del 50% al 95%)		Severo (del 50% al 95%)		Les gustaría que se realizara un mayor esfuerzo	Destinos exóticos, de patrimonio y en las grandes ciudades			
Uso de ayudas	Ninguna o silla de ruedas		Ninguna o bastones, muletas y similares		Actividades que les gusta realizar	Actividades culturales y de relax	Actividades en la naturaleza y relax		Actividades culturales y relax
Gusto por viajar	Mucho		Muchísimo	Entre regular y mucho	Gasto medio	Entre 500 y 750€ en viajes de 5 días			
Frecuencia de viaje	Más de una vez al año		Una vez al año		Transporte	Coche familiar y autobús	Coche familiar, tren y autobús		Coche propio y familiar
Duración viaje	De 2 a 4 días o de 5 a 10.		De 5 a 10 días		Hospedaje	Hotel			
					Fuentes de información	Familia y asociaciones	Familia y amigos		Familia y amigos
					Valoración del personal	Entre moderada y bastante	Bastante		Entre moderada y bastante
					Mejorar en formación del personal	Atención necesidades específicas			
					Principales barreras	Arquitectónica, urbanísticas y de transporte	Humanas, arquitectónicas y urbanísticas		Arquitectónica, humanas, urbanas y de transporte

Fuente: Elaboración propia.

la dotación de recursos para garantizar la *igualdad de oportunidades* de todos los ciudadanos a la hora de participar en la vida social.

3.2. Características de la demanda

Pero, ¿cuales son las características y comportamiento de las personas con discapacidad? Son uno de los usuarios con mayor rango de necesidades y por lo tanto, de exigencias. Para identificar mejor sus perfiles y comportamientos, se analiza el mercado de turistas con discapacidad en España según datos de 2008 (Domínguez, 2009). Por una banda se establecen los principales segmentos de clientes según características sociodemográficas y económicas. Y por la otra, se estudian los hábitos y comportamientos de los turistas con discapacidad en España según tipología, dado que las necesidades de los diferentes colectivos no son siempre homogéneas (ver tabla 5). Puntualizar que se muestran los resultados sintetizados, dejando sin recoger aquellos aspectos secundarios y parcialmente relevantes, a causa de la gran extensión de los mismos.

El turista español con discapacidad puede ser caracterizado como un usuario que suele escoger España como destino, buscando principalmente relax, viajando con familia y en verano, hospedado en hoteles, y con un gasto medio de entre 500€ y 750€ en 5 días. Además, el segmento de menores de 65 años suele realizar más de un viaje al año, dado que le gusta mucho viajar y posee una renta familiar mensual entre los 1.200€ y los 3.000€. Sorprende que las personas que más viajan, son aquellas con un grado de discapacidad severo, es decir, que tienen entre un 50% y un 95% sus capacidades limitadas. Destacar que los diferentes colectivos según discapacidad, están de acuerdo en que el personal del sector turístico debería realizar un mayor esfuerzo en formación para la atención de necesidades específicas de los usuarios. Por último y no menos importante, destacar que las barreras arquitectónicas son una constante, así como las humanas, a excepción del colectivo con discapacidad sensorial, los cuales destacan las barreras de comunicación y transporte.

4. DISCURSIÓN Y CONCLUSIONES

Pero, ¿realmente existe una oportunidad de mercado lo suficientemente atractiva como para centrar la atención en este segmento? La respuesta es un rotundo sí. Por un lado, destacar que el colectivo de personas con discapacidad está cada vez más integrado en la vida cotidiana, y como una necesidad más, también demandan poder realizar actividades en su tiempo libre y de ocio. Todo ello está respaldado por el incremento de protección legislativa, ya no solo a nivel de derechos fundamentales, sino también en otras áreas y ámbitos de la vida, como es el caso del turismo. Por otra banda, no se puede olvidar la tendencia al envejecimiento de la población europea y la española en particular, lo que incrementa el número de usuarios, ya que no se puede olvidar que existe una relación directa entre incremento de la edad y discapacidad.

Identificando las principales oportunidades que el mercado ofrece, se puede observar que existe una oportunidad de negocio basada en la diferenciación en el propio sector, pero no centrada en un nicho, es decir, en las personas con discapacidad, si no en el conjunto

final de beneficiarios directos e indirectos: personas con discapacidad, personas mayores, embarazadas, familias, personas con capacidades restringidas temporalmente, y en definitiva, para todos. Fundamental tener en cuenta la desestacionalización que estos segmentos pueden llevar a cabo sobre el sector, dado que son personas jubiladas o pensionistas que pueden viajar durante todo el año y además pueden disfrutar de los programas estatales y autonómicos que ofertan paquetes turísticos en temporada baja.

