La desinformación de las páginas web y app turísticas como barrera en la toma de decisiones de los visitantes con diversidad funcional

Asunción Fernández-Villarán

*Universidad de Deusto*

*asun.fvillaran@deusto.es*

Mónica Erice

*Universidad de Deusto*

*monica.erice@deusto.es*

Nagore Espinosa

*in2destination y Universidad de Deusto*

*nagoreespinosa@deusto.es*

Ana Goytia

*Universidad de Deusto*

*agoytia@deusto.es*

Aurora Madariaga

*Cátedra Ocio y Discapacidad - Universidad de Deusto*

*aurora.madariaga@deusto.es*

Ainara Rodríguez

*Universidad de Deusto*

*ainara.rodriguez@deusto.es*

**Resumen**

*Este trabajo es el resultado de la investigación llevada a cabo en torno al concepto de turismo inclusivo partiendo de una revisión de la literatura sobre el concepto accesibilidad aplicado al turismo, y de la importancia de la accesibilidad y el envejecimiento en las políticas europeas. La hipótesis de partida es que existe una falta de información digital útil para la toma de decisiones de las personas con diversidad funcional en el pre-viaje, que queda demostrado con el análisis realizado a 147 páginas web y apps de Europa y organismos oficiales.*

**Abstract**

*This work is the result of research carried out on the concept of inclusive tourism based on a review of the literature on the concept of accessibility applied to tourism, and the importance of accessibility and aging in European policies. The starting scenario is that there is a lack of digital information useful for the decision-making of people with functional diversity in the pre-trip, which is demonstrated by the analysis carried out on 147 websites and apps of Europe and official bodies.*

# 1. Introducción

Desde la perspectiva de la demanda, el viaje se entiende como un ciclo que se inicia en el lugar de origen con la búsqueda de información, continúa con el disfrute de actividades en el destino y finaliza cuando se regresa al lugar de origen. De esta manera, un viaje accesible debería considerar la accesibilidad en todas las fases del ciclo del viaje [1]. Sin embargo, de la revisión de la bibliografía existente sobre este tema, podemos concluir que la mayoría de las investigaciones al respecto no incluyen una aproximación global al viaje accesible y se centran en el estudio de la fase en que los viajeros están en el destino. Así, se analiza la accesibilidad de las ciudades [2], de los espacios naturales [3], [4], de los espacios religiosos [5], de los alojamientos [6], [7], o de actividades realizadas en el destino [8].

Otras publicaciones estudian las barreras con las que se encuentran las personas con necesidades especiales cuando viajan. Se centran en buenas prácticas para eliminar las barreras en destino [9], [10], [11], [12], principalmente, las barreras externas (arquitectónicas, de atención al cliente, la falta de formación específica y de comunicación).

Las contribuciones que centran su investigación en la fase del pre viaje, etapa en la que la información sobre el destino y sobre las condiciones de accesibilidad del mismo se convierte en un elemento primordial, son escasas. La mayoría de publicaciones relacionadas con la accesibilidad y la información turística en el pre-viaje estudian la accesibilidad web [13], [14], la accesibilidad de las app [15], o el uso de los medios sociales como servicios de información [16]. Todas ellas se centran en las barreras de accesibilidad en las telecomunicaciones, las cuales son causadas porque en el diseño de dispositivos (tanto en su parte *hardware* como en el *software*) no se han tenido en cuenta la realidad de la población, omitiendo parámetros y haciendo que personas con discapacidad y personas mayores no puedan aprovechar la utilización de los dispositivos.

Los estudios e investigaciones que muestran las barreras relativas a la información online en turismo son diversos [17], [18]. Destaca la investigación de la OMT [19] que subraya que las principales barreras están relacionadas bien con las características de los sistemas de comunicación digitales que pueden dificultar el acceso a la información a aquellas personas con deficiencias visuales, auditivas, cognitivas o de movilidad, bien con el contenido sobre la accesibilidad que suele ser escaso, no está actualizado, es incompleto e inexacto.

Encontramos otros estudios que analizan las barreras que limitan el acceso web a personas con diversidad funcional, identificando las barreras para cada tipo de discapacidad [12], [16]. En ambos casos, se muestra como cada tipología de diversidad funcional encuentra diferentes barreras web, pudiendo darse el caso de que una página web accesible para una tipología pueda convertirse en una barrera para otra.

En todo caso, tan importante como la accesibilidad de los sitios web, es la confianza en la información que se ofrece: no hay un consenso internacional sobre los estándares de accesibilidad de la oferta turística, no siempre se supervisa la información que se ofrece, algunos modelos se basan en alertas o semáforos, pero no ofrecen detalle sobre los datos o sobre la información, la información no siempre se actualiza y, en ocasiones, cuentan con plazas o habitaciones accesibles, pero no consideran la inclusión de forma global.

Esta desinformación juega un papel importante para las personas con diversidad funcional en la toma de decisiones sobre sus viajes. Se ha comprobado que quien accede a información fiable, veraz, segura y completa, viaja independientemente de su grado de minusvalía [20].

Nuestro estudio subraya la necesidad de superar las barreras en todas las fases del viaje, especialmente en la fase previa que incluye la inspiración, planificación y reserva. Por ello, el objetivo de este trabajo es mostrar que la desinformación es una de las principales barreras a las que se enfrentan las personas con diversidad funcional en la toma de decisiones sobre sus viajes. Por ello, la investigación se centra en analizar la información disponible en medios digitales para la planificación y reserva en el pre-viaje, especialmente en las páginas oficiales de las principales capitales europeas y las apps turísticas.

