

EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO ACCESIBLE EN EUROPA (1)

Antonella Correra*

Resumen: Actualmente se estima que el turismo accesible representa casi el 3% del PIB en Europa. Sin embargo, este sector está todavía percibido por gran parte de los operadores y de las autoridades públicas como un nicho. Por ello, el turismo accesible se encuentra actualmente desatendido y con poca presencia en las estrategias de desarrollo del turismo.

Este artículo tiene como objetivo ofrecer datos reales y recientes sobre el asombroso potencial de este sector en Europa e invitar a las personas responsables del sector del turismo a tomar las soluciones necesarias para integrar la oferta de turismo accesible en los modelos y canales de comercialización y distribución de productos turísticos.

La información recogida en el texto se fundamenta en el estudio llevado a cabo por la Comisión Europea entre 2012 y 2014, en los 27 Estados Miembro para evaluar el impacto económico y analizar las tendencias de viaje en lo que a turismo accesible en Europa se refiere. El estudio fue realizado por un consorcio compuesto por **GfK (Bélgica), la Universidad de Surrey (Reino Unido), Neumann Consulting (Alemania) y Pro-A-Solutions en España**, bajo la dirección y la supervisión de la Unidad de Políticas de Turismo de la Comisión Europea. Este estudio constituye la evaluación más completa llevada a cabo hasta ahora sobre los modelos económico, demográfico y de conducta del turismo accesible en la UE, ya sea en cuanto a la profundidad del análisis como a la cobertura geográfica. El estudio también incluye un pronóstico sobre cómo la demanda del turismo accesible aumentará de aquí a 2020, teniendo en cuenta además el envejecimiento de la población y los flujos turísticos de entrada a Europa. Por otro lado, analiza las principales barreras encontradas por los viajeros e incluye una recopilación de buenas prácticas y recomendaciones para los responsables políticos y la industria.

El artículo también quiere disipar la percepción de que la accesibilidad turística “cuesta dinero”: en cambio, lo que sí está costando dinero cada día a los operadores y a los destinos es la **falta de accesibilidad**.

Palabras clave: Turismo accesible, impacto económico, demanda, oferta, buenas prácticas, estudio, pronóstico.

Abstract: Currently it is estimated that the accessible tourism represents almost 3% of GDP in Europe. However, this sector is still perceived by much of the operators and public authorities as a niche. For this reason, accessible tourism is currently unattended and with little presence in tourism development strategies.

This article aims to offer real and recent data on the amazing potential of this sector in Europe and invite the people responsible for the tourism sector to take the necessary solutions for integrating the accessible tourism supply in models and channels of marketing and distribution of tourism products.

The information included in the text is based on the study carried out by the European Commission in the 27 Member States between 2012 and 2014, to assess the economic impact and analyses trends in travel accessible tourism in Europe is concerned. The study was carried out by a consortium consisting of **GfK (Belgium), the University of Surrey (United Kingdom), Neumann Consulting (Germany) and Pro - Solutions in Spain**, under the direction and supervision of the European Commission Unit of Tourism Policies. This study constitutes the most complete evaluation carried out until now on economical, demographic models and conduct of the accessible tourism in the European Union, either in terms of depth of analysis as to the geographic coverage. The study also includes a forecast on how the demand for accessible tourism will increase by 2020, taking into account also the ageing of the population and tourist flows to Europe. On the other hand, it also analyses the main barriers experienced by travellers, a review of best practices and recommendations for policy makers and the industry.

The article also wants to dispel the perception that tourism accessibility “hard money”: on the other hand, what if is costing money every day to operators and destinations is the **lack of accessibility**.

Key words: Accessible tourism, economic impact, demand, supply, travel patterns, best practices, study, forecast.

* Responsable de políticas – Unidad Grow H.1 – Tourism Policy. Dirección General de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes COMISION EUROPEA. antonella.correra@ec.europa.eu.

I. INTRODUCCIÓN

Uno de los sectores del turismo en Europa que permanece aún sin explotar es el del **turismo accesible**. Este mercado constituye una de las áreas clave en las que el sector del turismo en Europa podría obtener una ventaja competitiva a nivel mundial al fortalecer las ricas y largas tradiciones de hospitalidad europeas. En los casos en los que se han tomado medidas eficaces por parte de los destinos y las empresas, el turismo accesible ha aportado una ventaja competitiva y aumentado la cuota de mercado.

