




ACESSIBILIDADE EM DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES E PATRIMONIAIS: O CASO DE ÁVILA E BAEZA NA ESPANHA

ACESSIBILIDADE EM DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES E PATRIMONIAIS: O CASO DE ÁVILA E BAEZA NA ESPANHA

Saulo Ribeiro dos Santos – UFMA *1
Angela Roberta Lucas Leite – UFMA/UFPR *2

Palavras-Chave	Resumo
<p>Acessibilidade. Ávila. Baeza. Destino turístico inteligente. Patrimônio histórico.</p> <div data-bbox="165 1207 403 1464" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>ISSN 2594-8407</p><p>Licenciada por <i>Creative Commons</i> Atribuição Não Comercial/Sem Derivações / 4.0/</p></div>	<p>Tornar-se um Destino Turístico Inteligente (STI) requer principalmente informações para conduzir estratégias eficazes, a fim de superar as expectativas e promover uma experiência positiva. Os destinos históricos na Espanha estão direcionando esforços para se tornarem cada vez mais competitivos. Assim, o objetivo deste estudo é analisar a reputação online do Patrimônio Mundial em Espanha (Ávila e Baeza), em termos de acessibilidade na área histórico-urbana e em termos do conceito DTI, abordado num projeto de investigação espanhola. Trata-se de uma investigação exploratória e descritiva, de análise quantitativa e qualitativa, cujos resultados indicam que ambos os destinos históricos possuem acessibilidade, garantindo assim a mobilidade urbana para todas as pessoas. Nos comentários online investigados, conclui-se que tanto Ávila quanto Baeza são bem avaliadas pelos usuários em relação às categorias urbanas levantadas sobre acessibilidade, entrando assim nas características do DTI para cidades históricas.</p>



Palabras-Claves	Resumen
<p>Accesibilidad. Ávila. Baeza. Destino turístico inteligente. Patrimonio histórico. .</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>Submetido em: 01/05/23</p> <p>Aprovado em: 30/10/23</p> <p>Publicado em: 14/11/23</p> <p>Editor: Izac Bonfim</p> </div>	<p><i>Convertirse en destino turístico inteligente (DTI) requiere principalmente información para impulsar estrategias eficaces, con el fin de superar las expectativas y promover una experiencia positiva. Destinos patrimoniales en España están direccionando esfuerzos para que sean cada vez más competitivos. Así, el objetivo del presente estudio es analizar la reputación online del patrimonio de la humanidad en España (Ávila y Baeza), en cuanto a la accesibilidad en la zona urbano-histórica y en cuanto al concepto de DTI, abordado en un proyecto de investigación español. Esta es una investigación exploratoria y descriptiva, de análisis cuantitativo y cualitativo, cuyos resultados indican que ambos destinos históricos disponen de accesibilidad, garantizando así la movilidad urbana para todas las personas. En los comentarios online investigados se concluye, que tanto Ávila y Baeza, son bien evaluadas por los usuarios en relación con las categorías urbanas planteadas acerca de la accesibilidad, entrando así, en las características de DTI para ciudades históricas.</i></p>

Como Citar (APA):

Santos, S. R.; Lucas Leite, A. R. (2023). Acessibilidade em destinos turísticos inteligentes e patrimoniais: o caso de Ávila e Baeza na Espanha. *Ateliê do Turismo*. 7 (2). 217 – 238, <https://doi.org/10.55028/AT.V7I2.18626>



INTRODUÇÃO

En la última década (2010-2020), el turismo internacional experimentó un crecimiento promedio anual de aproximadamente el 3%. Gracias a esta tendencia, en el año 2019, España alcanzó un récord de 92,3 millones de turistas internacionales (Epdata, 2020), incluyendo a aquellos cuya principal motivación para viajar era la cultura, lo que representó el 40% del flujo turístico internacional (Márquez González & Caro Herrero, 2017).

Por esta razón, los destinos turísticos en España, considerados patrimonio de la humanidad por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), han experimentado cambios estructurales para supervisar y responder a las demandas de los turistas, quienes buscan nuevas experiencias y utilizan Internet para planificar sus viajes (Márquez González & Caro Herrero, 2017). Además, consultan las críticas de otros usuarios que han visitado destinos específicos para decidir cuál será su próximo itinerario de viaje.

Para comprender la importancia de la opinión de los usuarios en todo el ciclo de viaje, especialmente después de regresar a casa, podemos citar el sitio web líder en experiencias turísticas, TripAdvisor. Los destinos españoles considerados Patrimonio de la Humanidad, como Salamanca, Santiago de Compostela y Toledo, reciben altas calificaciones en su plataforma. Utilizan un indicador de evaluación basado en el número de estrellas, con puntuaciones que oscilan entre 4.5 y 5 estrellas (Tripadvisor, 2019). Esto demuestra su capacidad para atender y satisfacer las demandas de los visitantes, indicando que la excelencia de los servicios y productos ofrecidos por estos destinos históricos se encuentra en un nivel entre excelente y muy bueno.

Ávila y Baeza son dos de esos destinos españoles que obtienen altas calificaciones en TripAdvisor, con más del 60% de las críticas clasificadas como excelentes por los usuarios. Estas calificaciones están claramente relacionadas con la accesibilidad que ofrecen estas ciudades tanto a sus residentes como a los turistas (Owhc, 2018), como se describe más adelante. En este artículo, nos referimos a la accesibilidad como la ausencia de obstáculos en el entorno, eliminando barreras físicas, naturales y de comunicación, como instalaciones, mobiliario urbano, edificios, transporte, entre otros. Esto garantiza la libre circulación de las personas en diversos lugares (Predif, 2018 & Santos et al, 2016). La accesibilidad se convierte así en un derecho fundamental que permite a las personas interactuar con su entorno, acceder a lugares y participar en diversas actividades humanas.