El trabajo se estructura en tres partes. En primer lugar, se hace una revisión bibliográfica de los conceptos clave relacionados con el turismo accesible. En la siguiente sección se hace una revisión de la accesibilidad y el envejecimiento desde las políticas mundiales, europeas y españolas. A continuación, se presentan los principales resultados del análisis realizado, para finalizar con las principales conclusiones.

# 2. Evolución del turismo accesible: de un pasado incierto a un futuro consolidado

La accesibilidades la cualidad de lo que es accesible que, según la Real Academia de la Lengua Española, es un adjetivo que se aplica a la persona o cosa a la que se puede acceder o llegar sin dificultad. Se refiere al conjunto de características que posee el entorno, para lo cual es necesario que todas las personas puedan moverse en el plano horizontal y vertical, utilizar los objetos y percibir y comprender la información [21]. Según el Concepto Europeo la Accesibilidad es la condición que posibilita el llegar, entrar, salir y utilizar viviendas, tiendas, teatros, parques, hoteles, hospitales, lugares de trabajo, o entornos de ocio Se aplica a la edificación (viviendas, edificios de uso público, edificios usos de ocio), al urbanismo (calles), el transporte (terrestre: autobuses, ferrocarril, tranvía, y taxis; aéreo y marítimo), y a la comunicación y señalización. Permite que las personas participen en actividades sociales y económicas en el entorno construido [22].

Cabe destacar dos aspectos clave [23]. En primer lugar, la accesibilidad es algo útil para todas las personas, no sólo para personas con discapacidad [24], [25] y [26]; un entorno, producto o servicio accesible es más cómodo, más fácil de entender y de utilizar por y para todos. En segundo lugar, el diseño universal o diseño para todos, es una herramienta para avanzar en las condiciones de accesibilidad. El diseño para todos [27] y [28] es la intervención sobre los entornos, productos y servicios con la finalidad de poder llegar al mayor número de potenciales clientes, teniendo en cuenta las distintas generaciones presentes y futuras, independientemente de la edad, género, capacidades o bagaje cultural. Un entorno accesible, es aquél, que “puede ser utilizado con seguridad y eficacia por el mayor número posible de personas” [29].

La importancia de la visión universal de la accesibilidad está justificada por los diversos colectivos que se benefician de la misma, entre los que destacan las personas con discapacidad o las personas mayores [30] y [31]. El envejecimiento de la población, supone un incremento considerable de personas que quieran hacer turismo; y muchas de esas personas van a necesitar atenciones y productos especiales [32].

En el abordaje de la accesibilidad universal cabe destacar los pasos que han permitido avanzar:

- Consolidación del concepto de accesibilidad y diseño para todos [24] y [33].

- Desarrollo de un marco normativo autonómico sobre barreras y accesibilidad y elaboración de planes de accesibilidad universal.

- Cambio de paradigma desde la supresión de barreras hasta la promoción de la accesibilidad y desarrollo de normas técnicas [25].

- Estudios de análisis y diagnóstico de accesibilidad universal. Publicación de manuales para promover la accesibilidad a distintos tipos de discapacidad y entornos [34].

La accesibilidad irrumpió en el ámbito del turismo en los años 90 y desde entonces se ha convertido en un atributo inseparable de turismo de calidad [35], de modo que hoy día la accesibilidad es sinónimo de excelencia y calidad y un criterio exigible en distintas normativas. En la Declaración Sobre Turismo Mundial [36] y [37] se afirma que “… el derecho al turismo, (…), supone para la sociedad el deber de crear las mejores condiciones prácticas de acceso efectivo y sin discriminación a este tipo de actividad”.

Se denomina accesibilidad turística a la cualidad de un servicio o una instalación, que posibilita su uso y disfrute a cualquier persona con independencia de su capacidad física, sensorial, psíquica o cognitiva [38]. Así, la accesibilidad turística no se limita al requisito que un servicio o destino turístico ha de cumplir para favorecer su acceso a las personas con movilidad reducida y/o discapacidad, a los mayores, a aquellos que tienen dificultades temporales, o a personas con necesidades específicas, sino que se refiere al turismo accesible a todos.

La investigación Turismo para Todos, basada en el concepto del turismo accesible [39], lo define como: “aquella forma de turismo que planea, diseña y desarrolla actividades turísticas de ocio y tiempo libre de manera que puedan ser disfrutadas por toda clase de personas con independencia de sus condiciones físicas, sociales o culturales”. Entendemos que el concepto de “turismo para todos” ha de considerarse en todas las etapas del viaje. Así, hay que promover la accesibilidad en la información y la comercialización; en el transporte (aéreo, marítimo, carretera, ferroviario, red transnacional); en los edificios públicos y privados de uso público y en la asistencia sanitaria.

# 3. Políticas en favor de la diversidad funcional: discapacidad, envejecimiento y turismo

Los antecedentes de las políticas para el impulso y el desarrollo del turismo accesible se remontan a 1976, cuandose crea en Estados Unidos la Sociedad para el Desarrollo del Turismo para Discapacitados, con el objetivo de promover y mejorar el turismo, incluyendo a personas mayores y a otros grupos con necesidades especiales, como las mujeres embarazadas o las personas que viajan con niños [30].

Será necesario esperar hasta los años 90 del siglo XX para que la OMT [37] abogue por considerar el turismo, no solamente como un asunto económico, sino como un derecho fundamental y vehículo clave para el desarrollo humano. En 1991, el documento “Para un turismo accesible a los minusválidos en los años 90”, plantea la idea de incluir la accesibilidad en los destinos turísticos. A partir de esta publicación se observa un cambio de enfoque en la aproximación a las limitaciones, que comienzan a entenderse como características propias de las infraestructuras y no como aspectos de las personas que hacen turismo [36]. En 1997, el Código de Ética Mundial del Turismo declara en su artículo 7 que el turismo es un derecho que todas las personas deben poder ejercer sin obstáculos.

