



**ILUNION**

**Tecnología y  
Accesibilidad**

Bogotá, 24 de agosto de 2016

**Congreso de Turismo Accesible**

# **Hacia un Turismo para Todos y su Impacto Económico**

**Patricia Rubio**

ILUNION Tecnología y Accesibilidad  
[prubio@consultoria.ilunion.com](mailto:prubio@consultoria.ilunion.com)

# Grupo ILUNION

El Grupo ILUNION es el resultado del proceso de convergencia de los grupos empresariales de la ONCE y su Fundación.



Más de  
**25**  
años de  
experiencia



**32.000**  
empleados



**35%**  
empleados con  
discapacidad

ILUNION está **presente en toda España** con más de 560 centros de trabajo, casi la mitad son Centros Especiales de Empleo.



# Turismo Accesible (Organización Mundial del Turismo)

*“La **accesibilidad** es un elemento crucial de toda política de **turismo responsable y sostenible**. Es una cuestión de **derechos humanos** y es también una extraordinaria **oportunidad de negocio**. Por encima de todo, debemos darnos cuenta de que el Turismo Accesible no solo es bueno para las personas con discapacidad o con necesidades especiales, **es bueno para todos.**”*

Taleb Rifai, Secretario General de la OMT

# ¿Qué es el turismo para todas las personas?

Es el conjunto de actividades, recursos y servicios originadas durante el tiempo libre orientado al turismo y el ocio, **al que pueden acceder todas las personas con independencia de sus capacidades**



# Evolución y Antecedentes



# Características



- **Igualdad de oportunidades**; posibilidad de elegir
- La **seguridad y comodidad**: elementos intrínsecos a la accesibilidad en el turismo
- No vale cualquier solución de accesibilidad; debe tener en cuenta la **dignidad** de los turistas
- **Autonomía**

# Nuevos Segmentos de Mercado

## TURISTAS CON DISCAPACIDAD

- Física: muletas, silla ruedas
- Sensorial: visión, oído
- Cognitiva / Mental
- Orgánica: alergias, enfermedades crónicas...

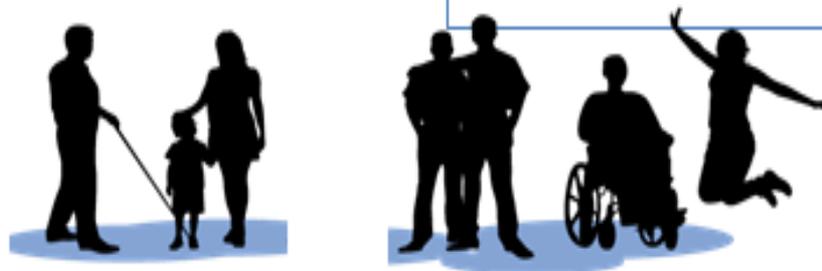
## TURISTAS MAYORES

- Solos o en pareja
- En grupos de mayores
- Con familia

## TURISTAS CON ALGUNA DIFICULTAD PUNTUAL

- De movilidad: Con mucho equipaje, cochecito de bebé, obesidad, estatura...
- De relación: Sin conocer la cultura o el idioma
- De interacción: turistas alérgicos

## OTROS TURISTAS



# Algunos Ejemplos....



Cathy aunque no puede ver, descubre las curiosidades del casco histórico de la ciudad

Gracias al bucle de inducción Vanessa consigue conocer los horarios de salida de las excursiones



Por fin Juan Carlos puede visitar el Parque Natural gracias a la nueva ruta accesible



Elisa y Mariano están encantados con este mapa que les dieron, tan fácil de leer y entender

# Demanda Potencial de Turismo Accesible

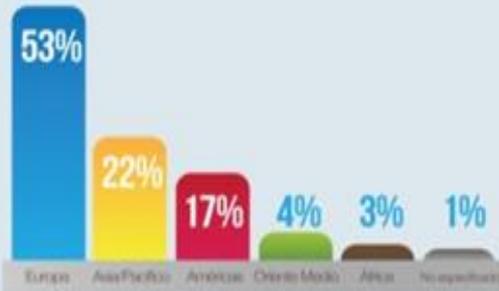
- **1000 millones** de personas con discapacidad permanente: motriz, sensorial, mental y otras (**15%** de la población mundial)
- Además, casi un **15%** de personas con discapacidad transitoria - personas que por una u otra causa ven limitadas sus posibilidades de desplazamiento, orientación y/o uso de instalaciones de manera temporal- (por caso, mujeres embarazadas, familias con niños entre 3 meses y 2 años, niños entre 6 y 10 años, personas obesas, accidentados con discapacidad en rehabilitación sin secuela posterior, etc.)
- Cerca de un **12%** correspondiente a la franja de la 3ª edad
  - En total, más de un **40%** de la población mundial que padece algún impedimento o restricción –permanente o temporal- en sus capacidades.

