revista de
ANÁLISIS TURÍSTICO

AECIT
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO

Primer semestre de 2008
Núm. 5

SUMARIO

ARTÍCULOS

"Análisis comparativo de la rentabilidad y productividad de las empresas hoteleras en el mercado europeo"
Amparo Sancho Pérez y Rocío Simarro Parreño

"Análisis de la inversión de los Programas de Innovación Rural en patrimonio cultural como elemento dinamizador del turismo"
Águeda Esteban Talaya, Juan Antonio Mondéjar Jiménez, José Mondéjar Jiménez y María Leticia Meseguer Santamaría

"La accesibilidad como oportunidad de mercado en el management de destinos turísticos"
José Antonio Fraiz Brea, María Elisa Alén González y Trinidad Domínguez Vila

"Percepción de los expertos sobre las implicaciones del cambio climático en las regiones turísticas euromediterráneas"
Josep Francesc Valls Giménez y Rafael Sardà Borroy

"La capacidad de carga recreativa en la gestión de los visitantes. El caso del Parque Natural del Carrascal de la Font Roja (Alicante, España)"
Maryland Morant González y María José Viñals Blasco

DEBATE

"¿Puede seguir creciendo como hasta ahora el turismo español?"
Juan Ignacio Pulido Fernández (coord.)

AECIT
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO

REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO, nº 5, 1er semestre 2008, pp. 30-45

LA ACCESIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD DE MERCADO EN EL MANAGEMENT DE DESTINOS TURÍSTICOS

José Antonio Fraiz Brea
Universidad de Vigo
María Elisa Alén González
Universidad de Vigo
Trinidad Domínguez Vila
Universidad de Vigo

Revista de Análisis Turístico
ISSN: 1885-2564 Depósito Legal: B-39009
©2008 Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)
www.aecit.org email: analisisturístico@aecit.org

LA ACCESIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD DE MERCADO EN EL MANAGEMENT DE DESTINOS TURÍSTICOS[1]

José Antonio Fraiz Brea
Mª Elisa Alén González
Trinidad Domínguez Vila
Universidad de Vigo
trinidad@uvigo.es

resumen

El gran eje del sector turístico español, el llamado turismo de sol y playa, está desgastado y necesita una reestructuración, un nuevo enfoque, al igual que el otro gran pilar, el turismo patrimonial o monumental. Por lo que, se propone incidir en la gestión de los destinos turísticos mediante la accesibilidad o diseño universal, no enfocado solamente al nicho de mercado de personas con discapacidad, sino que centrado en el uso y disfrute del destino turístico por y para todos. Para ello, se analizarán las oportunidades de mercado que este nuevo enfoque puede generar, así como aquellos componentes o factores que puedan incidir positivamente, que principalmente son: la ventaja competitiva basada en la diferenciación, el aumento cuota de mercado de discapacitados, los cambios sociodemográficos y en el estilo de vida, la desestacionalidad, el turismo competitivo y de calidad, y el derecho social para todos y la igualdad de oportunidades.

El objetivo es proponer un nuevo enfoque que modifique el management de destinos turísticos, con el fin de elaborar espacios por y para todos, mediante la potenciación de la colaboración entre los diferentes componentes turísticos, principalmente entre los organismos y administraciones públicas y el sector privado proveedor de servicios, con lo que se conseguirá incrementar la satisfacción del cliente para que ésta pueda derivar en una mayor fidelización o en una mejora en la percepción de la imagen y la calidad del destino turístico.

Palabras clave: accesibilidad, turismo accesible, turismo para todos, management destinos turísticos.

abstract

The principal components of Spanish tourism sector, the so-called "sun and beach tourism", is worn and needs a restructuring. Like the other main pillar, the tourism or heritage monument. Therefore, it is proposed to influence the management of tourist destinations through accessibility and universal design. It can be focused to the niche market of people with disabilities, and on the use and enjoyment of the destination by and for all, too. To do so, we will discuss market opportunities that this new approach can generate, as well as those components or factors that may affect positively, for instance: the competitive advantage based on differentiation, increased market share of disabled, social and demographic changes and lifestyle, deseasonalisation, tourism and competitive quality, and social right for all and equal opportunities.

The objective is to propose a new approach to alter the management of tourist destinations, in order to develop spaces by and for all, by empowering collaboration among the various components tourism, mainly among agencies and government and private sector service provider. They will increase customer satisfaction so that it can lead to greater loyalty or an improvement in the perception of the image and quality tourist destination.

Key word: accessibility, accessible tourism, tourism for all, tourism management.

1. Proyecto de investigación *(ref.PGIDIT06CST30001PR),* financiado por la Consellería de Innovación e Industria de la Xunta de Galicia.

1. introducción

Por todos es conocida la importancia que el sector turístico tiene en cualquier economía, principalmente en su representatividad para el producto interior bruto. Si partimos de dicha premisa, y nos centramos en el caso especial de España, que ocupa los puestos de cabeza en recepción turística, nos encontramos que con la actual ruptura con el modelo de turismo clásico, de sol y playa, se abre un abanico de nuevas posibilidades y por lo tanto de atracción de nuevos segmentos potenciales de clientes que podrían representar una alta rentabilidad económica.

En este caso nos referimos a la oportunidad del turismo accesible o turismo para todos, es decir, al segmento de personas con discapacidad o movilidad-comunicación reducida, que engloba a más de 500 millones de personas en el mundo, más del 10% de la población global europea y a nivel nacional más de 3,5 millones de personas, de los cuales se estiman que el mercado potencial de aquellos que viajan ronda los 36 millones de personas en Europa, eso supone 1 de cada 10 europeos.

2. turismo accesible

2.1. marco conceptual

El 27 de septiembre de 1980, en Manila (Filipinas), se relaciona por primera vez los términos *turismo* y *accesibilidad* mediante la Declaración de Manila, realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Esta declaración reconocía el turismo como un derecho fundamental y vehículo clave para el desarrollo humano y recomendaba a los estados miembros la reglamentación de los servicios turísticos, recalcando los aspectos más importantes sobre accesibilidad turística, reconociendo el turismo como un derecho fundamental y elemento clave para el desarrollo humano (Pérez y González, 2003). Estas recomendaciones quedaron reflejadas en el documento *"Para un turismo accesible a los minusválidos en los años 90",* aprobado en la Asamblea General de Buenos Aires en el año 1990.

Existen numerosas acepciones sobre turismo accesible, Mazars Turismo (Pérez y González, 2003), define el *turismo accesible,* como aquel que garantiza el uso y disfrute del turismo por las personas que presentan alguna discapacidad física, psíquica o sensorial, es decir, pretende facilitar el acceso de las personas con discapacidad a las infraestructuras y servicios turísticos.

