



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

Análisis de la accesibilidad en el sector hotelero: Una visión ampliada, personas con discapacidad plus personas sin discapacidad

Trabajo Fin de Grado presentado por D^a. Rosario Rivero Tena, siendo la tutora del mismo la Dra. M^a del Carmen Díaz Fernández

Vº. Bº. de la Tutora:

Alumna:

Dra. M^a del Carmen Díaz Fernández

D^a. Rosario Rivero Tena

Sevilla. Junio de 2020



**GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2019-2020]**

TÍTULO:

ANÁLISIS DE LA ACCESIBILIDAD EN EL SECTOR HOTELERO: UNA VISIÓN AMPLIADA, PERSONAS CON DISCAPACIDAD PLUS PERSONAS SIN DISCAPACIDAD

AUTOR:

D^a. ROSARIO RIVERO TENA

TUTOR:

Dra. M^a DEL CARMEN DÍAZ FERNÁNDEZ

DEPARTAMENTO:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ORGANIZACIÓN DE EMPRESA

RESUMEN:

El turismo, en general, es un sector relevante en el conjunto de la economía nacional como internacional, generando grandes beneficios económicos y sociales. Sin embargo, nos encontramos con el problema de que muchas personas, debido a sus diferentes limitaciones a causa de su discapacidad, no tienen acceso a los diversos productos y servicios que ofrece el turismo. A partir de esos acontecimientos, se da el turismo accesible, el cual aporta una ventaja competitiva al sector turístico. Por todo ello, en este trabajo se persigue conocer dicho tipo de turismo ya que genera un gran interés social. Además, ofreceremos una visión lo más real posible y completa mediante el contacto con las personas que presenten una discapacidad o las personas que viajen con dichas personas ya que también poseen conocimientos sobre la accesibilidad mediante un análisis descriptivo. Sin embargo, este análisis lo haremos desde una doble óptica mediante la visión de las personas sin discapacidad para posteriormente realizar una comparación entre ambas visiones. Para la obtención de los resultados nos hemos servido de herramientas como Google Forms y las redes sociales aplicadas sobre una población total de 148 personas.

PALABRAS CLAVE:

Accesibilidad; sector hotelero; turismo accesible; persona con discapacidad; persona sin discapacidad.

ÍNDICE

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | PRESENTACIÓN DEL TRABAJO FIN DE GRADO | 1 |
| 1.1 | INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 1.2 | OBJETIVOS | 2 |
| 1.3 | JUSTIFICACIÓN | 3 |
| 2 | MARCO TEÓRICO | 5 |
| 2.1 | ANTECEDENTES DEL TURISMO ACCESIBLE | 5 |
| 2.2 | DISCAPACIDAD VERSUS DIVERSIDAD FUNCIONAL | 6 |
| 2.3 | LA ACCESIBILIDAD COMO FACTOR DIFERENCIADOR | 6 |
| 2.3.1 | Beneficios generados a partir de la implantación de la accesibilidad | 8 |
| 2.3.2 | Oferta de productos accesibles en España..... | 10 |
| 2.4 | EL HOTEL ACCESIBLE | 12 |
| 2.4.1 | Marco normativo accesibilidad..... | 13 |
| 2.4.2 | Diseño | 15 |
| 2.4.3 | Formación | 16 |
| 3 | METODOLOGÍA | 18 |
| 3.1 | POBLACIÓN OBJETIVO Y TAMAÑO MUESTRAL..... | 18 |
| 3.2 | HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS EMPLEADAS | 18 |
| 3.3 | ITINERARIO DE LA INVESTIGACIÓN | 19 |
| 4 | RESULTADOS | 21 |
| 4.1 | VISIÓN DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD..... | 21 |
| 4.1.1 | Perfil demográfico..... | 21 |
| 4.1.2 | Hábitos de consumo en el sector turístico | 22 |
| 4.1.3 | Valoración de los distintos servicios de un hotel | 23 |
| 4.2 | VISIÓN DE LAS PERSONAS SIN DISCAPACIDAD..... | 24 |
| 4.2.1 | Perfil demográfico..... | 24 |
| 4.2.2 | Hábitos de consumo en el sector turístico | 25 |
| 4.2.3 | Valoración de los diferentes servicios de un hotel | 27 |
| 4.3 | VISIÓN COMPARADA PERSONA CON DISCAPACIDAD VS. PERSONA SIN DISCAPACIDAD | 27 |
| 5 | APORTACIONES DEL AUTOR Y LIMITACIONES..... | 29 |

| | | |
|---|-------------------|----|
| 6 | CONCLUSIONES..... | 31 |
| | Bibliografía..... | 35 |
| | Anexos | 39 |

1 PRESENTACIÓN DEL TRABAJO FIN DE GRADO

1.1 INTRODUCCIÓN

Antes de entrar en materia, haremos alusión a la controversia que existe en cuanto a qué términos usar en cuanto a este colectivo. Basándonos en diversas fuentes, llegamos a la conclusión de que unos colectivos prefieren utilizar 'discapacidad' y otros, 'diversidad funcional'. Esto dependerá del tipo que sea ya que, si está relacionado con el tema físico, será discapacidad, en cambio, si está relacionado con el tema psíquico prefieren denominarlo diversidad funcional. Es por ello por lo que en esta investigación usaremos ambos términos. Sin embargo, hay que recalcar que en ningún caso la persona será denominada como 'discapacitado' o 'minusválido' sino, como 'persona con discapacidad'.

Cada vez son más las personas que realizan turismo, de hecho, en 2019, España, recibió casi a 84 millones de turistas dejando en nuestro país más de 2 millones de euros (Molina, 2020). Es por ello por lo que cada año tiene más peso en la economía de nuestro país.

Debido a la aprobación de leyes que evitan la discriminación en el empleo, ya sea por raza, sexo o discapacidad, ha aumentado el número de personas con discapacidad presente en el mercado laboral. Además, la población está más envejecida lo que significa, que también ha aumentado el número de pensionistas. Por lo tanto, se ha producido una subida de ingresos en este colectivo. Este hecho debe ser aprovechado por las empresas ya que tiene como consecuencia, que dichas personas gastarán más en el ocio.

Además, las instituciones ya sea nacionales e internacionales, han trabajado de forma activa para que las condiciones de vida de las personas con discapacidad mejoren. Con ello, vendrá como consecuencia la lucha para conseguir que el acceso a las infraestructuras y servicios turísticos sean accesibles para las personas con necesidades especiales. Podemos ver los resultados de esta lucha en diferentes investigaciones, legislación, ferias (como, por ejemplo, la Feria Internacional del Turismo, FITUR), teniendo todo ello un único objetivo: "Turismo para Todos" (OMT, 2015).

Según la Encuesta sobre Ingresos y Condiciones de Vida (extraído del Informe Olivenza), en 2016 en España existían 14,6% personas con limitaciones moderada en sus actividades y 4% con una limitación severa. Dichas cifras irán aumentando al cabo de los años debido al envejecimiento de la población, entre otras causas. Sin embargo, hay parte de esa población con discapacidad que no puede disfrutar del turismo debido a que el sector no cubre las necesidades demandadas por este tipo de clientes. De hecho, según Hosteltur, un 56%, siendo 3,3 millones, de las personas que presentan alguna discapacidad no viajan por falta de accesibilidad en algunos servicios. Por ello, podemos ver que en el turismo no toda la oferta hotelera que existe en nuestro país está al alcance de todos los clientes puesto que se da una clara desigualdad en cuanto al acceso y disfrute de dicha oferta. Por lo tanto, con esta desigualdad, se incumplen los principios de la Unión Europea con respecto a la igualdad de derechos y oportunidades y a la no discriminación.

Otra cuestión para tener en cuenta es la continua evolución como consumidor de los turistas ya que, hoy en día, las personas saben qué canales utilizar para conseguir lo que quieren. Como consecuencia, el cliente se volverá más exigente y demandará más calidad (OMT, 2015).

Existe una oferta muy amplia oferta del sector hotelero, en cambio, está creciendo la demanda de hoteles adaptados y no todos los hoteles pueden llegar a cumplir todos los requisitos (Paradores, 2007). Debido a esto, la accesibilidad será considerado como un factor de diferenciación, siendo una oportunidad para conseguir la fidelización de los clientes.

La estructura de nuestro TFG consta de dos grandes apartados, el cuerpo teórico, en primer lugar, en el que desarrollaremos los diferentes conceptos que hay que conocer para concienciar a la población de lo importante que es implantar la accesibilidad ya no solo en los alojamientos turísticos, sino en todos los lugares, así como la normativa vigente o la formación. En segundo lugar, el cuerpo empírico, en el que planteamos la metodología seguida, la población objetivo y las herramientas utilizadas. A continuación, comentamos los resultados alcanzados con el mayor detalle que nos permite la limitación de palabras del TFG además de graficar los datos más significativos a nuestro parecer. Seguimos con las aportaciones y las limitaciones que hemos tenido al realizar la investigación, terminando con las conclusiones a las que hemos llegado con la realización de dicho trabajo.

1.2 OBJETIVOS

Las administraciones públicas deben hacer más accesibles las ciudades para garantizar así el derecho del disfrute de ellas sin ningún impedimento a todos los ciudadanos. Sin embargo, en este estudio nos centraremos en los hoteles, dependiendo la mayoría de ellos, de agentes privados. Es por ello, que encontraremos varios inconvenientes al cumplir normalmente, con el mínimo que cita la ley (las cuales veremos más adelante), sin darle la verdadera importancia que tiene la accesibilidad en este sector (OMT, 2015). Además, la mayoría de los empresarios no conocen el impacto positivo que supone hacer que su hotel sea accesible para todos los huéspedes que elijan hospedarse allí. Es por eso, que en la mayoría de los hoteles nos podemos encontrar con ascensores, rampas y habitaciones adaptadas, entre otros. Pero, sin embargo, rara es la vez que nos podemos encontrar una piscina accesible para todos los clientes, una recepción a la altura de un cliente en silla de ruedas o carteles para las personas con discapacidad visual.

El objetivo principal de este TFG es aportar datos sobre la accesibilidad en el sector turístico, pero, más concretamente, en el sector hotelero ya que la accesibilidad es un tema que, como veremos, está en auge. Es por ello, que trabajaremos para ofrecer una visión del sector hotelero de las personas con discapacidad, junto la de las personas que los acompañan en sus viajes. Además, haremos una comparación de los datos que obtengamos a partir de un cuestionario realizado a las personas que no pertenecen a la población anterior.

Se ha decidido llevar a cabo la investigación desde la propia experiencia del cliente debido a que hay varios trabajos que investigan si el hotel cumple con los requisitos de accesibilidad, pero no entran en la visión del cliente. Además, veremos las diferencias que existen entre las opiniones de una persona con discapacidad a un turista que realiza el turismo convencional.

Creemos que los resultados obtenidos serán de gran valor para el sector ya que se pretende proporcionar un mayor conocimiento sobre las personas que se enfrentan día a día a esta realidad. Sin embargo, esta lección también será útil para el resto de la sociedad ya que haremos visible una realidad que está presente en nuestra vida

cotidiana y cada día más. Podremos ver cómo se sienten estas personas cada vez que se alojan en un hotel, qué productos o servicios les hacen la estancia más amena y qué la dificulta.

Por último, con la comparación pretendemos observar los cambios que se producen en los hábitos turísticos y la importancia dada a un producto o servicio, dependiendo del colectivo al que pertenezcas.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El principal motivo de la elección del tema del presente Trabajo Fin de Grado (TFG) fue conocer el sector turístico, pero, más concretamente, el sector hotelero desde el punto de vista de una persona con discapacidad. Sin embargo, para conocer las diferencias existentes en este sector, conoceremos también la visión de las personas sin discapacidad para así ofrecer una visión más ampliada del fenómeno estudiado y analizado en el presente TFG.

En cuanto a la información disponible, podemos ver que es escasa y muy desactualizada. Además, dicha información disminuye a la hora de centrarnos en la accesibilidad hotelera. Otro motivo por el que decidí investigar sobre este tema fue porque la mayoría de los documentos hablan de la teoría, es decir, de lo que debe ser, pero pocos estudios se han preocupado por escuchar la opinión de las personas con discapacidad, es decir, de cuestionarse “¿cómo ha sido la experiencia del cliente? ¿qué hay que mejorar?”.

Ver la realidad desde otro punto de vista diferente al nuestro hace que nos demos cuenta de que existen más realidades muy diferentes a la que vivimos nosotros. Por suerte podemos ver que la sociedad cada vez apuesta más por un desarrollo y crecimiento sostenible, siendo cada vez más solidaria y sensibilizada con los demás. Debido a esto, magnitudes como la calidad, la excelencia, la educación, la formación y la capacitación junto a la lucha constante y conjunta, hace que estén muy presentes en nuestra vida.

En el Hotel Ribera de Triana tuvo lugar unas jornadas formativas, organizadas por la Asociación de Hoteles de Sevilla, sumada a la colaboración de la Fundación ONCE y la Fundación ACS, con el fin de conocer los recursos accesibles del sector turístico. En ella se observó que la concienciación social en cuanto a la accesibilidad había aumentado puesto que el 94% de la población con discapacidad había viajado al menos una vez en los últimos dos años. Además, estuvieron presente personas con diferentes tipos y grados de discapacidad para escuchar su experiencia de los viajes realizados (Hosteltur 2020).

2 MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL TURISMO ACCESIBLE

Para conocer realmente el significado y las aportaciones que ha realizado el turismo accesible, es importante conocer su pasado y los acontecimientos ocurridos con el objetivo de acercarnos a la igualdad social.

Por lo tanto, el inicio de este tipo de turismo reside en el Turismo Social, el cual fue creado por las personas europeas pertenecientes a las clases obreras de mediados del siglo XX. Este turismo tiene como objetivo principal facilitar la actividad de realizar turismo a las personas que, por unas razones u otras (mayormente económicas y sociales), pertenecen a un colectivo desfavorecido. Debido al Turismo Social, surge el concepto de Turismo Accesible ya que está centrado en el disfrute de las actividades turísticas de cualquier persona sin importar las capacidades de dichas personas (Cruz y Patiño, 2017).

