



## UN ANÁLISIS DE LA APP TURÍSTICA TENERIFE ACCESIBLE

<sup>1</sup> **Jakson Renner Rodrigues Soares**

<sup>2</sup> **Larissa Paola Macedo Castro Gabriel**

<sup>3</sup> **Maria Dolores Sánchez Fernández**

### RESUMEN

El turismo es una actividad económica que tiene un importante impacto en la balanza comercial española. No debería ser privativo y se nota que cada vez más las barreras de acceso a las infraestructuras a personas con necesidades especiales son derribadas. Es por eso que las empresas de transportes, las infraestructuras hoteleras o de restauración, al igual que museos o hasta mismo las playas, todos los elementos que conforman la actividad turística vienen se tornando cada vez más accesibles. Entendemos esa accesibilidad como las facilidades que personas con alguna necesidad especial (movilidad reducida, discapacidad visual o auditiva) puedan gozar del mismo espacio que cualquiera otro turista. Ese estudio tiene como objetivo analizar la existencia de aplicativos para móviles de destinos turísticos, que consideran alguna de las necesidades especiales de los individuos. Para eso, fueron analizadas las más de 200 APPS presentadas por Seggitur en la Guía APPS turísticas 2016. Segundo Segittur (2016, p.2) “las nuevas tecnologías se han puesto definitivamente al servicio del turista”. ¿Pero ellas piensan verdaderamente en todos los turistas? Encontramos que de todas las APPS que constan en el informe, solo una está desarrollada para el público que tiene necesidades especiales: Tenerife Accesible. Ella trabaja cuestiones de la imagen del destino turístico enfocando su actuación a las necesidades de este público. Además, hemos encontrado que el destino utiliza el deporte como un reclamo de atracción para este segmento. Con todo, en este documento se podrán encontrar las relaciones de innovación, turismo y deportes accesibles.

**Palabras clave:** APP's turísticas; Turismo accesible; Comunicación; Aplicativo móvil.

---

<sup>1</sup> Doutor em Direção e Planificação do Turismo pela Universidade da Coruña - UDC, (Espanha). Professor pela Universidade de Coruña – UDC, e pela Universidade de Santiago de Compostela – USC, Espanha. E-mail: [jakson.soares@udc.gal](mailto:jakson.soares@udc.gal) (Brasil).

<sup>2</sup> Doutora pela Universidade da Coruña – UDC, (Espanha). Pesquisadora na Faculdade de Sociologia da Universidade da Coruña. E-mail: [larissa.gabriel@udc.es](mailto:larissa.gabriel@udc.es) (Brasil).

<sup>3</sup> Doutora no Programa Oficial de Doutoramento Competitividade pela Universidade da Coruña - UDC, (Espanha). Professora na Universidade da Coruña. E-mail: [msanchezf@udc.es](mailto:msanchezf@udc.es) (Espanha).

## ANÁLISE DA APP TURÍSTICA TENERIFE ACESSIVEL

### RESUMO

O turismo é uma atividade económica que tem um impacto importante na balança comercial espanhola. No entanto, esta atividade ainda é exclusiva, embora se note que as barreiras às infraestruturas de acesso para pessoas com necessidades especiais estão sendo cada vez mais eliminadas. Tanto os meios de transporte, como as infra-estruturas hoteleiras, gastronômicas, museus e praias, todos os elementos da atividade turística estão se tornando cada vez mais acessíveis. A acessibilidade é entendida como as facilidades que permitem as pessoas com necessidades especiais (mobilidade reduzida, deficiência visual ou auditiva) de desfrutar do mesmo espaço que qualquer outro turista. Este estudo tem como objetivo analisar a existência de aplicativos de celulares de destinos turísticos que considerem algumas das necessidades especiais dos indivíduos. Para isso, foram analisados as APPS apresentados na Guía APPS turísticas 2016 pela Seggitur, ou seja, mais de 200 APPS foram avaliadas. De acordo com Seggittur (2016, p.2) "as novas tecnologias foram definitivamente colocadas à serviço do turista". Mas elas foram realmente projetadas para todos os turistas? Verificou-se que de todos os APPS considerados no relatório, apenas um foi desenvolvido para o público que tem necessidades especiais: Tenerife Acessível. Tal aplicativo trabalha questões da imagem turística do destino com foco nas necessidades deste público. Além disso, verificou-se que o destino usa o esporte como atração para este segmento. No entanto, este documento apresenta as relações existentes entre inovação, turismo e esportes acessíveis.