2.2. segmentación

Destacar que uno de los grandes problemas con los que nos encontramos a la hora de la inclusión de la discapacidad en la segmentación turística, es que tradicionalmente se ha segmentado el sector en aquellos subgrupos con un importante potencial, generalmente basados en datos sociodemográficos, donde la accesibilidad y la respuesta al mercado potencial de la discapacidad ha sido largamente ignorada (Burnett y Baker, 2001). Dada la amplitud y heterogeneidad del mercado a estudiar, se elaboran grupos más pequeños e internamente homogéneos entre sí para poder escoger medidas de actuación más precisas. Las agrupaciones propuestas son las siguientes:

- Personas con discapacidad permanente: el número de personas con discapacidad en España, según datos del INE (1999), es de 3.528.221, lo que supone un 8,8% de la población, y con atención especial al sexo femenino y a la población de 65 a 85 años, por su superioridad. Dada la heterogeneidad de este grupo, distinguimos una serie de subdivisiones marcadas por características comunes entre ellas, en las que se encontrarían personas con discapacidades:
  - *Física o motora*
  - *Sensorial*
  - *Cognitiva o cerebral*
  - *Otros: visceral y patológica*
  - *Discapacidades múltiples o plurideficiencias*

- Personas afectadas por la edad: donde se distinguen dos grupos que tienen necesidades específicas por la propia fisonomía de su cuerpo, estos son:
  - *Personas mayores*
  - *Niños*

Según el estudio del Instituto de Política Familiar de 2006, sólo 1 de cada 7 españoles es joven, mientras que 1 de cada 6 es mayor de 65 años, siendo España uno de los líderes más destacados en el ranking de poblaciones envejecidas, potenciado todo ello por la baja natalidad, ya que sólo el 14,5% de la población es menor de 14 años.

Las personas de edad avanzada, 65 años o más, no discapacitadas representan un 10,9% de la población, es decir, 4,4 millones de españoles.

- Personas afectadas por circunstancias transitorias: a causa de actividades o situaciones coyunturales que puedan resultar discapacitantes durante un período de tiempo, nunca con carácter permanente. Las más habituales son:

  - *Discapacidad transitoria física o en la comunicación* (1,3% de la población)
  - *Mujeres embarazadas* (0,5% de la población)
  - *Personas con movilidad o comunicación reducida de forma puntual*

Según datos del INE (1999), las personas con discapacidad, los de edad avanzada y los que tienen circunstancias transitorias, ascienden a casi 16 millones de personas, cerca del 40% de la población española, que podrían considerarse beneficiarias de la supresión de barreras en temas de accesibilidad. (Ver gráfico 1).

2.3. oportunidad de mercado

Cada vez la importancia del segmento de turistas discapacitados o con movilidad /comunicación reducida es más relevante para el sector turístico nacional e internacional, y las previsiones indican que en el futuro el incremento tanto de la demanda como de la oferta crecerá, motivado todo ello por una serie de oportunidades generadas por el turismo accesible, destacamos fundamentalmente:

a) *Oportunidad de negocio*: es verdad que en los últimos años se puede contemplar un cambio de tendencias en el sector turístico, reflejado en los nuevos destinos y en los servicios que el cliente demanda, buscando cada vez más productos diferenciados, especializados, o mismo particularizados individualmente. Con el turismo accesible se genera una ventaja competitiva, dado que la especialización y diferenciación en este caso concreto no supone la exclusión del resto de clientes, si no la posibilidad de atender a todos los individuos. No hablamos de nichos de mercado, sino de ampliación del segmento turístico.

b) *Segmento de mercado que crece por cambios sociodemográficos y en el estilo de vida*: cada vez el segmento de personas discapacitadas o con capacidades restringidas es mayor y los cambios sociodemográficos y en los estilos de vida hacen prever un crecimiento continuo, principalmente motivado por:

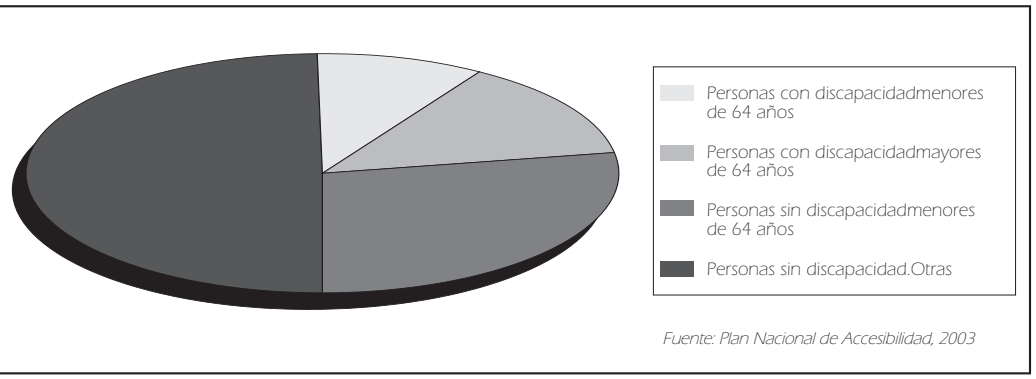
   - *Accidentes*: que pueden causar tanto discapacidades permanentes como problemas de movilidad o comunicación reducida de forma temporal. Destacamos:
     i. *Accidente tráfico*: apoyado fundamentalmente en el incremento de la movilidad de la población por razones tanto de trabajo como de ocio, incrementando la probabilidad de accidente. Por ejemplo, según datos de la Dirección General de Tráfico en 2005 hubo 33 accidentes por cada 10.000 vehículos con un total de 121.865 heridos.
     ii. *Accidentes laborales*: es una causa a tener en cuenta y que afecta al incremento de personas con discapacidades, y más teniendo en cuenta que España es el sexto país europeo con mayor índice de siniestralidad, tras los países del este: Estonia, Chipre, Rumania y Eslovenia, e igualado casi a Luxemburgo. Aunque existe una reducción comparado con años anteriores, el índice de siniestralidad sigue siendo superior al de la media europea, 92 puntos de España en 2004 por 79 de UE de los 25.
   - *Envejecimiento población*: Europa se hace vieja, según el Instituto de Política Familiar (IPF) (2007), ya hay más personas mayores que niños, con una pérdida de juventud de más de 23 millones y el incremento de personas mayores en más de 18 millones, todo ello acontecido en los últimos 25 años. Las personas mayores de 65 años ya representan la sexta parte de la población europea, mientras que uno de cada 25 comunitarios es mayor de 80 años. Según previsiones realizadas a partir de datos estimados del INE sobre la población española a partir del 2006, se aprecian aumentos significativos de la proporción de población mayor de 45 años. Así en 2011 este segmento podría representar el 44,6% del total de la población española, suponiendo un incremento de casi el 10% frente a cifras de 1991 y se estima que para el 2020 las personas mayores de 64 años representarán el 20% de la población, lo que rondaría 7.845.127 personas.
   - *Evolución prevista en el número de personas discapacitadas*: valorando que las previsiones anteriores se cumplan y que se mantenga constante el porcentaje de personas con discapacidad en cada tramo de edad a lo largo del tiempo estimado, daría como resultado un aumento de la población discapacitada aun disminuyendo la población a causa del efecto del envejecimiento citado en el punto anterior, obteniendo una proporción del 10% de población discapacitada, frente al 8,8% actual. Todo ello con base a los datos estimados del INE hasta 2006 y aplicando proyecciones de futuro año a año.
   - *Incremento de personas afectadas por enfermedades con secuelas que merman las capacidades:* la mejora en la calidad de vida y la evolución tecnológica dan como resultado el diagnóstico y tratamiento de enfermedades que antes no eran conocidas y que por lo tanto proporcionan al enfermo la posibilidad de alargar su vida gracias a los nuevos tratamientos para combatir dichas afecciones, aunque esto no impida posibles disminuciones de sus capacidades, que por lo tanto exigen mejoras del medio que lo rodea para un mayor disfrute y adaptabilidad. Es el caso por ejemplo de personas que padecen esclerosis, alzheimer, SIDA o que reciben tratamientos contra el cáncer o la leucemia.