En 2006, la ONU, en el artículo 30 de la Convención Internacional para las Personas con Discapacidad [40], ratifica la accesibilidad como un derecho de las personas con discapacidad en el acceso y disfrute a las instalaciones y servicios relacionados con el turismo. A partir de entonces, ya no se hace referencia únicamente a los turistas con discapacidad, sino a la adecuación del entorno turístico para que sea universalmente accesible. De este modo, lo que marca la evolución del concepto es la visión del entorno como espacio y factor limitante; la accesibilidad se entiende como parte integrante de un turismo de calidad para toda la ciudadanía [41].

Paso a paso, el concepto de accesibilidad universal se va generalizando, tal y como se evidencia en los estudios sobre turismo que incorporan una progresión y evolución de los conceptos. Surge una terminología que habla de turismo sin barreras, turismo de fácil acceso, turismo para discapacitados, turismo para personas mayores, turismo para personas con necesidades especiales, turismo accesible o turismo para todos y el concepto más reciente, turismo inclusivo [41], [42], [43] y [44]. Es “una forma de turismo que supone la colaboración entre las partes interesadas, que permite a las personas con requisitos de acceso, incluyendo movilidad, visión, audición y dimensiones cognitivas, ser independientes, con igualdad y dignidad a través de la oferta de productos, servicios y entornos turísticos diseñados universalmente” [23].

En 2016, el lema elegido para celebrar el Día Mundial del Turismo fue ‘Turismo para todos: promover la accesibilidad universal’; la OMT, ENAT y la Fundación ONCE, prepararon la publicación “Buenas prácticas en la cadena de valor del turismo accesible”, una pequeña muestra de posibles soluciones en materia de accesibilidad que sirve para inspirar en la consecución de los pasos necesarios para seguir ampliando la oferta de turismo accesible en los destinos turísticos de todo el mundo.

En el contexto de la Unión Europea, la primera Conferencia de la OMT sobre Turismo Accesible en Europa se celebró en San Marino en noviembre de 2014 en colaboración con Village for All y la Fundación ONCE. En ella se abordó cómo mejorar la calidad, la sostenibilidad y la competitividad en turismo accesible, y se redactó la “Declaración de San Marino sobre Turismo Accesible” incorporando la accesibilidad universal en todos los componentes de la cadena de valor del turismo, apuntando la necesidad de que para alcanzar esa meta, se deberán realizar los ajustes razonables tomando como referencia todas las fases del proceso del viaje [45].

A nivel regional, las políticas sociales de la Unión Europea sobre los derechos de las personas en general y sobre el envejecimiento y las personas con discapacidad, en particular, se fundamentan en la Carta de los Derechos Fundamentales, adoptada el 7 de diciembre de 2000, e incluida posteriormente en el Tratado de Lisboa de 2007. La Carta establece que todas las personas son iguales y, entre otras cosas, prohíbe la discriminación basada en la discapacidad. Las políticas sociales europeas tienen vocación internacional y por ello están alineadas con el Tratado Internacional para la Garantía de los Derechos y Libertades de las Personas con Discapacidad que se redactó en la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad [46]. En 2011, la UE ratificó la Convención de las Naciones Unidas, por lo que todos los Estados miembros están obligados a cumplir sus requisitos en términos de igualdad de oportunidades, en la sensibilización de la población desde las edades más tempranas y en la dotación de los máximos recursos disponibles.

La política social comunitaria es responsabilidad de la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Igualdad de Oportunidades de la Comisión Europea. Su misión es garantizar las políticas sociales nacionales o iniciar medidas que se apliquen posteriormente de acuerdo con los métodos establecidos por cada Estado miembro [47]. Es decir, la Comisión apoya y complementa las políticas de los Estados miembros en los campos de la inclusión social y la protección social. Además, orienta a los Estados miembros para modernizar sus sistemas de bienestar a través de su paquete de inversión social, que incluye tres elementos fundamentales (a) Paquete de empleo; (b) Libro Blanco sobre Pensiones; y (c) Paquete de Empleo Juvenil.

La Comisión trabaja junto con los países de la UE a través del Comité de Protección Social (SPC) en las áreas de inclusión social, atención médica y atención a largo plazo y pensiones, utilizando el Método Abierto de Coordinación (MAC social). Uno de los principales resultados del Comité de Protección Social es el Pilar Europeo de Derechos Sociales (EPSR) [48].

En lo que se refiere a estrategias comunitarias concretas, cabe destacar las iniciativas de la Comisión Europea [49] para poner en práctica los 20 derechos y principios del EPSR, además del cuadro de indicadores del EPSR, de cuyo tratamiento se ocupa el Comité de Protección Social (SPC). Por último, no podemos olvidar la Estrategia Europea de Discapacidad 2010-2020, continuación de una Estrategia anterior para el período 2004-2010, que distingue 8 campos de acción prioritarios: (1) accesibilidad; (2) participación; (3) igualdad; (4) empleo; (5) educación; (6) protección social; (7) acceso a la salud; y (8) acciones externas.