En este contexto, los destinos turísticos deben comenzar a planificar acciones para destacarse en el mercado como destinos únicos, capaces de atraer turistas de todo el mundo y atender sus diversas necesidades. Esto contribuirá a aumentar la duración de la estadía de los turistas y, al mismo tiempo, tomará en cuenta las expectativas de la



comunidad local que acoge a estos visitantes (Vera et al., 2013). Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es analizar la reputación en línea de los destinos turísticos designados como Patrimonio de la Humanidad en España, centrándose específicamente en las ciudades de Ávila y Baeza, con respecto a la accesibilidad en sus áreas urbanas históricas, en el contexto del concepto de Destino Turístico Inteligente (DTI), basado en un proyecto de investigación español¹.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada se basa en la investigación bibliográfica y documental, empleando información específica del proyecto español relacionada con los temas de accesibilidad turística, destinos turísticos inteligentes y patrimonio histórico.

Esta investigación se caracteriza por ser exploratoria (Vergara, 2004), ya que busca abordar el objeto de estudio, además de estar dirigida a un estudio de caso de destinos españoles, y descriptiva, ya que se realiza un estudio detallado para analizar e interpretar los comentarios (Lin, Hsieh & Chuang, 2009).

En cuanto a la recopilación de críticas en el sitio de TripAdvisor, se adoptó el concepto de reputación en línea como una forma de interpretar las métricas de evaluación (Cerqueira & Silva, 2011). En el contexto del turismo, los comentarios en línea se han convertido en uno de los principales medios que los consumidores utilizan para elegir un destino (Santos, 2018).

El informe oficial de TripAdvisor, titulado "Barómetro", destaca que los comentarios en línea son factores cruciales en la elección de un destino turístico, ya que las opiniones y las fotos publicadas por los usuarios brindan credibilidad al lugar visitado.

En lo que respecta a los comentarios en TripAdvisor, se utilizaron las clasificaciones disponibles en la plataforma a través de la pestaña "Qué hacer" en Ávila y Baeza. Luego, se seleccionaron las opciones de "Sitios históricos" y "Casco histórico" de Ávila y Baeza. Una vez realizada esta clasificación y definición, se estableció un marco temporal que abarcó el período entre septiembre de 2018 y mayo de 2019, durante el cual se recopilaban todos los comentarios pertinentes.

En las pestañas "Sitios históricos" y "Casco histórico", se buscaron palabras clave relacionadas con el tema de "la accesibilidad turística en la zona histórica urbana de la localidad". La selección de estas palabras se basó en las indicaciones contenidas en el "Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes" del "Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas" (INVAT-TUR); el "Manual sobre Turismo Accesible para Todos" de la Organización Mundial del Turismo (OMT); y la "Guía de Buenas Prácticas de Accesibilidad para los Recursos Turísticos de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España" de la Organización de las Naciones Unidas



para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Durante la lectura de estos manuales, se identificaron once (11) palabras clave que se destacaban en el texto, a saber: calles empedradas, calles sinuosas, cerros, callejones, pavimento irregular, calles estrechas, señalización, calles peatonales, estacionamiento, iluminación y escaleras.

Para el procesamiento de la información recopilada, se utilizó el programa Excel, siguiendo las directrices de Quironga Mondo & Castro Júnior (2014), que incluyen: puntuación general y muestra del destino (clasificación general y en el período estudiado, utilizado para determinar su importancia); tipo de viajero o visitante (características del perfil del usuario); origen (estado o país del usuario); título del comentario (título utilizado); comentarios (opiniones de usuarios); comentarios con palabras clave (opiniones que mencionan palabras clave relacionadas con la accesibilidad); fecha (mes y año de los comentarios, aunque no todos tienen fecha completa); y el nivel de los usuarios (clasificación del sitio para los usuarios que comentan).

Para el análisis de datos cuantitativos, se utilizó el software SPSS, y los resultados se resumieron en frecuencias relativas (%). En cuanto al análisis cualitativo, se empleó el software QDA Minerⁱⁱ para identificar la frecuencia de aparición de cada una de las palabras clave, las cuales estuvieron presentes en 25 ocasiones.

Con los comentarios seleccionados y traducidos por palabras clave, se hizo uso de la técnica del Discurso del Sujeto Colectivo (DSC) (Baron & Galizio, 2005); Santos & Leite (2013). Esta técnica consiste en un conjunto de procedimientos de tabulación y organización discursiva de datos de entrevistas, básicamente relacionados con la selección de la palabra clave de cada discurso, que revela el principal contenido discursivo, la identificación de la idea central (CI) y el agrupamiento de otras palabras claves relacionadas con ideas centrales similares o complementarias, formando así, un discurso-síntesis: el discurso del sujeto colectivo (Figueiredo & Chiari & Goulart, 2013).

En este estudio, el DSC se construyó a partir de las agregaciones de discursos de cada unidad de muestreo (deposición de usuario en el TripAdvisor); pueden ser observados, por lo tanto, similitudes y antagonismo en los comentarios. Cada comentario fue calificado como positivo o negativo, se consideran entonces, positivos aquellos cuyos comentarios contenían apenas palabras positivas; y negativos, aquellos con palabras negativas (Figueiredo & Chiari & Goulart, 2013).



RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La premisa de la accesibilidad es un derecho de todos; pautado por la Constitución española, es también uno de los pilares de los conceptos de Destinos Turísticos inteligentes¹. Después de todo, la accesibilidad es una necesidad para las personas que tienen algún tipo de discapacidad, incluyendo la práctica de ocio. Por lo tanto, las personas con discapacidad, necesitan tener las mismas oportunidades para disfrutar de los servicios de entretenimiento y turismo, ya que, este además de ser universal; es un derecho social, que refleja una igualdad de oportunidades sin discriminación, el cual, da pie a la integración social. La accesibilidad no es sólo para personas con movilidad reducida o con discapacidad, sino también, para todos sin distinción (Invat.Tur, 2015).

De acuerdo con Predif (2018); la accesibilidad en diferentes entornos es importante, pues, para cualquier persona; con o sin discapacidad, la atención recibida es fundamental para evaluar el nivel de satisfacción del servicio prestadoⁱⁱⁱ. Comprendiendo que la experiencia es una especie de termómetro para el turismo; actualmente Predif (2018) aclara, que los gestores de destinos turísticos deben trabajar para que, de hecho, el turismo sea accesible e inclusivo, ya que:

El “Turismo Accesible” o “Turismo para Todos” no se limitan a la eliminación de barreras físicas, sensoriales o de la comunicación, sino que tiene por finalidad lograr que los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad (Predif, 2018: 7).

