

REVISTA PASAJES

UNAM

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

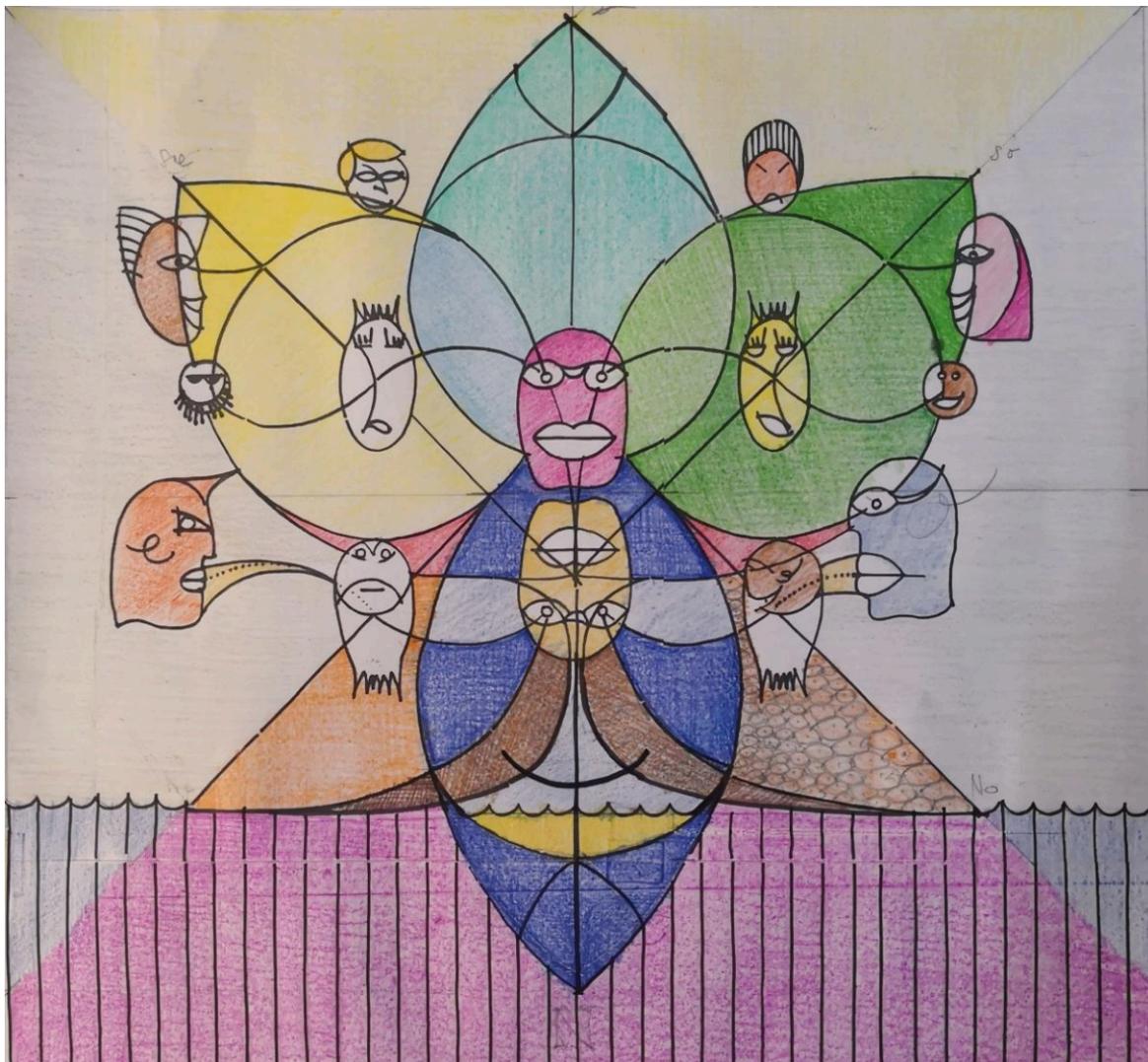
Red Internacional de
Investigadores y Participantes
sobre la Integración Educativa

ISSN 2448-5659



No. 12 enero/junio
2021

MONOGRÁFICO: ACCESIBILIDAD



Título: MUNDO UNIVERSAL

Diseño: Julio Paz

juliopaz.arte@gmail.com

Descripción. Cuatro hojas giran en torno a un rostro humano que ocupa el lugar central. Tres de ellas en su parte superior, cambian de color de izquierda a derecha desde el amarillo que representa al desierto al verde que simboliza la naturaleza, y se corresponde abajo con la cuarta hoja de color azul, que representa el agua de la esperanza. Distintos rostros se distribuyen en toda la composición intentando transmitir las distintas razas de la humanidad. Sobre la base aparece un triángulo dentro del cual innumerables ojos que miran al espectador, convergen en el punto central donde se ubica la referida persona, que a la vez se refleja hacia abajo en espejo y trasciende un zócalo que expresa un mar oscuro sobre el que se dibuja la letra A. La primera letra del abecedario, la de accesibilidad.

Simbolismo. “Desde la profundidad de un mundo en crisis está germinando una nueva humanidad: más permeable, más responsable, más tolerante hacia personas, matices e historias particulares, en síntesis más diversa. Sociedad y territorio, interdependencia y vida. La realidad muestra los múltiples rostros de la humanidad, los mil lugares del paisaje de esta maravillosa aldea, los severos y por momentos inaceptables contrastes. Sobre un escenario gris, pintamos de colores el futuro. Repensamos un mundo en clave universal, con eje en la persona y con equilibrio en los ecosistemas. Nos animamos a transformarlo de manera que contenga con dignidad a todos los seres vivos y su entorno. La base está en la gente, el norte es el sur. La accesibilidad es la clave, la diversidad el desafío”.