En materia de turismo la Unión Europea celebró, en 1990-1991, el Año Europeo del Turismo y elaboró guías y manuales para el sector turístico, además de financiar proyectos en materia de turismo social. En 1992 desarrolló el Plan de Acción Comunitario a favor del turismo, vigente entre 1993 y1995. Años después, en 2003, se celebró el Año Europeo de las Personas con Discapacidad, que originó una proliferación de campañas, estudios y medidas para disminuir la situación de discriminación de las personas con discapacidad en todos los ámbitos, destacando la publicación de un Dictamen del Comité Económico y Social Europeo titulado “Por un turismo accesible a todas las personas y socialmente sostenible”.

Ahora bien, tal y como señala la Carta Mundial del Turismo Sostenible de 2015, la responsabilidad última de la gestión del turismo accesible, ha de recaer en los “destinos y comunidades locales, (quienes) deben promover un turismo inclusivo y accesible para todos, mejorando la accesibilidad en todos los eslabones de la cadena de valor del turismo, incluyendo los entornos físicos, los sistemas de transporte, los canales de información y comunicación y la completa gama de instalaciones en los sectores de la hostelería, los servicios y las actividades turísticas”.

En España [50], las primeras conferencias sobre turismo para todos se desarrollan en 1991 y 1993. Impulsados por la asociación ALPE (Asociación Española de Lucha contra la Poliomielitis de 1967), el CEAPAT creado en 1989, y la Fundación ONCE para la Cooperación e Inclusión Social de Personas con Discapacidad que nació en 1988.En 2011, la OMT, la Fundación ONCE y la Red Europea para Turismo Accesible-ENAT, firman un acuerdo de colaboración para la cooperación e inclusión social de personas con discapacidad, con el objeto de proporcionar a los destinos turísticos, herramientas para la realización y gestión eficiente de la accesibilidad.

En definitiva, cabe señalar dos conclusiones fundamentales. En primer lugar, destacamos que, aunque los avances en políticas públicas a partir del cambio de siglo son notables, uno de los principales retos de las políticas en favor de la diversidad funcional, incluyendo la discapacidad, el envejecimiento y el turismo, es lograr la accesibilidad como un elemento normalizado y desapercibido. Consideramos que, hoy día, las actuaciones de accesibilidad siguen siendo evidentes y especiales; mientras que pasa desapercibida [51] la accesibilidad de calidad. Accesibilidad de calidad entendida como aquella que, simplifica la vida de todos, hace que los productos, servicios, espacios, comunicaciones y entornos sean más útiles para un mayor número de personas, con un coste económico adicional bajo o nulo y que el diseño esté normalizado.

En segundo lugar, se constata que, aunque es cierto que no existe una única definición de turismo accesible consensuada a nivel internacional, el análisis de la evolución del concepto y su traslación a las políticas, nos muestra cómo éste se ha ido delimitando, y aplicando al sector [52] y cómo es necesario identificarlo dentro de cada contexto. Si existiese una total accesibilidad universal [53] en todos los entornos, productos y servicios de turismo, el turismo accesible no sería considerado como un tipo de turismo. La accesibilidad debiera ser un elemento inherente al turismo, como lo son la calidad, la sostenibilidad, etc., y podríamos hablar de un turismo de sol y playa accesible o de un turismo cultural accesible, entre otros. Pero la realidad es que todavía no se ha alcanzado esa situación, aunque se están poniendo los cimientos para desarrollar entornos turísticos mucho más accesibles e inclusivos. El objetivo es construir una sociedad capaz de responder a todos sus miembros con modelos inclusivos en todos los ámbitos, consolidando la accesibilidad también en el ámbito del turismo

# 4. Diagnóstico de accesibilidad de la información ofrecida por los destinos turísticos en sus páginas web

Se estima que, en 2025, Europa contará con más de 160 millones de personas con discapacidad, de las cuales el 70% tiene los medios económicos y físicos suficientes para poder realizar un viaje [54]. Este segmento de turistas, que está en pleno crecimiento, abarca todos los grupos de edades, incluyendo a personas con discapacidades temporales y permanentes, así como a sus acompañantes y a la población o turistas senior.

El informe elaborado por el Observatorio de Turismo Accesible de España [55] muestra que casi el 50% de estos viajeros hacen de dos a tres viajes al año, principalmente en la época estival y a destinos de sol y playa, siendo el 60% dentro de España. A simple vista, el perfil es el mismo que el del turista español medio; sin embargo, las principales diferencias radican en los criterios que los viajeros con diversidad funcional consideran imprescindibles en la toma de decisión sobre la elección del destino, en la etapa del pre-viaje, siendo el acceso a la información turística un factor crucial en la toma de decisiones sobre sus viajes [9], [56].

El primer criterio para la elección del destino es el interés turístico, seguido del factor económico [55], [35]. Sin embargo, estos dos criterios están sujetos a la principal demanda que tienen los viajeros con diversidad funcional a la hora de viajar, que es la accesibilidad universal del destino y el acceso a información fiable y veraz respecto a ella. En concreto, en una escala de 0 a 10, los viajeros con necesidades especiales valoran con un 7,3 la importancia de contar con información sobre la accesibilidad del destino y sus recursos [55].

En cuanto a la manera de organizar el viaje y los medios utilizados para reservar el transporte y alojamiento, según el informe del Observatorio de Turismo Accesible de España [55], casi 7 de cada 10 lo hizo a través de internet, seguido de agencias de viajes tanto online (11%) como offline (8%) y en tercer lugar a través de asociaciones relacionadas con su discapacidad (11%). Cabe mencionar que un 10% de los encuestados recurre a familiares y amigos para que organicen y reserven su viaje, dato de interés que pone de relieve la importancia que tiene para estos viajeros la información y opiniones que comparten otros viajeros en foros, blogs, webs y buscadores.