Sin embargo, a partir de la segunda mitad del siglo pasado ocurrieron dos hechos importantes: por un lado, empezó a aumentar la calidad de vida de los habitantes de los países desarrollados, mejorando el bienestar social y económico y, por tanto, empezaría a aumentar la esperanza de vida de las personas. Por otro lado, empezó a aumentar los accidentes laborales sumado a la aparición de nuevas enfermedades. Todo esto tuvo como consecuencia el aumento de la población de personas con discapacidad (Marcos Pérez y González Velasco, 2003).

Otro hecho que marcó el nacimiento del Turismo Accesible fueron las barreras existentes en las infraestructuras públicas y privadas que impedían que este sector de la población se pudiera integrar plenamente. Debido a todo esto, las personas con discapacidad empezaron a reclamar nuevas políticas para garantizar la igualdad de oportunidades y la calidad de vida. Las reclamaciones tuvieron tanta repercusión que, como consecuencia de este hecho, en 1963 se celebra en Suiza el Congreso Internacional para la Supresión de Barreras Arquitectónicas, con el fin de implantar la accesibilidad en los edificios mediante técnicos y diseñadores de edificios. Con esto se consiguió que la sociedad tomara conciencia sobre el peso que supone el concepto accesibilidad. A raíz de este congreso, muchas organizaciones mediante declaraciones e informes manifestaron un claro objetivo, es decir, mejorar las condiciones de vida de las personas con discapacidad.

Sin embargo, no es hasta 1989 cuando se aprueban dos Reales Decretos sobre las medidas de accesibilidad requeridas en cualquier edificio. Posteriormente, son publicados por el Instituto de Mayores y Servicios Sociales (en adelante IMSERSO) dos planes muy importantes en materia de accesibilidad. Estos planes son:

- El libro Verde de la Accesibilidad en España (2002), el cual es creado con el objetivo de difundir, compartir y discutir sobre la accesibilidad en nuestro país. Para ello se recogen los instrumentos y políticas, así como las iniciativas y reformas que se han puesto en marcha para favorecer a la promoción del turismo accesible en nuestro país.
- El Libro Blanco del Plan de Accesibilidad (ACCEPLAN). Se publica en 2003 para analizar las actuaciones necesarias para poder integrar la accesibilidad en todos los entornos, productos y servicios.

Tras muchos años de lucha por conseguir la igualdad de oportunidades, se cambia el rumbo de la lucha con el objetivo de crear un nuevo concepto, siendo el “diseño universal”. El objetivo de este concepto es facilitar el uso de los productos y servicios para todos los usuarios.

Todos estos acontecimientos han dado lugar a lo que podemos ver hoy en día, creciendo el interés por incluir a todas las personas en todas las actividades. Es por eso por lo que, como veremos más adelante, muchas empresas adaptan sus productos y servicios a este colectivo, aunque haya que invertir recursos económicos.

2.2 DISCAPACIDAD VERSUS DIVERSIDAD FUNCIONAL

Hoy en día la utilización del término discapacidad o diversidad funcional genera mucha suspicacia en cuanto a la decisión de cuál es el que mejor define a las personas pertenecientes a esa población. Por eso, antes de entrar en el debate, veremos el significado y la diferencia entre deficiencia, discapacidad, minusvalía y diversidad funcional.

En primer lugar, la deficiencia es “toda pérdida o anomalía, permanente o temporal de una estructura o función psicológica, fisiológica o anatómica” (Villar, 2019), supone una limitación funcional que repercute en la vida diaria. Podemos encontrar diferentes tipos de deficiencia, llevando cada uno al desarrollo de una discapacidad.

Relacionado con el anterior, nos encontramos con el término discapacidad, ya que su definición coincide en cuanto al horizonte temporal y en la estructura de la deficiencia. Sin embargo, se diferencia en los tipos en los que se agrupa, los cuales son de comunicación, movilidad o conducta.

Por otro lado, el término minusvalía se refiere a la situación que vive una persona ocasionando desventajas debido a la limitación a las que se enfrenta. Con esto estamos hablando del hecho de que cuando a una persona se le niegan oportunidades disponibles para el resto de la población, es minusvalía.

Finalmente, el término diversidad funcional utilizado como término alternativo al de discapacidad desde el año 2017, aunque fue usado por primera vez en 2005 por Javier Romañach. Las personas o asociaciones que prefieren este término lo hacen debido a que piensan que las personas tienen diferentes capacidades, no siendo motivo de exclusión (Canimas, 2017).

Nos podemos encontrar asociaciones como Plena Inclusión (discapacidad intelectual), ONCE (discapacidad visual) o Down España que piensan que el mejor término que define a estas personas es ‘discapacidad’. Sin embargo, desde Dialnet redactaron un comunicado para afirmar los beneficios que trae consigo el uso de diversidad funcional.

2.3 LA ACCESIBILIDAD COMO FACTOR DIFERENCIADOR

El turismo accesible tiene su origen en la Declaración de Manila de 1980 organizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) donde se asocia por primera vez en la historia el término turismo al de accesibilidad puesto que el turismo es un derecho de todos.

No obstante, hay que diferenciar los términos “turismo accesible” y “turismo para todos”. Aunque aún no existe una definición consolidada del primer término debido al poco tiempo que lleva existiendo, lo podemos definir como aquel que garantiza la eliminación de barreras físicas, psíquicas y sensoriales encontradas a la hora de hacer turismo las personas con algún tipo de discapacidad. En cambio, turismo para todos se refiere a aquel que planea, diseña y desarrolla teniendo siempre el pensamiento en que todas las actividades turísticas de ocio y tiempo libre puedan ser disfrutadas por toda clase de personas (Periáñez, 2020). PREDIF, en 2005 afirmó la importancia del turismo accesible por las siguientes razones:

- Es un derecho en nuestra sociedad.

- Es un factor de integración social.
- Es un factor de diferenciación del negocio.
- Es un elemento básico de calidad de la oferta turística.
- Es una oportunidad de negocio.

En nuestra población podemos encontrar un segmento de personas con diferentes discapacidades (física, sensorial, intelectual, mental) con unas necesidades de ocio que exigen una especial atención pública y privada. Sin embargo, del turismo accesible también se benefician las personas que durante el tiempo que dedica al turismo encuentra un grado de dificultad ya sea para el acceso, el uso o disfrute de las instalaciones. Estamos hablando del caso de las personas mayores, las familias con niños, personas con una discapacidad temporal, embarazadas... Esto quiere decir que una parte de la población está quedando desatendida puesto que no se le ofrece productos turísticos accesibles, siendo la principal causa el desconocimiento de las necesidades y demanda de este segmento. Por ello, es conveniente saber los tipos de discapacidades que existen y en qué consiste cada una ellas. A continuación, desarrollaremos los tipos de discapacidades existentes a partir de las definiciones realizados por Fundación Caser y Cruz Roja:

- Discapacidad auditiva. Implica un déficit total o parcial en la percepción auditiva debido a una anomalía en el oído. Este tipo de discapacidad será sordera cuando la deficiencia sea total o profunda o, por otro lado, será hipoacústica cuando la persona posea una deficiencia parcial. La forma de comunicarse con estas personas es mediante el lenguaje de signos, el cual es una lengua gesto-espacial (se utilizan las manos y toda la expresión corporal como gestos o movimientos). Un inconveniente es que no es universal ya que cada país tiene su propia lengua de signos y se va modificando con el uso de cada hablante, lo que complicará el aprendizaje de las personas sin este tipo de discapacidad.
- Discapacidad física o motriz. Este tipo de discapacidad consiste en una disminución de la movilidad total o parcial de una o más partes del cuerpo, dificultando realizar las actividades motoras usuales. Dependerá la independencia de las personas con esta discapacidad de las barreras arquitectónicas como son las alfombras, los escalones, las rampas mal diseñadas...
- Discapacidad visual. Alteración total o parcial del sentido de la vista. Según la disminución de la vista puede ser ceguera o disminución visual. En el primer caso se encuentran las personas con una pérdida completa de la vista y en el segundo caso, consiste en la pérdida parcial. Es por ello, que para que las personas con este tipo de discapacidad sean más independientes en las instalaciones, es conveniente instalar paneles con el sistema Braille, letras grandes o con material sonoro, entre otras medidas.
- Discapacidad intelectual (mental, psíquica, cognitiva...). Encontramos la limitación en las habilidades que la persona aprende para el día a día y para responder a las distintas situaciones y lugares. A las personas con este tipo de discapacidad les cuesta comprender y comunicarse.
- Discapacidad sensorial. Es toda aquella discapacidad que afecta a uno o varios de los sentidos. Las más conocidas son la auditiva y visual, definidas anteriormente.
- Discapacidad orgánica. Aquella que afecta a cualquier órgano interno como el corazón, los pulmones, los riñones, etc. Se suele llamar "la discapacidad invisible" debido a que es la menos perceptible. Dependiendo de su grado, puede estar unida a una discapacidad física ya que su evolución orgánica o el tratamiento, puede generar dificultades físicas.

| SÍMBOLO | DISCAPACIDAD | DEFINICIÓN |
|---|-----------------|--|
|  | AUDITIVA | Carencia total o parcial de audición |
|  | FÍSICA O MOTRIZ | Limitación de la movilidad total o parcial de una o varias partes del cuerpo |
|  | VISUAL | Pérdida total o parcial de la visión funcional |
|  | INTELECTUAL | Limitaciones en la adquisición de conocimiento y desarrollo de habilidades y destrezas |
|  | SENSORIAL | Afecta a uno o varios sentidos del cuerpo humano |
|  | ORGÁNICA | Uno o varios órganos internos se ven afectados |

Tabla 2.1. Cuadro resumen tipos de discapacidad. Fuente: elaboración propia a partir de Fundación Caser y Cruz Roja (s.f.)

Las organizaciones deben prestar especial atención a la accesibilidad puesto que se ha convertido en un requisito para medir la calidad de los servicios turísticos (Gil, 2018). Algunos de los retos para conseguir un turismo accesible integral son:

1. La “cadena de accesibilidad” debe ser completa. Pensando en la accesibilidad durante toda la planificación del viaje.
2. Evolucionar los catálogos a experiencias integrales. En las guías de viaje de cada destino en nuestro país, no incluye la accesibilidad de forma integral.
3. Homogeneizar criterios de accesibilidad. Para ello se debe crear un distintivo oficial ya que actualmente no existe un distintivo único de turismo accesible en nuestro país para las diferentes adaptaciones.
4. Eliminar los costes adicionales. Las habitaciones adaptadas suelen estar ubicadas en los hoteles de alto poder adquisitivo, aunque la mayoría de los hoteles solamente cumple con las obligatorias. Para ello deberán normalizarse las habitaciones adaptadas, consiguiendo con ello una habitación cómoda y segura para todos.

2.3.1 Beneficios generados a partir de la implantación de la accesibilidad

La accesibilidad no solo tiene efectos positivos en las personas, sino también, en los servicios prestados por las organizaciones. Esos beneficios pueden verse en varios sentidos, los cuales son: la igualdad de oportunidades, la calidad de uso, la rentabilidad y la sostenibilidad.

La implantación de la accesibilidad, en primer lugar, favorece la igualdad de oportunidades ya que el acceso a los productos y servicios está abierto a todo el mundo. Sin embargo, esto no sirve solo para dar la misma importancia a las necesidades de todas las personas, sino como la construcción de las sociedades con el respeto como

base. Por otro lado, también aumenta la calidad de uso de los productos o servicios al diseñar elementos para la utilidad del mayor número de personas posibles.

Además, la accesibilidad hará que la rentabilidad de la explotación de los entornos aumente en los establecimientos que la integren desde el principio. Esto se debe a que, al diseñar un establecimiento para todos, se ahorrarán recursos económicos y materiales al no tener que hacer una rehabilitación o adaptación posteriormente. Por este mismo hecho, también aumentará la sostenibilidad al disminuir las adaptaciones posteriores (Alonso y Dinares, 2006).

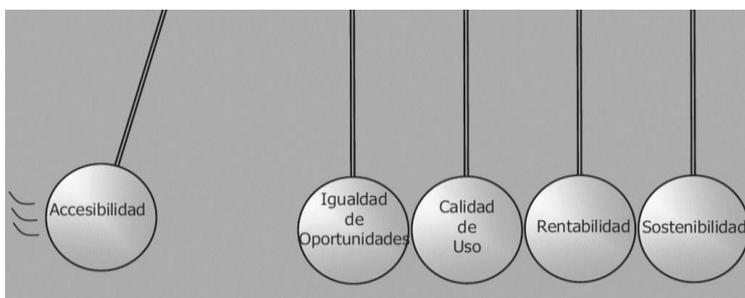


Figura 2.1. Impactos positivos de la accesibilidad. *Fuente:* Alonso, F. y Dinares, M. (2006)

El turismo accesible además de ofrecer ventajas respecto al turismo convencional es beneficioso para las empresas, viajeros y regiones.

Adaptar los servicios a uno o varios de los grupos de discapacidad, creará nuevas oportunidades de negocios. Sin embargo, las organizaciones serán libres de elegir entre cumplir los requisitos obligatorios en materia de accesibilidad o centrarse en el cliente con discapacidad y sus familiares.

Por tanto, hay que tener en cuenta que ningún país del mundo es accesible al cien por cien. La principal razón para atender a la demanda con necesidades especiales es que los primeros que lo hagan recibirán antes los beneficios económicos que suponen la eliminación de barreras (OMT, 2015).

Los principales beneficios del turismo accesible son (Fernández, 2010):

- Favorece la integración social.
- Desestacionalización de la demanda. Este tipo de turismo incluye también a las personas de la tercera edad, las cuales, no tienen obligaciones laborales y pueden viajar en cualquier época del año. Además, desafortunadamente, muchas de las personas que padecen una diversidad funcional tampoco tienen un empleo.
- Ofrece igualdad de oportunidades sin discriminar a nadie.
- Es un segmento "multicliente" ya que la mayor parte de los turistas con alguna discapacidad, van acompañados de familiares sin discapacidad. Este hecho hace que el gasto se multiplique.
- Aumento de empleo en el sector turístico. Según Adecco, el turismo accesible podría generar más de 100000 puestos de trabajo ya que viajaría más personas.