A nivel mundial, se estima que existen más de *1000 millones de personas con algún tipo de discapacidad, es decir, una de cada siete de la población mundial* (2). Las instalaciones y servicios accesibles están lejos de estar destinados solo al supuesto “nicho” de mercado de las personas con discapacidad y pueden asegurar una experiencia cómoda y segura al creciente número de viajeros en edad avanzada, personas con problemas de salud a largo plazo y familias con niños pequeños. El turismo accesible es un turismo mejor que beneficia a todos, incluso a aquellos que viven en el destino.

II. VOLUMEN DE MERCADO ACTUAL DEL TURISMO ACCESIBLE EN EUROPA

El estudio de la Comisión Europea (3) **ha demostrado que el volumen de mercado del turismo accesible** en Europa asciende a más de 780 millones de viajes al año, incluyendo los viajes nacionales e intracomunitarios. El estudio también confirmó que

la discapacidad no impide que las personas viajen. De hecho, más de la mitad de los particulares con discapacidad de la UE (una población que se estima en alrededor de 130 millones de personas en la UE) viajó durante los 12 meses entre mediados de 2012 y mediados de 2013. De media, cada individuo realizó 6,7 viajes diarios, además de 6,7 viajes con pernoctaciones durante este periodo, principalmente dentro de Europa. En total, este grupo de viajeros realizó alrededor de 170 millones de viajes diarios y un número similar de viajes con pernoctación dentro de la UE. Una proporción ligeramente inferior de viajeros de avanzada edad (personas de 65 años o más) viajaron durante este periodo. De media, este grupo realizó 6,9 viajes diarios y 5,5 viajes con pernoctación por persona. Este tipo de viajeros viajaron ligeramente más lejos que las personas con discapacidad. En total, realizaron más de 225 millones de viajes diarios y 217 millones de viajes con pernoctaciones durante los 12 meses. De todos los Estados Miembro de la UE, Francia, el Reino Unido y Alemania son los tres mercados emisores más importantes dentro del turismo accesible, teniendo en cuenta tanto los viajes nacionales como los intracomunitarios.

En el caso de los 11 principales mercados internacionales de turistas entrantes (los BRIC, Japón, Estados Unidos, Suiza, Australia, Canadá, Sudáfrica y Noruega), según la relación entre las salidas hacia la UE y la población con necesidades especiales, las personas de países desarrollados tienden más a viajar a la UE que aquellos provenientes de los BRIC. En total, la demanda de turismo accesible en la UE por parte de personas con necesidades especiales alcan-

Cuadro 1
Principales 10 mercados emisores de demanda de turismo accesible en la UE

Clasificación	Mercado emisor	Nº de viajes ('000)
1	Francia	161 128
2	Reino Unido	156 027
3	Alemania	121 428
4	España	54 828
5	Holanda	39 540
6	Suecia	32 262
7	Italia	30 787
8	Polonia	30 210
9	República Checa	29 246
10	Finlandia	22 405

zó los 17,6 millones de viajes en 2012, de los cuales 7,2 millones fueron realizados por personas con discapacidad y 10,4 millones por personas de avanzada edad. Dentro de los 11 mercados internacionales no-UE, los Estados Unidos, Suiza y Rusia son los mayores países emisores.

III. LA EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA DEL TURISMO ACCESIBLE EN LA UE HASTA 2020

Según el aumento previsto del número de personas de avanzada edad y de personas con discapacidad, y suponiendo que estas personas conserven la misma tendencia y frecuencia a la hora de viajar, se prevé que de aquí a 2020 la demanda de turismo accesible en la UE por parte de personas de la UE continuará creciendo hasta alrededor de 862 millones de viajes al año y la demanda

de los 11 principales mercados internacionales de turistas entrantes alcanzará los 21 millones de viajes al año. La evaluación del crecimiento futuro incluyó una previsión basada en tres hipótesis diferentes:

- **La hipótesis A** ofrecía un destino con edificios, hoteles, restaurantes y museos parcialmente accesibles, sin servicios accesibles adicionales y apenas formación del personal. La información sobre accesibilidad era difícil de encontrar y no era fiable.
- **La hipótesis B** ofrecía una amplia adaptación en edificios, hoteles, restaurantes y museos, con algunos servicios accesibles y formación básica del personal. La información era fiable en general pero solo se proporcionaba al solicitarla. Se satisfacían las necesidades de diferentes discapacidades (como las motoras y sensoriales, por ejemplo).