c) *Aumento de mercado*: como se explicó anteriormente, la cifra de mercado que se manejaría respeto a las personas con discapacidad, es muy atractiva, tanto a nivel nacional como internacional. Y si a estas cifras se le añade el dato de que en los viajes realizados por discapacitados suelen ir acompañados por 0,5 acompañantes, según el manual *"Por una Europa Accesible a Turistas con Discapacidades"*, el segmento de mercado se incrementa sustancialmente.

d) *Desestacionalidad:* uno de los grandes problemas con los que se encuentra el sector del turismo en España es la estacionalidad, es decir, la recepción masiva de turistas en fechas predeterminadas, encuadradas siempre en los meses veraniegos en los cuales se disfruta de vacaciones laborales. El turismo accesible potenciaría esta desestacionalidad, basándonos en la premisa de que gran parte de las personas discapacitadas no trabajan, según datos del Eurostat, el 51% de este segmento está en situación de inactividad, y con el atenuante de que percibe una pensión de invalidez o de jubilación. Lo cual representa un mercado muy atractivo, tanto por sus dimensiones como por su disponibilidad para viajar. Y el restante 49% que está integrado en el mercado laboral motivado en gran parte por las legislaciones existentes, también resulta atractivo, dado que poseen sus propios ingresos para poder disfrutar de su período vacacional.

e) *Turismo competitivo y de calidad*: existen numerosos países, principalmente los nórdicos y Reino Unido, que en materia de accesibilidad están más evolucionados, lo que propicia que sus miembros se planteen la necesidad de viajar como una actividad más de su vida cotidiana y un método de autorrealización personal, y obviamente España es uno de los destinos más solicitados, por lo que una apuesta por la accesibilidad de todas las regiones españolas, no sólo aquellas de sol y playa, si no también del turismo termal, monumental de aventura o de naturaleza, proporcionaría además de una posición de liderazgo frente al resto de competidores, una imagen

Gráfico 1. La población más beneficiada por la mejora de la accesibilidad.



Fuente: Plan Nacional de Accesibilidad, 2003

de calidad reflejada en que una mejora de accesibilidad significa una mejora de calidad para el resto de turistas. Para ello es preciso una concienciación del propio sector, con la implantación de diferentes normas, como por ejemplo la UNE de calidad de los servicios turísticos, que contempla los criterios de accesibilidad, o bien mediante medidas recogidas en diferentes documentos, manuales o planes sobre accesibilidad.

f) *Derecho social para todos*: la UE en 1996 mediante el documento *"Normas Uniformes sobre la Igualdad de Oportunidades para las personas con Discapacidad"* establece los primeros pasos para que todos los estados reconozcan los derechos de las personas con discapacidad, dando por supuesto que las necesidades de todas las personas son de igual importancia, el respeto a la diversidad humana como base de la construcción de la sociedad y la dotación de recursos para garantizar la *igualdad de oportunidades* de todos los ciudadanos a la hora de participar en la vida social. Pero la gran parte de programas de apoyo a estos colectivos puestos en marcha por los diferentes miembros tienen como objetivo el compensar desventajas de las personas con discapacidad y no la búsqueda de la cualificación para la participación en la vida social. Se trata de buscar la igualdad de derechos y oportunidades, y no la compensación o superación de limitaciones funcionales.

2.4. el turismo como dinamizador del destino y de su imagen. Captación de nuevos segmentos: el turismo para personas con discapacidad

Por todos es conocida la fuerte repercusión económica que el turismo puede representar para un destino, para su imagen y su difusión. Partiendo de esta premisa nos encontramos con la ruptura del modelo clásico turístico, donde se buscaban destinos determinados y éstos eran gestionados por operadoras y agencias. Actualmente el usuario puede actuar como el gestor de su propio viaje y por lo tanto busca destinos más acordes con sus deseos y a un menor coste. Entra pues en juego, las ciudades, pueblos y villas como destinos, ya no se busca tanto un destino generalizado en un país, si no que adquiere mayor peso aquellos más específicos y acordes con los gustos del cliente.

Con esta nueva apertura del mercado, potenciada principalmente por Internet y las compañías low cost, se buscan nuevos segmentos de clientes. Nosotros nos centraremos en las personas con discapacidad, en las cuales se estima que la demanda potencial de discapacitados europeos que viajan ronda las siguientes cifras:

- 8 millones que viajarán al extranjero
- 15 millones que viajarán dentro del país
- 22 millones de excursiones locales de un día
- Media de acompañante de 0,5 por viajero

Con estas cifras, queda más que latente la importancia de dicho segmento para el mercado turístico, además hay que tener en cuenta que la estancia media oscila entre 2 y 4 semanas, y que según datos de EUROSTAT el 51% perciben una pensión o están jubilados, lo que genera una posibilidad de alta desestacionalización en el sector, como ya comentamos anteriormente.