Se puede hablar de ofertar un turismo de calidad de alta repercusión económica y social, que amplía el mercado basando su ventaja competitiva en la diferenciación en calidad. Un servicio por y para todos.

Se hablaría en España de un mercado potencial de más del 40% de la población española (INE, 1999), más aquellos viajeros externos que viajan en busca de la benevolencia del clima español. Si tenemos en cuenta la cifra potencial de beneficiarios, el tiempo, frecuencia y gasto medio por viaje, así como la media de personas con las que suele viajar (de 0,5 acompañantes a 2 amigos o familiares) no cabe la menor duda que realmente existe una oportunidad de negocio con una clara ventaja competitiva sobre el resto del mercado.

Queda comprobado que la accesibilidad además de un actor social, también puede ser un importante factor económico.

5. BIBLIOGRAFÍA

- BROWN, F. (1991): «Tourism for all». *Tourism Management*, Vol. 12, Nº 3, pp. 258-260.
- BUHALIS, D., EICHHORN, V., MICHPOULOU, E. y MILLAR, G. (2005): «Accessibility market and stakeholder análisis». University of Surrey y One Stop Shop for Accessible Tourism in Europe (OSSATE).
- BURNETT, J.J. (1996): «What services marketers need to know about the mobility-disabled consumer». *The Journal of Services Marketing*, Vol. 1º, Nº 3, pp. 3-20.
- COMISIÓN EUROPEA (1997): Accesibilidad a Turistas con Discapacidad. Manual para la industria del turismo. DG XIII. Unidad «Turismo».
- COMUNITA RESEARCH AND DEVELOPMENT INFORMATION Services (CORDIS) (1995): Cost 322: Low floor busses, final report. Disponible en <http://www.cordis.lu/cost-transport/src/cost-322.htm> (consultado 06-06-2007).
- DARCY, S. (1998): *Anxiety to Access: Tourism Patterns and Experiences of New South Wales People with a physical Disability*. Sydney, NSW: Tourism New South Wales.
- DOMÍNGUEZ, T. (2009): «Marketing turístico para personas con discapacidad. El producto turístico accesible». Tesis Doctoral defendida en la Universidad de Vigo.
- EUROBAROMETER (2001): «Attitudes of Europeans to Disability». Comisión Europea. Disponible en (consultado 22-04-2007): http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/eb/ebs_149_en.pdf
- EUROSTAT (2003): «Employment of Disabled People in Europe in 2002». Catálogo nº: KS-NK-03-026-EN-N, Unión Europea.
- EUROSTAT (2005): *Tourism in the Enlarged European Union*. Catálogo nº KS-NP-05-013-EN-N, Unión Europea.
- FERNÁNDEZ, S. (2000): «¿Qué se entiende por «diseño universal»?», *Entre dos mundos*, Nº. 13, Febrero 2000, pp. 21-26.