Calvillo [12] subraya las mismas tres maneras de organizar y reservar los viajes, concluyendo que los turistas con necesidades especiales utilizan fuentes múltiples y diversas. El autor considera que las organizaciones y asociaciones de personas con discapacidad son una importante fuente de información debido a la falta de información fiable y a la necesidad de seguridad.

En los últimos años, ha surgido un nuevo modelo de destino, el destino inteligente, que integra la accesibilidad como una de los elementos clave de su estructura junto a la tecnología, la innovación y la sostenibilidad [57], [58], [59], [60], [61] y [62].

En este sentido, los destinos que deseen convertirse en inteligentes, según este modelo [62], en materia de accesibilidad, además de cumplir con la legislación vigente, deberán analizar las infraestructuras urbanas para su mejora en accesibilidad, impulsar desde la administración iniciativas que fomenten que el sector privado avance en accesibilidad, creación de protocolos de valoración y gestión, contratación o formación de profesionales especializados en accesibilidad, desarrollo e implementación de servicios de información y, de manera transversal a todo ello, impulsar campañas de sensibilización y comunicación a todo el sector y a la ciudadanía del destino.

En relación con la accesibilidad digital, en el modelo de destino turístico inteligente de España, se indica expresamente que “debe promover la adaptación de todo su material digital, tanto de sus páginas web como de sus materiales promocionales online, a los protocolos internacionales existentes, entre los que destacan las pautas de accesibilidad al contenido en la web 2.0 (WCAG 2.0) y las recomendaciones *mobile web best practices* (MWBP) *y mobile web application best practices* del W3C (World Wide Web Consortium)” [20].

Este modelo ha sido trasladado a norma UNE por el comité de normalización de ciudades inteligentes de AENOR (AEN/CTN 178) y ha tomado forma práctica para los destinos al constituirse formalmente en febrero de 2019 la Red de Destinos Turísticos Inteligentes por parte de la Secretaría de Estado de Turismo de España.

Teniendo en cuenta los principios que establece la OMT [63] para cualquier tipo de información y los establecidos por la normativa de la WCAG 2.0 [64], podemos considerar que para que la información online sea útil para la toma de decisiones, debe facilitar que los usuarios puedan percibir la información (de forma visual o auditiva), encuentren la información que quieren, la comprendan y, por último, decidan cómo utilizarla y actuar en consecuencia.

Como ya hemos comentado en la primera parte, el objetivo de esta investigación es analizar cómo se presenta la información sobre la accesibilidad de los destinos turísticos en las principales fuentes de información turística que ofrece internet para personas con diversidad funcional. Para ello, se ha llevado a cabo un análisis manual / evaluación heurística con el criterio de experiencia del equipo evaluador, de las principales páginas web y app sobre turismo accesible en Europa.

Considerando estas premisas, se han analizado los sitios web de los destinos por su importancia como herramientas de promoción y comunicación [65], [66], [67], [68]. La metodología de búsqueda de la información para cada país ha seguido la siguiente secuencia: en primer lugar, búsqueda de la información sobre accesibilidad en la página oficial del país, en segundo lugar, en la web de la capital y en otras ciudades o comarcas destacadas y, por último, búsqueda en Google de los términos en inglés de “país o capital” y “accesible o para todos o sin barreras”. También se efectúa una búsqueda en las tiendas virtuales de iOS y Android utilizando las palabras turismo accesible, en inglés y en castellano. Como resultado de la búsqueda se identifican 147 sitios web o apps de 35 países europeos u organismos internacionales, tal y como se muestra en la siguiente imagen.

Imagen que contiene captura de pantalla

Descripción generada automáticamente

Imagen 1. Distribución geográfica de las páginas web y app analizadas.

Las variables recogidas para cada uno de los sitios analizados, adaptadas de [69], han sido la URL / App; el idioma en que se ofrece la información; si usa lenguaje fácil; el tipo de discapacidad al que se dirige; cómo ofrece la información; si permite planificar transporte, alojamiento, rutas, itinerarios, compra de entradas a espectáculos o museos; si incluye la opinión de la demanda y si permite hacer reservas.

El análisis se lleva a cabo durante el mes de diciembre de 2018. Los resultados que se han obtenido son los siguientes.

En primer lugar, cabe destacar que únicamente se han encontrado dos países, Republica Checa y Hungría, que no ofrecen información específica sobre la accesibilidad del destino en las páginas web oficiales.

En la mayoría de los casos, la información se ofrece de forma descriptiva (a través de texto) en la propia web del destino, acompañada en ocasiones de pictogramas o iconos que facilitan la interpretación de dicha información o de vídeos. En algunos casos la información remite, a través de links, a otras páginas web, bien de los alojamientos o restaurantes, bien de los recursos o atractivos a visitar, bien de los medios de transporte principales. En un 43% de las páginas analizadas, la información remite a un archivo en formato pdf. Estos archivos no están actualizados, ofrecen información estática y no son accesibles. Únicamente, 5 de las páginas web analizadas ofrecen la posibilidad de interactuar con los datos.

En relación con los idiomas en que se ofrece la información, el idioma predominante (97,9%) es el inglés, que se ofrece junto con el idioma materno de la web. Aunque la información general del destino se ofrezca en otros idiomas, no ocurre lo mismo con la información específica sobre accesibilidad.

Sólo 14 de las páginas web analizadas incluyen testimonios de las personas con discapacidad lo que representa menos del 10% del total (9,5%). En algún caso se incluyen las valoraciones y opiniones de comparadores o medios sociales, como Tripadvisor, pero se trata de comentarios generales que no incluyen la accesibilidad como filtro de búsqueda.