Esta forma de organización española, destaca que la accesibilidad está mucho más allá de la existencia de rampas, escrita en braille, entre otros; incluyendo entonces, lo que será recordado en la memoria del turista, pues:

El “Turismo Accesible” sólo existe cuando la accesibilidad ha sido incorporada a toda la cadena de valor del turismo. No se trata únicamente de tener un hotel accesible o una atracción turística accesible, sino que debe tenerse en cuenta, la experiencia del viaje en su conjunto: su planificación, la información turística, los transportes públicos o privados, el alojamiento, las actividades turísticas y de ocio, los restaurantes, etc (Predif, 2018:7).



A nivel mundial; hay más de mil millones de personas con discapacidad, y en Brasil son 18.6 millones; es decir, el 24% de la población tiene algún tipo de discapacidad (Brasil, 2023). Es de destacar que estas personas se enfrentan a barreras físicas y actitudinales en diversas situaciones cotidianas, que causan limitaciones y problemas de acceso a varios lugares. El turismo de ocio; por ejemplo, aparece como potencial motivador de la inclusión social, apuntando la ampliación de la participación de todos en la actividad turística (Andrade, 2001).

Los avances de la Internet han dirigido varios cambios y transformaciones en la industria del turismo, especialmente en la forma de viaje, pues, la relación entre el turista y el destino, ha producido un intercambio de informaciones, que ha ganado fuerza y visibilidad a través de sitios online destinados para los viajeros (Xiang; Gretzel, 2010).

El contenido disponible en la Internet contribuye para que varios usuarios puedan ampliar su información y conocimiento acerca de un destino en particular, ya que en este hay opiniones, sugerencias, sentimientos, experiencias, imágenes, precios, productos, servicios; marcas que forman un conjunto de datos claves para elegir el próximo destino (Blackshaw; Nazzaro, 2006).

La cantidad de datos generados por los usuarios en internet se llama "Big Data". En este estudio en particular, se adoptó la supervisión y el análisis de los comentarios en la TripAdvisor, sobre las ciudades patrimonio de la humanidad de Ávila y Baeza, con la finalidad de detectar los puntos de vista de los usuarios en el aspecto de la accesibilidad (Dey *et al*, 2011; Governatori & Iannella, 2011; Paine, 2011). Los comentarios fueron evaluados en positivo y negativo, y todos tenían al menos una de las once (11) palabras clave definidas en la metodología. Por lo tanto, se han seleccionado un total de 24 comentarios, como se muestra a continuación:

Cuadro 1

Número de comentarios positivos y negativos de los destinos españoles

DESTINO	POSITIVO	NEGATIVO	Total
Ávila	8	0	8
Baeza	16	0	16

Fuente: Autores (2019)

En relación con las palabras clave y el número de menciones (Cuadro 2); todos los comentarios fueron leídos conforme se describe en la metodología, siendo registrado los positivos y negativos; los cuales fueron sometidos posteriormente al software QDA



Miner, para ser identificado el número de ocurrencia de cada uno de ellos. Después de este análisis, sólo se identificaron nueve comentarios que contenían las palabras clave definidas en la metodología.

Cuadro 2

Menciones de las palabras clave en los comentarios de Ávila y Baeza

PALABRAS CLAVE	ÁVILA	BAEZA
Calles empedradas	1	2
Calles sinuosas	0	0
Cerros	0	0
Callejón	1	0
Pavimento irregular	0	0
Calles estrechas	1	1
Señalización	0	0
Calle peatonal	0	0
Estacionamiento	0	1
Iluminación	1	1
Escalera	0	0

Fuente: Elaboración propia a partir de la búsqueda de la TripAdvisor (2019)

En la Tabla 1, es presentado el perfil de los usuarios y en la Figura 1, las evaluaciones de la calidad de los destinos Ávila y Baeza.

Tabla 1

Perfil de los usuarios online en las ciudades de Ávila y Baeza en la TripAdvisor

Datos		Ávila	Baeza
Sexo	Femenino	7,15%	21,42%
	Masculino	42,85%	66,66%
	No se menciona	50%	11,91%
Mes	Febrero	0%	19,04%

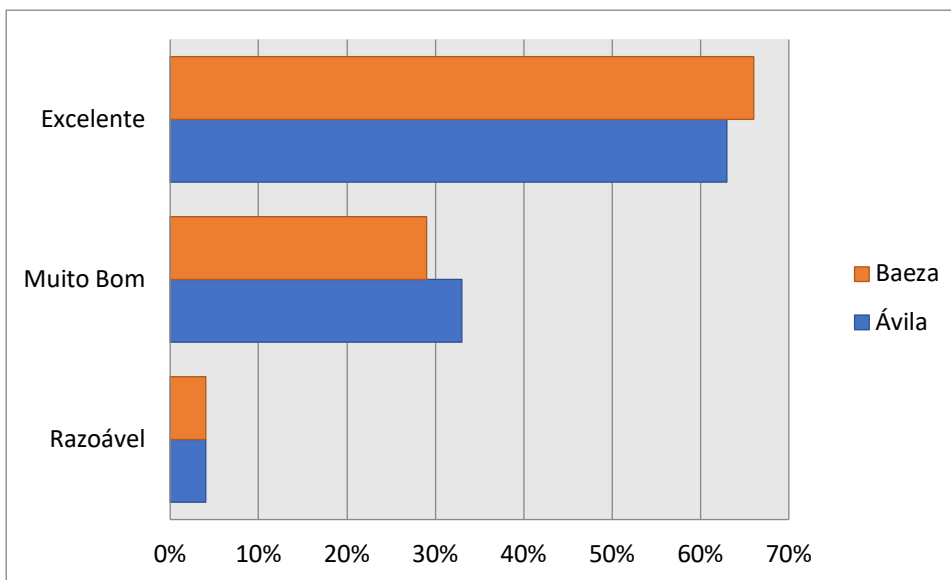


	Marzo	42.85%	19.04%
	Mayo	21,45%	16,66%
	Otros meses	35.70%	45.26%
Fuente	España	78.57%	64,28%
	Unión Europea	14.29%	19.04%
	Otros países	7,14%	16,67%
Usuarios	4 estrellas	28.57%	35.71%
	5 estrellas	71,42%	64,28%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de la TripAdvisor (2019)

Figura 1

Calidad de los destinos Ávila y Baeza en la clasificación de la TripAdvisor



Fuente: Los autores de la investigación TripAdvisor (2019)

Mediante el análisis de los datos del perfil de los visitantes de Ávila y Baeza, recogidos en los datos oficiales de la TripAdvisor, y la investigación de Troitiño Torralba



y García Hernández (2017) e Ignacio Pulido Fernández (2019); la mayoría de los visitantes de ambas ciudades, son de la propia España y la media de estancia de estos, es de dos noches. Hay un reconocimiento por parte de los encuestados afirmando que, Ávila es un destino innovador y el hecho de ser Patrimonio de la Humanidad, es la principal razón para para visitarla.