1. Título: MUNDO UNIVERSAL Formato: Acrílico sobre tela 60x60 Serie: ESENCIAS Capítulo: SOCIEDAD
Fecha: 12/2020 Código: MU-0011-20-6060-PAT

CUERPO DIRECTIVO

Directora

Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Subdirectora

Dra. Patricia Brogna
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Editores

Drdo. Juan Guillermo Estay Sepúlveda
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Dr. Rodolfo Cruz Vadillo
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Enlace Internacional

Drdo. Silvia Laura Vargas López
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

Lic. Oscar Christian Escamilla Porras
Universidad Nacional Autónoma de México, México

CUERPO ASISTENTE

Traductora: Inglés

Lic. Paulinne Corthorn Escudero
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Traductora: Portugués

Lic. Elaine Cristina Pereira Menegón
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Diagramación / Documentación

Lic. Carolina Cabezas Cáceres
Editorial Cuadernos de Sofía, Chile

Portada para este Número

Yeshua Kaiser

COMITÉ EDITORIAL

Mg. Emilia Adame Chávez
SEP Quintana Roo, México

Dr. Luiz Alberto David Araujo
Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil

Dra. Patricia Brogna
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Dra. Mónica Leticia Campos Bedolla
Universidad Mondragón-UCO, México

Dra. Gabriela Croda Borges
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Dr. Rodolfo Cruz Vadillo
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México

Mg. Mabel Farfán
Universidad de Tolima, Colombia

Dra. Elizabeth Guglielmino
Universidad Nacional de la Patagonia, Argentina

Dra. Blanca Estela Zardel Jacobo
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Lic. Sandra Katz
Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Dra. María Noel Míguez
Universidad de La República, Uruguay

Dr. Joan Jordi Montaner
Universitat de les Illes Balears, España

Dra. Lyda Pérez Acevedo
*Universidad Nacional de Colombia,
Colombia*

Dr. Juan Antonio Seda
Universidad de Buenos Aires, Argentina

Mg. Claudia Peña Testa
*Universidad Nacional Autónoma de
México, México*

Mg. Silvia Laura Vargas López
*Universidad Autónoma del Estado de
Morelos, México*

Dr. Sebastía Verger Gelabert
Universitat de les Illes Balears, España

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Dra. Valdelúcia Alves da Costa
Universidad Fluminense, Brasil

Mg. Araceli Bechara Asesora
Consultora Independiente, Argentina

Dr. Gildas Brégain
Université de Rennes 2, Francia

Dr. Nicola Coumo
Università degli Studi di Bologna, Italia

Mg. Alfredo Flores
METONIMIA Chiapas, México

Ph. D. Alice Imola
Università degli Studi di Bologna, Italia

Dr. Alfredo Jerusalinsky
*Centro Dra. Lydia Coriat de Porto Alegre,
Brasil*

Mg. Juan David Lopera
Universidad de Antioquia, Colombia

Dr. Benjamía Mayer
Estudios 17, México

Dra. Lady Meléndez
*Universidad Nacional de Educación a
Distancia, Costa Rica*

Dr. Martial Meziani
INS HEA, Francia

Dr. Pedro Ortega
Universidad de Murcia, España

Lic. Wilson Rojas Arevalo
Independiente, Chile

Mg. Valeria Rey
*Universidad Metropolitana de Ciencias de
la Educación, Chile*

Mg. Graciela Ricci
ADDEI, Argentina

Lic. Marcela Santos
Universidad de Casa Grande, Ecuador

Dr. Carlos Skliar
FLACSO, Argentina

Dr. Saulo Cesar paulino e Silva
Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dra. Norelly Soto
Universidad de Medellín, Colombia

Mg. Viviana Vrsalovic Henríquez
Universidad de Los Lagos, Chile

ACCESIBILIDAD SOCIAL COMO FUNDAMENTO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES EN ESPAÑA: CONTRIBUCIÓN ACADÉMICA AL DISEÑO UNIVERSAL

SOCIAL ACCESSIBILITY AS A FOUNDATION OF SMART TOURIST DESTINATIONS IN SPAIN: ACADEMIC CONTRIBUTION TO UNIVERSAL DESIGN

M^a Dolores MUÑOZ DE DIOS¹

Prof. Dra. Universidad de Jaén, España
mdmunoz@ujaen.es

Yolanda M^a DE LA FUENTE ROBLES²

Catedrática de Trabajo Social y Servicios Sociales, Universidad de Jaén
ymfuente@ujaen.es

Adrián Jesús Ricoy Cano³

PhD. Universidad de Jaén, España
ajrc0009@red.ujaen.es

RESUMEN

La actualidad manifiesta que el interés sigue puesto en la constitución de Destinos Turísticos Inteligentes. A medida que evoluciona el concepto de *Smart City*, necesariamente incorpora más características de sostenibilidad e inclusión. El hecho de promover la accesibilidad turística podría tener impactos sobre otros ámbitos como la movilidad sostenible, la inclusión social y el marketing turístico, puesto que se parte del análisis de necesidades de todas las personas, incluidas aquellas con discapacidad permanente o temporal. Los avances observados en la participación en la toma de decisiones de los clientes con discapacidad, su influencia en la modificación y creación de destinos turísticos y los avances tecnológicos han contribuido a la innovación en los procesos de cocreación turística. Por tanto, el presente artículo parte de los resultados

¹ Profesora del Departamento de Psicología de la Universidad de Jaén. Doctora en Trabajo Social. Pertenece al Grupo de Investigación Género, Dependencia y Exclusión Social (GEDEX) de la Universidad de Jaén.

² Catedrática de Trabajo Social y Servicios Sociales de la Universidad de Jaén. Directora del Grupo de Investigación Género, Dependencia y Exclusión Social. Directora del Máster Oficial en Dependencia e Igualdad en la Autonomía Personal y del Máster Oficial en Accesibilidad para Smart City. La Ciudad Global.

³ Graduado en Educación Primaria con mención especial y Máster en Dependencia e Igualdad en la Autonomía Personal de la Universidad de Jaén. Estudiante del grado en Trabajo Social y Doctorando del programa de Doctorado en Cuidados Integrales y Servicios de Salud.

obtenidos a través de la contribución académica en la que se aplica la práctica social, centrada en promover la Accesibilidad Universal y el Diseño para Todas las Personas ante un modelo de turismo afectado por la COVID-19.

Palabras Clave: Investigación, Turismo, Accesibilidad Universal, Inclusión, Ciudades inteligentes

ABSTRACT

The news shows that interest continues to be in the constitution of Smart Tourist Destinations. As the Smart City concept evolves, it necessarily incorporates more sustainability and inclusion features. The fact of promoting tourist accessibility could have impacts on other areas such as sustainable mobility, social inclusion and tourism marketing, since it is based on the analysis of the needs of all people, including those with permanent or temporary disabilities. The advances observed in the participation in decision-making of clients with disabilities, their influence on the modification and creation of tourist destinations, and technological advances have contributed to innovation in tourism co-creation processes. Therefore, this article is based on the results obtained through the academic contribution in which social practice is applied, focused on promoting Universal Accessibility and Design for All People in the face of a tourism model affected by COVID-19.