- **La hipótesis C** ofrecía prácticamente una accesibilidad completa de los edificios, hoteles, restaurantes y museos con diferentes servicios accesibles disponibles, información proactiva y una formación más especializada. La información sobre accesibilidad era más completa, fiable, estaba actualizada y se proporciona de forma proactiva. La mayor parte de los diferentes servicios se ofrecían para poder satisfacer todo tipo de necesidades.

Se previó que la demanda por parte de la población de la UE aumentaría en un 24,2%, 33,2% y un 43,6% según las hipótesis de referencia A, B y C respectivamente. Hasta 2020, el total de la demanda de turismo accesible por parte de la población de la UE alcanzaría los 1067, 1143 y 1231 millones de viajes al año según las hipótesis A, B y C respectivamente. La demanda por parte de los mercados internacionales (no UE) de entrada aumentaría un 27,8%, 49,3% y 74,6% según las hipótesis de referencia A, B y C, respectivamente. Como resultado, el total de la demanda potencial de turismo accesible en la UE por parte de estos mercados podría alcanzar los 26 millones, 31 millones y 36 millones hasta 2020 según las hipótesis A, B y C, respectivamente. De esta evaluación se puede extraer una primera conclusión muy importante en cuanto a accesibilidad: cuanto mejores y más accesibles sean las instalaciones, mayor será el número de turistas.

IV. EL TURISMO ACCESIBLE DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS VIAJEROS

Para poder entender completamente el impacto económico del turismo accesible en

Europa y su potencial de crecimiento, también es necesario entender las barreras con las que las personas con necesidades se encuentran en las diferentes etapas de un viaje. Por este motivo, el estudio realizó también una extensa evaluación de los patrones de conducta de los turistas con necesidades especiales y las barreras encontradas.

a) Antes de viajar/Fase de preparación

Durante el proceso de preparación del viaje, la falta de información, o su escasa disponibilidad, sobre los servicios accesibles representa la mayor barrera para las personas con necesidades especiales, particularmente para personas con dificultades motoras, sensoriales o con problemas de comportamiento. Las personas con necesidades especiales necesitan, de hecho, información ampliada en cuanto a si el destino les ofrecerá instalaciones y servicios que satisfagan sus necesidades. Una de las búsquedas más comunes es la de información sobre asistencia médica (especialmente relevante para turistas con diabetes o sometidos a diálisis, por ejemplo). Los viajeros con discapacidad comprueban con cuidado las condiciones de accesibilidad de antemano o eligen viajes en la probabilidad de que ocurra un problema de este tipo sea escasa. Esto explica por qué la información sobre accesibilidad y el acceso a ella es una de las barreras más excluyente: si la información no está disponible o no es accesible, muchos viajeros discapacitados no viajarán o elegirán los destinos en los que esta información esté disponible. Sin embargo, la falta de información es una barrera que no requiere grandes inversiones ni que se eliminen infraestructuras.

b) Transporte

Las barreras encontradas en la etapa relacionada con el uso del transporte se refieren, en la mayor parte, al hecho de que las aerolíneas no aseguran un entorno accesible. Además, estas barreras aumentan cuando se trata de compañías de bajo coste. Sin embargo, mientras un gran número de barreras de acceso físico impiden una llegada/salida cómoda, las barreras actitudinales son más importantes, particularmente para personas con discapacidad motora, sensorial y de comportamiento.

Una vez en el destino, la investigación documental junto con las pruebas empíricas reveló la importancia de los caminos de acceso y los aparcamientos adaptados para moverse por el destino, particularmente para personas con limitaciones motoras.

c) Sectores de la alimentación, alojamiento y bebidas

En el sector del alojamiento, las barreras de acceso físicas tienen el mismo valor que las barreras actitudinales. El sector de la alimentación y las bebidas provoca la mayor cantidad de barreras para las personas con dificultades sensoriales, de comunicación y otras que no se aprecian a simple vista: muchos expresan su descontento con respecto a la falta de cartas en braille o menús adaptados a alergias alimentarias. Sin embargo, la falta de sanitarios accesibles aparece también como una de las barreras principales en este sector para las personas con problemas motores.

d) Atracciones/deporte/actividades en la naturaleza

Como parte del sector de las atracciones, las actividades en la naturaleza tienen una gran demanda entre las personas con necesidades especiales. Sin embargo, estas actividades son las que cuentan con la mayor parte de barreras.

e) Patrones de conducta

El estudio destacó el hecho de que más del 80% de las personas entrevistadas aumentaría considerablemente su tendencia a viajar y la frecuencia, así como los gastos durante el viaje, si se mejorasen las condiciones. Una parte significativa de los entrevistados mencionó que, al menos en alguna ocasión, había sido necesario abonar una cantidad superior al precio estándar o cambiar a un producto o servicio más costoso para poder satisfacer sus necesidades durante sus vacaciones.