Fuente: Organización Mundial de la Salud (OMS)

# Mil millones de oportunidades

CONVERTIR MIL MILLONES DE TURISTAS  
EN MIL MILLONES DE OPORTUNIDADES

## ¿DE DÓNDE VIENEN?



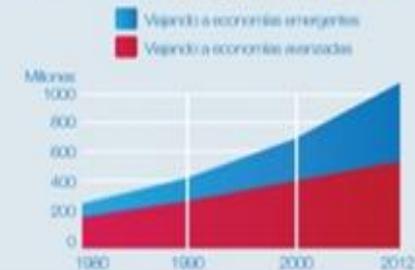
## ¿A DÓNDE VAN?



## ¿POR QUÉ VIAJAN?



## EMERGENTES VS. AVANZADAS



2012  
MIL MILLONES  
DE TURISTAS  
INTERNACIONALES

Fuente:



# Necesidades Globales y Crecientes

## Personas con discapacidad (2011)

- China: 80M
- Unión Europea: 70M
- Estados Unidos: 39,2M
- Canadá: 3,8M
- Mexico: 7,3 M

## Personas mayores (2011)

- China: 132M
- Unión Europea: 89M
- Estados Unidos: 43,4M
- Canadá: 5,8M
- Mexico: 8,2 M

Se estima que para **2050**, el **22 %** de la **población mundial** tendrá **mas de 60 años**

Fuentes: OMS, Comisión Europea

# Conocer al cliente con necesidades especiales....

- ✓ Mayor flexibilidad para viajar en diferentes épocas del año
- ✓ Suelen viajar acompañados de familia y amigos
- ✓ Son clientes leales: repiten destino si están satisfechos
- ✓ Son usuarios intensivos del celular, internet y las redes sociales. Mas del 60% reserva el viaje online
- ✓ Razones para elegir un destino (Estudio Comisión Europea\*):
  - Turistas con discapacidad:
    - 80% Precio
    - 79% Información disponible antes de hacer el viaje
  - Turistas mayores:
    - 83% Información disponible antes de hacer el viaje
    - 80% Precio
    - 78% Transporte hacia y desde el destino

# Turistas con necesidades especiales: Unión Europea\*

Variables	Turistas con discapacidad	Turistas mayores
<b>Duración media del viaje</b>	<p><b>6,7 viajes sin pernoctacion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En el propio país: 87,1%</li> <li>• UE: 10,4%</li> <li>• Internacionales: 2,5%</li> </ul> <p><b>6,7 viajes con pernoctación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En el propio país: 60,1%</li> <li>• EU: 27,4%</li> <li>• Internacional: 12,5%</li> </ul>	<p><b>6,9 viajes sin pernoctacion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Len el propio pais: 87,3%</li> <li>• UE:12,1%</li> <li>• International: 0,5%</li> </ul> <p><b>5,5 Viajes con pernoctacion::</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Domestic: 70%</li> <li>• EU: 22,8%</li> <li>• International: 7,2%</li> </ul>
<b>Propension a viajar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>51,8%</b> viajes sin pernoctacion</li> <li>• <b>58,1%</b> viajes con pernoctacion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>36,4%</b> viajes sin pernoctacion</li> <li>• <b>47,5%</b> viajes con pernoctacion</li> </ul>
<b>Gasto</b>	<p>Viajes sin pernoctacion:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•€74 (En el propio país)</li> </ul> <p>Viajes con pernoctacion:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•€690 (En el propio país– 6.8 dias)</li> <li>•€1,033 (intra-UE – 10.1 dias)</li> </ul>	<p>Viajes sin pernoctacion:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•€82 (En el propio país)</li> </ul> <p>Viajes con pernoctacion:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•€745 (En el propio país– 6.7 dias)</li> <li>•€1,183 (intra-U – 10.4 dias)</li> </ul>