Keywords: Research, Tourism, Universal Accessibility, Inclusion, Smart cities

INTRODUCCIÓN

La defensa por la consolidación de Destinos Turísticos Inclusivos no es algo nuevo. La orientación que mostramos sobre los Destinos Turísticos Inteligentes o *Smart Destinations*, sigue manteniendo una idea basada en un turismo de inclusión que busca cumplir con la cadena de accesibilidad y satisfacer así las necesidades de toda la población independientemente de sus capacidades funcionales, lo que sigue marcando

un punto clave de referencia sobre el que indagar, que evidencie la situación actual y las directrices que siguen aconteciendo, más allá de este momento de cambio en el que se encuentra el sector turístico internacional fruto de la COVID-19.

A modo de recordatorio, desde finales de la década de los 90, la tecnología se implantó sobre una ciudad en crecimiento, originando una nueva corriente conocida como *Smart City*, que aguardaba un gran volumen de definiciones situándola como “aquella ciudad que usa las tecnologías de la información y la comunicación para hacer que tanto su infraestructura, como sus componentes y servicios públicos ofrecidos fuesen más interactivos, eficientes y la ciudadanía pudiera ser más conscientes de ellos” (Fundación Telefónica, 2013, p.13).

Sobre esta concepción aparecerían aportaciones en defensa de una ciudad igualitaria, justa e inclusiva, con términos reivindicativos como la *Smart Human City* o *Smart City A+*, conceptos que apuestan por la consecución de una Ciudad Inteligente Humanizada que pone en el centro a la persona, donde la tecnología se concibe como una herramienta para “mejorar y facilitar la vida a la ciudadanía” (Olmedo, 2015, p.41) para que la población no quede al margen de este nuevo modelo y por consiguiente no suponga una nueva fuente de desigualdad. De ahí que, la Accesibilidad Universal y el Diseño para Todas las Personas se sitúe como denominador común de este nuevo escenario, convirtiéndose en un factor que la población precisa y reclama para conseguir la plena integración social (Marcos y González, 2003), permitiendo a las personas participar en las actividades sociales, involucrando una dimensión social (Muñoz, De la Fuente y Hernández-Galán, 2014) y revalorizando el papel de las personas con discapacidad.

Fruto de esta fuerte corriente, el sector turístico vería replicado a corto plazo su modelo con nuevos proyectos donde la nueva concepción de la *Smart City*, unida al potencial del turismo, hiciese que los espacios turísticos también desarrollasen la accesibilidad a través de la tecnología, dando lugar a los denominados Destinos Turísticos Inteligentes o *Smart Destinations*, entendidos como,

Un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todas las personas, que facilita la interacción e integración de la persona visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida de las personas residentes (SEGITTUR, 2015, p.1).

Tomando como referencia a Borja (2000) en la idea de que actualmente nos encontramos en un momento de cambio importante, no podemos permitir, ni antes ni ahora, que la transformación del modelo turístico suponga empeorar las condiciones turísticas, sino enfocarlo como una era de conquista de nuevos derechos en la que construir destinos para todas las personas, tomando así el turismo un significado social (Hernández-Galán, Muñoz y De la Fuente, 2015).

Desde el campo de la investigación en turismo accesible, autoras como De la Fuente et al., (2020), subrayan la necesidad de producir cambios efectivos que promuevan una mayor capacitación y formación en sensibilidad del personal laboral en empresas turísticas y de adaptaciones especiales en los diseños y servicios; Una necesidad imperante de colaboración entre clientes y proveedores turísticos a la hora de co-crear espacios y servicios sobre la base del diseño para todos; Y la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la creación de perfiles de turistas personalizados, en función de sus motivaciones para viajar.

La formación en concienciación sobre discapacidad, en la industria turística, ha venido a justificar cómo esta puede resultar un recurso valioso, especialmente para el cambio de actitudes de los profesionales del sector turístico hacia los potenciales clientes que presentan discapacidad (Zsarnoczky, Martín y Istvan, 2017). Algunas prácticas han dado avances sobre cómo los programas cortos y específicos de formación en discapacidad pueden cambiar las actitudes de los empleados hacia los clientes con discapacidad, no solo en el sector hotelero, sino también en agencias de viajes, restaurantes, entre otros.

Este capítulo viene marcado por un proceso de globalización, guiado por el Plan de Acción diseñado por el Gobierno de España para la implementación de la Agenda 2030

Hacia una Estrategia Española de Desarrollo Sostenible, en cuanto a la superación de retos vinculados a la interconexión, digitalización y robotización en la que actualmente estamos inmersos, centrando la transformación del modelo turístico en una estrategia basada en los valores universales de la justicia, la igualdad, la solidaridad y los derechos humanos.

Por ello, se trata de reflexionar sobre la accesibilidad social turística como nuevo concepto, incorporando buenas prácticas que la describan, así como transmitir la importancia del turismo inclusivo, el uso del internet de las cosas, la calidad turística en el nuevo escenario COVID, o los retos para la capacitación profesional de la academia. Aspectos con los que realzar la accesibilidad social como fundamento de los Destinos Turísticos Inteligentes desde una visión de promoción del bienestar para toda la población, con la que fomentar la innovación, lograr que los destinos sean más inclusivos y seguros, y así reducir las desigualdades. Para ello, se podrían tomar como eje de referencia los 17 objetivos que plantea la Agenda 2030, la cual incluye 169 metas, de las que 24 hablan concretamente de discapacidades, evidenciando que no existirá sostenibilidad sin inclusión en igualdad de toda la ciudadanía.

Desde el campo de la investigación en turismo accesible, autoras como De la Fuente et al., (2020), subrayan la necesidad de producir cambios efectivos que promuevan una mayor capacitación y formación en sensibilidad del personal laboral en empresas turísticas y de adaptaciones especiales en los diseños y servicios; Una necesidad imperante de colaboración entre clientes y proveedores turísticos a la hora de co-crear espacios y servicios sobre la base del diseño para todos; Y la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la creación de perfiles de turistas personalizados, en función de sus motivaciones para viajar.