Respecto a las discapacidades consideradas por las páginas web, todas las páginas web que incluyen informaciones sobre accesibilidad recogen la discapacidad física. La mayoría hacen referencia, además, a la discapacidad auditiva y visual. Sin embargo, únicamente 5 de las páginas web analizadas consideran la discapacidad cognitiva e incluyen lectura fácil. Por último, 7 de las páginas web incluyen la accesibilidad para personas con problemas de salud mental. Las personas con discapacidad son un colectivo heterogéneo al que hay que responder, considerando las demandas de todos ellos, ello implica intervenir en turismo con discapacidades con diferentes niveles de funcionamiento físico y cognitivo y con propuestas abiertas que acerquen todos los ámbitos del turismo

Podemos concluir, por lo tanto, que la información ofrecida por la mayoría de las páginas web no cuenta con un diseño adecuado que facilite navegar por los contenidos y encontrar y leer la información. Las personas con diversidad funcional se enfrentan, no sólo a la falta de información sino a la desinformación, entendida como información contradictoria, poco fiable, no actualizada, poco veraz, etc. Esta incertidumbre se supera acudiendo a otras fuentes de confianza, como son las asociaciones y organismos relacionados con su discapacidad.

Para que los clientes puedan reservar y comprar la totalidad del itinerario y los servicios relacionados necesitan poder estar seguros de que la solución elegida cuenta con el apoyo, la asistencia y las infraestructuras que necesitan desde el inicio hasta el final del viaje, puesto que eso es lo que les va a permitir realmente desplazarse sin verse obligados a buscar intermediarios para completar su viaje. Para ello es necesario contar con información precisa, detallada, ajustada a sus demandas, y actualizada. Sin embargo, la información que se ofrece en la mayoría de las páginas web no facilita la planificación de todo el itinerario a llevar a cabo en un viaje.

# 5. Conclusiones

Si estructuramos el viaje en un antes, un durante y un después, el antes es la clave para iniciar la relación con los viajeros, ya que el consumidor turístico se inspira para seleccionar destino, se informa, decide y compra. A continuación, tiene lugar la etapa del durante el viaje. El ciclo termina con la etapa después del viaje, donde los medios sociales adquieren un papel predominante. En las primeras fases del viaje, desde la inspiración hasta la reserva, cobra especial importancia el acceso a la información bien a través de intermediarios tradicionales, con oficina física, bien a través de internet, siendo cada vez más importante esta última. La accesibilidad debe estar presente en todas las fases del ciclo del viaje y en todos los elementos de la cadena de valor turística, siendo necesario promover la accesibilidad en la información y comercialización. Por ello, para que todas las personas puedan acceder a la información es fundamental contar con páginas web, comparadores, plataformas p2p o app accesibles. Del mismo modo, el proceso de reserva y pago debe ser también accesible.

Cada vez más, las políticas promulgadas y las medidas adoptadas en favor de la inclusión requieren la participación de los propios destinos. En este sentido, surge el concepto de destino inteligente en el que como se ha explicado se incluye como parte fundamental el que el destino sea accesible. Es fundamental que estos modelos de destinos se desarrollen centrados en el ciudadano (permanente o temporal), y que enfaticen su interrelación con otros ciudadanos y con el espacio [70].

En síntesis, es importante, tanto para las agencias de viajes tradicionales, como para los intermediarios y resto de agentes que actúan en internet, como para los viajeros, contar con un sistema que garantice la fiabilidad de la información sobre la oferta turística de los diversos destinos, un sistema que verifique que la información y datos responden a la realidad, esto es, que la información es accesible, está actualizada, es precisa, correcta y veraz. En definitiva, que los viajeros y usuarios de dicha información puedan tomar las decisiones sobre sus viajes con total confianza.

# 6. Referencias

[1] Calvo, A., Navarro, A. & Periañez, R. “Tourism for all and performance: An analysis of accessibility management in hotels”. In *Achieving Competitive Advantage through Quality* *Management* (p. 312). Springer International Publishing. 2015.

[2] D. Costa Pinto & K. Eniele Sonaglio. “Turismo accesible en la estructura urbana de las ciudades turísticas: El caso de Santa Cruz, RN – Brasil”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 2013. 22(6), 1045-1073.

[3] M. Medina Chavarria. “Propuesta de desarrollo del turismo accesible en la reserva de biósfera Isla de Ometepe (Nicaragua)”. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2017, 15(4), 913-924. .

[4] O. Chikuta, E. Du Plessis & M. Saayman. “Accessibility Expectations of Tourists with Disabilities in National Parks”. *Tourism Planning & Development*, 2019, 16(1), 75-92

[5] L. Guillén Valencia & A. Ramón García. “Valoración de la infraestructura de los edificios religiosos para el turismo accesible en Villahermosa, Tabasco, México”. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2015, 13(3), 491-508.

[6] T. Domínguez Vila, J.A. Fraiz Brea & M.E. Alén González, “Discapacidad y alojamientos turísticos en España”. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2015, 13(4), 771-787.

[7] Y. Poria, A. Reichel & Y. Brandt. “Dimensions of hotel experience of people with disabilities: An exploratory study”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*,2011, 23(5), 571-591.

[8] I. Alixandroae, R. Dobre, L. Comănescu, & A. Nedelea. “Evaluating the landscape accessibility for tourism activities in postăvaru mountains”. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai: Geographia,* 2014*,* LIX(2), 157-166.

[9] A. Kołodziejczak. “Information as a Factor of the Development of Accessible Tourism for People with Disabilities”. *Quaestiones Geographicae*, 2019, 38(2), 67-73.