Todo ello dará lugar a un aumento de calidad en la oferta y en el sector turístico.

Otra de las ventajas, según la cadena hotelera ILUNION Hotels, es que se creará una sociedad más justa y mejor cuando seamos capaces de diseñar los productos para el disfrute de esas personas con necesidades especiales.

Para las empresas, el turismo accesible es una oportunidad de negocio aumentando la cuota de mercado. Con ello podrán conseguir ser vistos como diferentes ante el cliente. Para ello, algunas de las ideas son (Alern, 2012):

- Posibilidad de reservar una habitación adaptada online sin tener que hacerlo vía telefónica.
- Especificar para qué tipo de discapacidad están adaptadas las instalaciones.
- Tener un apartado destinado a obtener información sobre accesibilidad como por ejemplo amplitud de las puertas, alturas de los muebles, dimensiones platos de ducha...Con ello, el cliente podrá saber si cubren sus necesidades o no.
- Tener un filtro sobre la accesibilidad en el buscador de la página web. Según la OMT, los turistas con necesidades especiales se quejan de que es difícil encontrar información acerca de si es accesible o no el destino que se desea visitar.

2.3.2 Oferta de productos accesibles en España

Desde el punto de vista del cliente la principal atracción es la experiencia que va a recibir. Por lo tanto, serán fieles a aquellos productos que sea atractivos y asequibles, además de existir una buena relación calidad-precio.

Sin embargo, el marketing para las personas con una diversidad funcional varía un poco ya que debe seguir existiendo esa relación calidad-precio, pero, además, responder positivamente a la pregunta que se cuestiona la demanda con necesidades especiales. Dicha pregunta determinante para esta demanda es “¿es el viaje accesible para mí?”.

Los clientes potenciales deberían recibir información sobre la accesibilidad, mediante los proveedores de turismo y servicios intermediarios, de todas las etapas del viaje (actividades que se pueden realizar, los traslados, características del alojamiento, transporte público...). Esta información debe ser contestada antes de la realización del viaje para que el cliente valore si la podrá realizar con total normalidad o no. Por esta razón, la mayoría de estos clientes dependen de los proveedores, guías y agentes de viajes para que pueda investigar en su nombre.

Hoy en día, cada vez son más los turistas con diversidad funcional que utilizan los sitios web, como los blogs, para contar su experiencia en un destino, alojamiento, actividades realizadas que están adaptadas... Este canal es frecuentemente utilizado para encontrar la información deseada en cuanto accesibilidad y, además, suele considerarse como fiable cuando en las páginas del destino o alojamiento no aparece dicha información (OMT, 2015).

Mediante una noticia de Hosteltur hemos podido observar que, en España, la Red Española de Turismo Accesible, lanzó en 2016 “Spain is Accesible”, estando subvencionado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo mediante un programa de ayudas. Esto se hizo con el objetivo de promocionar los destinos, productos y servicios sin barreras físicas en el ámbito internacional y así poder ampliar la información existente para las personas con discapacidad.

En cambio, para ofrecer servicios accesibles, a la hora de pensar en la accesibilidad no debemos pensar únicamente en la accesibilidad del lugar del destino ya que la planificación del viaje está formada por varias fases como las reservas online, los transportes a la ida y a la vuelta... Por ellos, la “cadena de accesibilidad” debe ser completa teniendo presente la accesibilidad en todos los eslabones. Actualmente, no podemos decir que dicha cadena está completa ya que muchos de ellos presentan carencias de accesibilidad y, por lo tanto, no podemos hablar de un turismo accesible de calidad.

En el sector transporte, RENFE dispone de un servicio especial para las personas que poseen alguna discapacidad, el cual se llama Renfe ATENDO. Dicho servicio es gratuito debiéndose reservar en la compra de billetes tanto en los trenes de media distancia como los de larga. Las principales funciones son:

- Acompañan al viajero dentro de las estaciones.
- Ayudar a subir y viajar del tren cuando los clientes lo deseen.
- Reservar un lugar del tren para las personas que viajan en su silla de rueda. Esta es la llamada Plaza H, la cual te permite viajar en la propia silla de ruedas sin ocupar un asiento y debe reservarse a la hora de comprar el billete. Está presente tanto en la clase preferente como en la turista (más sencilla y económica).

Este servicio se ofrece en la mayoría de las estaciones, aunque no en todas. Sin embargo, alguna de ellas, tienen asistencia permanente y en otras puntual. En el primer caso, las estaciones siempre tienen personal para dar dicho servicio, estando disponible durante el horario de apertura de la estación. El cliente debe estar en el lugar de encuentro (indicado en el mensaje de texto que les envían a los clientes a modo de recordatorio) 30 minutos antes de la salida del tren. En el otro caso, las estaciones con asistencias puntual solo tienen el servicio cuando se solicita, debiéndose hacer como mínimo doce horas antes de la salida (RENFE, 2019).

Si preferimos viajar en barco, hay una empresa que ofrece servicios adaptados para las personas con diversidad funcional. Dicha empresa es Balearia, la cual recomienda a los clientes que indiquen la discapacidad tanto a la hora de reservar el billete como al facturar para informarle de los servicios adaptados de los que dispone el buque en el que viajará el cliente. En el caso de reservar un billete a través de la web, se puede señalar en el capo de Atención especial. El embarque puede realizarse antes o después que el resto de los demás pasajeros, dependiendo del buque. Los servicios que ofrece Balearia para este tipo de cliente observados en su página web son (Balearia, s.f.):

- Butacas adaptadas
- Aseos adaptados en las zonas comunes
- Anclaje de seguridad para sillas de ruedas
- Los buques con acomodación en camarotes disponibles, los hay adaptados.

En cambio, si queremos hacer tour por el destino visitado, podemos hacerlo mediante la empresa City Sightseeing, la cual se dedica a hacer tours por los principales destinos del mundo mediante bus. La mayoría de los autobuses cuentan con espacios para las sillas de ruedas de hasta 70 cm de ancho (City Sightseeing, s.f.). Sin embargo, solamente cabe una silla por lo que, si un viajero ya ha accedido en silla de ruedas, el próximo no podrá subirse teniendo que esperar al próximo autobús.

Por último, podemos encontrar en nuestro país el producto fabricado por la empresa SMOOV, llamado Smoov One, el cual es un aparato que se acopla a las sillas de ruedas manuales o eléctricas, con el fin de facilitar la movilidad de las personas con discapacidad física. Las ventajas que supone es que es ligero y resistente, la velocidad es regulable, pero, lo más importante es que es seguro en cualquier superficie tanto como las superficies con gravas como para los suelos húmedos o lisos (SMOOV, s.f.).



Figura 2.2. Smoov One. *Fuente: SMOOV*

Podemos ver que las empresas, como la sociedad en general, cada vez están más concienciadas sobre las necesidades que requieren estas personas y por eso adaptan sus servicios o productos a este grupo de clientes.

2.4 EL HOTEL ACCESIBLE

Un hotel accesible u hotel para todos deberá tener la posibilidad de ofrecer un buen servicio adaptado a las necesidades del mayor número de clientes y poder personalizarlo cuando sea necesario. Las condiciones que facilita la estancia a personas con distintas capacidades también facilitan la estancia a muchos usuarios que no suelen considerarse cuando se habla estrictamente de accesibilidad (Alonso y Dinares, 2006).

IMSERSO diseñó una guía para diseñar, organizar y gestionar un hotel que sea accesible para todos. En ella indican la importancia de garantizar una accesibilidad global en el establecimiento puesto que eso significa que cualquier persona puede disfrutar de los servicios ofrecidos por el hotel sin tener en cuenta la edad, sexo o el grado de discapacidad del usuario (Alonso y Dinares, 2006). Se llegó a la conclusión que los requisitos que deberán cumplir todos los hoteles para garantizar la plena accesibilidad son:

- **Acceder.** Es el requisito más importante para ser usuario de cualquier servicio ofrecido por un establecimiento. El tamaño y diseño de la puerta será lo que condicione el acceso que deberá ser sin ningún peldaño.
- **Circular.** Debemos poder movernos y circular por el interior del lugar al que hemos accedido. Este requisito está condicionado por la dimensión de los espacios, altura y anchura de paso libre, el mobiliario...
- **Comunicar.** Poder comunicarse correctamente percibiendo o emitiendo los diferentes mensajes en todas las modalidades que existen. Con esto nos referimos a los paneles de información y señalización, el lenguaje de signos o las señales mediante luz y sonidos.
- **Utilizar.** El usuario podrá hacer uso de todos los elementos que existan en todos los servicios. Este requisito es imprescindible puesto que es una tontería que se pueda acceder y circular por un espacio, pero no se pueden utilizar los elementos. Por ejemplo, si un cliente con una discapacidad de movilidad puede acceder al espacio donde se encuentra la piscina y puede moverse por el césped, pero la piscina no está adaptada para ese tipo de discapacidad, el cliente no podrá hacer uso de dicho servicio.

- Accesibilidad Global. Será garantizada al cumplir todos los requisitos citados anteriormente en todos los servicios y dependencias del hotel.

La Organización Mundial de Turismo estudió una cadena hotelera para demostrar las buenas prácticas de un hotel accesible, la cual fue Scandic Hotels, cuya sede se sitúa en Estocolmo. Es un ejemplo de hotel accesible puesto que los servicios que ofrecen cubren las necesidades esenciales que puedan ser requeridos por una persona con discapacidad. En su página web podemos observar que dicha cadena hotelera tiene establecida 101 medidas de accesibilidad aplicadas en todos los hoteles, siendo las más destacadas las siguientes:

- Elaboración de una lista de 159 puntos, al que llaman “Scandic's accessibility standard” (estándar de la accesibilidad de Scandic) abarcando todo lo que se ofrece y debe ser consideración integral para todos los productos y servicios del hotel. Cabe destacar que, 101 puntos de los 159, son de obligado cumplimiento
- Personal cualificado para atender a clientes con discapacidad y necesidades especiales
- En la web podemos encontrar toda la información relacionada con la accesibilidad. Esta información se proporciona mediante un folleto dirigido a los clientes con necesidades especiales, los estándares y distintas sugerencias sobre la forma más adecuada de preparar un viaje en el caso de ser un cliente con discapacidad.
- Para todo aquel empresario que esté interesado en recibir formación en materia de accesibilidad, ofrecen un curso interactivo centrado en consejos, sugerencias, pruebas y vídeos que muestran cómo se debe ofrecer un buen servicio a las personas con discapacidad.

2.4.1 Marco normativo accesibilidad

En el sector turístico, muchos países reconocen los derechos de las personas con discapacidad, en cambio, desciende mucho el número de países que disponen de normas en materia de accesibilidad. Además, que el término “accesibilidad” sea diferente en cada país, hace que exista una diferencia legislativa entre los países. Esa diferencia afectará a las expectativas que tienen los turistas cuando viajan a otros países o continentes. Es por ello por lo que los políticos y responsables deberían tener en cuenta la creación de una legislación para todos los usuarios.

La OMT afirmaba en uno de sus módulos referidos al turismo accesible afirmaba que, para la creación y desarrollo de una norma sobre medidas de accesibilidad, se requiere primero de todo conocer el significado y los beneficios que aportará. En cuanto a su contenido, deberá cubrir las tres dimensiones principales de acceso, las cuales son: físico, sensorial e intelectual, debiendo eliminar y prevenir todas las barreras presentes en el entorno.

También recomienda la presencia de un control en cuanto al funcionamiento de la legislación mediante indicadores. En caso de no cumplirla, el responsable recibirá una sanción efectiva. Para evitar que incumplan las medidas, las organizaciones gubernamentales deberían poner en marcha las siguientes acciones:

- Facilitar la información sobre los requisitos a cumplimentar para que pueda considerarse como accesible, ya sea entidad, edificio o un servicio.

- Coordinar la ejecución de las medidas, acciones y proyectos de mejora de la accesibilidad.
- Ayudar económicamente a las organizaciones que decidan eliminar las barreras existentes.
- Apoyar la inclusión laboral de personas que presenten alguna discapacidad.
- Promocionar la formación del personal en materia del trato con clientes con discapacidad.

En nuestro país existen una norma a nivel estatal y cada comunidad autónoma la complementa que otras normas. Debido a esto, nos encontramos con el principal problema y es que, en la realidad, la mayoría de los reglamentos referidos al turismo y la accesibilidad aparecen en distintos documentos, con parámetros diferentes dependiendo de las comunidades autónomas. Esto ocasionará contradicción, siendo un impedimento a la hora de aplicarlas en los productos y servicios turísticos (OMT, 2015).

Además, sería recomendable aplicar al establecimiento varias normas UNE de las cuales destacaremos 4:

- Norma UNE 170001. Está dividida en dos partes, las cuales fueron aprobadas en 2007, anulando la norma existente de 2001. Por un lado, el objetivo de la primera parte es establecer los criterios DALCO (Deambulaci3n, Aprehensi3n, Localizaci3n y Comunicaci3n) de accesibilidad universal y ser aplicado en el entorno y para cualquier persona sin depender del sexo, origen, edad o capacidad. Por otro lado, en la segunda parte podemos encontrar los requisitos que debe tener una organizaci3n a la hora de implantar un sistema de gesti3n de la accesibilidad universal en dos casos: cuando se desee tener y mantener un entorno accesible o para aumentar la accesibilidad (UNE 17001, 2007).
- Norma UNE 41500 aprobada en abril del a1o 2001 y cuyo objetivo es detallar los criterios generales a la hora de dise1ar un edificio accesible y en el urbanismo (UNE 41500, 2001).
- Norma UNE 41524, siendo la m1s actual pues se aprob3 en octubre en 2010. Esta norma se elabora tambi3n para establecer m1s criterios de dise1o de cualquier edificio urbano, con independencia del uso de dicho edificio. Estos criterios son en relaci3n con la conexi3n de los distintos espacios y elementos, adecu1ndolos tambi3n a las personas con discapacidad (UNE 41524, 2010).