El nivel de experiencia de los usuarios de Ávila; lo calificaron en 8,4 en una escala de 0 a 10. Ya en Baeza los encuestados, en su mayoría; tenían altos niveles de satisfacción general en relación a la gastronomía, el alojamiento, la experiencia y el gasto medio. En este punto; hay similitudes entre las encuestas, en particular, en el nivel de satisfacción en la encuesta de la TripAdvisor, donde ambas ciudades aparecen con más del 60% de excelencia.

Es importante destacar que todos son positivos, lo que confirma la puntuación más alta obtenida por los dos destinos denominados patrimonio de la humanidad en España, en la categoría de calidad, como se muestra en el Figura 1. Además, tanto Ávila como Baeza, tienen planes de accesibilidad del sitio histórico, lo que permite a todas las personas circular libremente en estas ciudades y de forma autónoma.

Estos marcos de política en toda la ciudad, contribuyen a la solución de los problemas locales y se guían por la Constitución Española, que reconoce la igualdad de todos los ciudadanos. Además, en estos planes municipales de accesibilidad; es notable el reconocimiento, que cada ciudad histórica tiene un perfil de residentes y visitantes, y que es importante condicionar y mejorar el entorno urbano, para que la sociedad en su conjunto pueda disfrutarlo sin ningún tipo de obstáculo (Ayuntamiento de Ávila, 2020; Ayuntamiento de Baeza, 2014).

En relación a los comentarios en Ávila, tenemos:

La ciudad vieja de Ávila está muy bien conservada y es el hogar de muchos edificios y monumentos históricos. Toda la zona está rodeada por un muro. Un paseo por la ciudad vieja lo lleva de nuevo a una era medieval, con **estrechas calles** adoquinadas, edificios de piedra y monumentos históricos. Definitivamente vale la pena una visita corta como parte de una gira por Ávila.

Pasea por las **calles estrechas** de los caminos de muchos de los monumentos históricos dentro de ella.

Un pase para la noche. Muy buena **iluminación** y un montón de lugares para admirar. Una joya.

El centro histórico tiene su encanto, **calles estrechas**, donde se pueden encontrar los dos palacios del siglo XVI, así como las diferentes iglesias o fundaciones de



Santa Teresa de Jesús, un lugar especial para sentir la mística que Santa Teresa debe haber sentido. [...] (Tripadvisor, 2019).

Respecto de las observaciones Baeza fueron:

[...] Usted va atrás en el tiempo, una sorpresa son los bellos edificios dentro de las **calles estrechas**.

Calles estrechas, pavimentadas y tranquilas, mirador con vistas a las montañas, gente amable, aunque, cuidado con los turistas, no pueden pasar con el coche, pero si los habitantes locales.

[...] centro histórico con construcciones típicas de las ciudades medievales europeas, muy bonitas y bien cuidadas. **Calles estrechas**, se puede ir a través de todo el centro histórico a pie fácilmente".

Visita interesante y cómoda por las **calles empedradas**. Recorrido a pie sin dificultades aunque con algunas cuestas. Recomiendo hacer la visita con un guía local (Tripadvisor, 2019).

Es posible identificar en los comentarios, menciones a las palabras claves resaltadas, caracterizando aspectos físicos y urbanos que conforman el centro histórico de ambas ciudades, los cuales informan al usuario sobre la infraestructura de los destinos y los aspectos de la accesibilidad. Es decir, cuanto más información se tenga sobre el destino, mejor será la programación y organización de su viaje (Santos, 2018). La información es un paso crucial para mejorar la eficiencia tecnológica y para ofrecer calidad de vida a los ciudadanos, ya que antes de un destino ser inteligente, es necesario que sea una ciudad inteligente (Simancas-Cruz *et al.*, 2017).

[...] una ciudad puede ser clasificada como inteligente cuando se logra un crecimiento económico sostenible y una alta calidad de vida, mediante la inversión en capital humano, un adecuado nivel de participación e infraestructuras que permitan la adecuada difusión de la información a la ciudadanía (Simancas-Cruz *et al.*, 2017:145).

En todas las críticas hubo menciones de las once palabras claves relacionadas con la accesibilidad física en las áreas urbanas de Ávila y Baeza, lo que ayuda al usuario al leer los comentarios online, poder identificar obstáculos y barreras en el mobiliario



urbano en tales destinos, y se pueda programar con antelación, para que la experiencia de Ávila y Baeza sea la mejor posible.

Desde un punto de vista legislativo; la Constitución española está por delante en este sentido, ya que, como se mencionó anteriormente, la aplicación del Plan de Accesibilidad del conjunto histórico de Baeza, posibilitó varias mejoras.

La accesibilidad turística no se limita sólo a la eliminación de las barreras físicas, sensoriales, de comunicación o de actitud, sino que también abarca los productos y servicios que son necesarios para llevar a cabo esta actividad, con la finalidad de permitir que el turista disfrute de la oferta turística por igual². En este contexto, hacemos hincapié en la importancia del diseño universal³, puesto que pretende abarcar al ser humano en todos sus aspectos. Por otra parte, sus principios abogan productos y entornos diseñados de manera que todas las personas, sin distinción, puedan utilizarlos de forma autónoma (Predif, 2018), como en el caso de los DTI.