3. objetivos y metodología

3.1. objetivos

Este estudio pretende dar unas directrices generales sobre la incidencia de la accesibilidad y el diseño para todos y sus beneficios para el sector turismo, tanto a nivel social como económico. Los objetivos marcados para ello son:

- Analizar en que consiste la accesibilidad y el diseño para todos y cómo afecta al diseño e imagen de los destinos turísticos.
- Demostrar la rentabilidad del diseño accesible o para todos en la imagen del destino, y como repercute en el uso y disfrute de ésta por parte de sus usuarios, tanto para los residentes como para los turistas.
- Aprovechamiento de la oportunidad de mercado que se genera con el fortalecimiento en temas de accesibilidad, que repercuten en la calidad del destino, y por lo tanto, atrae a nuevos segmentos de mercado, como es el caso del turismo accesible.
- Posibles mejoras a llevar a cabo, mediante planes integrales que agrupen los diferentes elementos que componen el destino turístico, siguiendo el estudio del caso de Arona, el cual nos mostrará los beneficios generados.
- Importancia de trabajar en accesibilidad mediante planes integrales, tomando como uno todos los elementos de la cadena de accesibilidad, así como la necesidad de una colaboración total entre el sector público y el privado en materia de accesibilidad.

3.2. planteamiento del estudio

Se parte del análisis de una serie de factores o elementos de la cadena de accesibilidad, que facilitan y mejoran la imagen del destino, sus servicios y productos turísticos, que se pueden agrupar en:

- Factores arquitectónicos o en la edificación
- Factores urbanísticos
- Factores transporte
- Factores de comunicación e información
- Factores de ocio

Estos elementos, determinan en su esencia la estructura básica de los espacios turísticos, y por tanto, todos aquellos servicios que éste puede ofertar y que el usuario puede disfrutar, es decir, inciden directamente en la gestión de los destinos turísticos. Dichos factores, se tratarán con mayor profundidad en el punto 5.

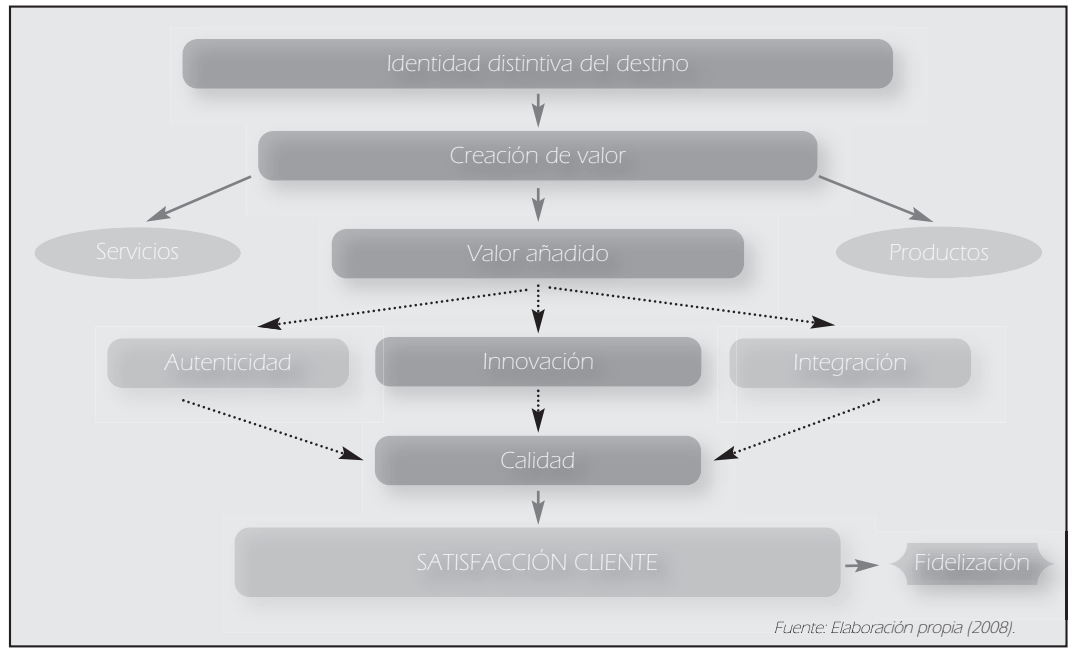
Se parte del estudio del caso concreto del municipio de Arona, que servirá de guía para mostrar como un esfuerzo colectivo (sector público y privado) e integral (elementos básicos de la cadena de accesibilidad), mejora y facilita el uso y disfrute del destino. Para ello se han realizado entrevistas a la responsable del Área de Turismo Accesible del Ayuntamiento de Arona, a SIMPROMI y a empresas privadas especializadas en accesibilidad como Kurthotel Mar y Sol o Le-Ro proveedor de servicios para personas con discapacidad. También se ha revisado el Plan de Accesibilidad Integral, así como la comprobación in situ utilizando check-list para su comprobación del grado de accesibilidad de los diferentes espacios.

4. management de destinos turísticos

4.1. componentes y objetivos del management turístico

Las tareas que un organismo de gestión turística tiene que realizar en la actualidad son múltiples, pero a título de ejemplo se pueden destacar las siguientes (Ejarque, J., 2005): fomentar la marca, crear imagen y desarrollar un marketing "paraguas" para todo el sistema del destino; facilitar información neutral a operadores y clientes; coordinar y gestionar el destino turístico e implantar una política de formación y desarrollo. Todo ello con el objetivo de satisfacer al cliente mediante la diferenciación de otros destinos competidores, esencial en la actualidad del sector turístico, dado la gran oferta existente y el cambio de tendencias del cliente. Ahora es él quién decide el destino, no el destino el que le

Gráfico 2. Claves del management turístico.



Fuente: Elaboración propia (2008).

escoje. Para ello resulta de vital importancia aportar un valor añadido al producto o servicio que el cliente disfruta, para reforzar la imagen positiva que tiene sobre el destino y potenciar el boca a boca que realice, así como trabajar en la fidelización de éste. En el gráfico 2, se puede observar como un management turístico basado en la diferenciación del destino mediante la creación de valor basado en la calidad final, da como resultado la satisfacción del usuario y por lo tanto potencia una mayor fidelización y percepción positiva del destino.

4.2. incidencia de los elementos estructurales en el destino turístico

Cuando hablamos de turismo, no solo se hace referencia a aquellas actividades, eventos o infraestructuras relacionadas con el ocio y el tiempo libre, es decir, aquellas de cariz turístico. Se hace referencia al espacio donde se den, por lo tanto también adquieren gran importancia las infraestructuras, el transporte, la comunicación y el diseño urbanístico. Por ejemplo, cuando escogemos como destino Punta Cana, buscando sol y playa como eje central de nuestras vacaciones, también nos vemos influidos, directa o indirectamente por otros factores, como el transporte, los puntos de información turística, el alojamiento y restauración, las zonas de compra, la normativa institucional y hasta por los propios habitantes del lugar. En la tabla 1 se muestra como afectan los elementos estructurales del destino en el desarrollo turístico (que se desarrollaran más profundamente en el siguiente punto), haciéndose de vital importancia el conocimiento y correcta gestión de éstos por parte de la gestión turística, la cual debe tener un carácter dual, basado en la coordinación y trabajo complementario entre las Administraciones Públicas y las empresas privadas del sector turístico. Porque, ¿de qué sirve un hotel de lujo con todas las comodidades encuadrado en un destino paradisíaco de sol y playa, si no existe una carretera o vía de acceso entre el hotel y la playa? (Ver tabla 1).