La formación en concienciación sobre discapacidad, en la industria turística, ha venido a justificar cómo esta puede resultar un recurso valioso, especialmente para el cambio de actitudes de los profesionales del sector turístico hacia los potenciales clientes que presentan discapacidad (Zsarnoczky, Martín y Istvan, 2017). Algunas prácticas han dado

avances sobre cómo los programas cortos y específicos de formación en discapacidad pueden cambiar las actitudes de los empleados hacia los clientes con discapacidad, no solo en el sector hotelero, sino también en agencias de viajes, restaurantes, entre otros.

LA ACCESIBILIDAD SOCIAL TURÍSTICA. CONCEPTO, EJEMPLOS Y BUENAS PRÁCTICAS

La evolución del concepto accesibilidad queda reflejada en su última definición recogida en el Real Decreto Legislativo 1/2013 con el que se aprueba el Texto Refundido de las personas con discapacidad y su inclusión social, configurándose como,

La condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible. (BOE, N°.289), p.5).

Sobre esta definición se instaura el modelo social como paradigma del tratamiento actual de la discapacidad, entendido como “aquel que considera que las causas que originan la discapacidad no son ni religiosas, ni científicas, sino sociales” (Palacios, 2008, p.26) y añadiendo que las personas con discapacidad aportan a la sociedad en igual medida que el resto de personas. Desde la valoración y el respeto de la diferencia, queda claro que la discapacidad es una cuestión de derechos humanos, y que es necesario el respeto por la dignidad humana o la igualdad con la que propiciar la inclusión social bajo los principios de vida independiente, de no discriminación o de Accesibilidad Universal, como así lo señalara la Estrategia Española sobre Discapacidad 2012-2020.

Aunque tomemos como punto de partida algunos grupos de población referentes, como son, las personas con discapacidad permanente, las personas mayores de 60 años sin discapacidad o las personas con una discapacidad temporal, lo cierto es que la

discapacidad forma parte de la condición humana, donde casi todas las personas sufrirán algún tipo de discapacidad transitoria o permanente en algún momento de su vida.

Esto se traduce en la actualidad en la existencia de una población real de mil millones de habitantes en el mundo con algún tipo de discapacidad (OMS, 2011), o en más de nueve mil millones de habitantes en el mundo de 65 años de edad en adelante, con unas estimaciones que indican que la población mayor se incrementará en un 64%, convirtiéndose en el grupo de edad con mayor crecimiento entre 2015 y 2030 (Pérez, Muñoz y Serrano, 2020). Datos que en definitiva ponen de manifiesto la existencia de nuevos beneficiarios de un turismo accesible como las personas *seniors* o personas mayores, las personas con alergias y/o intolerancias, acompañantes de personas con discapacidad, personas extranjeras, emigrantes, familias multigeneracionales o singles (personas que deciden viajar en solitario) (OMT, 2013).

Así pues, la accesibilidad no es un requisito único de las personas con discapacidad, puesto que no son las únicas beneficiarias, lo que nos hace defender que los destinos turísticos deben hacerse eco de las demandas de la población para que evolucionen en cuanto a la oferta de sus productos y servicios facilitando la experiencia turística y mejorando la calidad de vida de todos sus visitantes (OMT, 2015).

La diversidad de necesidades expresadas por los turistas hace inconcebible no tenerlas en cuenta a la hora de crear espacios y experiencias turísticas accesibles. Para satisfacer estos requisitos particulares, la personalización turística (cocreación de valor) ofrece una estrategia valiosa, ya que permite a los usuarios establecer sus requisitos y necesidades específicos, dirigiéndolos hacia productos y servicios que son relevantes para ellos (Michopoulou y Buhalis, 2013).

Por consiguiente, las nociones de igualdad de oportunidades y diseño para todas las personas en el turismo, se configuran como conceptos fundamentales respecto a una visión de accesibilidad social con valores orientados hacia una nueva cultura de satisfacción de necesidades, asumiendo la diversidad como norma (De la Fuente, Martín

y Hernández-Galán, 2016). Esto genera una noción de la accesibilidad social turística como nuevo concepto que lucha por la inclusión y el respeto de los derechos humanos en el sector del turismo.

El turismo inclusivo supone poder entender el turismo como una herramienta de transformación, en las que los grupos vulnerables y/o marginados participan en la misma producción o consumo ético del turismo y en la distribución equitativa de los beneficios del mismo. Los académicos e investigadores tienen la función de identificar formas en las que el turismo pueda ser más inclusivo (Biddulph, Scheyvens, 2018).

Al respecto, sería necesario tener presente tanto una idea base de lo que supone el “Turismo Social”, centrado en el desarrollo de actividades turísticas accesibles para la población con escasos recursos económicos, como una noción de las implicaciones del Turismo Accesible”, el cual comporta el desarrollo de actividades turísticas para cualquier persona, con independencia de sus funcionalidades. Ambas nociones convergen en lo que se conoce como “Turismo Social Accesible”, definido como el conjunto de iniciativas dirigidas al empoderamiento y a la participación activa en el turismo de personas con necesidades especiales (principalmente, financieras y de accesibilidad), al tiempo que se obtienen beneficios sociales para estos usuarios y económicos para el mercado y la sociedad en su conjunto (Ferri-Sanz et al., 2013).

Esta idea de Destino Turístico Inclusivo es una realidad que se evidencia en la Ruta Inclusiva Renacimiento del Sur, proyecto desarrollado por el Grupo de Investigación Género, Dependencia y Exclusión Social de la Universidad de Jaén (España). Una labor realizada desde el refuerzo de la importancia del trabajo en red por parte de un equipo de trabajo multidisciplinar marcado por profesionales del ámbito social, físico y tecnológico. Como demostración de esta estrategia, existe una web accesible que cumple con la normativa de accesibilidad y que recoge toda la información generada del proyecto, incluyendo publicaciones, rutas, guía en lectura fácil y panorámica virtual de las rutas. Además de un documento informativo que permite a las personas visitantes disponer de información real sobre el entorno y los edificios monumentales y una herramienta de

consulta que describe las características de las calles, plazas, edificios, monumentos visitables y servicios turísticos que se encuentran en el recorrido de los destinos (De la Fuente y Muñoz, 2017).

Pero no es el único ejemplo de buenas prácticas, la existencia de los premios *Access City Award* a nivel internacional, reconocen y celebran la voluntad y capacidad de los esfuerzos de una ciudad para volverse más accesible con el fin de garantizar la igualdad de acceso a los derechos fundamentales y la mejora de la calidad de vida de su población. De este modo, se garantiza que todas las personas, independientemente de su edad, movilidad o capacidad, tengan el mismo acceso a todos los recursos que las ciudades tienen por ofrecer y que, en cualquier caso, serán beneficiarias las personas que la visiten.