En cuanto a la legislaci3n en el 1mbito estatal encontramos principalmente los tres siguientes:

- Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre. En esta ley se garantiza el derecho a la igualdad de oportunidades y de trato, adem1s de establecer las sanciones e infracciones con el fin de establecer "condiciones de igualdad, no discriminaci3n y accesibilidad universal de las personas con discapacidad".
- Real Decreto 505/2007, de 20 de abril cuyo objeto es redactar las condiciones b1sicas de accesibilidad que debe poseer cualquier edificio para asegurar la no discriminaci3n
- Real Decreto 173/2010, de 19 de febrero la cual modifica el C3digo T3cnico de la Edificaci3n para garantizar el acceso y utilizaci3n de los edificios, evitando as1 la discriminaci3n a las personas con discapacidad.

Como hemos visto, no hay ninguna norma espec1fica para el sector hotelero y es por ello, por lo que cada comunidad aut3noma deber1 aprobar una, al menos, con respecto a los alojamientos tur1stico especificando el n1mero de habitaciones seg1n la capacidad, los servicios o la informaci3n obligatoria.

Por 1ltimo, cabe destacar que uno de los mayores problemas que se encuentran los empresarios cuando desean implantar la accesibilidad en varios hoteles situados en

distintos países, es la diferencia en cuestiones de legislación que podemos encontrar en cada país. Esto es debido a que no existe una norma común ni si quiera para los países europeos.

2.4.2 Diseño

Como hemos visto anteriormente, existen diferentes tipos de discapacidades y, por ello, cada una de ellas tendrá unas necesidades diferentes. Con lo cual, deberemos tener en cuenta todas y cada una de las discapacidades para cubrir todas las necesidades de nuestros clientes. Es por ello, que en este punto veremos la realidad del sector hotelero en cuanto al cumplimiento de la normativa.

IMSERSO cree imprescindible que el establecimiento cuente, como mínimo, con lo siguiente:

- Para las personas con discapacidad física o motora: puertas anchas, rampas, ascensores anchos, cuarto de baño adaptados en las habitaciones y en las zonas comunes.
- Para las personas con discapacidad visual: explicaciones verbales, alarmas sonoras, acceso para los perros guías en todos los espacios.
- Para las personas con discapacidad auditiva: personal que le hable directamente a esa persona y de forma clara para así poder leer los labios, medios visuales, alarmas de seguridad con luces.
- Para las personas con discapacidad intelectual: mensajes claros y jeroglíficos sencillos. Por ejemplo, una carta de la parte de restaurante deberá estar las cosas claras con dibujos y diferentes colores.

Lo primero en cuanto al diseño para que un hotel sea accesible, es que pueda entrar cualquier persona y para ello, el acceso no deberá haber desniveles y que las puertas sean lo suficientemente anchas como para que quepa una silla de ruedas o un carrito de bebé. En el caso de existir desniveles, deberá contar con una rampa fija con pasamanos o una rampa móvil que sea segura. En el vestíbulo encontraremos un mostrador de información dispuesto a dos alturas, estando libre de obstáculos

Todos los hoteles deberán tener una habitación adaptada pero el número exacto dependerá del número de habitaciones totales del hotel. Además, deberá tener la puerta un ancho de 90 cm como mínimo, siendo la misma medida para el pasillo sin contar la anchura de los muebles. Dentro de ella, podremos encontrar el cuarto de baño sin bañera y el mobiliario adaptado como mínimo a la altura estándar de una persona en silla de ruedas. Además de la habitación, es obligatorio que tengan plazas de aparcamiento reservadas para las personas con movilidad reducida, dependiendo el número de estas también de la capacidad de dicho establecimiento (Paradores de Turismo de España, 2007).

Para que todos los clientes entiendan todos los sistemas de información, es importante que se facilite mediante diferentes medios y soportes como son los trípticos, revistas, folletos... Para que sean efectivos esos medios debe incluir información acerca de los transportes disponibles para llegar, tarifas, promociones o equipamientos, entre otros. Además, esta información debe darse atendiendo a las diferentes necesidades, es decir, sonoros, de forma clara, teniendo un fondo que no dificulte mucho la lectura, con un tamaño de letra propio...

No obstante, en unas jornadas celebradas en Sevilla, nombradas al final del primer capítulo del TFG, la mayoría de los viajeros entrevistados demandaban con urgencia que el personal tuviera una formación mínima, contar con información útil en la web, mostradores accesibles, plan de evacuación accesible y, por último, contar con una señalización clara de la recepción y de los servicios (Hosteltur, 2020).

Como ejemplo de buena práctica, tenemos el caso de ILUNION Hotels donde nos podremos encontrar las habitaciones adaptadas con los baños también adaptados, servicios al disfrute de todo el mundo y una restauración con todas las necesidades que pueden requerir los clientes.

En cuanto a las habitaciones, podemos observar a través de su página web que están equipadas con camas articuladas individuales, teléfono adaptado tanto para personas con discapacidad auditiva como visual, las mesillas están diseñadas con bordes especiales para así poder evitar los accidentes. Además, todo está a la altura para que una persona en silla de ruedas llegue sin problema al escritorio, los interruptores o los tiradores. Por otro lado, en el baño de la habitación podemos encontrar con un suelo sin desniveles, el toallero a una altura alcanzable para las personas con sillas de ruedas y el espejo está inclinado. En la ducha habrá una silla y barras de apoyo regulables con una cortina que se sube y se baja de forma automática, además de los amenities en braille de manipulación sencilla.

En los hoteles, los mostradores tienen dos medidas siendo uno más bajo para los clientes con movilidad reducida. También hay bastantes señalizaciones como, por ejemplo, en las escaleras, hay una luz y una cinta antideslizante en cada escalón. Incluso las piscinas están adaptadas para todo tipo de discapacidades (ILUNION, s.f.).

Sin embargo, los hoteles de la cadena ILUNION no son los únicos que ofrecen un mayor grado de accesibilidad en nuestro país. En la guía elaborada por PREDIF titulada “100 alojamientos turísticos accesibles para todos” podemos encontrar los alojamientos, divididos por provincias, que están preparados para recibir a los clientes que aporta el turismo accesible. Además de especificar las características en materia de accesibilidad que aporta el establecimiento, lo divide por tipo de discapacidad para que según del tipo que sea, el interesado valore si es el adecuado o no.

2.4.3 Formación

Es importante que el personal del hotel, y más concreto, el personal de recepción conozca valore las ventajas del Diseño para Todos. Por este motivo es importante que en el sistema educativo podamos encontrar asignaturas para que así, el alumnado pueda aplicar esos conocimientos en el desarrollo profesional., siendo impartidas en los grados y posgrados. Con esto queremos decir que no sirve solamente con saber el lenguaje de signos o tener conocimiento en medicina, sino que debe saber tratar a este tipo de personas ya que, por ejemplo, a las personas con discapacidad intelectual hay que explicarle las cosas de una forma diferente.

La fundación ONCE junto a CRUE Universidades Españolas redactó un documento acerca de la formación curricular en materia de accesibilidad. En ella recomendaba que las competencias básicas que deben tener las asignaturas en los grados o posgrados y ser adquiridas por el alumno deben ser:

- Garantizar la igualdad en el trato mediante la transmisión de información atendiendo a la diversidad del público.
- Tener rápida adaptación al entorno causadas por las diferentes situaciones culturales.
- Saber trabajar en equipo y tener flexibilidad cognitiva.
- Tener habilidades en las relaciones interpersonales mediante la escucha activa teniendo empatía por la otra persona.
- Profundizar sobre la Accesibilidad Universal y el Diseño para todos
- Definir métodos para eliminar las barreras sociales y culturales.

También sería recomendable que se fomentase la investigación sobre soluciones tecnológicas debido a la generación que vivimos donde prácticamente todo está digitalizado.

En cuanto a las empresas de alojamiento es importante que el personal sepa distinguir los principales procesos que existen en el establecimiento, incluyendo aquellos que son específicos para las personas con discapacidad.

El personal deberá estar lo suficientemente cualificado como para poder examinar y revisar aquellos procesos que se dan en el alojamiento para evitar que haya necesidades sin cubrir. Para esto, es importante que se tenga creatividad y poder elaborar planes y cubrir las necesidades de todos los clientes.

Sin embargo, lo que más favorecerá a la formación, será la creación de Prácticas Curriculares para que así el alumno se encuentre con la realidad y sepa de primera mano lo que implica la atención a personas con capacidades diferentes.

En cambio, en la realidad, como estudiante del Grado de Turismo podemos afirmar que, a pesar de su importancia en la actividad turística española, carece de materias que se centren en el Turismo Accesible.

PREDIF ofrece un curso de formación en cuanto al turismo accesible mediante la modalidad online dirigido tanto para particulares como para asociaciones y empresas que estén interesadas en especializarse en materia de accesibilidad. Los objetivos de dicho curso son conocer los conceptos de turismo accesible, accesibilidad universal, diseño para todos y discapacidad diferenciando los tipos de esta que existen. Además, el alumno podrá conocer los pasos a seguir a la hora de atender a una persona con discapacidad.

Los contenidos nombrados se encontrarán en un bloque compuesto por los tres módulos generales. Sin embargo, para profundizar aún más, existe otro bloque cuyos módulos son optativos y se cursarán una vez aprobado el primer bloque (PREDIF, s.f.).

3 METODOLOGÍA

3.1 POBLACIÓN OBJETIVO Y TAMAÑO MUESTRAL

La población objetivo para llevar a cabo este TFG fue, por un lado, cualquier persona que haya viajado, al menos, una vez al año y se aloje en un establecimiento turístico. Por otro lado, también han sido población de estudio las personas que presenten algún tipo de discapacidad y que haya realizado turismo por lo menos una vez con pernoctación incluida. También eran válidas las respuestas de los familiares y amigos de dicha persona que viajen frecuentemente con esta ya que viven la experiencia desde la accesibilidad.

La investigación será realizada basándonos en la experiencia del cliente para dejar la teoría a un lado y centrarnos en la realidad, analizando la propia experiencia del turista.

Debido al objeto de un trabajo de esta dimensión como es el TFG, sumado a las limitaciones encontradas las cuales serán expuestas en el siguiente apartado, consideramos que el número de respuestas obtenidas son las suficientes para alcanzar una primera aproximación a los objetivos citados en el primer apartado. Sin embargo, somos conscientes de que una ampliación del número de las distintas poblaciones estudiadas, serían necesarias para poder ofrecer un estudio más exhaustiva del mismo.

En cuanto a qué personas han sido seleccionadas para realizar el trabajo, hay que decir que obtuvimos 91 respuestas en un cuestionario y 56 en otro, con lo cual, hemos tenido un total de 148 respuestas. Además, todas las opiniones han sido utilizadas para dicha investigación, calificándose todas ellas como válidas ya que han sido muy variables e interesantes.

3.2 HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS EMPLEADAS

Para llevar a cabo la investigación se ha realizado un análisis de fuentes primarias como apoyo del marco teórico que hemos podido ver en los anteriores puntos. Las fuentes primarias se obtuvieron a partir de la realización de dos cuestionarios: uno destinados a las personas con discapacidad compuesto por 19 preguntas y, el otro, para las personas sin discapacidad, el cual tenía 17 preguntas (ver ambos cuestionarios en los anexos del TFG). Estos fueron realizados teniendo como base un estudio que realizó la Federación Provincial de Asociaciones de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de Jaén (FREJIDIF) y al que le sumamos unas preguntas para estudiar la parte demográfica del cliente.

El tipo de análisis en el que nos hemos basado para alcanzar nuestros objetivos es descriptivo básico utilizando el cálculo de medias, modas y distribuciones de frecuencias.

Nos hubiera gustado tener contacto directo con las personas que se prestaron voluntarias para rellenar dicha encuesta, pero, debido a la pandemia sanitaria, hemos decidido crear ambos formularios en una aplicación de Google llamada Google Forms. Posteriormente fueron difundidos mediante las redes sociales como *Instagram* o *WhatsApp*.

Google Forms sirve para crear y contestar formularios de forma sencilla y con una bonita apariencia. Además, los datos obtenidos a partir de las encuestas se obtienen de forma automática y ordenadas, visualizando dichos datos mediante gráficos.

Ambos cuestionarios siguen una misma estructura, en los cuales se pueden ver tres partes claramente diferenciadas:

1. Sobre el perfil del encuestado.
2. Sobre su hábito de consumo en el sector turístico.
3. Valoración sobre la importancia que le da a distintos servicios de un hotel.

3.3 ITINERARIO DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, desarrollaremos el itinerario llevado a cabo en la investigación para analizar los resultados obtenidos.

1. Diseño de ambos cuestionarios en la plataforma Google Forms a partir de un estudio realizado por FEJIDIF (Federación Provincial de Asociaciones de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de Jaén), excepto la parte demográfica que fue basada en un cuestionario realizado por González et al. (2016).
2. Difusión de ambas encuestas mediante las diferentes redes sociales para poder llegar al mayor número de personas.
3. Procesar los datos mediante el programa Excel para posteriormente, calcular medias, modas y frecuencias
4. Interpretación de los resultados obtenidos a partir de ambos cuestionarios. Seguidamente de procesar los datos, se realizó un análisis de los datos a partir de las encuestas realizadas.

4 RESULTADOS

4.1 VISIÓN DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

4.1.1 Perfil demográfico

Este cuestionario fue respondido por 56 personas, de las cuales 19 fueron amigos, 29 personas con discapacidad y el restante fueron familiares de una persona con discapacidad. De todos ellos, más de la mitad, es decir, el 58,9% fueron del sexo femenino. La edad media de dichas personas fue de 45 años. En cuanto al lugar de residencia, la mayoría fueron de Badajoz (26), seguido por Sevilla con 10, Valencia con 8 encuestados y el resto fueron de Cádiz, Barcelona, Cáceres, Madrid y Almería.