5. pilares básicos de análisis

5.1. edificación

Dado que los posibles factores a tratar en temas de edificación son muy numerosos, nos centraremos en los parámetros utilizados por los diferentes entes especializados en análisis, como IMSERSO, SIMPROMI o PREDIF, para determinarlos.

Se opta por la evaluación en tres bloques:

- *Zona exterior*: recoge la facilidad de circulación y por lo tanto la accesibilidad, en la transición desde el punto más cercano de transporte, servicio público o aparcamiento, hasta el edifico.
- *Zona acceso*: se valora el acceso de entrada a la edificación.
- *Zona interior*: son recogidos todos aquellos servicios y disposiciones que oferta el edificio, valorando su grado de circulación y uso de las diferentes zonas que lo componen.

Además de las zonas a valorar, se ha realizado una subdivisión de la tipología de edificios, muy generalizada (ver tabla 2), dado que según la propiedad y fechas de construcción de los edificios, deben acogerse a una serie de medidas o reglamentos diferenciados. (Ver tabla 2).

5.2. urbanismo

Siguiendo la estructura utilizada en el punto anterior, estableceremos primeramente los parámetros a valorar a la hora de analizar la situación urbanística de un destino. Los de mayor importancia son:

- *Anchura*: si el espacio de las aceras es el suficiente para una correcta circulación, valorando si existen obstáculos, como coches aparcados, árboles, mobiliario o mismo obras, que impidan o dificulten dicha circulación.
- *Pavimento*: la calidad del pavimento como elemento facilitador de la circulación, un mal estado de éste puede generar numerosos problemas.
- *Rebajes y bordillos*: si existen rebajes y bordillos, si éstos están realizados y señalizados en el pavimento de forma correcta.
- *Desnivel:* principalmente en rampas, éste debe tener un máximo de entre 8% y 10%, dependiendo del reglamento de cada CCAA. Un mayor desnivel hace casi imposible la circulación para personas en silla de ruedas.
- *Señalítica visual, táctil y sonora*: se incluyen las señales en el pavimento tanto por su textura en el caso de los invidentes, al igual que en el caso de los semáforos, con las señales acústicas y lumínicas para personas con problemas visuales y auditivos. Destacar también toda aquella información existente en las paradas del transporte público, señalización de calles y similares.

Tabla 1. Incidencia de los elementos estructurales en el destino turístico.

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

Fuente: Adaptado Inkpen, G. (2001)

Tabla 2. Agrupación de edificios según construcción y propiedad.

Construcción / Propiedad o uso		PÚBLICO	PRIVADO
ANTIGUA	*Mejoras accesibilidad*	Adaptación paulina de accesibilidad por ley	Adaptación accesibilidad si realizan grandes reformas
	Ejemplos	- Edificios de la Administración - Edificios histórico-monumentales	- Edifcios históricos - Edificios de uso empresarial - Viviendas
NUEVA CONSTRUCCIÓN	Mejoras accesibilidad	Accesibles por ley	Accesibles por ley
	Ejemplos	- Edificios de la Admón.	- Edificios de empresas - Viviendas

Fuente: Elaboración propia

- *Mobiliario urbanístico*: por una banda se valora su uso como apoyo, es el caso de barandillas o barras, y por otro lado, se tiene en cuenta su ergonomía en el uso y su grado de molestia a la hora de circular por el entorno urbano, por ejemplo, la colocación de papelera, árboles o bolardos que pueden dificultar seriamente la circulación de una persona en silla de ruedas o invidente.

Una vez que los parámetros a valorar ya están establecidos, es necesario determinar los principales componentes urbanísticos y qué parámetros les inciden directamente, hasta el punto de que a veces, imposibilitan su uso. (Ver tabla 3).

Tabla 3. Grado de incidéncia de los parámetros urbanísticos en sus diferentes componentes.

COMPONENTES/ PARÁMETROS	Aceras	Calzada	Rampas	Escaleras	Cruces	Avisadores urbanísticos
Anchura	XXX	XX	X	X		
Pavimento	XXX	XXX	XX	XX	XXX	
Rebajes y bordillo			XXX		XXX	
Desnivel	XX	XX	XXX	XX	X	
Señalítica	XX	X			XX	XXX
Mobiliario	XXX		XXX	XXX		X

Fuente: Elaboración propia. NOTA: X importancia relativa, XX: importante, XXX: muy importante

Tabla 4. Incidencia de los indicadores en los medios y estaciones de transportes.

INDICADORES MEDIOS TRANSPORTE	Elemento transporte	Parado o estación
Autobús urbano	Autobuses con piso bajo y plataforma o rampas de acceso, espacio específico, información sonora y lumínica.	Existencia de bordillos o impedimentos mobiliarios. Información visual (escrita o en mapas).
Autobús interurbano	Existencia de plataformas y espacios determinados	Material móvil
Tren cercanías	Aviso lumínico y sonoro	Practibilidad de la estación
Tren de media y larga distancia	Adaptabilidad del acceso de entrada, espacio específico, e información sonora.	Practibilidad de la edificación y material móvil.
Tranvía	Adaptabilidad del acceso de entrada, espacio específico, información sonora y lumínica.	Existencia de impedimentos urbanísticos Material móvil
Metro	Adaptabilidad del acceso de entrada, espacio específico, información sonora y lumínica	Practibilidad de la estación y existencia de material móvil.
Taxi	Existencia de plataforma	Existencia de impedimentos urbanísticos Material móvil
Transporte Aéreo	Adaptabilidad del acceso de entrada, y circulación, espacio específico, información sonora y lumínica.	Adaptabilidad de la edificación de los aeropuertos y existencia de personal de apoyo.
Transporte Marítimo	Adaptabilidad del acceso de entrada, y circulación, espacio específico, información sonora y lumínica.	Adaptabilidad de la edificación de los aeropuertos.

Fuente: Elaboración propia basada en el PNdA (2003). NOTA: material móvil como plataformas, ascensores y similares

5.3. transporte

Dada la amplitud de tratamiento para todas las dimensiones, las estructuraremos en problemas y criterios de accesibilidad, elementos o componente del servicio de transportes y los principales indicadores de accesibilidad.