V. EL POTENCIAL DEL TURISMO ACCESIBLE EN EUROPA

El estudio también proporcionó por primera vez un análisis exhaustivo del impacto económico del turismo accesible en Europa. Se estimó que en el periodo de 2012-2014, los viajeros con necesidades especiales (incluyendo también las personas de avanzada edad) gastaron de media 80 € por día/viaje en la UE; en viajes con noches incluidas, ambos grupos gastaron aproximadamente 700 € por viaje en su país de origen y 1100 € en otros países de la UE. En total, la con-

tribución **directa** de la demanda del turismo accesible en la Unión Europea de los 27 a la economía de la UE fue de alrededor de 352 mil millones de euros, en lo que a rendimiento económico o facturación bruta de los proveedores de servicios relacionados con el turismo se refiere. Sin embargo, el impacto debería tener también en cuenta los **efectos indirectos e inducidos**, como, por ejemplo, los beneficios económicos percibidos por las empresas que suministran bienes y servicios a las empresas turísticas (efecto indirecto) y los beneficios de los destinos que provienen de los gastos domésticos de los ingresos procedentes del turismo y los sectores relacionados (efecto inducido). Los efectos multiplicadores indirectos e inducidos se obtuvieron gracias a tablas de entrada-salida nacionales y regionales recopiladas por Eurostat. Teniendo en cuenta todos los efectos directos, indirectos e inducidos, la demanda de turismo accesible en la UE generó una contribución económica total de 786 mil millones de euros desde el punto de vista del rendimiento económico entre 2012 y 2013.

A estas cifras se le debería añadir también el impacto adicional generado por los turistas con necesidades especiales provenientes de los 11 principales mercados internacionales de entrada. Para estos mercados, la media de gasto de estas personas es de aproximadamente 1000 €/viaje en la UE. En general, la contribución económica **directa** a la economía de la UE en 2012-2013 fue de 16 mil millones de euros. Además de esta contribución, se generaron otros beneficios para la economía de la UE a través del efecto multiplicador. La contribución económica total (directa, indirecta e inducida) se estimó en 34 miles de millones de euros.

El análisis de las hipótesis también fue utilizado para prever el potencial de la contribución económica. En estas tres hipótesis sobre mejoras en accesibilidad, existe también una demanda económica potencial por parte de la población de la UE que no ha viajado en el pasado. Las hipótesis midieron la intención de viajar (actualmente relativamente baja para los destinos que ya ofrecen instalaciones accesibles) a algún destino nuevo

Cuadro 2

Desglose de la contribución económica total de las personas con necesidades especiales de los 27 países de la UE al turismo accesible en la UE

Contribución	Contribución directa [1]	Efectos indirectos [2]	Efectos inducidos [3]	Contribución económica total [4]=[1]+[2]+[3]
Producción (millones €)	351 936	277 900	156 457	786 294
Valor añadido bruto (millones €)	149 947	126 622	79 632	356 201
Empleo ('000 personas)	4249	2778	1683	8711

Cuadro 3

Análisis de la contribución económica total del turismo accesible en la UE por parte de las personas con necesidades especiales de los 11 principales mercados internacionales de entrada

Contribución	Contribución directa [1]	Efectos indirectos [2]	Efecto inducido [3]	Contribución económica total [4]=[1]+[2]+[3]
Volumen de ventas bruto (millones €)	16 496	11 887	5999	34 382
Valor añadido bruto (millones €)	6897	5267	2968	15 133
Empleo ('000 personas)	268	171	98	538

Cuadro 4

Simulación de los impactos económicos según mejoras a la accesibilidad turística en las hipótesis A, B y C