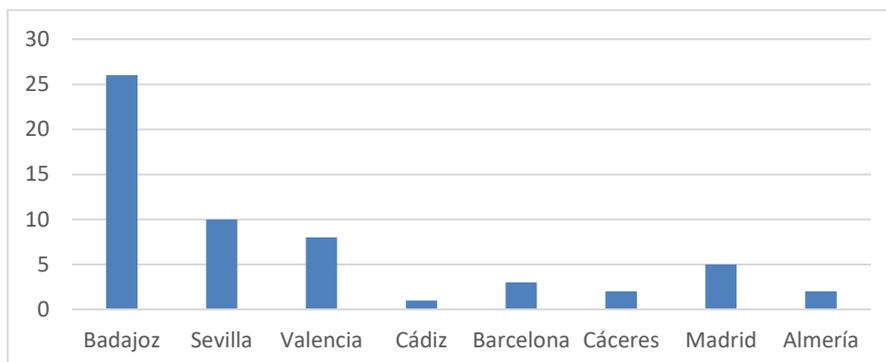


Gráfico 4.1. Lugar de residencia por provincias.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados alcanzados

Se les pidió que señalasen el tipo de discapacidad que presenta la persona encuestada o la persona por la que están respondiendo. Obtuvimos que la mayoría de los encuestados, siendo representados por el 41%, tenían discapacidad física, seguido de la discapacidad cognitiva con el 23% y el 22% tenían una discapacidad sensorial. Solo el 4% de los encuestados tenía plurideficiencia y el resto, con igual porcentaje tenía discapacidad orgánica o de otro tipo no nombrada anteriormente.

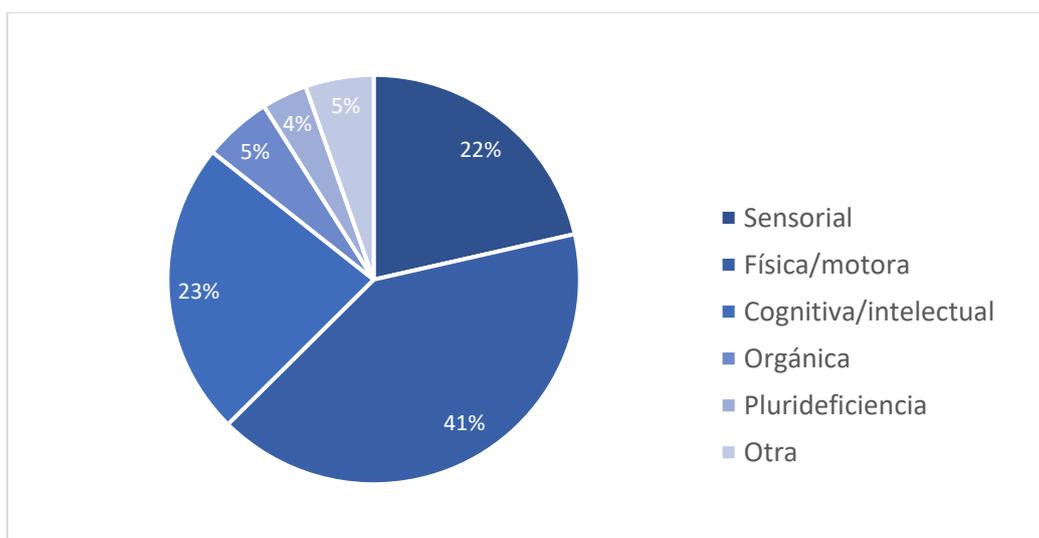


Gráfico 4.2. Tipos de discapacidad.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados alcanzados

Otro de los parámetros a tener en cuenta ha sido la edad y el nivel económico de las personas encuestadas, dando como resultado una edad media de 47,51 años y teniendo la mayoría de ellas un nivel económico medio.

La última cuestión a tener en cuenta en análisis del perfil demográfico ha sido la formación y su situación laboral. Con respecto a la formación, la mitad de las personas tienen titulaciones universitarias. La otra mitad se divide entre las personas que su nivel superior cursado fue bachillerato o ciclos formativos (16 personas), estudios primarios (7) y, por último, solo 5 personas marcaron la opción "sin estudios". Sin embargo, la situación laboral en la que se encuentran las personas encuestadas fue, en su mayoría, trabajadores con un 48,2% del total. El resto fueron jubilados, desempleados y estudiantes con un 26,8%, 17,9% y 7,1% respectivamente.

4.1.2 Hábitos de consumo en el sector turístico

Para comenzar a conocer los hábitos de consumo de las personas con discapacidad, destacamos que la mitad de dichas personas viajaban de una a tres veces al año, siendo el 33,9% del total las personas que lo hacen de 2 a 3 veces al año y el 16,1% solo una vez al año. La otra mitad viajan de 4 a 6 veces al año (17,9%) y más de 6 veces al año (32,1%). No obstante, solamente un 32,1% de las personas están plenamente satisfechas con la frecuencia de los viajes mientras que el 3,6% no está nada satisfecha. El segundo mayor porcentaje, un 26,8%, corresponde a las personas que de una escala del 1 al 5, están satisfechas un 3. El resto ha señalado 2 y 4 siendo el 14,3 y el 23,2% respectivamente. Las principales causas de la insatisfacción fueron, en su mayoría, las limitaciones económicas seguidos por la falta de disponibilidad de alojamiento accesible y los problemas en el transporte. En el lado contrario, las menos señaladas fueron falta de asistencias y servicios médicos, el coste adicional que suponen los cuidadores y debido a las comidas inadecuadas.

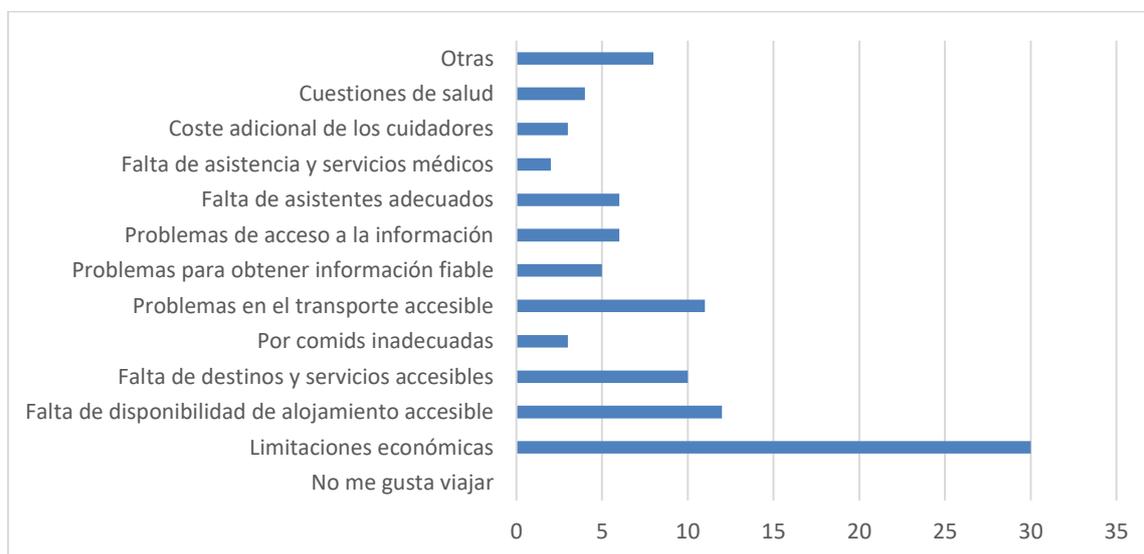


Gráfico 4.3. Causa insatisfacción frecuencia viaje

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos

Estos viajes los suelen hacer, en su mayoría, en verano siendo señalado 43 veces, seguido por los puentes en el calendario laboral (25 veces) y otros momentos del año (23 veces), no siendo ni Navidad (9 veces) ni Semana Santa (17 veces). Podemos observar que la mayoría de las personas prefieren elegir destinos a otra comunidad autónoma, siendo señaladas por un total de 51 personas de las 56 encuestadas. Los

destinos dentro de la comunidad autónoma son elegidos por 22 de estas 56 personas; solo 17 personas suelen elegir destinos fuera de España.

Respecto a los acompañantes en los viajes realizados por las personas encuestadas, la mayoría prefiere viajar con amigos y familiares, seguido de las parejas. En menor medida prefieren viajar con grupos de personas con discapacidad, grupos de viajes organizados, asociaciones, padres y niños, colegas del trabajo. Solamente una persona viaja con asistente personal y otra viaja sola.

El tipo de turismo preferido de los encuestados es mayoritariamente sol y playa, pero, una gran mayoría también prefiere la visita de ciudades y patrimonios, el turismo familiar y el turismo rural. En el lado opuesto, es decir, las menos elegidas, son viajes de trabajo y los congresos. Para realizar estos viajes, la mayoría prefiere realizarlos en coche (42 personas) seguido de autobús (20), avión (14) y tren (12). Ninguna persona prefiere viajar en barco en sus viajes habituales.

Para seguir conociendo los hábitos de consumo de las personas encuestadas, se les pidió que señalaran el tipo de alojamiento en el que suele hospedarse. Obtuvimos que la mayoría prefieren hoteles y apartamentos, siendo los menos elegidos, con diferencia, las casas rurales, hostales, apartahotel, camping, pensiones y albergues. Nadie suele elegir como establecimiento de alojamiento caravaning.

En los viajes realizados las personas se encuentran con diversos problemas. En su mayoría, estas personas, tienen problemas relacionados con la accesibilidad, comodidad y facilidades del alojamiento. Con menor frecuencia se encuentran con problemas con la movilidad en el destino, el transporte hacia el mismo, la información, organización y preparación del viaje. Casi nunca se encuentran problemas con el turismo activo, las compras y en el transporte de vuelta al origen. Solamente 10 personas no tuvieron ningún problema en sus viajes recientes.

4.1.3 Valoración de los distintos servicios de un hotel

Al valorar en una escala Likert del 1 al 5, varios servicios y equipamientos del hotel, obtuvimos que el servicio mejor valorado fue la disponibilidad de habitaciones en el hotel con una media de 4,04 y, en el caso contrario, el menos importante fue la asistencia y cuidado de los perros guías con una media de 2,63.

Sin embargo, hay otros servicios que son valorados de forma positiva por las personas encuestadas siendo las más positivas el cuarto de baño accesible con una media de 3,89 y la accesibilidad a las playas y otros espacios públicos obteniendo una puntuación media de 3,70.

Por otro lado, las opciones peor valoradas son la admisión de perros en el establecimiento con una media de 2,79 puntos y contar con profesionales que conozcan el lenguaje de signos con una puntuación de 2,75 puntos.

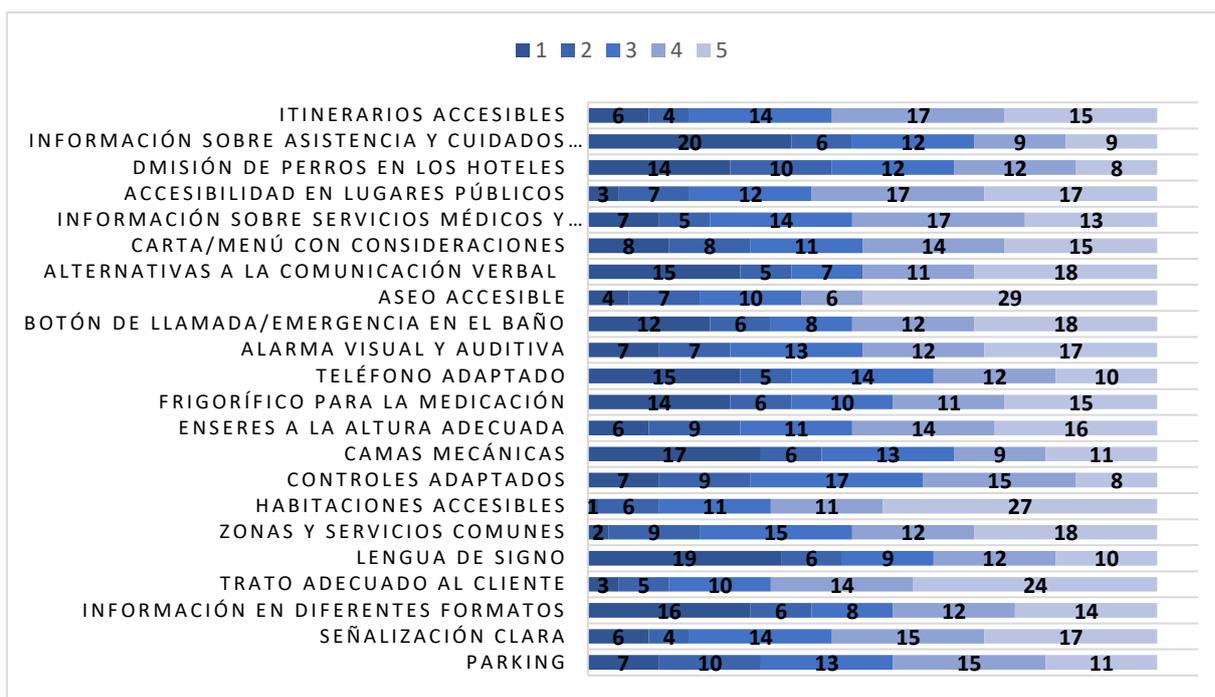


Gráfico 4.4 Puntuación equipamientos o servicios.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados alcanzados

4.2 VISIÓN DE LAS PERSONAS SIN DISCAPACIDAD

4.2.1 Perfil demográfico

En este cuestionario con respecto al sexo son resultados muy similares ya que el 67,4% fueron mujeres y el 32,6% restante fueron hombres. La gran mayoría de los entrevistados fueron de Badajoz, seguido por Sevilla, Valencia, Madrid, Toledo, Málaga, Barcelona, Ciudad Real, Granada, Vizcaya, Burgos y Huelva. La edad media de las personas que cumplimentaron el cuestionario fue de 38,37 años, dividiéndose en varios intervalos. Además el nivel económico en el que se encuentran es medio en un 83,7%, bajo en un 12% y alto el 4,3%. Para finalizar el perfil de las personas hablaremos de la formación y su situación laboral. Por un lado, más de la mitad tienen estudios universitarios, seguido por el 31,5% que señaló tener bachillerato o ciclos formativos y, por último, el 7,6% tienen estudios primarios. Por otro lado, poco más de la mitad son trabajadores y, el resto, son estudiantes, desempleados y jubilados o pensionistas.