# Turismo para todos como estrategia corporativa

- Cumplir con de la **legislación** vigente
- Enfocar las actividades de **responsabilidad social corporativa** a la inclusión
- Aplicar una estrategia de **diferenciación** para competir en el mercado turístico (global y nacional)
- Atraer a un **nuevo segmento multiciente** con una demanda creciente de servicios turísticos
- **Incrementar** las **reservas** en temporadas con menos ocupación
- Apostar por la **excelencia** en el diseño, la atención al cliente y la comodidad
- **Comunicar** la accesibilidad como valor añadido (marketing)

# Problemática de la Oferta Turística

1. Escasez de medios de transporte adaptados
2. Falta de adaptación de los establecimientos y servicios en destino
3. Falta de dotación de habitaciones adaptadas
4. Escasa concienciación para su inclusión en servicios turísticos (¿es necesario? ¿un gasto más?)
5. Trato inadecuado al cliente



6. Falta de formación (mantenimiento, gestión de la Accesibilidad...)
7. Falta de información veraz sobre accesibilidad de establecimientos y transportes
8. Falta de promoción de oferta en Internet y medios habituales
9. Riesgo de “productos aislados”



# Destinos turísticos: inteligentes y sostenibles

- Servicios de **mayor nivel de calidad y accesibilidad**, posibilitando su utilización por todos los clientes
- Enfatizando la **seguridad, autonomía y satisfacción** con el servicio recibido
- Utilizando la **tecnología** para ofrecer una **experiencia** turística **personalizada** a lo largo de la **cadena de accesibilidad**



# ...cadena de accesibilidad

La accesibilidad del destino turístico depende de:

- la **accesibilidad del conjunto** de los elementos que participan en el proceso
- las características de **accesibilidad de cada uno de los elementos**, sin obviar ninguno de ellos.

La no accesibilidad de **un elemento puede condicionar** la accesibilidad de todo el conjunto