La concepción de Destino Turístico Inteligente se construye a partir de considerar criterios holísticos y sistémicos, promoviendo un desarrollo sostenible, y gestionando con eficiencia, recursos y equipamientos turísticos. Luego, la accesibilidad universal; eje vertebrador e inclusivo, de una propuesta inteligente y urbana, se trasladará a una práctica de facilitación, interacción e integración del turista-visitante con el local-residente (Lucila, 2017: 219).

En los comentarios, la iluminación y la pavimentación, son elementos presentes en los planes de accesibilidad de Ávila y Baeza, estando caracterizados como esencial en el diseño urbano. El cumplimiento de la legislación española y también la implementación de planes de accesibilidad, llevaron a la ciudad de Ávila a recibir varios premios⁴.

Desde hace años, Ávila ha recibido varios premios gracias a su plan de accesibilidad. Uno de los principales, fue el Access City Award 2011 de la Comisión Europea. Este galardón anual recompensa «la labor realizada para mejorar la accesibilidad en el entorno urbano y fomentar la participación de las personas con discapacidad en condiciones de igualdad». La Comisión elogió el plan

² “No se limita a la eliminación de barreras físicas, sensoriales o de la comunicación, sino que tiene por finalidad lograr que los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad” (Predif, 2018:06).

³ Que tenga una accesibilidad en todos los espacios, edificaciones, calles, productos, otros más y que pueda ser utilizado por todos.

⁴ En 2018, la ciudad fue galardonado con el PREDIF, “por la labor desarrollada en el ámbito del turismo accesible en los últimos años”.



que la ciudad de Ávila ha venido desarrollando desde 2002 para mejorar la accesibilidad de los edificios públicos e incentivar las iniciativas privadas. También ha desarrollado instalaciones turísticas accesibles, y mejorado las posibilidades laborales de las personas con discapacidad, colaborando directamente con las organizaciones de ancianos y discapacitados. Dos años antes, en 2009, la ciudad accesible recibió el Premio Reina Sofía de Accesibilidad Universal a Municipios, considerado uno de los galardones más prestigiosos de España en la materia (Cope, 2018: s/p).

Figura 2

La señalización en Ávila asequible



Fuente: Turismo Ávila (2020)

Ávila durante años, ha estado trabajando intensamente para proporcionar una oferta completa, en la que todas las personas puedan vivir y disfrutar de la ciudad, y de todas las oportunidades existentes de manera equitativa. La accesibilidad (Figura 2) se tornó entonces, prioridad de las políticas municipales, causando que la ciudad sea una referencia para los turistas y residentes.

Rampas de acceso, plazas de aparcamiento; reservadas para personas con discapacidad, señalización adaptada y estándares adecuados, barandillas y suelo antideslizante, son algunos ejemplos de accesibilidad. Debido a que es un derecho



fundamental de las personas con discapacidad; ya sea permanente o temporal, es esencial que el viajero sea bien recibido y bien atendido, en cualquiera que sea el destino elegido (Omt, 2016).

Es posible entender que los comentarios positivos de ambos destinos españoles, que se describen en el presente documento, son un reflejo de la fuerte inversión pública en la accesibilidad, no sólo para hacer que las ciudades sean más accesibles, sino también inclusivas. Ya que, las ciudades patrimonio de la humanidad; ante el paradigma de los destinos inteligentes, debe estar vinculada a cuatro áreas: innovación, tecnología, accesibilidad y sostenibilidad. En esta comprensión, la accesibilidad es el pilar de soporte de un DTI y estos cuatro paradigmas deben estar alineados con lo que se denomina, patrimonio de la ciudad inteligente (Calle Lamelas & García Hernández & García Muiña, 2017).

Este concepto se acuña en un proyecto del programa de cooperación transnacional de la Unión Europea Interreg SUDOE, integrado por un grupo de instituciones del ámbito de la investigación, y el patrimonio y el Ayuntamiento de la ciudad de Ávila. El programa tiene como objetivo; crear una herramienta única de código abierto para la gestión de centros urbanos históricos, con la intención de que pueda extrapolarse a otros conjuntos históricos europeos. La entidad coordinadora del proyecto es, la Fundación Santa María la Real del Patrimonio Histórico (FSMLRPH) (Calle Lamelas & García Hernández & García Muiña, 2017: 15).

El Plan Nacional Integral de Turismo de España (2012-2015); cuenta con varias medidas sobre DTI, que se centran en la idea de ofrecer servicios diferenciados a los turistas. Debido a que es un nicho muy competitivo, se insta al sistema turístico nacional, para buscar nuevas formas de impulsar la innovación. España entiende que un DTI es un espacio innovador, accesible a todos, consolidado con vanguardia e infraestructura tecnológica, para garantizar el desarrollo sostenible del territorio, facilitando la interacción y la integración del visitante con el destino, el mejoramiento en la calidad de la experiencia turística y de los residentes (Torralba & Hernández, 2017).

En el portal de turismo online de la ciudad de Ávila, hay varios monumentos de información accesibles como hoteles, restaurantes, puntos de información, entre otros; que dan subvenciones para que las personas sean capaces de movilizarse, guiadas por las tecnologías, físicas y virtuales (Xiang & Gretzel, 2010).



España ha sido el primer país europeo en desarrollar a nivel institucional, un modelo de DTI y en crear una norma pionera a nivel internacional. En 2012, el Plan Nacional Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT); recogía dentro de la línea, “ofertas y destinos”, la medida nº 11 de 28 denominada «Destinos Inteligentes: Innovación en la gestión de destinos». La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) –entidad dependiente de la Secretaria de Estado de Turismo y responsable de impulsar la innovación (I+D+i), en el sector turístico español; tanto a nivel público, como privado– ha liderado el proyecto, y es la encargada de la gestión y creación de los DTI (Calle Lamelas & García Hernández & García Muiña, 2017: 25).

Incluso, con características urbanas de los siglos pasados; ciudades históricas estudiadas en este trabajo, están dando forma a las necesidades e iniciativas de ciudades inteligentes, lo que garantiza una calidad de vida y la movilidad para los peatones, de modo que en cualquier comentario, se identifican barreras y / u obstáculos, debido al antiguo trazado urbano. Por el contrario, algunos comentarios enfatizan y reflejan que con esta infraestructura pueden llegar a los monumentos turísticos e históricos de estas ciudades. La firma International, Data Corporation (IDC) estima que “con las iniciativas europeas de “Smart City”, las cuales van más allá de las etapas iniciales y pilotos aislados, [...] que el gasto se acelere durante el período de previsión 2017-2021, aumentando a \$ 31 mil millones en 2021” (Idc, 2020: s/p).