Hipótesis	Contribución del rendimiento total (millones €)		Contribución del valor añadido bruto total (millones €)		Contribución total del empleo ('000 personas)	
		Aumento con respecto al punto de referencia		Aumento con respecto al punto de referencia		Aumento con respecto al punto de referencia
Punto de referencia	786.294		356.201		8.711	
Hipótesis A	929.801	18,3%	420.240	18,0%	10.426	19,7%
Hipótesis B	981.603	24,8%	443.380	24,5%	11.032	26,6%
Hipótesis C	1.073.179	36,5%	484.476	36,0%	12.145	39,4%

si se ofreciesen mejoras desde el punto de vista de la accesibilidad. El estudio demostró también cómo la contribución económica aumenta según las hipótesis A, B y C. Los resultados se pueden observar de forma más detallada a continuación:

En la hipótesis A (mejoras mínimas de accesibilidad), la contribución económica de

la demanda de turismo accesible de la UE aumentaría un 18,3-19,7% con respecto al punto de referencia. En el caso de la hipótesis B (mejoras intermedias en accesibilidad), la contribución económica aumentaría un 24,8-26,6% con respecto al punto de referencia. Por último, en el caso de la hipótesis C, con amplias mejoras en accesibilidad, se llegaría a una contribución eco-

Cuadro 5
Simulación de los impactos económicos según mejoras a la
accesibilidad turística en las hipótesis A, B y C
(mercados internacionales de turistas entrantes a la UE)

Hipótesis	Contribución del rendimiento total (millones €)		Contribución del valor añadido bruto total (millones €)		Contribución total del empleo ('000 personas)	
		Aumento con respecto al punto de referencia		Aumento con respecto al punto de referencia		Aumento con respecto al punto de referencia
Punto de referencia	34.382		15.133		538	
Hipótesis A	44.302	28,9%	19.500	28,9%	693	28,9%
Hipótesis B	52.709	53,3%	23.199	53,3%	824	53,3%
Hipótesis C	60.049	74,7%	26.433	74,7%	940	74,9%

nómica adicional de un 39,4% con respecto al punto de referencia. Con respecto a estas mejoras, la demanda potencial de turismo y la contribución económica generada por las personas con necesidades especiales de los 11 principales mercados internacionales de entrada también aumentarían considerablemente. En las hipótesis A, B y C hasta un 33%, 40% y 46% de los entrevistados de los mercados internacionales, que no había viajado hasta entonces a la UE, viajaría a alguno de sus destinos. De este modo, la contribución económica total aumentaría en un 28,9%, 53,3% y un 74,9% en las hipótesis A, B y C con respecto al punto de referencia, como se detalla en el cuadro 5.

Las personas con necesidades especiales viajan a menudo con acompañantes, como por ejemplo: un miembro de su familia, un cuidador, un grupo de amigos, etc. por lo que, de algún modo, forman un grupo que no se puede separar y las decisiones

que el viajero con necesidades especiales tome con respecto al destino vacacional y a las instalaciones (así como la decisión de no viajar) también afectarán al grupo. Por eso, los acompañantes representan un efecto multiplicador adicional que debe tenerse en cuenta a la hora de calcular el impacto económico.

El estudio de la Comisión Europea ha estimado que este multiplicador es de un 1,9 (lo que quiere decir que por cada viajero con necesidades especiales, hay en Europa una media de casi dos personas que viajan con él/ella). Las personas con discapacidad tienden a viajar con un número ligeramente superior de acompañantes que la población de avanzada edad. Teniendo en cuenta la contribución adicional de los acompañantes de viaje, la contribución económica general relacionada con la demanda de turismo accesible podría verse ampliada en una escala similar, como se explica en el cuadro 6.

Cuadro 6
Contribución económica del turismo accesible en la UE:
con/sin acompañantes de viaje

	Contribución económica directa			Contribución económica total		
	Volumen de negocio bruto (producción) (millones €)	Valor añadido bruto (millones €)	Empleo ('000 personas)	Volumen de negocio bruto (producción) (millones €)	Valor añadido bruto (millones €)	Empleo ('000 personas)
Sin acompañantes	351.936	149.947	4.249	786.294	356.201	8.711
Con acompañantes	991.263	421.660	11.615	2.218.773	1.004.187	24.158

VI. CONCLUSIONES

El exhaustivo estudio sobre el modelo económico, demográfico y de conducta del turismo accesible en Europa realizado a petición de la Comisión Europea entre 2012 y 2014 ha demostrado claramente que el turismo accesible en Europa, lejos de ser simplemente un nicho, constituye un amplio mercado que se encuentra actualmente desatendido y con poca presencia en las estrategias de desarrollo del turismo.