[10] OMT. *Manual sobre Turismo Accesible para todos*. Madrid, 2014

[11] IMSERSO *Libro Verde de la accesibilidad en* *España*. 2002.

[12] M. Calvillo. “Orientaciones para el desarrollo y rentabilidad de productos turístico accesibles a partir del estudio de las necesidades y hábitos turísticos de las personas con discapacidad”. *Turismo y desarrollo económico: IV jornadas de investigación en turismo*, 2011, p 537-565

[13] A.M. Martínez Sala, E. Roselló Tormo, & R. Cifuentes Albeza. “Calidad de websites turísticas oficiales de la costa mediterránea española” (2004-2015).

[14] G. Fontanet Nadal & J. Mayol, “Importancia y situación actual de la accesibilidad web para el turismo accesible”. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2011. 9(2), 317-326.

[15] J. Soares, L. Gabriel, & M. Fernández. “Un análisis de la app turística tenerife accesible”. *Podium*, 2017, 6(1), 109-123.

[16] W. Wang, Y. Chih-Hung, H. Xiong & L. Wan-Ju. “Use of Social Media in Uncovering Information Services for People with Disabilities in China”. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 2017, 18(1), 65-83.

[17] Gil González, S. (2013). *Cómo hacer “Apps” accesibles*. CEAPAT: Madrid

[18] M.N. Brilhante & C. Corrêa. “Análise comparativa de guias turísticos em formato de aplicativo: Lonely Planet e mTrip”. *Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica,* 17(2), 2015, 354-386.

[19] Hallet, R.; Kaplan-Weinger, J. *Official tourism websites: a discourse analysis perspective*. 2010. Bristol: Channel View Publications.

[20] SEGITTUR. *Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes*, Septiembre 2015.

[21] Centro Estatal de Autonomía, Personas y Ayudas Técnicas (CEAPAT), *Concepto Europeo de Accesibilidad*, Ministerio Trabajo y Asuntos Sociales y CEAPAT, Madrid, 1996.

[22] T. Domínguez, M.E. Alén. S. Darcy, S. “Accessible tourism online resources: a Northern European perspective Scandinavian”. *Journal of Hospitality and Tourism*. 19 (2), 2019, pp.140–156. https://doi.org/10.1080/15022250.2018.14

[23] Darcy, S. & Buhalis, D. Conceptualising disability. In D. Buhalis & S. Darcy (Eds.), *Accessible tourism: Concepts and issues*. Bristol: Channel View Publications. 2011, pp. 21–42.

[24] M. Millán. “Turismo accesible/turismo para todos, un derecho ante la discapacidad”. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 2. 2010, pp. 101-126.

[25] European Network of Accessibility Tourism (ENAT), *Trabajando juntos para hacer el turismo en Europa accesible a todos*, Fundación ONCE y ENAT, Madrid, 2006.

[26] European Network of Accessibility Tourism (ENAT). *Derechos del Turista con discapacidad en el marco de la Unión Europea. Turismo Accesible para Todos,* Fundación ONCE y ENAT, Madrid, 2008.

[27] Marcos, D. y González, D.J. *Turismo Accesible Hacia un Turismo para Todos.* Mazars. Madrid. 2002.

[28] MªT. Fernández Alles,. “Turismo Accesible: importancia de la accesibilidad para el sector turístico”. *Entelequia. Revista Interdisciplinar*, 9, 2009, pp. 2-16.

[29] Centro Estatal de Autonomía, Personas y Ayudas Técnicas (CEAPAT): *Criterios de Diseño en Productos para Mayores*. Boletín CEAPAT, 42. 2002, Ministerio Trabajo y Asuntos Sociales.

[30] Mª.T. Fernández Alles, “El diseño universal: concepto y certificación “. *Boletin del Real Patronato de discapacidad*, 75, 2009, pp. 4-11.

[31] Centro Estatal de Autonomía, Personas y Ayudas Técnicas (CEAPAT): *Resolución del Consejo Europeo sobre el Diseño Universal.* Boletín CEAPAT, 36. 2001, Ministerio Trabajo y Asuntos Sociales.

[32] L. Garay y G. Canoves. “El desarrollo turístico en Cataluña en los dos últimos siglos: una perspectiva transversal”. *Documents d'Analisi Geografica*, 53, 2009, pp. 29-46.

[33] J.J. Burnett & H. Baker “Assessing the travel-related behaviors of the mobility-disabled consumer”. *Journal of Travel Research*, 40(1), 2001, pp. 4–11.

[34] Organización Mundial del Turismo, *Manual sobre turismo accesible para todos: principios, herramientas y* *buenas prácticas*, OMT, Madrid, 2014.

[35] Ley 51/2003, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. LIONDAU. (BOE 289/2003 03-12-03).

[36] Organización Mundial del Turismo, *Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial*, OMT, Madrid, 1992.

[37] Organización Mundial del Turismo, *Para un turismo accesible a los minusválidos en los años 90*, OMT, Madrid, 1992.

[38] R. Suriá y Y.J. Escalona. “Integración, turismo y discapacidad: ¿son accesibles los hoteles para personas con discapacidad física?” *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*; 12(1), 2014, pp. 209-218.

[39] Baker, M. *Tourism for All*. Londres: English Tourist Board. 1989.

[40] Naciones Unidas, *Convención internacional amplia e integral para la protección y promoción de los derechos y la dignidad de las personas con discapacidad. Informe* A/AC.265/2006/4, ONU, Madrid, 2006.

[41] Organización Mundial del Turismo (OMT), *Turismo para todos: promover la accesibilidad universal*, Fundación ONCE y ENAT, Madrid, 2015.