En definitiva, promovemos desde estas líneas un nuevo paradigma relacionado con la accesibilidad social turística basado en la realidad sobre el desarrollo de una estrategia que esté encaminada a implantar las bases de un sistema turístico eficaz y que sea capaz de beneficiar a todas las personas que realicen una actividad turística (Alcántara y Reina, 2014).

CALIDAD TURÍSTICA EN EL NUEVO ESCENARIO COVID

Desde el Comité de Apoyo a la Calidad de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la calidad del turismo es entendida como, el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de las personas que consumen productos y disfrutan de los servicios. Junto con esta definición, y al hilo de la defensa hacia la consecución de un turismo inclusivo, destacamos de entre los factores que subyacen en la calidad turística: la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística, que principalmente será de calidad cuando esté preocupada por su entorno humano.

No hay que olvidar que la gestión de la calidad es utilizada como una forma de manejar las actividades y su rendimiento con el objetivo, entre otros, de tener mejoras en cuanto a la satisfacción de las personas que las realizan (Powell, 1995), donde cada vez es más común encontrar estándares, indicadores o sistemas sobre los que aplicar determinados criterios para medir la calidad, lo que ha dado lugar a certificaciones de los establecimientos prestadores de servicios.

Una de las certificaciones de mayor relevancia a nivel español es el Sistema de Calidad Turística Española (SCTE), que se configura como el conjunto de metodologías, directrices y herramientas de gestión y medición del servicio adaptadas a la empresa turística, para ser utilizadas por todos los miembros de la organización y dirigidas a satisfacer las expectativas y necesidades de la sociedad. Como consecuencia de estos lineamientos se crea la marca Q de calidad, otorgada por el Instituto de Calidad Turística Española (ICTE), desarrollando veintitrés normas de calidad que valoran el cumplimiento de requisitos en los diferentes sectores turísticos (Núñez, 2020).

Si bien es cierto que, aunque la implantación de Sistemas de Gestión de Calidad busque el reconocimiento de la calidad de sus clientes y la mejora de sus organizaciones (Álvarez, Fraiz y Del Río, 2012), la mayor certificación de calidad vendrá dada por la satisfacción de las necesidades y la valoración de la experiencia turística por parte de las personas (lo que puede conllevar una mayor fidelidad del turista hacia el destino turístico).

A modo de ejemplo, una manera transversal de medir la calidad en el turismo en todas sus vertientes, donde ubicamos la consecución de la accesibilidad social turística, será el cumplimiento de la cadena de accesibilidad, una cadena compuesta por diferentes eslabones incluidos durante todo el proceso que envuelve el desarrollo de una actividad turística, entendida como “una vivencia que se inicia en el lugar de origen con la búsqueda de información sobre el destino, continúa con el desarrollo de una serie de actividades y finaliza cuando se regresa al lugar de origen” (OMT, 2015, p.21).

No hay que olvidar que, la actividad turística se ha visto afectada por los cambios provocados a nivel mundial fruto de la pandemia derivada de la COVID-19, siendo necesaria la identificación de nuevas estrategias (Félix, García y Vera, 2020), ante un escenario de incertidumbre e inseguridad que imposibilita de forma generalizada el derecho a viajar.

Con ello, la OMT a través del informe entorno a las políticas sobre el turismo y la COVID-19, insta nuevas estrategias, aludiendo a la importancia de que las restricciones impiden aprovechar el potencial del turismo para la construcción de un futuro mejor en beneficio de todos, pero donde es esencial que el turismo prospere, lo que significa la necesidad de una coordinación para hacer frente a un desafío donde el sector recupere su fuente de esperanza y de oportunidad.

En este sentido, la reconstrucción del sector ante la crisis social y económica también supone una oportunidad de transformación y un momento decisivo para ajustar a los ODS nuevas iniciativas que favorezcan la calidad de la actividad turística y, por consiguiente, que la caracterice como más resiliente e inclusiva a través de nuevos ámbitos de calidad turística (Naciones Unidas, 2020).

El informe que, en definitiva analiza la transformación del turismo, recoge en su hoja de ruta la inclusión de nuevos ámbitos como la gestión de la crisis sobre la que fomentar la confianza mediante protocolos de salud y seguridad en todas las operaciones turísticas; impulsar la competitividad y aumentar la resiliencia; promocionar la innovación y la digitalización del turismo, aprovechando al máximo el uso de la tecnología y promoviendo la digitalización; promocionar la sostenibilidad y el crecimiento ecológico inclusivo con dedicaciones a los edificios inteligentes, así como crear y coordinar alianzas para la transformación del turismo logrando el cumplimiento de los ODS.

No obstante, estas estrategias no son suficientes, en el nuevo escenario turístico marcado por la COVID-19, antes de todo están las personas, se torna clave dejar claro que el sector turístico tiene el compromiso de poner en primer lugar el bienestar de las

mismas; de ahí que a pesar del interés y preocupación sobre el sector turístico ante la situación de pandemia, también se visibilice la importancia de reconocer las necesidades de las personas con discapacidad garantizando la accesibilidad y la inclusión en la reanudación del nuevo turismo.

Recientemente, hemos sido espectadores de cómo la pandemia provocada por la COVID-19 ha afectado gravemente al turismo y a todos los sectores relacionados con el mismo (Sharma y Nicolau, 2020). Esta crisis epidemiológica ha revelado los problemas sistémicos de la industria turística e inevitablemente el mercado sufrirá cambios dramáticos, con independencia de cuánto dure la misma. Durante los años 2020–2021, el apoyo de las políticas públicas y privadas debe coordinarse para mantener los niveles operativos anteriores al COVID-19 del sector turístico y de viajes, respetando la seguridad de las personas (Škare, Soriano y Porada-Rochoń, 2020).

La OMT (2020), dentro de la European Network for Accessible Tourism, ha sido uno de los pocos organismos en plantear estrategias reales dentro de su propuesta *An Inclusive Tourism Response to COVID-19 for Vulnerable Groups - UNWTO*. Esta serie de guías temáticas de recuperación inclusiva reflejan los impactos socioculturales del COVID-19. Las personas con discapacidades y las personas mayores se han visto afectadas en gran medida por COVID-19. A menudo se les excluye de la comunicación e información sobre salud pública y viajes, la toma de decisiones e información sobre la accesibilidad de los servicios básicos. Sus posibles condiciones de salud y aislamiento social podrían exponerlos a riesgos elevados.