Ciudades europeas se enfrentan a los cambios que requieren inversiones en la movilidad, las infraestructuras y la democratización de los servicios públicos. En respuesta, las ciudades se están transformando en inteligentes, la adopción de soluciones tecnológicas innovadoras, y el rediseño de sus formas de ofrecer servicios y negocios, con un enfoque centrado en el usuario (Idc, 2020). Las inversiones del pubis en la accesibilidad son altas. En Ávila; por ejemplo:

El Plan es una pieza clave para el diseño futuro de Ávila, entendiendo la accesibilidad integral como un asunto transversal a todas las concejalías del Ayuntamiento. Este Plan se centrará en la mejora de 150 viales y espacios públicos de la ciudad de Ávila; que está declarada por la UNESCO, como Patrimonio de la Humanidad, además de en 44 edificios municipales, en el transporte público y en la señalización de la misma. El plazo de ejecución será de 6 meses, finalizándose antes de verano y tendrá un coste de 58.000 euros. Los trabajos correrán a cargo de Fondos a Accesibilidad (Gente Válida, 2020: s/p).

Un destino turístico inteligente, debe desarrollar un turismo integral. A partir de los comentarios seleccionados y que recurren a la temática de la accesibilidad turística,



es posible para el gestor de destino, diseñar universalmente, un turismo más social e inteligente, que proporciona la infraestructura para todas las personas. Porque se trata de un entorno accesible, diseñado para la seguridad y eficacia, permitiendo su uso por un gran número de personas (Buhalis *et al.*, 2015).

La accesibilidad en un DTI está relacionada con el entorno urbano, tales como: aparcamientos, señalización, mobiliario urbano adaptado, plazas, jardines, museos, centros culturales, alojamientos, restaurantes, etc. (Omt, 2016). Estos se caracterizan como elementos diferenciales de un DTI, ya que promoverán la interacción más estrecha entre el visitante con el destino, contribuyendo así, para una experiencia sin fisuras, que comienza con la visita, prolongándose hasta su lugar de origen y, por último; está vinculado al aumento de la competitividad, mejorando la experiencia del turista (Torralba; Hernández, 2017).

En conclusión, es conveniente aclarar, que las ciudades históricas tienen peculiaridades y, por lo tanto, el desarrollo de planes específicos de accesibilidad y de turismo inteligentes, pueden contribuir para que la excelencia; identificada en la clasificación de la TripAdvisor de las ciudades españolas, sean mantenidas o incluso ampliadas.

Ya finalizando, aclaramos que los datos de la Organización Mundial de la Salud (Oms, 2016), señalan que mil millones de personas en todo el mundo tienen una discapacidad, lo que implica que una de cada siete personas se declaró con algún tipo de discapacidad. A pesar de esta estadística, los estudios de apoyo siguen siendo una minoría. De ahí, la importancia del proceso de datos físicos o la minería online, para asegurar la inclusión de las personas con discapacidad en el contexto de la sociedad.

CONSIDERACIONES FINALES

Esta investigación, se hace importante para los estudios de turismo; con respecto a destinos turísticos inteligentes, ya que la información es una condición *sine qua non* para que un DTI tenga éxito, especialmente cuando las herramientas de estructuración apropiadas, se aplican para satisfacer mejor las demandas de los turistas por igual.

Se reconoce que tanto Ávila, como Baeza; son ejemplos de destinos patrimonio de la humanidad, que han adaptado las infraestructuras para ser asequibles y de calidad. Incluso, con características históricas, estas ciudades son bien valoradas y respetadas en los comentarios online en el sitio de la TripAdvisor, acerca de sus arquitecturas inclusivas.

Además, los modelos operativos de destino inteligente en España, se están construyendo de manera integrada entre las ciudades; acercando realidades, ejemplos, herramientas y estrategias, para fortalecer el turismo en el país y las ciudades participantes. La accesibilidad, la tecnología y la innovación; son los supuestos que rigen



el proyecto español, poniendo a España, en la posición de liderazgo en términos de iniciativas inteligentes, garantizando y promoviendo en igualdad de condiciones, el ejercicio de los derechos y libertades de las personas con discapacidad, reafirmando el deber de promover acciones de excelencia de este público en todas las áreas.

Los comentarios recogidos, también mostraron un enfoque positivo en las bellezas turísticas de las ciudades históricas encuestadas, puesto que, ambas utilizan el concepto de patrimonio inteligente como premisa; centrándose en la eficiencia, contemplando las dimensiones de un DTI, enfocados en los residentes y en los turistas.

Para ampliar la comunicación entre el DTI, la accesibilidad y los destinos históricos; se sugiere llevar a cabo más investigaciones con otras ciudades españolas denominadas patrimonio cultural de la humanidad, utilizando para este fin, las nuevas técnicas de investigación; cuantitativa y cualitativa, así como entrevistas semiestructuradas con los residentes y turistas, para profundizar aún más, en este importante objeto de estudio fundamental para el turismo.