1.- Los problemas y criterios de accesibilidad, dada su amplitud y diversidad, se agrupan siguiendo los criterios del Plan Nacional de Accesibilidad (PNdA):

- *Paradas o estaciones*: se valora el recorrido desde la calle, la accesibilidad y facilidad de circulación de la parada, estación o terminal, incluyendo en el análisis los criterios de edificación y comunicación e información, como el mobiliario, los mostradores o ventanillas de atención al público, los sistemas transmisores de información y otros.
- *Vehículos de transporte*: se tienen en cuenta todas las posibles dificultades de desplazamiento desde la puerta de acceso del vehículo al lugar donde los usuarios realizarán el viaje, donde la amplitud y facilidad de circulación del pasillo juega un papel principal.
- *Condiciones y comodidad del transporte*: se valora la comodidad, seguridad y facilidad del viaje. Se incluye pues, las dimensiones y comodidad del asiento o habitáculo donde se realiza el viaje; los diferentes medios transmisores de información como avisadores sonoros, lumínicos y visuales; y otros servicios como la adaptación de WC, audición de TV, subtítulos, etc.

2.- Los elementos o componentes del servicio de transporte, se pueden sintetizar en los siguientes, que son los de mayor uso: autobuses urbanos e interurbanos; tren de cercanías, de media y larga distancia; tranvía; metro; taxis; transporte aéreo y marítimo.

3. Los principales indicadores de accesibilidad existentes actualmente, condicionados por el gran retraso en adaptabilidad de los medios para todos, son los expuestos en la tabla 4, que se combinan con las principales variables a tener en cuenta, los diferentes medios de transporte y las paradas o estaciones de embarque. (Ver tabla 4).

5.4. comunicación e información

Principalmente la comunicación e información se encuentran condicionadas por dos grandes tendencias: la velocidad de cambio que sufren las tecnologías y la complejidad de legislar tecnologías que están cambiando continuamente. Partiendo de esta importante restricción, establecemos los parámetros a valorar y como éstos deben ser aplicados a los diferentes medios de comunicación e información. (Ver tabla 5).

Tabla 5. Medios de comunicación e información y parámetros a valorar.

MEDIOS		MEDIDAS
Telefonía	Fija	Macrocaractéres, aviso por voz y lumínico, altorrelieve, brailes.
	Móvil	Macrocaractéres, aviso por voz y lumínico, descargas mediante bluetton, altorrelieve, brailes.
Internet		Macrocaractéres, aviso por voz, lumínico e imágenes, alto contraste, audiodescriptores, subtítulos.
Informática		Macrocaractéres, audiodescriptores, aviso por voz, lumínico e imágenes, alto contraste, altorrelieve, alto contraste.
Medios de	Televisión	Subtítulos, lenguas de signos, audiodescriptores.
Comunicación	Radio	Audiodescriptores.
	Medios impresos	Macrocaracteres, braille.
Cine o DVD		Subtítulos, audiodescriptores, amplificadores o inductores de sonido, aviso por voz, lumínico e imagen.
Cajeros automáticos		Macrocaracteres, altorrelieve, aviso por voz, lumínico e imagen, braille, alto contraste.
Máquinas expendedoras		Macrocaracteres, altorrelieve, aviso por voz, lumínico e imagen, braille, subtítulos, alto contraste.
Sistemas y servicios de información pública		Macrocaracteres, altorrelieve, braille, aviso por voz, lumínico e imagen, subtítulos, audiodescriptores, amplificadores o inductores de sonido.
Etiquetado de productos		Macrocaracteres, braille, autorrelieve, alto contraste.

Fuente: Elaboración propia

5.5. ocio

Cuando hablamos de ocio, y de los parámetros de éste en temas de accesibilidad, hay que partir de que es un compendio general entre los diferentes bloques tratados anteriormente, es decir, entra en juego los parámetros urbanísticos, edificación, transporte y comunicación e información. Dado que una actividad o un monumento dependen de todos ellos para poder ser valorado como accesible o de uso para todos, así que en este apartado nos remitiremos a destacar aquellos parámetros mínimos imprescindibles para un ocio para todos. Estos serían:

- *Señalización de itinerarios accesibles* según tipología de discapacidad.
- *Estacionamiento reservado para vehículos*, lo más cercano posible al lugar de ocio.
- *Instalaciones adaptadas*: desde el parking hasta la entrada y dentro del propio recinto.
- *Información específica* para personas con discapacidad.
- *Zonas de descanso* ergonómicas.
- *Material de apoyo* para un correcto entendimiento: audiodescriptores, macrocaracteres, altorrelieve, lengua de signos, subtítulos y similares, así como *material adaptado* para la realización de determinadas actividades.
- *Personal formado* en trato y temáticas relacionadas con la discapacidad.

Existe un gran número de actividades de ocio, así como espacios para disfrutar de éste, así que hemos realizado una selección de aquellas con mayor relevancia (ver tabla 6), agrupadas en cuatro grandes bloques. La adaptabilidad del ocio para todos es uno de los potenciales motores generadores del turismo, que se manifiesta en ingresos económicos y relevancia de la propia ciudad como destino turístico.

Tabla 6. Principales actividades y espacio para el ocio

Medio cultural	Medio Natural	Actividades deportivas	Otros atractivos
Sitios históricos	Tranquilidad de la naturaleza	Excursiones Pesca	Parques temáticos o de atracciones
Centros arqueológicos	Pájaros	Montar a caballo	Diversión nocturna y entretenimiento
Centros de costumbres	Campismo	Vela	Compras
	Peces	Kayak	
Museos y artes de	Insectos	Caza	Área de descanso
galerías	Lagos y arroyos	Rafting	Áreas rurales
Artesanía local	Mamíferos	Observación de ballenas	Juegos de azahar
Eventos y fiestas locales	Montañas		
Música y teatro en directo	Parques nacionales, estatal provincial		Playas
			Grandes ciudades
			Viajes a granjas
Sitios literarios relevantes	Océanos		Eventos deportivos
	Reptiles y anfibios		
	Fauna		Pequeñas ciudades o villas
	Bosques tropicales		
	Jardines de mariposas		Aprendizaje y formación
	El paisaje y fotografiar la vida salvaje		Clima
			Aprovechar reducción de precios

Fuente: Elaboración propia

6. arona: ejemplo de management en accesibilidad como destinos turísticos

6.1. arona: del sol y playa a la accesibilidad

En 1957 un grupo de turistas suecos, enfermos de esclerosis múltiple, llegaron a la Playa de Los Cristianos (Arona) en busca de un lugar cálido que permitiera mejorar su salud. Su visita originó inesperadamente el nacimiento del turismo en Arona y en el Sur de Tenerife. Durante cuatro décadas Los Cistianos ha recibido, y sigue recibiendo, miles de turistas con alguna discapacidad, que se alojan en establecimientos hoteleros adaptados o en clínicas especializadas, y que disfrutan de empresas de ocio accesibles. Sin embargo una buena parte de ellos no presentan unos niveles mínimos de accesibilidad. Este hecho unido a la existencia de numerosas barreras en las vías públicas, transportes, edificios públicos y otros, dio lugar a la puesta en marcha del Plan Integral de Accesibilidad de Arona con la finalidad de promover toda clase de acciones y actividades destinadas a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad y de la población en general. Su aplicación ha sido de ámbito municipal y abarca todo el conjunto de actividades de la vida diaria, por lo que se trata de una propuesta de carácter integral cuya elaboración se rige por un sistema de prioridades.