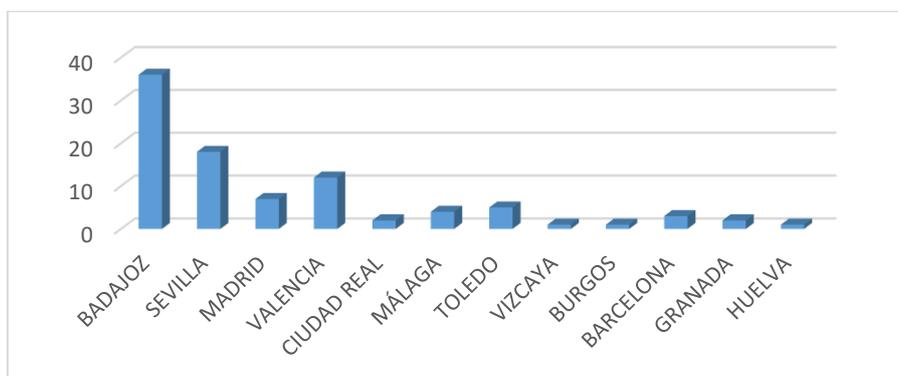


Gráfico 4.5 Provincia de residencia.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados alcanzados

4.2.2 Hábitos de consumo en el sector turístico

Comenzando con la primera pregunta sobre los hábitos en cuanto al turismo, vemos que el 34,8% viaja 2 o 3 veces al año y, a este, le sigue el porcentaje de personas que viaja de 4 a 6 veces al año con un 23,9%, finalizando con las personas que viajan una vez al año y las que viajan más de 6 veces al año siendo representado por un 22,8% y 18,5% respectivamente. Esos viajes, la mayoría suele hacerlos en verano, en los puentes establecidos en el calendario laboral y en otros momentos del año que no son ni Navidad ni Semana Santa. Además, los destinos elegidos son elegidos por un 81,5%, normalmente, en otra comunidad autónoma diferente a la del lugar de residencia. Sin embargo, las personas que eligen el destino dentro de su comunidad autónoma y fuera de España son muy igualados ya que, en el primer caso, lo eligieron un 42,4% y la otra opción fue señalada por un 40,2%.

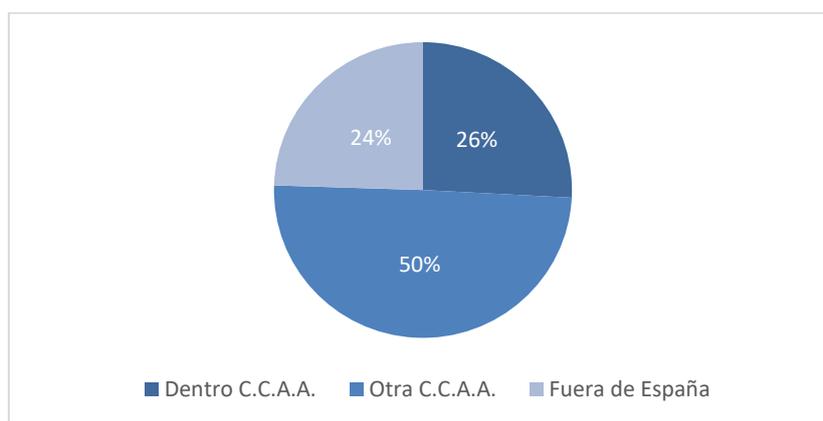


Gráfico 4.6 Destino elegido para sus viajes.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados alcanzados

En este cuestionario, la gente está satisfecha con la frecuencia de su viaje ya que la media de las respuestas fue un 3,15 en una escala Likert del 1 al 5. Sin embargo, hubo gente que contestó que no estaba del todo satisfecha debido a varios motivos, siendo las más señaladas las limitaciones económicas.

La mayoría de las personas, en concreto un 74,7%, suele viajar con amigos y familiares, seguido por el porcentaje de personas que viaja con sus parejas (40,7%), encontrándose en el siguiente puesto los viajes con padres y niños (26,4%). Después podemos ver una gran diferencia en las personas que viajan solas ya que solamente lo hace un 6,6% de todos los encuestados, seguido por los grupos de viajes organizados con un 5,5% y ocupando el último puesto con el mismo porcentaje (2,2%) las personas que eligen como compañeros de viajes a los colegas del trabajo, las asociaciones y los asistentes personales.

En cuanto a la tipología de turismo que hacen frecuentemente podemos encontrar variación en los datos, siendo el más elegido el sol y playa, seguido por ciudades o patrimonio, naturaleza, turismo familiar y arte y cultura. En cambio, lo menos elegidos son el turismo gastronómico, el turismo activo, por motivo de trabajo, compras o congresos.

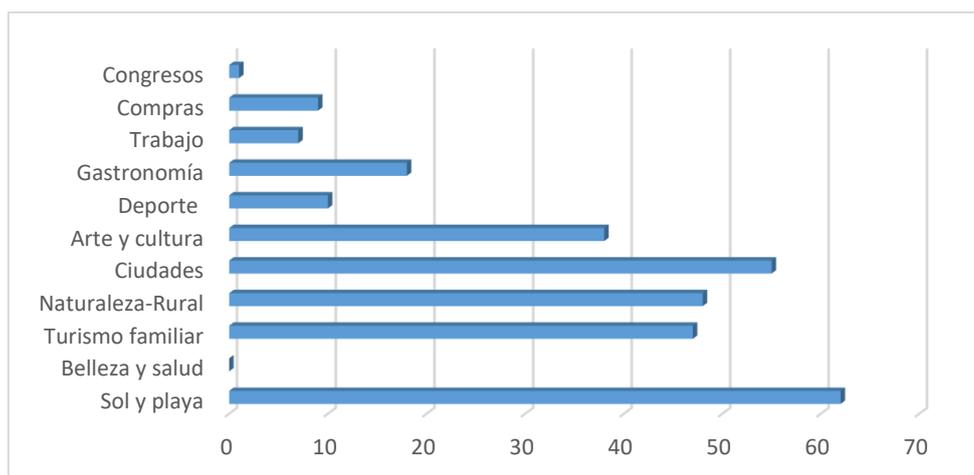


Gráfico 4.7 Tipo de turismo realizado normalmente.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados alcanzados.

Al elegir el medio de transporte para llegar al destino, casi todas las personas (el 91,3%) suelen elegir el coche o el avión (45,7%) y, con menos frecuencia el autobús (23,9%) y el tren (21,7%). En cambio, ninguna de las personas suele elegir el barco como medio de transporte para viajar. Para hospedarse, más de la mitad eligen los hoteles o apartamentos, seguido en menos porcentaje por los apartahoteles, los hostales y las casas rurales. En los últimos cuatro puestos se encuentran los albergues, camping, caravanning y pensiones, respectivamente.

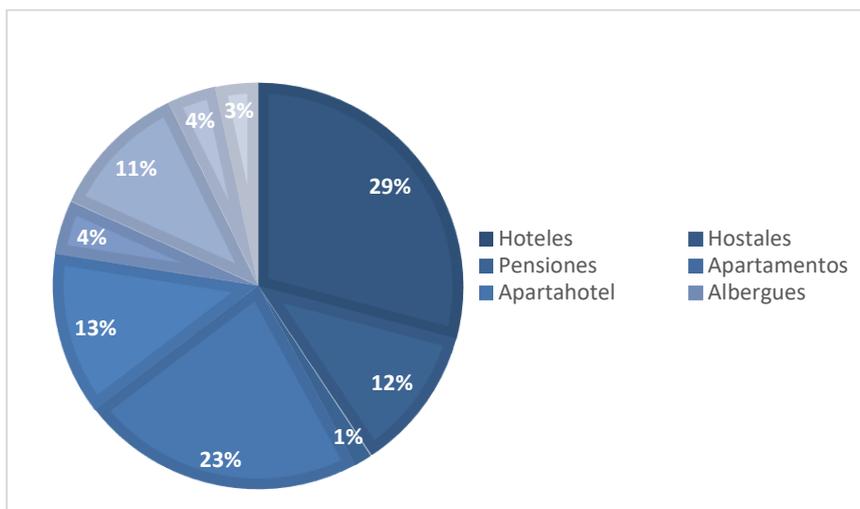


Gráfico 4.8 Establecimiento elegido para el alojamiento.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados alcanzados

Casi la mitad de los encuestados no tuvo ningún problema en sus viajes. Sin embargo, las personas que sí tuvieron alguno, fue principalmente en la movilidad y el transporte en el destino, en la preparación del viaje, a la hora de reservar viajes o servicios y en el transporte de vuelta al lugar de origen. En menos medida, también tuvieron problemas en los restaurantes, en la accesibilidad o comodidades del alojamiento elegido, en las actividades culturales, con el trato adecuado por parte de los profesionales, claridad de los transportes, la asistencia médica y a la hora de realizar turismo activo.

4.2.3 Valoración de los diferentes servicios de un hotel

Para conocer la importancia dada a los diferentes servicios y equipamientos, se le pidió que puntuaran del 1 al 5 dichos servicios y equipamientos que podemos encontrar en un destino. Esto tuvo como resultado que lo más valorado sea el trato adecuado al cliente con una puntuación media de 4,45 y el que menos, la presencia de las camas mecánicas, recibiendo una media de 2,13 puntos.

Entre media de estos resultados se encuentran otras cuestiones valorados positivamente como la oferta de habitaciones con un nivel de calidad y confort adecuado recibiendo 4,05 puntos de media y la accesibilidad a distintos lugares públicos del destino como playas, parques o museos.

Por otro lado, se encuentran las que han sido valoradas con una puntuación más baja. En este caso podemos observar que son la admisión de perros en el establecimiento recibiendo una media de 2,68 puntos y la información sobre asistencia y cuidados de perros guías con 2,68 puntos de media.

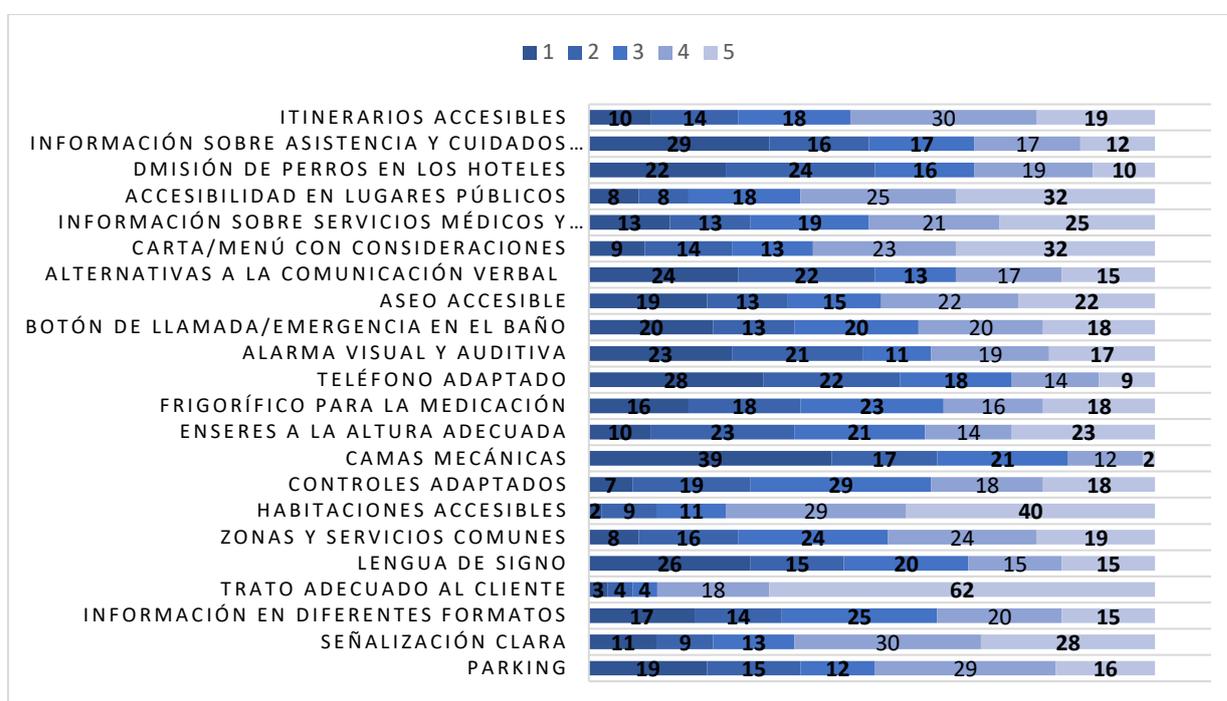


Gráfico 4.9 Puntuación equipamientos y servicios.

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados alcanzados

4.3 VISIÓN COMPARADA PERSONA CON DISCAPACIDAD VS. PERSONA SIN DISCAPACIDAD

Empezando por los perfiles de los viajeros de ambos grupos, podemos observar que son muy similares ya que la mayoría son mujeres, procedentes de la provincia de Badajoz, con un nivel económico medio (seguramente se deba al alto porcentaje de encuestados que señalaron ser trabajadores) y su nivel más alto de formación fueron los estudios universitarios. También coinciden ambos grupos en el tipo de turismo que realizan frecuentemente que, como era de esperar, es por un lado el turismo de sol y playa y por el otro, el turismo familiar y cultural. Sin embargo, la edad media de un grupo de población a otro se pueden observar casi 10 puntos y seguramente sea porque entre los clientes objetivos del turismo accesible, se encuentren las personas mayores de 65 años y, con ello, vienen las limitaciones de movilidad y auditivas.