REFERÊNCIAS

- Andrade, J.V. de. (2001). Lazer: princípios, tipos e formas na vida e no trabalho. Belo Horizonte: Autêntica.
- Avila Turismo. (2020). Avila de todos. <https://www.avilaturismo.com/es/avila-accesible>.
- Ayuntamiento de Ávila. (2020). Accesibilidad. <http://www.avila.es/articles/accesibilidad>.
- Ayuntamiento de Baeza. (2020). Plan de accesibilidad de los espacios urbanizados del conjunto histórico de Baeza. <http://archivos.baeza.net/wordpress/wp-content/uploads/2016/Nueva%20transparencia/A6/Planes/Plan%20de%20accesibilidad.pdf>.
- Baron, A., & Galizio, M. (2005). Positive and negative reinforcement: should the distinction be preserved? *The Behavior Analyst*, 28, 85-98. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2755378/>
- Blackshaw, P., & Nazzaro, M. (2006). Consumer-generated media (CGM) 101: Word-of-mouth in the age of the web-fortified consumer. A Nielsen Buzz Metrics White Paper. Spring International Publishing, New York. <https://www.yumpu.com/en/document/view/6837546/consumer-generated-media-cgm-101-nielsen-online>
- Brasil. (2023). *Brasil tem 18,6 milhões de pessoas com deficiência, indica pesquisa divulgada pelo IBGE e MDHC* <<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2023/julho/brasil-tem-18-6-milhoes-de-pessoas-com-deficiencia>. >



- Buhalis, D.; Eichhorn, V.; Michopoulou, E.; Millar, G. (2015). *Accessibility market and stakeholder analysis*. <http://www.accessibletourism.org/resources/ossate_market_analysis_public_final.pdf>.
- Cerqueira, R.; Silva, T. (2011). *Mensuração em mídias sociais: quatro âmbitos de métricas*.
- Cope. (2018). *Ávila recibe um nuevo premio de accesibilidad*. <<https://www.omnirooms.com/blog/avila-recibe-un-nuevo-premio-de-accesibilidad/>>.
- Dey, L.; Haque, S. M.; Khurdiya, A.; Shroff, G. (2011). Acquiring competitive intelligence from social media. In: *Proceedings of the 2011 Joint Workshop on Multilingual OCR and Analytics for Noisy Unstructured Text Data*. ACM. pp. 3. <<https://dl.acm.org/doi/10.1145/2034617.2034621>>.
- Dos Santos, S. R. et al. (2016). Destino turístico inteligente: acessibilidade no centro histórico de São Luís–Maranhão, um estudo sobre a reputação online no TripAdvisor. *Marketing & Tourism Review*, 1(2).
- Epdata. (2020). ¿Cuántos turistas llegan a España?. <<https://www.epdata.es/datos/turistas-turismo-espana/64/espana/106>>
- Figueiredo, M. Z. A.; Chiari, B.; Goulart, B. N. G. de. (2013). Discurso do sujeito coletivo: uma breve introdução à ferramenta de pesquisa quali-quantitativa. *Distúrb Comun.* 25(1). p. 129-136. <<https://revistas.pucsp.br/index.php/dic/article/view/14931>>
- Gente Válida. (2020). *Inicio de los trabajos del nuevo plan de accesibilidad de Ávila*. <<https://Ca.Validasinbarreras.Com/Blog/Post/Inicio-De-Los-Trabajos-Del-Nuevo-Plan-De-Accesibilidad-De-Avila/>>.
- Governatori, G.; Iannella, R. (2011). A Modeling And Reasoning Framework For Social Networks Policies. *Enterprise Information Systems*, 1(5), P. 145–167. <<http://Citeseerx.Ist.Psu.Edu/Viewdoc/Download?Doi=10.1.1.432.1185&Rep=Rep1&Type=Pdf>>
- Instituto Valenciano De Tecnologías Turísticas – Invat.Tur. (2015). *Destinos Turísticos Inteligentes: Manual Operativo Para La Configuración De Destinos Turísticos Inteligentes*. <<https://Www.Thinktur.Org/Media/Manual-De-Destinos-Tur%C3%Adsticos-Inteligentes.Pdf>>
- International Data Corporation - IDC. (2020). *Únete A Las Inicitativas De Smart Cities*. <<https://Www.Omnirooms.Com/Blog/Avila-Recibe-Un-Nuevo-Premio-De-Accesibilidad/>>.
- Lamelas, J. V. C.; Hernández, M. G.; Muiña, F. G. (2017). Las Ciudades Patrimonio De La Humanidad Ante El Paradigma Smart. In: *Actas Del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: Nuevos Horizontes En La Investigación Y*



- Gestión Del Turismo. P. 07-37. <https://www.researchgate.net/publication/320470528_Las_Ciudades_Patrimonio_De_La_Humanidad_Ante_El_Paradigma_Smart>
- Lin, F. R.; Hsieh, L. S.; Chuang, F. T. (2009). Discovering Genres Of Online Discussion Threads Via Text Mining. *Computers & Education*, 52(2), P. 481-495. <https://www.researchgate.net/publication/220140251_Discovering_Genres_Of_Online_Discussion_Threads_Via_Text_Mining>
- Lucila, S. M. (2017). Destinos Turísticos Inteligentes: Una Perspectiva Desde La Inclusión Social Y La Participación Comunitaria. In: *Actas Del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: Nuevos Horizontes En La Investigación Y Gestión Del Turismo*. P. 215-228. <https://www.researchgate.net/publication/320470528_Las_Ciudades_Patrimonio_De_La_Humanidad_Ante_El_Paradigma_Smart>
- Márquez-González, C.; Caro Herrero, J. L. (2017). Ciudades Patrimonio De La Humanidad De España: La Reputación Online Como Elemento De Desarrollo Turístico. PASOS. *Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*. 15(2), P. 437-457. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6011544>>.
- Minazzi, R. (2015). Social Media Metrics And Analysis. In: *Social Media Marketing In Tourism And Hospitality*. Springer International Publishing, P. 137-163. <<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-05182-6>>
- Organización Mundial Del Turismo (OMT). (2016). *Manual Sobre Turismo Accesible Para Todos: Principios, Herramientas Y Buenas Prácticas*. Madrid: UNWTO. <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416509>>
- Organization Of World Heritage Cities – OWHC. (2018). *Patrimônio E Acessibilidade*. Ayuntamiento De Cordoba: UNESCO. <<https://www.ovpm.org/wp-content/uploads/2018/09/Patrimonio-Y-Accesibilidad-Completo-10.pdf>>
- Paine, K. D. (2011). *Measure What Matters: Online Tools For Understanding Customers, Social Media, Engagement, And Key Relationships*. John Wiley & Sons. <<https://www.wiley.com/en-us/Measure+What+Matters%3A+Online+Tools+For+Understanding+Customers%2C+Social+Media%2C+Engagement%2C+And+Key+Relationships-P-9780470920107>>.
- Plataforma Representativa Estatal De Personas Con Discapacidad Física (PREDIF). (2018). *Guía De Buenas Prácticas De Accesibilidad Para Los Recursos Turísticos De Las Ciudades Patrimonio De La Humanidad De España*. UNESCO: Paris. <<http://riberdis.cedd.net/handle/11181/4626>>
- Pulido-Fernandez, J. I. (2019). *La UJA Analiza El Perfil Del Turista De Úbeda Y Baeza, Patrimonio De La Humanidad*. <<https://www.diariojaen.es/canal/turismo/la->



[Uja-Analiza-El-Perfil-Del-Turista-De-Ubeda-Y-Baeza-Patrimonio-De-La-Humanidad-DB6276252>](#).