El objetivo de este estudio es invitar a las personas responsables del sector del turismo a reflexionar sobre el potencial de este mercado.

En 2012-2013, el turismo accesible en Europa generó una facturación total de **786 mil millones de euros en lo que a producción total se refiere y 356 mil millones de euros en valor añadido bruto o 394 mil millones de euros de PIB dentro de la UE. Esta escala es equivalente al 3% del PIB total de la UE de los 27 en 2012 (4)**. Además,

las personas con necesidades especiales de los 11 principales mercados internacionales de entrada generaron una contribución económica total de 34 mil millones de euros en cuanto a producción total y 15 mil millones de euros en cuanto a valor añadido bruto o 17 mil millones en lo que a PIB de la UE se refiere.

La demanda de turismo accesible también continuará creciendo en el futuro. Esta previsión de crecimiento muestra que en 2020, la demanda por parte de población de la UE crecerá hasta alcanzar alrededor de 862 millones de viajes al año mientras que la demanda de los principales mercados internacionales de entrada alcanzará los 21 millones de viajes al año y posiblemente más si la accesibilidad mejora en el sector del turismo. La previsión basada en la hipótesis C (la más optimista evaluada en este estudio que incluye amplias mejoras en accesibilidad) demuestra que se podría conseguir hasta un 39,4% de la contribución económica adicional asociada a la demanda

por parte de personas de la UE. Además, se ha estimado que cada persona con necesidades especiales en la UE y fuera de ella viajó con 1,9 acompañantes de media. Teniendo en cuenta la contribución adicional de los acompañantes, la contribución económica general relacionada con la demanda de turismo accesible podría verse ampliada en una escala similar, **hasta más de 2000 miles de millones de euros como facturación total.**

Sin embargo, el estudio muestra que los **viajeros con necesidades especiales encuentran problemas y obstáculos durante el proceso de preparación del viaje o mientras viajan y que, en general, en los destinos y los proveedores de servicios en el sector del turismo no están suficientemente concienciados de la importancia del turismo accesible.** La mayoría no están preparados aún para las demandas de los huéspedes con este tipo de necesidades en cuanto a infraestructura, servicios y conducta. Sin embargo, el estudio también muestra que la mayoría de los turistas con estas necesidades consiguieron encontrar destinos que, en general, les parecieron satisfactorios en ese aspecto. Incluso aun teniendo dificultades a la hora de encontrar la información, estos turistas pueden encontrar a menudo destinos adaptados a sus necesidades. Esto confirma que la discapacidad no afecta a la frecuencia ni a la tendencia a viajar. En realidad, el estudio confirma que unas mejores instalaciones e información desencadenarían una demanda adicional oculta de viajeros potenciales que han decidido no viajar hasta ahora por no haber encontrado lo que necesitaban.

La investigación también proporcionó un resumen de buenas prácticas por parte de los operadores que decidieron diferenciar su

oferta de negocio e invertir en el mercado del turismo accesible.

De estas prácticas se han extraído las siguientes recomendaciones:

1. La accesibilidad aumentará si se **integra** en la oferta turística durante toda la experiencia turística, desde la información y la reserva, hasta el viaje de vuelta y a la hora de compartir la experiencia vivida después.
2. Se intenta **sensibilizar** constantemente de las oportunidades del turismo accesible a los emprendedores y a los responsables, se les **anima** a invertir en accesibilidad y reciben **apoyo** regularmente con una orientación clara sobre cómo aplicar la legislación, los estándares y las directrices prácticas.
3. Los responsables de los destinos y las autoridades públicas del sector del turismo en general **apoyan de forma activa la accesibilidad al integrar criterios de diseño universal en la planificación estratégica, fomentan el desarrollo de redes y partenariados con empresas, Pymes y formadores, promueven los inventarios de la oferta actual y establecen un programa a largo plazo de mejoras progresivas.**

NOTAS

(1) La autora desea agradecer a Raquel Rosel Sanz por su valiosa colaboración a la extensión de este artículo.

(2) La OMS y el Banco Mundial (2011) Informe mundial sobre la discapacidad.

(3) Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe” (2014): http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/accessible/index_en.htm).

(4) Según las últimas estadísticas de Eurostat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&plugin=1&init=1&pcode=tec00001&language=en>