# Ciclo de viaje



# Destino Turístico Accesible: ¿Por donde empezar?



01



## PLANIFICANDO (VISIÓN ESTRATÉGICA Y PLAN OPERATIVO)

# Equipo multidisciplinar



**Ingenieros de Caminos**



**Arquitectos**



**Ingenieros industriales**



**Ingenieros de Telecomunicaciones**



**Ingenieros informáticos**



**Ergonomistas**



**Antropólogos y sociólogos**



**Ingenieros de montes/  
Paisajistas**

# 02

---



## CONTANDO CON ASISTENCIA TÉCNICA EN PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURAS

# 02 ASISTENCIA TÉCNICA: transporte

## Buenas prácticas: Aeropuerto de Madrid-Barajas T4 (I)



## 02 ASISTENCIA TÉCNICA: transporte

### Buenas prácticas: Aeropuerto de Madrid-Barajas T4 (II)



# 02 ASISTENCIA TÉCNICA: equipamiento y mobiliario

## ¿Qué elementos tener en cuenta?



### Y mucho más

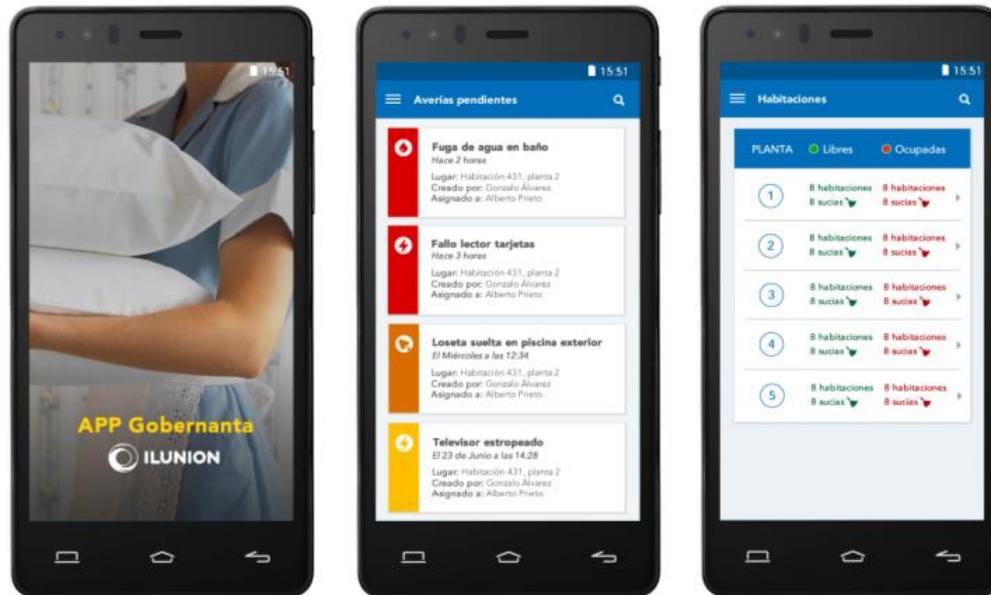
Señalética accesible, documentación y tarjetas-llave en braille, **altorelieve**, macrocaracteres, audiovisuales, **subtitulado**, lengua de signos, audiodescripción, **bucle magnético**, acceso al ordenador, hardware y software accesible, despertadores y avisadores luminicos o por vibración, **teléfonos accesibles**, camas articuladas, **barandillas**, **mando universal**, taburetes y sillas de ducha, barras de apoyo en aseos, tablas de transferencia, **elevadores wc**, menaje adaptado, **cubiertos**, vasos con diseño universal, sistemas de transporte, sillas de ruedas, **sistemas de elevación**, plataformas, salvaescaleras, sillas de emergencia, rampas portátiles, **scooters**, playas, naturaleza, sillas y muletas anfibas, **grúas de piscinas**.



# 03 INNOVACIÓN APLICADA AL TURISMO: APPs

## APPs para Gobernanta y Mantenimiento

- **Gestión habitaciones:** rack de habitaciones, estado de limpieza.
- **Reporte de incidencias y mantenimiento:** incidencias, bloqueos de habitaciones, prioridades de incidencias
- **Comunicación** entre departamentos



# 04



## REALIZANDO ESTUDIOS DE MERCADO

# 04 INVESTIGACIÓN APLICADA AL TURISMO: *Mystery Tourist*

## ¿Cómo mejorar la atención a la diversidad de clientes en el sector turístico?

A través de la  
Consultoría  
Social



Evaluando la atención a clientes con discapacidad (*Mystery tourist*) en distintos servicios del sector turístico: transporte, hostelería, alojamientos, oficinas de turismo, museos, ...

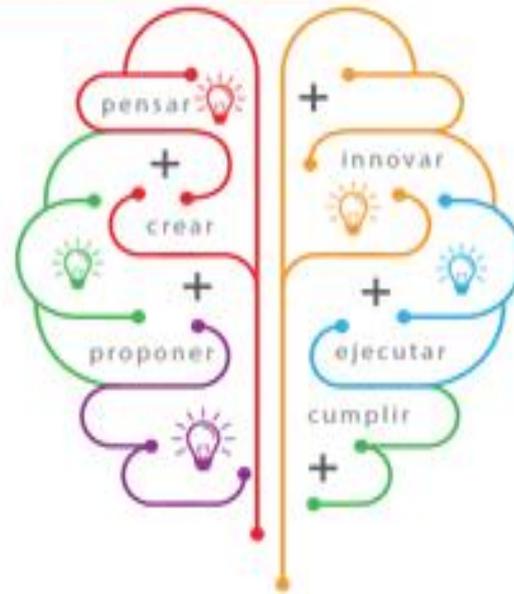
### ¿Cómo se hace?

Escuchando a las **personas** para conocer sus necesidades y preferencias



IT

# 05



## CAPACITANDO Y SENSIBILIZANDO A LOS AGENTES DEL SECTOR TURÍSTICO

06

---



# ELABORANDO GUÍAS DE TURISMO PARA TODOS

## 06 INNOVACIÓN APLICADA AL TURISMO: Pautas Generales

---

### “Manual sobre Turismo Accesible para todos: principios, herramientas y buenas prácticas” de la OMT

- Objetivo: guiar e inspirar tanto a los a los gestores de políticas y de destinos, como a los empresarios del sector a la hora de implementar acciones concretas en materia de accesibilidad.
- El Manual consta de cinco módulos que abordan cómo implantar la accesibilidad en el turismo:
  - ✓ Módulo I: Definición y contexto
  - ✓ Módulo II: Cadena de accesibilidad y recomendaciones
  - ✓ Módulo III: Principales áreas de intervención
  - ✓ Módulo IV: Indicadores para el estudio de la accesibilidad en el turismo
  - ✓ Módulo V: Buenas prácticas