- FERNÁNDEZ-VILLARÁN, A. (2007): «El acceso al turismo para las personas con discapacidad». *Desafíos y compromisos del turismo: hacia una visión más humana*, Congreso UNIJES, Universidad de Deusto 2007, Bilbao, pp.47-59.
- FUGUET, T. (2008): «Europa demanda más accesibilidad». *Editur*, N^o 07, Julio, pp. 10-15.
- GERLIN, A. (2005): «Access Denied». *Time Europe*, Vol. 165 (15). Disponible en: http://www.time.com/time/europe/magazine/article/0,13005,901050411-1044655,00.html?promoid=rss_world (consultado 30-03-2007).
- GILSON, S.F. y DEPOY, E. (2000): «Multiculturalism and Disability: a critical perspective», *Disability and Society*, Vol. 15, N^o. 2, pp. 207-218.
- HEUMANN, J.E. (1993): «Bulding our own boats: a personal perspective on disability policy», *Implementing the Americans with Disabilities Act: rights and responsibilities of all Americans*, O. Gostin & H.A. Beyer Eds.
- HORGAN-JONES, M. y RINGAERT, L. (2004): «Accessible Tourism in Manitoba». Disponible en: <http://www.ttra.com/pub/uploads/AccessibleTourismInManitoba.htm> (consultado 04-03-2007).
- INKPEN, G. (2001): «Information Technology for Travel and Tourism». Londres: Longman.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) (2006): «El turismo español en cifras, 2006».
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (1999): «Encuesta sobre Discapacidad, Deficiencia y Estado de la Salud, 1999».
- INE (2008): «Encuesta de Discapacidad, Autonomía personal y situaciones de Dependencia (EDAD), 2008».
- INE (2008): «Encuesta anual de Servicios 2007».
- INSTITUTO DE POLÍTICA FAMILIAR, (IPF) (2006). «Evolución de la familia europea, 2006».
- IPF, (2007). «Evolución de la familia europea, 2007».
- LABRADOR, C. (2005): «Un entorno para todos..., hacia el Diseño Universal», *Boletín Informativo de la Asociación Terapia Ocupacional*, N^o. 36, pp. 37-43.
- LEIDNER, R. (2006): «Design for all in the economy: The example of tourism accessible for all in Europe», *Newsletter Design For All Institute of India*, Vol. 1 May 2006, N^o 4.
- MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES (2003): *1 Plan Nacional de Accesibilidad 2004-20012. Por un nuevo paradigma, el Diseño para Todos, hacia la plena igualdad de oportunidades*.
- MINISTERIO FEDERAL DE ECONOMÍA Y TECNOLOGÍA DE ALEMANIA (2004): «Economic Impulses of Accesible Tourism for All». Berlín.
- MOLINA, M. y CÁNOVES, G. (2010): «Turismo accesible, turismo para todos: La situación de Cataluña y España». *Cuadernos de Turismo*, Vol. 25.
- NATIONAL DISABILITY AUTHORITY (2003): «Accessibility and Tourism». *Tourism Policy Review Group*. Disponible en <http://www.nda.ie/> (consultado 26-02-2007).
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (1980): «Declaración Mundial de Manila sobre el Turismo Mundial», del 23 de septiembre de 1980, aprobada por la Confederación Mundial de Turismo.
- OMT (2008): «Barómetro de la OMT del turismo mundial». Volumen 6, N^o 1, enero 2008.

- PÉREZ, M.D. y GONZÁLEZ, D.J. (2003): «Turismo Accesible: Hacia un turismo para todos». MAZARS. Disponible en: <http://cermi.es/documentos/descargar/Turismo-accesible/ta.pdf>.
- PÜHRETMAIR, F. (2004): It's time to make eTourism accesible. In Miesenberger, K., Klaus, J., Zagler, W. y Burger, D. (Eds.) *Computers helping people with special needs*. 9th Internacional Conference, ICCHP 2004 France y Berlín.
- QUALITAS, A. (2004): «Conclusions of the 1st International Congress on «Tourism for all». Disponible en: <http://www.worldtourism.org/quality/E/standards2.htm> (consultado 25-04-2007).
- RAINS, R. (2008): «2000 Bali Declaration on Barrier-Free Tourism for people with Disabilities». Report Asia-Pacific Conference on Tourism for People with Disabilities. Disponible en: <http://www.rollingrains.com/archives/002167.html>, (consultado 01-04-2008).
- REAL PATRONATO SOBRE DISCAPACIDAD (RPD). Disponible en: <http://www.rpd.es/> (consultado 03/30-05-2007).
- SALGADO, S. (2007): «Editorial Polibea», *Turismo@Polibea*, Febrero de 2007, N°34. Consultado en: www.polibea.com, en Enero de 2008.
- SERRA, A. (2005): *Marketing Turístico*. 2ª Edición. Ediciones Pirámide, Madrid.
- STEINFELD, E. (2007): «Universal Design as Innovation». Disponible en <http://www.ap.buffalo.edu/~arced/lifespan00/udi/udi1.html> (consultado 04-2008).
- STUMBO, N.J. y PEGG, S. (2005): «Travellers and Tourists with Disabilities: A Matter of Priorities and Royalties». *Tourism Review Internacional*, Vol. 8, N°3, pp. 195-209.
- SZMIGIN, I. y CARRIGAN, M. (2001): «Leisure and Tourism Services and the Older Innovator». *The Service Industries Journal*, Vol. 21, N° 3, pp. 113-119.
- TEORISME VLAANDEREN (2001): «Tourism for all in the European Union», Status Report on Tourist Accommodation Schemes in Europe. Meeting of EU Ministers of Tourism, «Tourism for all», 2001. Disponible en: <http://www.toegankelijkheidsbureau.be/docs/Tourism%20for%20All%20Report%20Final%20SEP2001b.pdf> (consultado 13-03-2007).
- U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE (1997): «Current Population Report: American-swith Disabilities: 1994-95». Disponible en: <http://census.gov/hhes/www/disable/sipp/disable9495>, (consultado el 05-04-2007).
- VAN HORN, L. (2002): «Travellers with Disabilities: Market Size and Trens. Disponible en <http://ncpedp.org/access/isu-travel.htm> (consultado 03-05-2007).