En 2003, dado el flujo constante de personas con problemas de movilidad (PPM), principalmente en meses otoñales e invernales, SIMPROMI, organismo público que trabaja a favor de PPM, lleva a cabo un plan de mejora de accesibilidad de diferentes destinos turísticos de la isla, y uno de ellos es Arona, el cual era el receptor fundamental de estos usuarios. Siguiendo dicha iniciativa, en 2003 nace el I Plan Integral de Accesibilidad (PIA) de Arona, elaborado por Vía Libre y con el apoyo de Imserso, Gobierno de Canarias, Fundación ONCE y Ayuntamiento de Arona, mediante la firma de convenios.

El objetivo prioritario del PIA era y es, crear un municipio para todos, basado en el cambio de la sociedad respecto a temas de discapacidad y accesibilidad de manera integral, es decir, tomado como un conjunto de elementos que en algún momento pueden afectar el desarrollo de un ser humano en sus actividades -trabajo, ocio, vida cotidiana- y sus interconexiones. Dicho plan se fundamenta en 3 puntos:

I Voluntad: mejorar la accesibilidad requiere asumir reivindicaciones de los ciudadanos afectados y reconocer sus ventajas para todos, como las personas mayores, padres con cochecitos, personas con movilidad reducida temporalmente, personas que portan equipaje o similares, etc.

Para ello se han desarrollado una serie de actuaciones y actividades que buscan la asunción de la accesibilidad y discapacidad por parte de los ciudadanos, el sector privado y la Administración. Destacan principalmente:

- Creación del Área de Turismo Accesible del Patronato de Turismo.
- Campaña de concienciación desde la infancia en temas de accesibilidad y discapacidad.
- Curso Turismo para Todos.
- Premios para organismos privados por tomar medidas o realizar mejoras en accesibilidad.
- Sensibilización a comerciantes.
- Cohesión social y prestación de servicios.

II Técnica: analizar adecuadamente los problemas, investigar y aportar soluciones adecuadas.

- Análisis de las barreras de los diferentes ámbitos de la vida diaria, mediante el Convenio de Colaboración INEM/ACE.
- Mejoras en accesibilidad mediante la eliminación de barreras de las áreas analizadas: vías y espacios públicos, en edificios privados y en la página Web oficial de Arona.
- Plan de Ocio y Plan de Playas Accesibles 2005. Accesibilidad en la playa de Los Cristianos y Las Vistas con pasarelas, sillas de vigilancia, zona sombrillas, muletas y sillas anfibias gratuitas, entre otras medidas. Todo ello potenciado por la campaña de publicidad de la Playa Accesible, así como por la edición de la guía "Arona, Turismo sin Barreras", el folleto de "Playas Accesibles" y de "Taxis Adaptados", todos ellos en español, inglés y alemán, disponibles también en formato pdf en la Web.

III Estrategia: plantear acciones correctoras y preventivas, acorde con el entorno social y político.

- Equipo técnico del Ayuntamiento encargado del análisis, asesoramiento y diseño gratuito en temas de accesibilidad para entes públicos y privados. Sus campos de trabajo se pueden agrupar en:

· Arquitectura / Edificación: en los *edificios públicos* se están realizando obras para facilitar el acceso a los centros administrativos, centros sanitarios y educativos. Apertura de nuevos aseos públicos para personas con dis-

capacidad. En *edificios privados* se están potenciando sistemas para garantizar el cumplimiento de la Ley de Accesibilidad y Supresión de Barreras Físicas y de Comunicación 8/1995, así como una campaña de sensibilización a comerciantes sobre las mejoras en accesibilidad para su negocio, apoyado por el equipo técnico de asesoramiento y diseño de forma gratuita. También se realizan agradecimientos mediante actos públicos a los comerciantes que sirven de ejemplo a seguir por otros. También se han facilitado unos folletos informativos a los empresarios, sobre como mejorar la accesibilidad en: "Bares y restaurantes accesibles", "Comercios accesibles" y "Parques temáticos accesibles".

- Urbanismo: acondicionamiento de bordillos en accesos peatonales, entradas principales de edificios y comercios. Pavimentación y liberación de obstáculos en zonas peatonales. La mayoría de las vías públicas y paseos peatonales de Playa de Las Américas y Los Cristianos están adaptadas, y sus paseos marítimos son la mayor zona peatonal sin barreras de Europa, con 5 quilómetros de longitud.
- Transporte: existencia de 4 Eurotaxis, así como la adaptación de transporte público completado por la amplia oferta de transporte privado accesible.
- Comunicación e Información: señalización de itinerarios, playas y servicios accesibles, adecuación de la Web a los estándares de accesibilidad y su posicionamiento en la red, campaña de promoción turística mediante la asistencia a ferias especializadas en discapacidad y del sector turístico, como mediante agencias especializadas. Publicación de guías y folletos sobre accesibilidad, así como cursos destinados a técnicos municipales y profesionales del sector turístico.
- Ocio: Plan de playas Accesibles y Ocio. Instalaciones deportivas totalmente adaptadas, muy utilizadas por equipos de atletismo internacionales para preparar las pretemporadas, lo que conlleva estancias superiores a los 2 meses. Prácticas de submarinismo y la adecuación futura de senderos así como excursiones en barco adaptado.

Son numerosas las actuaciones que el Ayuntamiento de Arona ha llevado a cabo, pero nosotros sólo destacamos aquellas más novedosas y relevantes dada su amplitud, algunos ejemplos se muestran en la tabla 7. Por todo ello la Consejería de Servicios Sociales del Gobierno de Canarias le concedió una distinción honorífica en 2005. (Ver tabla 7).