En cuanto a los hábitos de consumo podemos observar que las personas con discapacidad suelen viajar más veces al año que la otra población de estudio. Sin embargo, ambas coinciden en los momentos del año para realizar viajes y de forma similar en la elección de los destinos. Ambos suelen elegir destinos de otra comunidad autónoma, pero, las personas sin discapacidad eligen más veces destinos fuera de España.

También hemos observado que las personas con discapacidad, de media, están más satisfecha con la frecuencia de la realización de sus viajes, aunque la diferencia no es tan significativa. Las personas en ambos casos suelen estar insatisfecha debido principalmente a las limitaciones económicas.

Con respecto a los compañeros en los viajes realizados por los encuestados podemos observar que ambos prefieren amigos, familiares y pareja, pero, se diferencia en que las personas con discapacidad también suelen viajar con grupos de viajes organizados, asociaciones y grupos de personas con discapacidad, cosa que los otros no.

El tipo de turismo elegido con mayor frecuencia en ambos casos son parecidos. Sin embargo, observamos pequeñas diferencias en cuanto al porcentaje de personas que suelen realizar turismo de belleza y salud y el turismo rural.

El transporte preferido en ambos casos es el coche; la diferencia reside en la segunda opción más elegida ya que en el caso de las personas sin discapacidad es el avión y en el otro el autobús.

Los problemas en ambos casos son muy diversos, en cambio, resulta interesante resaltar que el porcentaje de personas sin discapacidad que no tuvieron problemas en su último viaje es muy superior a las personas con discapacidad que no tuvieron problemas.

Por último, podemos observar que las personas con discapacidad suelen darle mayor importancia a la disponibilidad de habitaciones accesibles antes que recibir un trato adecuado. En el otro caso podemos observar que les importa más un recibir un buen trato.

5 APORTACIONES DEL AUTOR Y LIMITACIONES

Una vez finalizado el TFG, sería conveniente citar las principales limitaciones que han surgido a la hora de llevar a cabo esta investigación y con ellos condicionando en el resultado.

1. La primera, la pandemia mundial causado por la Covid 19, reportándonos varias limitaciones, entre ellas, las entrevistas con los profesionales del sector. También fue la causante de no haber podido tener contacto directo con las personas que han contestados los formularios.
2. Como consecuencia de lo anterior, la conexión a internet durante la elaboración de casi todo el trabajo ha sido nefasta, limitándonos el tiempo de dedicación al trabajo.
3. Hemos encontrado mucha información para poder completar el marco teórico del presente TFG. Sin embargo, mucha de las fuentes consultadas estaban bastantes desactualizadas.
4. En relación con la metodología, la carencia de conocimientos estadísticos no alcanzados durante el desarrollo del grado ha ocasionado que no se haya realizado un estudio más exhaustivo.

Hemos aplicado muchos de los conceptos adquiridos durante los años que ha durado la formación académica del Grado de Turismo. No obstante, otros de los conocimientos aplicados en la investigación, han sido aprendidos mediante la realización de dicho trabajo suponiendo limitaciones minimizadas gracias a la labor de la profesora que ha tutelado el presente TFG.

Creemos, en primer lugar, que aumentar la población de estudio, cambiando el tipo de análisis aportaría una visión más realista a la hora de analizar ambas experiencias y visiones. También sería conveniente realizar un estudio mediante la realización de un modelo Servqual, sería más completo a la hora de realizar la comparación de la percepción de la accesibilidad en el sector hotelero entre las dos poblaciones de estudios.

6 CONCLUSIONES

Tras haber analizado los datos obtenidos, podemos observar, por un lado, que la mayoría de los viajeros sin discapacidad son del sexo femenino, con una edad media de 38 años que tiene estudios universitarios, trabajadores y pertenecientes al nivel económico medio. Por otro lado, el perfil demográfico que representa a las personas con discapacidad es también del sexo femenino, con estudios universitarios, trabajadores y con un nivel económico medio, pero, con una edad media de 48 años.

El turismo accesible está en auge, pero es un buen momento para aprovechar y captar clientes pertenecientes a este mercado ya que la mayoría de ellos, viajan entre 2 y 3 veces al año y más de 6 veces al año y además siempre lo hacen acompañados, ya sea por familiares, amigos, parejas o asociaciones. En cambio, la mayoría de las personas sin discapacidad viajan de 2 a 6 veces al año y casi un 7% lo hace solo. Además, las personas con discapacidad están, de media, más satisfechas con la frecuencia de sus viajes que el otro grupo y esto puede deberse a que hay mayor número de jubilados o pensionistas, lo que les permite viajar sin depender de ninguna obligación laboral.

Además, el turismo accesible es beneficioso para el turismo nacional porque observamos que las personas con discapacidad eligen, con una diferencia de un 10%, un destino del territorio español. A diferencia del otro grupo analizado, los cuales prefieren, con mayor frecuencia, destinos fuera de España. Esto nos hace cuestionarnos la accesibilidad en los medios de transporte utilizados para los viajes de larga distancia como es el avión, siendo elegido por 14 personas de las 56 encuestadas con discapacidad.

Algo que cabe destacar es que la gran mayoría de las personas de ambas poblaciones estudiadas, suelen elegir los establecimientos hoteleros para disfrutar la estancia en el destino elegido. Con lo cual, deducimos que dichos establecimientos están más adaptados que el resto de los alojamientos disponibles.

Cuando pensamos en tipos de discapacidad seguramente nos viene a la cabeza la discapacidad física y la sensorial (principalmente visual y auditiva). Este hecho se demuestra al obtener como resultado, que solo 10 personas no tuvieron problemas en sus viajes, siendo 6 de ellas personas que presentan discapacidad física y, por lo tanto, en los hoteles ocurrirá lo mismo, es decir, que están más preparados para recibir a personas que presenten discapacidad física.

En cuanto a los problemas encontrados durante sus últimos viajes, las personas con discapacidad encontraron más que las personas sin discapacidad. La mayoría de los problemas del primer grupo mencionado fueron en relación con la accesibilidad, comodidades y facilidades del establecimiento elegido para alojarse. Mientras que el otro grupo, aunque en su mayoría no tuvieron problemas, tuvieron más dificultades en el uso del transporte hacia el destino y la movilidad en el mismo.

Por último, podemos encontrar diferencias en cuanto a la importancia que le da un grupo de población y otro. Para ambos grupos, el trato recibido por parte del personal del establecimiento es importante, sin embargo, las personas sin discapacidad le dan mucha más importancia que el otro grupo. En cuanto a las habitaciones, las personas con discapacidad piensan que es más importante que estén adaptadas además de contar con un cuarto de baño accesible, mientras que el otro grupo tiene más en cuenta que las habitaciones ofrezcan un ambiente cálido y confortable.

Bibliografía

- Alern, S. (2012). La accesibilidad como factor de diferenciación hotelera. *Hosteltur*. Recuperado de https://www.hosteltur.com/194830_accesibilidad-como-factor-diferenciacion-hotelera.html
- Alonso, F., y Dinares, M. (2006). *El hotel accesible. Guía para su diseño, organización y gestión*. Colección Manuales y Guías Serie Servicios Sociales. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. IMSERSO.
- Balearia (s.f.), *Persona con movilidad reducida*. Recuperado el 29 de enero de 2020 de <https://www.balearia.com/es/informacion/prepara-viaje/pasajeros-movilidad-reducida>
- Canalís, X. (2016). *Spain is Accesible, nueva marca para la promoción internacional*. *Hosteltur*. Recuperado de https://www.hosteltur.com/114967_spain-is-accesible-nueva-marca-promocion-internacional.html
- Canimas, J. (2015). *Observatorio de Ética Aplicada a la Acción Social, Psicoeducativa y Sociosanitaria*. Fundación Campus Arnau d'Escala, Universidad de Girona.
- City Sightseeing Worldwide (s.f.): *Preguntas frecuentes “¿Los autobuses son accesibles para sillas de ruedas?”*. Recuperado de <https://city-sightseeing.com/es/preguntas-frecuentes>
- CRUE Universidades Españolas y Fundación ONCE (2014). *Formación curricular en diseño para todas las personas*.
- Cruz, E y Patiño, C.I. (2017): *El turismo accesible: una reflexión desde el sector público y privado*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México.
- Cruz Roja (s.f.): *Tipos y grados de discapacidad*. Recuperado 12 de febrero de 2020, de http://www.cruzroja.es/portal/page?_pageid=418,12398047&_dad=portal30&_schema=PORTAL30
- Discapnet (s.f.): *Por un mejor trato a las personas con discapacidad* [Artículo en una web]. Recuperado de <https://www.discalpnet.es/areas-tematicas/nuestros-derechos/tus-derechos-fondo/discapacidad-versus-minusvalia>
- Fernández Alles, M.T (2010): *Turismo accesible: beneficios y beneficiarios*. Universidad de Cádiz.
- Fernández Seguí, A. (2016): *Calidad de servicio y rendimiento en las empresas de transporte público metropolitanas. El perfil demográfico del cliente*. Trabajo Fin de Grado tutelado por Dra. M. Carmen Díaz-Fernández, Grado en Turismo. Facultad de Turismo y Finanzas. Universidad de Sevilla
- Fundación Adecco (22 de agosto de 2016): *Turismo accesible: un 56% no viaja por la falta de una oferta adecuada*. *Hosteltur*. Recuperado de https://www.hosteltur.com/108426_el-56-de-las-personas-con-movilidad-reducida-no-viaja-por-falta-de-accebil.html
- Fundación Caser (s.f.). Recuperado 12 de febrero de 2020, de <https://www.fundacioncaser.org/discapacidad/organica/introduccion>.
- Gil, G. (2018): *La apuesta por el turismo accesible nacional podría generar más de 100.000 nuevos empleos al año*. Fundación Adecco, Madrid. [Artículo de página web]. Recuperado de <https://fundacionadecco.org/la-apuesta-turismo-accesible-nacional-podria-generar-mas-100-000-nuevos-empleos-al-ano/>

- González Rodríguez, R; Díaz-Fernández, M.C; Spers, V.R.E. y Leite, M.D. S. (2016): *Relation between background variables, values and corporate social responsibility*. Revista de administración de empresas (RAE), 56 (1), pp. 8-19.
- Hosteltur (24 de febrero de 2020): *Accesibilidad hotelera, una cuestión de conciencia y formación*. Recuperado de https://www.hosteltur.com/134713_accesibilidad-hotelera-una-cuestion-de-conciencia-y-formacion.html
- ILUNION Hotels (s.f.). *Un mundo accesible*. Recuperado el 30 de marzo de 2020 de <http://nosotros.ilunionhotels.com/es/un-mundo-diferente/un-mundo-accesible>
- Junta de Extremadura (2019): *Bases de los Premios OTAEX a la accesibilidad universal*.
- Marcos Pérez, D. y González Velasco, D.J. (2003): *Turismo Accesible: hacia un Turismo para Todos*. MAZARS Turismo
- Molina, O. (21 de enero de 2020): *España rozó los 84 millones de turistas en 2019*. *El país*. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/01/20/economia/1579518415_556581.html
- Observatorio Estatal de la Discapacidad (2018): *Informe Olivenza 2018, sobre la situación general de la discapacidad en España*.
- Organización Mundial del Turismo (2015): *Manual sobre turismo accesible para todos: principios, herramientas y buenas prácticas - Módulo I: turismo accesible - definición y contexto*. OMT, Madrid
- Organización Mundial del Turismo (2015): *Manual sobre turismo accesible para todos: principios, herramientas y buenas prácticas - Módulo III: Principales áreas de intervención*. OMT, Madrid
- Organización Mundial del Turismo (2015): *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo V: Buenas prácticas de turismo accesible*. OMT, Madrid.
- Paradores de Turismo de España, S. A. (2007). *Manual de accesibilidad universal para hoteles*.
- Periáñez Cristóbal, R. (2020): *Apuntes de la asignatura Gestión Integrada de la Calidad en el Turismo*. Grado en Turismo. Facultad de Turismo y Finanzas
- Plena Inclusión (2017): *Posicionamiento de Plena inclusión sobre Terminología*. [Artículo de página web]. Recuperado de <https://www.plenainclusion.org/informate/actualidad/noticias/2017/posicionamiento-de-plena-inclusion-sobre-terminologia>
- PREDIF (2007). *100 Hoteles Accesibles para todos*
- PREDIF (s.f.). *Formación permanente turismo accesible* [Artículo de página web]. Recuperado de <https://www.predif.org/index.php?q=formaci%C3%B3n-permanente-en-strongturismo-accesiblestrong>
- Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre
- Real Decreto 505/2007, de 20 de abril
- Real Decreto 173/2010, de 19 de febrero
- RENFE (2019). *RENFE Atendo. Un servicio para las personas*.
- Redacción Todo Disca (16 de julio 2019). *Discapacidad o diversidad funcional: ¿Qué término es correcto?* [Artículo de página web]. Recuperado de <https://www.tododisca.com/discapacidad-o-diversidad-funcional-que-termino-es-correcto/>

Scandic Hotels (s.f.) *Accessibility at Scandic*. Recuperado el 30 de marzo de 2020 de <https://www.scandichotels.com/explore-scandic/special-needs>

SMOOV. (2020). *SMOOV one. Be fly*. Recuperado 1 de junio de 2020, de <https://www.smoov.com/es-es/smoov-one/>

UNE 170001-1, Accesibilidad universal. Parte 1: Criterios DALCO para facilitar la accesibilidad al entorno. AENOR. Diciembre 2007

UNE 170001-2, Accesibilidad universal. Parte 2: Sistema de gestión de la accesibilidad. AENOR. Diciembre 2007

UNE 41524, Accesibilidad en la edificación. Reglas generales de diseño de los espacios y elementos que forman el edificio. Relación, dotación y uso. AENOR. Octubre 2010

UNE 41500, Accesibilidad en la edificación y el urbanismo. Criterios generales de diseño. AENOR. Abril 2001

Villar Epifanio, V. (7 de mayo de 2019). *Consecuencias de la utilización del término diversidad funcional*. Diario 16. Recuperado de <https://diario16.com/consecuencias-de-la-utilizacion-del-termino-diversidad-funcional/>

Anexos

ANEXO 1

Cuestionario 1: Persona con discapacidad

ACCESIBILIDAD HOTELERA

¡Hola! Mi nombre es Rosario, estudiante del último curso de Turismo. Estoy trabajando en mi TFG sobre la accesibilidad del sector hotelero. Este cuestionario está basado en un estudio dirigido por FEJIDIF (Federación Provincial de Asociaciones de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de Jaén). La parte demográfica ha sido realizada basándonos en un cuestionario de González et al. (2016), utilizado, entre otros TFGs, en Fernández (2016).