La recuperación del turismo debería incluir la accesibilidad como pilar central en las medidas para mejorar la oferta y la competitividad de los destinos, contribuyendo a entornos, servicios y empleos inclusivos. Como respuestas inmediatas antes esta situación la OMT (2020), propone: (1) Repatriación sin demoras, donde las medidas de accesibilidad son imprescindibles. (2) Alojamiento accesible de cortesía; (3) Apoyo entre pares entre las Organizaciones de Personas con Discapacidad (OPD) y las Organizaciones de Gestión de Destinos (OGD); (4) Tecnología y comunicación

accesibles: garantizan que los productos y servicios sean fáciles de usar. Este tipo de accesibilidad durante y después del COVID19, beneficiará a todos; (5) Turismo para todos: ahora más que nunca será necesario fomentar un turismo para todas las personas que sea seguro y accesible. Las personas con necesidades de acceso y las personas mayores pueden contribuir a la recuperación del turismo.

Durante el inicio de esta crisis sanitaria, a medida que la situación de la pandemia se agravaba, las prácticas de distanciamiento social aumentaban, mientras que la búsqueda de información para productos de hotelería y turismo disminuía. Incluso cuando la pandemia se mitiga, los consumidores tienden a correr un riesgo mínimo mientras disfrutan del turismo (Im, Kim y Choeh, 2021). A los consumidores de experiencias hoteleras y turísticas de todo el mundo se les ha negado el derecho a acceder a estos servicios como resultado de decisiones políticas. Estos son derechos se deberán ir recuperando a medida que evolucione la situación sanita, siempre tomando como base la seguridad, la salud y el bienestar de las personas turistas. El contacto social volverá con el tiempo en tanto que las personas se sientan cómodas y seguras en el entorno (Baum y Hai, 2020).

Ahora es un momento clave para defender que la accesibilidad es una oportunidad, donde sigue siendo necesario mejorar la cadena de valor del turismo en su relación con la COVID-19, incluyendo en esta reapertura a las personas con discapacidad como criterio de calidad.

TURISMO INCLUSIVO Y EL USO DEL INTERNET DE LAS COSAS

Partiendo de la premisa anunciada por la OMT en sus directrices globales para reabrir el turismo, basada en que no queda duda de que la nueva actividad turística derivada de la COVID-19 tiene que ser segura, fluida y responsable, existe una oportunidad clara de fomentar la transformación digital de los destinos, por lo que el papel de la tecnología cobra aún más sentido en cuanto a la promoción del distanciamiento social.

Ya lo anunciaba Fayos (1994) cuando, en relación a la evolución del turismo, destacaba que la variable de la oferta se posiciona como un área clave para el desarrollo de la actividad turística, indicando cómo su adaptación a la nueva era del turismo sería clave para incorporar las mejoras consecuentes de la tecnología. El paso del tiempo le ha dado razón; nos encontramos en un contexto de desarrollo tecnológico elevado, donde con la paralización del turismo la demanda de acceso virtual a los destinos se ha visto aumentada (OMT, 2020), envuelta en términos como las tecnologías habilitadoras digitales que responden al 5G, a la robótica, a la inteligencia artificial, a la ciberseguridad, la realidad aumentada o al *blockchain*, entre otros, siendo el uso de internet el principal valor para minimizar los efectos de la pandemia (Herrera y González, 2020).

En cuanto a las personas con discapacidad, cabe señalar cómo tienen las mismas necesidades, motivaciones y deseos para viajar que el resto de la población, donde el uso de las TIC aumenta las áreas de independencia (Zhang, *et al.*, 2012), sin olvidar que deben incluir criterios de diseño universal para que su uso no suponga una nueva barrera, sino contribuir a la inclusión (Wise, 2012).

En lo que respecta a las aplicaciones del Internet de las Cosas, centramos ahora su uso como la tecnología que más puede influir en la competitividad del sector turístico, con ejemplos que se incorporan en todos los eslabones de la cadena de valor como, llamadores de *bluetooth* para restaurantes evitando la espera para ser atendidos/as, cartas de menús accesibles desde el móvil, sensores que controlan la ocupación de restaurantes, *check-in* desde el móvil o *smartphones* utilizados como llaves, lo que nos sitúa de nuevo en la concepción del turismo inteligente, el cual no tendrá un carácter inclusivo si no pone en el centro a las personas visitantes como sujetos principales de esta corriente (Macías, 2020).

De ahí que la información turística en palabras de Rodríguez (2016) sea perfilada bajo los principios de diseño universal permitiendo su uso a todas las personas sin importar su condición, sin olvidar que, las TIC hacen posible la inclusión de todas las personas en cada eslabón de la cadena de valor turística, donde la industria debe incorporarla si quiere

atender a las necesidades de la sociedad. De este modo, el Internet de las Cosas vinculado a un turismo inclusivo se instaura en una etapa de crisis, pero también de progreso que supone mayores exigencias, pero también mayores beneficios sobre un escenario lleno de oportunidades inherentes a la tecnología (Hernández, De la Fuente y Campo, 2014).

CONCLUSIONES

Tal y como anunciara la OMT en relación al turismo y la COVID-19, en la actualidad el sector turístico es uno de los más afectados por la pandemia, aunque a pesar de ello, ha sabido asumir su responsabilidad como parte integral de la sociedad siendo consciente de que las personas deben ser la máxima prioridad. No obstante, haciendo alusión al Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes, a pesar de que las TIC han transformado tanto las ciudades como el turismo creando una sociedad *hiperconectada*, en el sector turístico ha surgido un nuevo perfil de turista más activo a nivel digital, transformando las experiencias de los viajes. Los Destinos Turísticos inteligentes constituyen una nueva realidad basada en la innovación, corriente donde a pesar de situarnos en este contexto, se mantiene en auge la responsabilidad de seguir orientando su constitución sobre el paradigma de la Accesibilidad Universal y el Diseño para Todas las Personas, logrando así alcanzar verdaderamente un crecimiento inteligente, sostenible e integrador que dé respuesta a los retos alcanzados por la Comisión Europea con la Estrategia Europa 2020 (Blanco, 2015).