Tabla 7. Ejemplos de mejoras de accesibilidad en Arona

MEJORA ACCESIBILIDAD	
Arquitectura/Edificación	
Urbanismo	
Transporte	
Comunicación e Información	
Ocio	

6.2. beneficiarios de la supresión de barreras. Cifras

Los datos que se presentan a continuación, son tomados del Área de Turismo Accesible de Arona, los cuales han recogido estas cifras mediante estimaciones, censos e informaciones aportadas por entes privados.

- Residentes en el municipio: aproximadamente 10.000 personas con discapacidad de un total de 70.589 censadas en el municipio.
  - Personas con discapacidad: 1.100 personas según datos del Gabinete de Inserción Socio-Laboral de personas con Minusvalías, del Cabildo Insular de Tenerife.
  - Población mayor de 65 años: sobre 8.900 personas, basándonos en la información dada por el Padrón Municipal del Excmo. Ayuntamiento de Arona.
- Turistas del municipio: sobre unos 10.000 turistas con discapacidad o capacidades restringidas.
  - Personas con discapacidad: aproximadamente 9.000 turistas con discapacidad al año, basándose en la ocupación de la clínica de rehabilitación Vintersol (3.500 año), Apartamentos Mar y Sol (3.500 año) y los hoteles situados en Playa Las Américas y Los Cristianos (sobre 2.000 ó 2.500 año).
  - Turistas mayores de 65 años: oscilante según temporada, pero sobre unos 1.000 ó 1.500, dependiendo de los programas de vacaciones presentados por el IMSERSO.

Hablamos de unos 20.000 beneficiarios de la supresión de barreras, tanto para residentes permanentes, temporales o turistas. Destacar que existe una gran cantidad de población ambulante, la cual residen en otoño e invierno en la isla, y el resto del año en sus países, y aquellos que simplemente son turistas temporales, suelen tener estancias entre 2 y 4 semanas, preferiblemente también en otoño e invierno, lo cual facilita y mejora la desestacionalización. Con todo ello, el Ayuntamiento de Arona ha incrementado su segmento turístico, y su período vacacional mediante la promoción turística como destino para todos, ha impulsado el ocio inclusivo y revalorizado espacios públicos existentes, como playas, vías públicas o senderos. Es decir, oferta un turismo no sólo para personas con discapacidad, sino que aporta un valor añadido mediante un turismo para todos, en resumen, un turismo de calidad para todo el mundo.

7. conclusiones

Cuando se trata el tema de accesibilidad, es similar a cuando se puso de moda el término sostenibilidad, todo el mundo hablaba de él, opinaba que era una buena opción e imprescindible para un correcto desenvolvimiento del destino turístico, pero realmente se sabe qué es la accesibilidad, a quién afecta y lo más importante, qué beneficios aporta.

La accesibilidad es la usabilidad, y aunque siempre suele ir asociada a personas con discapacidad, afecta a todo el mundo que sea usuario bien directa o indirectamente, y como todo lo novedoso y diferente, bajo una buena gestión puede llegar a reportar grandes beneficios ya no sólo económicamente sino también socialmente, tanto para los residentes del propio destino como para los usuarios temporales. Pero su desarrollo debe ser integral, es decir, conjunto, que englobe todos aquellos factores determinantes para el diseño de un destino turístico, donde la colaboración y trabajo entre sector público y privado se convierte en imprescindible para el correcto diseño e instauración de la accesibilidad.

El destino adquiere pues una alta relevancia en la percepción del turista o usuario, al marcarse como objetivo base la satisfacción de éste, mediante la oferta de productos y servicios de alta calidad, que pueden ser disfrutados por todo el mundo, y que reportan un alto reconocimiento por parte de la sociedad a la imagen del destino. Además de ser pioneros en la aplicación de la normativa vigente.

No se debería desperdiciar la oportunidad que se genera con el aumento del segmento de personas con discapacidad y el envejecimiento de la población, ni olvidar el flujo de turistas con discapacidad que otros países generan (Alemania 14 millones, Reino unido 11 millones, Francia 8,8 millones e Italia 4,85 millones) y que buscan la benevolencia del clima de España.

Y no olvidar, todos seremos mayores y tendremos muchas barreras por superar, que hoy ni siquiera percibimos.

8. bibliografía

- Ayuntamiento de Arona: “Plan Integral de Accesibilidad”. Arona, 2007.
- Ayuntamiento de Arona: “Guía de Turismo sin Barreras” http://www.arona.org/portalinterno/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/9_5806_1.pdf, (consultado el 10-02-2008).
- Burnett, J.J. y Baker, H. B. (2001): “Assessing the travel-related behaviours of the mobility-disabled consumer.” Journal of Travel Research 2001, 40:4.
- Comité Económico y Social Europeo (2001): “Por un turismo accesible a todas las personas y socialmente sostenible.” Dictamen INT/173.
- Comunicación de Comisión, COM 2000-284 final, al Consejo, Parlamento Europeo, Comité Económico y Social y al de Regiones (2000): “Hacia una Europa sin barreras para las personas discapacitadas.”
- Ejarque, J. (2005): “Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing”. Ediciones Pirámide, Madrid.
- Huesca, A. M. y Ortega, E. (2004): “Hábitos y Actitudes hacia el Turismo de las Personas con Discapacidad Física”. PREDIF.
- IMSERSO (1996): “Concepto europeo de accesibilidad”. CCPT/ Marzo 1996. CEAPAT. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Madrid.
- Inkpen, G. (2001): “Information Technology for Travel and Tourism”. Londres: Longman.
- Instituto Nacional de Estadística (1999): “Encuesta sobre Discapacidad, Deficiencia y Estado de la Salud, 1999.”
- Instituto Política Familiar (2007): “Informe Evolución de la Familia en Europa”. Editado por IPF.
- Instituto política Familiar (2006): “Informe Evolución de la Familia en España”. Editado por IPF.
- Ley de Accesibilidad y Supresión de Barreras Físicas y de Comunicación 8/1995. Comunidad Canaria.
- Ley 51/2003, de 2 de diciembre de 2003, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad de las personas con discapacidad (LIONDAU).
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2003): “I Plan Nacional de Accesibilidad 2004-20012. Por un nuevo paradigma, el Diseño para Todos, hacia la plena igualdad de oportunidades.”
- Naciones Unidas (1993): “Igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad”, Resolución 48/96 de 20 de diciembre de 1993.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1980). Declaración Mundial de Manila sobre el Turismo Mundial, del 23 de septiembre de 1980.
- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2001): “Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud (CIDDM-2).”
- Pérez, M. D. y González, D. J. (2003): “Turismo para todos: Hacia un Turismo para Todos”. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y CERMI.
- Sociedad Insular para la Promoción del Minusválido (SIMPROMI). Departamento de Accesibilidad, Ocio y Cultura. Cabildo Insular de Tenerife.