Las respuestas serán totalmente anónimas ¡GRACIAS POR PARTICIPAR!

*Obligatorio

La que va a responder este cuestionario es: *

- Una persona con discapacidad
- Familiar de una persona con discapacidad a la que ayuda a organizar sus viajes/vacaciones
- Amigo/a de una persona con discapacidad a la que ayuda a organizar sus viajes/vacaciones

¡¡OJO!!

Si ha seleccionado cualquiera de las dos últimas opciones de la pregunta anterior, por favor responda poniéndose en la piel de dichas personas, pensando en las necesidades y prioridades que tienen cuando las apoya en la búsqueda de información, en la gestión de sus viajes y vacaciones o cuando viaja con ellos. Gracias

Sexo *

- Masculino
- Femenino
- Otro

Provincia de su lugar de residencia *

Tu respuesta _____

Edad *

Tu respuesta _____

El nivel económico es... *

- Bajo
- Medio
- Alto

¿Qué tipo de discapacidad presenta usted / la persona por la que está contestando y a la que suele apoyar en la organización de sus viajes? *

- Física/motora
- Sensorial
- Cognitiva/Intelectual
- Órgánica
- Plurideficiencia
- Otra

Formación (marcar sólo el nivel superior que haya cursado) *

- Sin estudios
- Estudios primarios, ESO
- Bachillerato, Ciclo formativo...
- Estudios universitarios

Cuál de las siguientes alternativas describe mejor su situación laboral (señalar sólo una) *

- Estudiante
- Desempleado/a
- Jubilado/a - pensionista
- Trabajador/a

¿Con qué frecuencia viaja durmiendo fuera de casa al menos una noche? *

- Una vez al año
- 2-3 veces al año
- 4-6 veces al año
- Más de 6 veces al año

¿En qué momento del año suele hacer viajes de vacaciones? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Navidad
- Semana Santa
- Verano
- Puentes en el calendario laboral
- Otros momentos del año

Los destinos que elige normalmente son: (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Dentro de mi comunidad autónoma
- A otra comunidad autónoma
- Fuera de España

¿Está satisfecho con la frecuencia de sus viajes y/o vacaciones? *

- 1 2 3 4 5
- En absoluto Muy satisfecho

Si no viaja con tanta frecuencia como le gustaría, ¿cuál es el principal motivo de esto? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias)

- No me gusta viajar
- Limitaciones económicas (los alojamientos y destinos accesibles suelen ser más caros y no suelen presentar ofertas al mismo nivel que los no accesibles)
- Falta de disponibilidad de alojamiento (no hay plazas accesibles disponibles)
- Falta de destinos y servicios accesibles
- Por comidas inadecuadas
- Problemas de transporte accesible para llegar al destino
- Problemas para obtener información confiable sobre destinos/productos accesibles
- Problemas de acceso a la información disponible
- La falta de asistentes/cuidadores adecuados
- Falta de asistencia y servicios médicos adecuados.
- Coste adicional de los cuidadores
- Por cuestiones de salud
- Otras

¿Con qué tipo de personas o grupo/s suele viajar normalmente? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Solo
- Pareja
- Amigos/familiares
- Padres y niños
- Colegas de trabajo
- Grupos de personas con discapacidad
- Grupos de viajes organizados
- Asociaciones
- Con asistente personal

¿Qué tipo de turismo/viajes hace con mayor frecuencia? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Sol y playa
- Belleza y salud
- Turismo familiar
- Naturaleza-Rural
- Ciudades-Patrimonio
- Arte y cultura
- Deporte-Aventura
- Gastronomía
- Trabajo-Negocios
- Compras
- Congresos

¿Cómo suele viajar? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Coche
- Autobús
- Tren
- Avión
- Barco

¿En qué tipo de alojamientos suele hospedarse normalmente? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Hoteles
- Hostales
- Pensiones
- Apartamentos
- Apartahotel
- Albergues
- Casas rurales
- Camping
- Caravaning

¿En qué aspectos ha encontrado los principales problemas en sus viajes recientes? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Información, organización y preparación del viaje
- Reserva de viajes/servicios
- Transporte hasta el destino
- Familiaridad/orientación en los terminales de transporte
- Movilidad en el destino
- Accesibilidad, comodidad y facilidades en el alojamiento de destino
- Restaurantes
- Compras
- Actividades culturales
- Deportes/turismo activo
- Excursiones
- Actitud y trato adecuado por parte de los profesionales del turismo
- Servicio/asistencia médica requerida
- Transporte de vuelta al lugar de origen
- Ninguna

¿Cuándo organiza sus viajes/vacaciones qué tipo de servicios y equipamientos considera importantes? Según la siguiente escala: 1. Nada importante. 2. Poco importante. 3. Neutro. 4. Algo importante. 5. Imprescindible. *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Espacios reservados de parking | <input type="radio"/> |
| Sistema de señalización y localización clara | <input type="radio"/> |
| Información para los usuarios en diferentes formatos (texto, braille, grabación...) | <input type="radio"/> |
| Trato adecuado al cliente | <input type="radio"/> |
| Contar con profesionales que conozcan la lengua de signos | <input type="radio"/> |
| Zonas y servicios comunes (salones, gimnasio, piscina, habitaciones...) | <input type="radio"/> |
| Habitaciones accesibles que ofrecen un nivel de confort y calidez | <input type="radio"/> |
| Televisión, teléfono y otros tipos de controles | <input type="radio"/> |
| Camas mecánicas | <input type="radio"/> |
| Interruptores, enchufes, aperturas de puertas, control de temperatura,.. colocados a una altura adecuada que los hagan accesibles | <input type="radio"/> |
| Frigorífico para guardar la medicación en el lugar de alojamiento. | <input type="radio"/> |
| Teléfono en la habitación con control del volumen, manos libres, o alerta visual de llamada. | <input type="radio"/> |
| Sistema de aviso de alarma auditivo y visual en la habitación | <input type="radio"/> |
| Botón de llamada/emergencia en el baño | <input type="radio"/> |
| Cuarto de baño accesible | <input type="radio"/> |
| Sistemas alternativos a la comunicación verbal (subtitulos, audiodescripción, ampliación de sonido, braille, percepción por el tacto,...) | <input type="radio"/> |

TFG-Turismo. Análisis de la accesibilidad en el sector hotelero: una visión ampliada, personas con discapacidad plus personas sin discapacidad

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Carta/menú con consideraciones en la dieta para personas con alergias, regímenes especiales | <input type="radio"/> |
| Información sobre servicios médicos y de provisión de los productos sanitarios necesarios en el destino (para personas con problemas respiratorios, endocrinos, metabólicos...) | <input type="radio"/> |
| Accesibilidad a las playas, monumentos, edificios de ocio y cultura, recorridos naturales... | <input type="radio"/> |
| Admisión de perros en los hoteles. | <input type="radio"/> |
| Información sobre asistencia y cuidado para perros guía. | <input type="radio"/> |
| Itinerarios accesibles que permitan recorridos continuos desde el alojamiento a distintas zonas de interés | <input type="radio"/> |

ANEXO 2

Cuestionario 2: Persona sin discapacidad

ACCESIBILIDAD HOTELERA

¡Hola! Mi nombre es Rosario, estudiante del último curso de Turismo. Estoy trabajando en mi TFG sobre la accesibilidad del sector hotelero. Este cuestionario está basado en un estudio dirigido por FEJIDIF (Federación Provincial de Asociaciones de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de Jaén). La parte demográfica ha sido realizada basándonos en un cuestionario de González et al. (2016), utilizado, entre otros TFGs, en Fernández (2016).

Las respuestas serán totalmente anónimas ¡GRACIAS POR PARTICIPAR!

***Obligatorio**

Sexo *

- Mujer
- Hombre
- Otro

Provincia de su lugar de residencia *

Tu respuesta _____

Edad *

Tu respuesta _____

El nivel económico es *

- Bajo
- Medio
- Alto

Formación (marcar sólo el nivel superior que haya cursado) *

- Sin estudios
- Estudios primarios, ESO...
- Bachillerato, ciclo formativo...
- Estudios universitarios

Cuál de las siguientes alternativas describe mejor su situación laboral (señalar sólo una) *

- Estudiante
- Desempleado/a
- Jubilado/a - pensionista/a
- Trabajador/a

¿Con qué frecuencia viaja durmiendo fuera de casa al menos una noche? *

- Una vez al año
- 2-3 veces al año
- 4-6 veces al año
- Más de 6 veces al año

¿En qué momento del año suele hacer viajes de vacaciones? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Navidad
- Semana Santa
- Verano
- Puentes en el calendario laboral
- Otros momento del año

Los destinos que elige normalmente son: (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Dentro de mi comunidad autónoma
- A otra comunidad autónoma
- Fuera de España

¿Está satisfecho con la frecuencia de sus viajes y/o vacaciones? *

- | | | | | | | |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| En absoluto | <input type="radio"/> | Muy satisfecho |

Si no viaja con tanta frecuencia como le gustaría, ¿cuál es el principal motivo de esto? (señalar tantas alternativas como sean necesarias)

- No me gusta viajar
- Limitaciones económicas
- Falta de disponibilidad de alojamiento
- Falta de destinos y servicios accesibles
- Por comidas inadecuadas
- Problemas de transporte para llegar al destino
- Problemas para obtener información confiable sobre destinos/productos.
- Problemas de acceso a la información disponible
- Falta de asistencia y servicios médicos adecuados.
- Cuestiones de salud
- Otras

¿Con qué tipo de personas o grupo/s suele viajar normalmente? (señalar tantas alternativas como sean necesarias)

- Solo
- Pareja
- Amigos/familiares
- Padres y niños
- Colegas del trabajo
- Grupo de personas con discapacidad
- Grupo de viajes organizados
- Asociaciones
- Con asistente personas

¿Qué tipo de turismo/viajes hace con mayor frecuencia? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Sol y playa
- Belleza y salud
- Turismo familiar
- Naturaleza-Rural
- Ciudades-Patrimonio
- Arte y cultura
- Deporte-aventura
- Gastronomía
- Trabajo-negocios
- Compras
- Congresos

¿Cómo suele viajar? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Coche
- Autobús
- Tren
- Avión
- Barco

¿En qué tipo de alojamientos suele hospedarse normalmente? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Hoteles
- Hostales
- Pensiones
- Apartamentos
- Apartahotel
- Albergues
- Casas rurales
- Camping
- Caravaning

¿En qué aspectos ha encontrado los principales problemas en sus viajes recientes? (Señalar tantas alternativas como sean necesarias) *

- Información, organización y preparación del viaje
- Reserva de viajes/servicios
- Transporte hasta el destino
- Familiaridad/orientación en los terminales de transporte
- Movilidad en el destino
- Accesibilidad, comodidad y facilidades en el alojamiento de destino
- Restaurantes
- Compras
- Actividades culturales
- Deportes/turismo activo
- Excursiones
- Actitud y trato adecuado por parte de los profesionales del turismo
- Servicio/asistencia médica requerida
- Transporte de vuelta al lugar de origen
- Ninguna

¿Cuándo organiza sus viajes/vacaciones qué tipo de servicios y equipamientos considera importantes? Según la siguiente escala: 1. Nada importante. 2. Poco importante. 3. Neutro. 4. Algo importante. 5. Imprescindible. *

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Espacios reservados de parking | <input type="radio"/> |
| Sistema de señalización y localización clara | <input type="radio"/> |
| Información para los usuarios en diferentes formatos (texto, braille, grabación...) | <input type="radio"/> |
| Trato adecuado al cliente | <input type="radio"/> |
| Contar con profesionales que conozcan la lengua de signos | <input type="radio"/> |
| Zonas y servicios comunes (salones, gimnasio, piscina, habitaciones..) | <input type="radio"/> |
| Habitaciones que ofrecen un nivel de confort y calidez | <input type="radio"/> |
| Televisión, teléfono y otros tipos de controles | <input type="radio"/> |
| Camas mecánicas | <input type="radio"/> |
| Interruptores, enchufes, aperturas de puertas, control de temperatura... colocados a una altura adecuada que los hagan accesibles | <input type="radio"/> |
| Frigorífico para guardar la medicación en el lugar de alojamiento. | <input type="radio"/> |
| Teléfono en la habitación con control del volumen, manos libres, o alerta visual de llamada. | <input type="radio"/> |
| Sistema de aviso de alarma auditivo y visual en la habitación | <input type="radio"/> |
| Botón de llamada/emergencia en el baño | <input type="radio"/> |
| Cuarto de baño accesible | <input type="radio"/> |
| Sistemas alternativos a la comunicación verbal (subtítulos, audiodescripción, ampliación de sonido, braille, percepción por el tacto,...) | <input type="radio"/> |

TFG-Turismo. Análisis de la accesibilidad en el sector hotelero: una visión ampliada, personas con discapacidad plus personas sin discapacidad

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Carta/menú con consideraciones en la dieta para personas con alergias, regímenes especiales | <input type="radio"/> |
| Información sobre servicios médicos y de provisión de los productos sanitarios necesarios en el destino (para personas con problemas respiratorios, endocrinos, metabólicos...) | <input type="radio"/> |
| Accesibilidad a las playas, monumentos, edificios de ocio y cultura, recorridos naturales... | <input type="radio"/> |
| Admisión de perros en los hoteles. | <input type="radio"/> |
| Información sobre asistencia y cuidado para perros guía. | <input type="radio"/> |
| Itinerarios que permitan recorridos continuos desde el alojamiento a distintas zonas de interés | <input type="radio"/> |