Son muchas las profesionales vinculadas al ámbito social que tienen en común el servicio a las personas (García, 2000), lo que hace detenernos en la reflexión de que, en esta fase de desarrollo turístico y social vinculado a la tecnología, la contribución académica tiene mucho que aportar, de ahí las nuevas exigencias en la formación de profesionales ante las nuevas características y escenarios sobre los que depende la calidad del servicio turístico. Esta necesidad no es nueva, el Observatorio Universidad y Discapacidad (2012) ya apuntaba cómo a lo largo de la historia las instituciones de educación superior han experimentado cambios significativos incitados por las modificaciones en las necesidades

de la sociedad, algo que también ha ocurrido en la universidad a lo largo de los últimos años.

De esta forma queda claro que la formación es la clave de un futuro sin exclusiones y que la Accesibilidad Universal es generadora de nuevas oportunidades para el desarrollo profesional, enmarcando la accesibilidad social como respuesta a la consecución de Destinos Turísticos Inclusivos, reto que está al alcance de la Universidad (Muñoz, De la Fuente y Martín, 2020).

Este reto puede verse superado con la formación curricular para todas las personas, que plantea la incorporación del *Design For All* en el currículo formativo de turismo. Una formación que realiza un análisis sobre los cambios operados en el turismo, el derecho al ocio, el turismo para todos o su rentabilidad social. Además, incluye aportaciones y refleja la evolución del turismo para todas las personas al turismo con todas las personas, el diseño para todos en la cadena de valor turística o la escucha de la persona viajera para el diseño de propuestas turísticas (co-creación de valor). Con ello, una sociedad inclusiva tiene que facilitar en el sistema educativo la creación de asignaturas apropiadas para conocer, asimilar y valorar las necesidades y ventajas del diseño para todas las personas, haciendo especial mención a aquellos futuros profesionales que están formándose, favoreciendo su sensibilización e interiorizando su comprensión y valoración para su posterior desarrollo profesional, asignaturas como:

- Accesibilidad Universal y Diseño para Todas las Personas en Turismo, con la que introducir los principales conceptos, problemas y normativas de la Accesibilidad Universal y el Diseño para Todas las Personas en su aplicación a los retos del sector turístico.
- Ocio y Turismo Inclusivo, con la que estudiar las tendencias actuales para la inclusión en los usos turísticos para la igualdad, las necesidades propias de los colectivos de personas con discapacidad o la aplicación de los conceptos de calidad de vida e igualdad de oportunidades en el ocio.
- Turismo Inclusivo y Accesibilidad Universal al Patrimonio Cultural, para profundizar en los fundamentos de la Accesibilidad Universal al patrimonio y su marco jurídico

administrativo, además de analizar las necesidades, posibilidades y buenas prácticas del Turismo Inclusivo en relación con la interpretación del patrimonio cultural en su faceta material e inmaterial.

En definitiva, la irrupción y el desarrollo de las TIC en el sector turístico ha provocado -y lo sigue haciendo- nuevas inquietudes, donde son muchas las implicaciones de gestión que mejorarán el sector turístico, siendo la adaptación al cambio un tema que precisa seguimiento continuo (Muñoz, 2020). De ahí que, la formación de los/as futuros profesionales no pueda estar al margen de la innovación turística, de las tecnologías de apoyo a la discapacidad o de las nuevas corrientes que engloban a los destinos turísticos inteligentes, por lo que es necesario precisar de una versatilidad extrema para adaptar el turismo a la nueva actualidad (CRUE, 2017), haciendo de la accesibilidad social una contribución académica al diseño universal con carácter diferenciador.

REFERENCIAS

Alcántara, B., y Reina, F. *Más que turismo accesible: Turismo Inclusivo*. [Mensaje en un blog]. <<http://www.turismoinclusivo.es>>, (9 de noviembre de 2020)

Álvarez, J., Fraiz, J.A., y Del Río M.C. (2012). Análisis de las motivaciones para certificar la marca "Q de calidad turística": Sector de alojamiento, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa (IEDEE). *Elsevier, Amsterdam*, 18(1) pp. 101-121. Doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60063-X](http://dx.doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60063-X)

Biddulph, R. Scheyvens, R. (2018). Introducing inclusive tourism. *Tour. Geogr.* 20, 583–588.

Baum, T., & Hai, N. T. T. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(7), pp. 2397-2407. Doi: <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0242>

Blanco, J. (2015). *Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes*. Madrid: ALTRAN.

BOE 289 de 3 de diciembre de 2013. Real Decreto 1/ 2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.

Borja, J. (2000). *Ciudad y Ciudadanía*. Barcelona, España: Institut de Ciències Polítiques i Socials.

Comisión Europea. (2019). *Warsaw wins 2020 Access City Award*. <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=89&furtherNews=yes&newsId=9502&langId=en>, (9 de noviembre de 2020).

CRUE. (2017). *Formación Curricular en Diseño para Todas las Personas en turismo*. <https://www.crue.org/wp-content/uploads/2020/02/2017-turismo.pdf>, (23 de noviembre de 2020).

De la Fuente-Robles, Y. M., Muñoz-de-Dios, M. D., Mudarra-Fernández, A. B., & Rico-Cano, A. J. (2020). Understanding Stakeholder Attitudes, Needs and Trends in Accessible Tourism: A Systematic Review of Qualitative Studies. *Sustainability*, 12(24), 10507. doi:10.3390/su122410507

De la Fuente, Y.M., Martín, M.C., y Hernández-Galán, J. (2016). El nuevo paradigma de la accesibilidad social. Rompiendo barreras invisibles. En Pastor, E., y Cano, L (Ed.), *Políticas e intervenciones ante los procesos de vulnerabilidad y exclusión de personas y territorios*. Análisis comparado. México-España (pp.145-157). Madrid: DYKINSON.

De la Fuente, Y.M., y Muñoz, M.D. (2017). *Ruta Inclusiva Renacimiento del Sur*. Jaén: Universidad de Jaén

Fayos, E. (1994). *Educación y Formación en la Nueva Era del Turismo: La visión de la OMT*.

Félix, A., García, N., y Vera, R. (2020). Diagnóstico participativo del sector turístico en el manejo de la crisis provocada por la pandemia (COVID-19). *Revista Internacional de Ambiente y Turismo*, 16(1) pp. 66-78. Doi: <http://dx.doi.org/10.4067/s0718-235x2020000100066>

Ferri Sanz, M., Garcés Ferrer, J., Durá Ferrandis, E., y Sánchez García, J. (2013). El Turismo Social Accesible como estrategia de envejecimiento activo y saludable.

