



I CONGRESO TUR4all DESTINOS ACCESIBLES DE CRUCEROS

La accesibilidad, una alianza
estratégica entre navieras,
turoperadores y destinos



TUR4all



predif



La accesibilidad, una alianza estratégica entre navieras, turoperadores y destinos

Así se extrae de las conclusiones del I Congreso TUR4all de Destinos Accesibles de Cruceros, un foro internacional que ha contado con la presencia de más de 30 ponentes procedentes de siete países.

(Madrid, 17 de diciembre de 2019). – Reconocer la **accesibilidad como un derecho y una oportunidad de negocio**, abordar el reto de la formación profesional en accesibilidad y potenciar la colaboración público privada son algunas de las conclusiones del **I Congreso Internacional TUR4all de Destinos Accesibles de Cruceros**, celebrado en Valencia los días 2 y 3 de diciembre, organizado por PREDIF, AISM- Associazione Italiana Sclerosi Multipla-, Accesible Portugal y ENAT -European Network for Accessible Tourism- y con la colaboración de la Secretaría de Estado de Turismo, Puertos del Estado, Turisme Comunitat Valenciana, Ayuntamiento de Valencia, Fundación Turismo Valencia, Valenciaport, Cruises News Media Group, B The Travel Brand y la oficina de Turismo de Alemania de España y Portugal.

El Hotel Balneario las Arenas de Valencia ha sido testigo de este foro pionero internacional del mundo de los cruceros y de la accesibilidad universal, que ha contado con la presencia de más de 30 ponentes procedentes de siete países. A lo largo de siete mesas temáticas se han compartido con más de 200 congresistas distintas experiencias y conocimientos sobre las grandes preguntas que surgen en este ámbito.

Durante la jornada han abordado temas de gestión como la necesidad de alianzas entre destinos y compañías de cruceros para garantizar el futuro del sector. Y la conclusión es que los destinos deben trabajar de forma profesional con el sector de los cruceros, asesorados por expertos en accesibilidad para ofrecer el nivel de calidad y servicio necesario a cualquier persona con discapacidad o con necesidades de accesibilidad, tanto en su estancia en el barco como cuando desembarcan.



Además, los destinos deben dar información real de sus recursos, para que cualquier viajero con discapacidad tenga acceso a ella y pueda planificar su viaje con seguridad. También es necesario contar con partners en los destinos que estén formados, especializados y concienciados con la accesibilidad y el turismo para todos. Es la única forma de ofrecer un servicio que satisfaga las expectativas y necesidades de los cruceristas.

CONCLUSIONES

- 1.** Es necesario escuchar para que la accesibilidad sea un derecho, no solo un deber.
- 2.** Si somos accesibles seremos más competitivos y haremos un mundo mejor.
- 3.** Si queremos ser líderes en turismo es necesario ser líderes en accesibilidad.
- 4.** Hay que buscar una alianza mucho más friendly entre crucero y destinos. La accesibilidad puede ser una de las vías más rápidas, profesionales y efectivas para lograrlo.
- 5.** Sin embargo, a todos nos queda una duda. ¿Las navieras y los destinos se han preocupado de sentarse en una misma mesa para trabajar conjuntamente la accesibilidad con todos los agentes del sector, o seguimos en la estrategia de “y yo más” para captar más negocio?
- 6.** No estamos educados para ser inclusivos y atender a la singularidad de las personas.
- 7.** Crear accesibilidades es garantizar el posible futuro de cualquier persona.
- 8.** Uno de los grandes retos a abordar de manera urgente es la formación profesional en accesibilidad de todo el personal que atiende a las personas con alguna discapacidad.
- 9.** Los destinos deben trabajar de forma seria, profesional y conjunta con todos los agentes del sector de los cruceros, siempre asesorados por expertos en accesibilidad para ofrecer el nivel de calidad y servicio necesario a cualquier persona con discapacidad.



- 10.** Todos los agentes del sector están de acuerdo con que la colaboración público- privada de facto es determinante en el desarrollo de políticas coherentes de accesibilidad universal en los destinos. Sigamos, impulsemos. Reclamemos más inversión.
- 11.** Los puertos tienen un compromiso social con los destinos, máxime si tenemos en cuenta que, en la actualidad, uno de cada ocho cruceristas repite como turista convencional. En este sentido, ha quedado patente que las navieras eligen los destinos en función de los deseos de los pasajeros y, por lo tanto, la necesidad de que los destinos trabajen intensamente sus estrategias de comunicación, promoción y diseño de la oferta de servicios con el fin de tener una posición prioritaria. La accesibilidad sería un plus determinante.
- 12.** Es muy importante que todos los destinos generen información real, veraz, contrastada y amplia de cada uno de sus recursos, y que toda esta se pueda gestionar de una manera correcta a nivel universal para que cualquier viajero con discapacidad tenga acceso a ella y pueda planificar su viaje.
- 13.** ¿Es la comunicación una estrategia determinante para concienciar y sensibilizar al sector privado y al público en materia de accesibilidad? Ha quedado claro que lugares como Valencia y su comunidad, Madrid, Barcelona, Portugal, Holanda o Alemania están a la vanguardia gracias al diseño y ejecución de una buena estrategia de comunicación, gestionada de forma profesional e integral, que llega a todos los públicos de forma directa a través de diversos canales. Y es que queremos ciudades preparadas para todos, queremos ciudades preparadas para ti.
- 14.** Pero además de la comunicación, es necesario contar con partners en los destinos que estén formados, especializados y concienciados con la accesibilidad y el turismo para todos. Es la única forma de ofrecer un servicio que satisfaga las expectativas y necesidades del crucerista.
- 15.** La verdad es que aún estamos muy lejos de la realidad del día a día de las personas que más nos necesitan ¿cómo lo resolvemos? Con un compromiso real trabajando todos juntos y con una estrategia coherente a medio y largo plazo que diseñemos entorno a una mesa de trabajo con todo el sector. ¿Seremos capaces de hacerlo en España?

16. Las compañías navieras, desde hace ya décadas, están trabajando seriamente la accesibilidad y el turismo inclusivo en todos los barcos y, aunque aún queda seguir trabajando para dar respuesta a todas las necesidades que día a día surgen en el ámbito de la accesibilidad universal son un ejemplo para todos aquellos viajeros con algún tipo de discapacidad.

17. Accesibilidad, sostenibilidad y marketing están muy relacionados. No sólo es importante ofrecer una experiencia accesible, también es importante que el costo de la misma no tenga un precio superior a la experiencia estándar ofrecida por las navieras y agencias de viajes. El diseño de experiencias accesibles para todas las personas, tengan o no una movilidad reducida o necesidad específica de accesibilidad, es uno de los principales retos a afrontar. Desde el punto de vista económico hay que buscar el compromiso entre “accesibilidad” y “precio” a través de la calidad y del volumen, creando experiencias turísticas estándares y accesibles a la vez.



Congreso Internacional de Destinos Accesibles de Cruceros

#Cruises4all



www.congreso.tur4all.com



I CONGRESO TUR4all
DESTINOS ACCESIBLES DE CRUCEROS