# 06 INNOVACIÓN APLICADA AL TURISMO: Guías

## Guías específicas sobre recursos/municipalidades/departamentos

- Análisis de los itinerarios de más afluencia y los recursos e hitos turísticos más importantes
- Validación de criterios e indicadores de accesibilidad para realizar la evaluación de los espacios
- Establecimiento de categorías de accesibilidad en colaboración con las administraciones
- Evaluación de espacios por técnicos especialistas
- Recomendaciones materializadas en guía de accesibilidad



# INNOVANDO E IMPLANTANDO TECNOLOGÍAS ORIENTADAS AL TURISMO PARA TODOS

# 07 INNOVACIÓN APLICADA AL TURISMO (I)

## Pasblue: Sistema de aviso acústico para semáforos peatonales

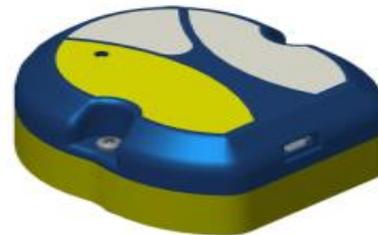
- Óptica de LEDs inteligente con señales luminosas y acústicas. Las acústicas se activan a demanda del usuario, a través de:
  - ✓ Smartphone del usuario
  - ✓ Un mando a distancia
- Permite enviar información al celular del usuario: datos sobre recursos o eventos turísticos, presencia de obras, nombres de las calles, etc.



# 07 INNOVACIÓN APLICADA AL TURISMO (II)

## Beepcons (balizas)

- Dispositivos que mejoran la forma de acceder a la información de nuestro entorno.
- Pequeños, de bajo coste, y fácil utilización.
- Utilizan Bluetooth 4.x para ser detectados y compartir información, reduciendo el consumo de batería.
- Compatibles con la mayoría de nuevos móviles iOS y Android
- Video



# 07 INNOVACIÓN APLICADA AL TURISMO (III)

## Información y Localización de elementos clave

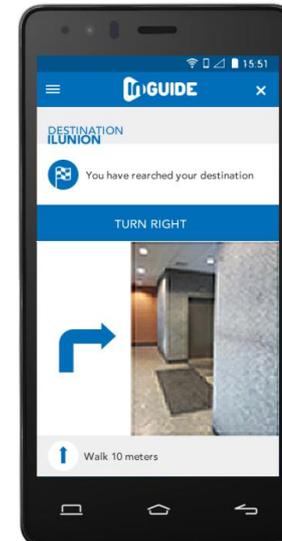
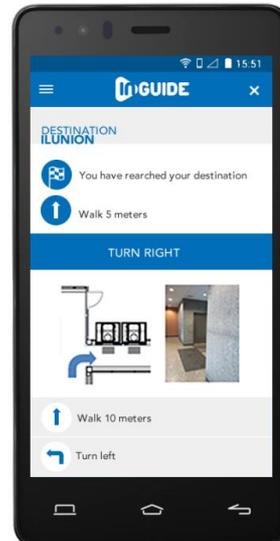
- Avisa de la **cercanía** de una zona señalizada con Beepcon y da una descripción corta
- **Informa** sobre qué hay en esa zona y a qué distancia (sin conexión de datos), ampliando información en la web
- Puede activar el **sonido** a través de su celular



# 07 INNOVACIÓN APLICADA AL TURISMO (IV)

## GPS de interiores

- **Localiza** la posición del usuario en función de las señales recibidas
- **Calcula la ruta óptima** en función del destino y preferencias (p. ej. evitar escaleras)
- Proporciona un **guiado paso a paso** mediante instrucciones textuales y apoyo visual



# REFERENCIAS

Turismo  
accesible:



# ACCESIBILIDAD ES SINÓNIMO DE...

- **Sostenibilidad**
- **Calidad**
- **Inclusion**
- **Ventaja competitiva**
- **Servicio al cliente**
- **Diversificación del perfil de cliente**