Fundación Telefónica. (2011). *Smart Cities: un primer paso hacia el internet de las cosas*. Madrid: Ariel.

García, J. (2000). Trabajo Social, En: A. Cortina; J, Conill (Ed.). *Ética de las profesiones*, Navarra: Verbo Divino, 313-357.

Hernández-Galán, J., Muñoz, M.D., y De la Fuente, Y.M. (2015). Turismo para todas las personas en España. Fundación ONCE generando derechos. *Revista de Estudios Turísticos*, 203(204), 41-60.

Hernández-Galán, J., de la Fuente, Y.M, y Campo, M. (2014). La accesibilidad universal y el diseño para todas las personas factor clave para la inclusión social desde el design thinking curricular. *Educación Social. Revista d'intervenció socioeducativa*, 58, pp.119-134.

Hernández-Galán, J., De la Fuente, Y.M., y Campo, M. (2014). *La accesibilidad universal y el diseño para todas las personas factor clave para la inclusión social desde el design thinking curricular*.

Herrera, F., y González, I. (2020) Efectividad de las soluciones inteligentes frente a la COVID-19: ¿Puede realmente la tecnología ayudar a la recuperación del sector?

En Simancas, M., Hernández, R., y Padrón, N. Cátedra de Turismo: Universidad de La Laguna.

Im, J., Kim, J., & Choeh, J. Y. (2021). COVID-19, social distancing, and risk-averse actions of hospitality and tourism consumers: A case of South Korea. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100566.

Macías, A. (24 agosto de 2020). *Beneficios del Internet of Things aplicado al turismo*. <<https://www.andalucialab.org/blog/beneficios-del-internet-of-things-aplicado-al-turismo/>>, (15 de noviembre de 2020).

Marcos, D., y González., D. (2003). *Turismo accesible. Hacia un turismo para todos*. Madrid: CERMI.

Michopoulou, E. & Buhalis, D. (2013). Information provision for challenging markets: The case of the accessibility requiring market in the context of tourism. *Inf. Manag.* 50, 229–239.

Muñoz, M.D., De la Fuente, Y.M., y Hernández-Galán, J. (2014). Trabajo Social y Ciudades Inteligentes: Hacia una nueva concepción de accesibilidad en los destinos turísticos para la promoción de la autonomía personal. *Revista AZARBE*, 3, pp. 63-68.

Muñoz, M.D., De la Fuente, Y.M., y Martín, M.C. (2020). Accesibilidad universal en el currículum universitario: un desafío necesario. *Revista Española de Discapacidad*, 8(1), pp. 247-259. Doi: <https://doi.org/10.5569/2340-5104.08.01.14>

Naciones Unidas. (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*. <https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf>, (25 de noviembre de 2020).

- Núñez, C. (2020). *Calidad y certificación de servicios turísticos como estrategia competitiva*. <<https://www.innovtur.com/calidad-turistica-el-papel-de-los-sistemas-de-acreditacion-y-certificados-de-calidad/>>, (12 de noviembre de 2020).
- Olmedo, E.M. (2015). De la Smart City a la Smart Human City. Inclusión Digital en Aplicaciones. *Revista Fuentes*, 17, 41-65. Doi: <http://dx.doi.org/10.12795/revistafuentes.2015.i17.02>
- OMS. (2011). *Informe Mundial sobre la Discapacidad*. <https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/accessible_es.pdf?ua=1>, (26 de octubre de 2020)
- OMT. (2013). *Cambio demográfico y Turismo*. <<http://www2.unwto.org/publication/cambio-demografico-y-turismo>>, (26 de octubre de 2020).
- OMT. (2015). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo V: Buenas prácticas de turismo accesible*. Madrid, OMT.
- OMT. (2020). *An Inclusive Tourism Response to COVID-19 for Vulnerable Groups – UNWTO*. <https://www.unwto.org/covid-19-inclusive-response-vulnerable-groups> (11 de junio de 2021).
- OMT. (2020). *OMT, Fundación ONCE y ENAT reclaman que la reapertura de los destinos turísticos tenga en cuenta las necesidades de las personas con discapacidad*. <<https://www.unwto.org/es/news/omt-fundacion-once-y-enat-reclaman-a-los-destinos-turisticos-que-tenga-en-cuenta-las-necesidades-de-las-personas-con-discapacidad>>, (3 de noviembre de 2020).

Palacios, A. (2008). *El modelo social de discapacidad: orígenes, caracterización y plasmación en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad*. Madrid: CERMI.

Pérez, J., Muñoz, M.D., y Serrano, Y. (2020). El rol profesional de Trabajo Social en el envejecimiento. En Martín, MC., y Roque, Y. (Ed.), *La gestión estratégica del envejecimiento poblacional a través de la accesibilidad universal. Una propuesta comparada Cuba-España* (pp.255-278). La Habana: CEDEM.

Powell, T.C. (1995): Total quality management as competitive advantage: A review and empirical study. *Strategic Management Journal*, Vol. 16, No. 1, pp. 15-37.

Rodríguez, C. (2018). *Tecnologías de información y comunicación para el turismo inclusivo*. XXII,1, pp. 125-146. Doi: <https://doi.org/10.18359/rfce.3142>

SEGITTUR. (2015). *Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro*. Madrid: Smart Destinations.

Sharma, A., & Nicolau, J. L. (2020). An open market valuation of the effects of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Annals of Tourism Research*, 102990. doi:10.1016/j.annals.2020.102990

Škare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń, M. (2020). Impact of COVID-19 on the Travel and Tourism Industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 120469. doi:10.1016/j.techfore.2020.120469

Wise, P. H. (2012). Emerging technologies and their impact on disability. *Future of Children*, 22(1), 169–191. Doi: <http://doi.org/10.1177/135676679400100110>

Zhang, Y., Gan, Y., Cham, H., Wang, M.T., Willet, J.B., Eccles, J.S.... Appleton, J.J. (2012). *School Engagement*.

Zsarnoczky, M. A. R. T. I. N., & Istvan, S. (2017). *Accessible tourism in the European Union. In 6th Central European Conference in Regional Science Conference Proceedings: "Engines of Urban and Regional Development"*. Faculty of Economics, Matej Bel University in Banská Bystrica (pp. 30-39).