- Quiroga, R. M.; Mondo, T. S.; Castro Júnior, D. F. L. Reputação Online Como Instrumento Para Melhoria De Serviços: Um Estudo Na Hotelaria De Garopaba E Imbituba–Santa Catarina. *Revista De Turismo Contemporâneo*, V. 2, N. 1, P. 95-112, 2014. <<https://periodicos.ufrn.br/Turismocontemporaneo/Article/View/5476>>
- Santos, E. L. N.; Leite, F. L. (2013). A Distinção Entre Reforçamentos Positivo E Negativo Em Livros De Ensino De Análise Do Comportamento. *Perspectivas*, 4(1), P. 09-18. <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2177-35482013000100003>
- Santos, S. R. (2018). *Mobilidade Urbana Em Centros Históricos De Cidades Patrimônio Cultural Da Humanidade No Brasil E Espanha, Sob O Viés De Destino Turístico Inteligente*. Tese (Doctorado En Geografía). Universidad Federal Do Paraná. 450f.
- Santos, R. (2009). *Conceitos De Mineração De Dados Na Web*. XV Simpósio Brasileiro De Sistemas De Multimídia E Web VI Simpósio Brasileiro De Sistemas Colaborativos-Anais. P. 81-124. <<https://sol.sbc.org.br/index.php/webmedia/index>>
- Segittur (2015). *Libro Blanco De Destinos Turísticos Inteligentes: Construyendo Futuro*. Ed. Ministerio De Industria, Energía Y Turismo. Madrid. <http://www.segittur.es/es/dti/dti-detalle/libro-blanco-destinos-turísticos-inteligentes/#.V2pgbpmltes>
- Simancas-Cruz, M.; Peñarrubia-Zaragoza, M. P.; Rodríguez-Darias Et Al. (2017). D. La Toma Inteligente De Decisiones En Los Procesos De Planificación De Destinos Turísticos De Litoral: El Plan De Infraestructuras Turísticas De Canarias (PITCAN). In: *Actas Del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: Nuevos Horizontes En La Investigación Y Gestión Del Turismo*, P. 143-166. <https://www.researchgate.net/publication/320470528_Las_Ciudades_Patrimonio_De_La_Humanidad_Ante_El_Paradigma_Smart>
- Thomaz, G. M.; Biz, A. A.; Bettoni, E. M.; Pavan, C. S. (2015). Modelo De Monitoreo De Las Redes Sociales Para Orientar En Latoma De Decisiones De Las Destination Management Organizations. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*. 9(2), P. 196-220, Mayo/Ago.. <https://www.researchgate.net/publication/281561979_Modelo_De_Monitoreo_De_Las_Red_Sociales_Para_Orientar_En_La_Toma_De_Decisiones_De_Las_Destination_Management_Organizations>



- Tripadvisor Brasil. (2019). *O Que Fazer: Espanha*. <https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-G187427-Activities-Spain.html>. [5 De Septiembre De 2021].
- Tripadvisor. *ESPAÑA*. (2017). <<https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-G187427-Activities-Spain.html>>.
- Troitiño, L. T.; García, M. H. (2017). El Perfil Del Smart Tourist En Ávila. In: *Actas Del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes: Nuevos Horizontes En La Investigación Y Gestión Del Turismo*. P.371- 405. https://www.researchgate.net/publication/320470528_Las_Ciudades_Patrimonio_De_La_Humanidad_Ante_El_Paradigma_Smart
- Vera, J. F.; López, F.P.; Marchena, M. J.; Clavé, S. A. (2013). *Análisis Territorial Del Turismo Y Planificación De Destinos Turísticos*. Valencia: TH.
- Vergara, S. C. (2004). *Projetos E Relatórios De Pesquisa Em Administração*. 5.Ed. São Paulo: Atlas.
- Xiang, Z.; GRETZEL, U. (2010). Role Of Social Media In Online Travel Information Search. *Tourism Management*, 31(2), P. 179-188. <<https://ro.uow.edu.au/compapers/3072/>>



INFORMAÇÃO (ÕES) DO (S) AUTOR (ES)

- *1 Doutor em Gestão Urbana (PUCLR) / Doutor em Geografia (UFPR) / Professor do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão / Professor Permanente do Mestrado e Doutorado em Geografia, Natureza e Dinâmica do Espaço da Universidade Estadual do Maranhão. E-mail: saulosantosma@uol.com.br
- *2 Doutoranda em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professora substituta do departamento de turismo e hotelaria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). E-mail: angelarobertalucas@gmail.com

REVISTA CIENTÍFICA ATELIÊ DO TURISMO – VINCULADA A



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE MATO GROSSO DO SUL**

ⁱ Esta investigación se ha llevado a cabo en el marco del proyecto de investigación titulado "Nuevos enfoques para la planificación y gestión del territorio turístico: conceptualización, análisis de experiencias y problemáticas, definición de modelos operativos para destinos turísticos inteligentes" (Proyecto CSO2014-59193-R), financiado por el Programa Estatal de I+D+I (Investigación, Desarrollo e Innovación) del Ministerio de Economía y Competitividad de España.

ⁱⁱ El software de análisis cualitativo desarrollado para la investigación de métodos mixtos. Fácil de usar y que permite la codificación, anotación, la exploración y el análisis de las pequeñas y grandes cantidades de documentos e imágenes. <<https://provalisresearch.com/fr/produits/logiciel-d-analyse-qualitative/>>

ⁱⁱⁱ "Para cualquier persona, con o sin discapacidad, la atención recibida es determinante para valorar el nivel de satisfacción del servicio prestado" (Predif, 2018:87).