[42] R. Martínez Cárdenas. “Turismo accesible en México La Ciudad Accesible.” *Revista Científica sobre Accesibilidad Universal, La Ciudad Accesible*, 14(9), 2017, pp. 23-33.

[43] M.C. Martin, E. Luque y Y. de la Fuente. “Turismo Inclusivo para todas las personas. Una apuesta por la diversidad”. *REID, Monográfico* 3, 2018, pp. 81-96.

[44] B. Gillovic, A. McIntosh, S. Darcy, S. & C. Cockburn-Wootten. “Enabling the language of accessible tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 2018, pp. 615-630.

[45] P. Soret y A. Barragán. “Turismo accesible y legislación”. *Estudios Turísticos*, 203-204, 2015, pp. 75-85.

[46] United Nations. *Convention on the Rights of Persons with Disabilities* (CRPD). Department of Economic and Social affairs. 2006.

[47] P. Cechin-Crista, A. Mihuţ, G.I. Dobri, y S. Blaj. “The Social Policy of the European Union”, *International Journal of Business and Social Science*, 2013, 4 (10), 16-25.

[48] European Commission. *European Pillar of Social Rights. Building a more inclusive and fairer European Union*. 2017.

[49] European Commission. *One year. European pillar of Social Rights.* 2018, Available from:<https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/european_pillar_one_year_on.pdf> [accessed Jan 14 2019].

[50] T. Domínguez, J.A. Fraiz y M.E. Alén. “Turismo y accesibilidad. Una visión global de la situación de España”, *Cuadernos de Turismo*, 28,2011, pp. 23-45.

[51] Rovira-Beleta, E. *Personas, Dependencia, Calidad de vida y Nuevas tecnologías*. Ed Hacer. Barcelona. 2009

[52] T. Fuguet, T. “Europa demanda más accesibilidad”. *Editur*, 07, 2008, pp. 10–15.

[53] Hernández-Galán, J. (dir), *Observatorio de Accesibilidad Universal del Turismo en España*, Fundación ONCE y Via libre, Madrid, 2017.

[54] L.I. Soriano. “El Turismo Accesible como respuesta a una Oportunidad de Mercado en El Salvador”. *Teoría y Praxis*, 30, 2017, pp. 85-99.

45.

[55] J. Bowtell. “Assessing the value and market attractiveness of the accessible tourism industry in Europe: a focus on major travel and leisure companies”. *Journal of Tourism Futures*, Vol. 1 Issue: 3, 2015, pp.203-222

[56] Hernández-Galán (dir.) *Observatorio de Turismo Accesible de España Informe Anual*. 2017

[57] J.J. Burnett, H.B. Baker. “Assessing the travel-related behaviors of the mobility-disabled consumer”. *Journal of Travel Research,* 2001*.* 40: 4–11.

[58] UNWTO *UNWTO Committee on Tourism and Competitiveness,* 2015, Madrid: UNWTO.

[59] European Commission. Smart Cities and Communities the European Innovation Partnership on Smart Cities and Communities. 2015, Accesible en:<http://ec.europa.eu/eip/smartcities/>

[60] Buhalis, D. and Amaranggana, A. Smart Tourism Destinations, in Z. Xiang and I. Tussyadiah (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism* 2014, DOI: : 10.1007/978-3-319-03973-2\_40, Springer International Publishing Switzerland 2013.

[61] Huang, X.K., Yuan, J.Z., & Shi, M.Y. Condition and key issues analysis on the smarter tourism construction in China. In *Multimedia and signal processing* (pp. 444–450). 2012, Springer Berlin Heidelberg.

[62] J.A. Ivars Baidal, F.J. Solsona Monzonís y D. Giner Sánchez. “Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes”, en *Documents D’Anàlisi Geogr*àfica, vol 62/2, 2016, pp. 327-346.

[63] Organización Mundial del Turismo (OMT). *Recomendaciones de la OMT sobre accesibilidad de la información turística* (A/RES/669(XXI)), adoptadas por la Asamblea General de la OMT, el día 17 de septiembre de 2015, en Medellín, Colombia. Madrid: OMT.

[64] Caldwell, B., Cooper, M., Guarino Reid, L. and Vanderheiden, G. eds., *Web Content Accessibility Guidelines 2.0, W3 Recommendation 12* December 2008.

[65] Huesca, López y Ortega (2004) *Hábitos y Actitudes hacia el turismo de las personas con discapacidad física*. 2004, Predif.

[66] W. Lee, U. Gretzel. "Designing persuasive destination websites: a mental imagery processing perspective". *Tourism management*, vol. 33, no. 5, 2012, p. 1.270-1.280.

[67] C. Luna-Nevarez, M. Hyman. "Common practices in destination website design". *Journal of destination marketing & management*, vol. 1, no. 12, 2012, p. 94-106

[68] Palmer, A. (2005). "The Internet challenge for destination marketing organizations". En: Morgan, Nigel; Pritchard, Annette; Pride, Roger (ed.). *Destination branding: creating the unique destination proposition*. Oxford: Elsevier, p. 128-140.

[69] J. López Sánchez, J. Chica Ruiz, M. Arcila Garrido, A. Azzariohi, y A. Soto Benito, A. Modelo de análisis de las páginas web turísticas (diputaciones y ayuntamientos de las capitales de provincia de Andalucía). *Historia Actual Online*. 2010. 22 (1), 185-200.

[70] Molpeceres Arnáiz, S. About the city the city and new technologies: The case of Barcelona; Smart City vs. Wise City. *Cultura, Lenguaje y Representación: Revista De Estudios Culturales de la Universitat Jaume I*, 2017, 17(1).