**Palavras-chave:** APPs Turísticas; Turismo Acessível; Comunicação; Aplicativo Móvel.

## AN ANALYSIS OF THE TENERIFE ACCESSIBLE TOURIST APP

### ABSTRACT

Tourism is an economic activity that has an important impact on the Spanish trade balance. However, this is still exclusive, although it is noted that barriers to access infrastructures for people with special needs are increasingly torn down. Both the means of transport, as well as the hotel or catering infrastructures, museums and beaches, all the elements part of the tourist activity are becoming increasingly accessible. Accessibility is understood as the facilities that people with a special need (reduced mobility, visual or hearing disability) can enjoy the same space as any other tourist. This study aims to analyze the existence of mobile applications of tourist destinations that consider some of the special needs of individuals. For that, the APPS presented in the Guía APPS turísticas 2016 by Seggittur were analysed, that is more than 200 APPS. According to Seggittur (2016, p.2) "new technologies have definitely been put at the service of the tourist". But were they truly designed for all the tourists? It has been found that from all the APPS considered in the report, only one was developed for the public that has special needs: Tenerife Accessible. It works on questions of tourist image destination focusing on the needs of this public. In addition, it has been found that destination uses the sport as a attraction for this segment. Nevertheless, this document presents the relationships between innovation, tourism and accessible sports.

**Keywords:** Tourist APPs; Accessible Tourism; Communication; Mobile Application.

## 1 INTRODUCCIÓN

Recientemente el destino de Tenerife hizo una apuesta por promover el turismo accesible en la isla (Fragoso, 2015). Según la autora, se pusieron en marcha innúmeros proyectos con el objetivo de desarrollar prácticas innovadoras para generar experiencias de éxito en el ámbito de este segmento. Según Sardón Peláez (2015), el turismo accesible además de estar relacionado con la eliminación de las barreras en los espacios turísticos, implica también en que los productos, los servicios, las actividades y la información pueden ser disfrutadas por todas las personas en igualdad de condiciones, sin verse limitadas por tener una discapacidad. Es decir, con él se pretende dar respuesta a todas las recomendaciones, declaraciones, etc. que se centran en la posibilidad de crear una oferta turística dirigida a todos los segmentos de la población, sin que se produzca ningún tipo de discriminación (Sánchez Jiménez, 2015).

En este sentido, Predif (2016) ofrece distintas razones para fomentar el turismo para todas las personas, tales como: es un derecho de todos los ciudadanos acceder, utilizar y disfrutar de los entornos, bienes, productos y servicios turísticos; es un factor de integración social; la accesibilidad es un elemento básico de calidad de la oferta turística; no conlleva una gran inversión económica; es una oportunidad de negocio, debido a que aumenta la cuota de mercado a 4 millones de clientes potenciales en España y a 500 millones en el mundo; las personas con discapacidad son "multi clientes"; favorece la desestacionalización del sector turístico; y, mejora la imagen de las empresas y del destino al posicionarse como socialmente responsables. Conclusión, los destinos y empresas tienen innúmeras razones, no solo motivos sociales, pero también puramente económicos (Fernández Alles, 2009), por lo que empieza a dirigir sus acciones hacia este segmento turístico.

Por otro lado, según Ávila Muñoz y García Sánchez (2015), la accesibilidad es uno de los aspectos básicos que conforman una relación consistente entre destino y usuario. Eso porque, según estos autores, para fomentar el progreso eficiente y sostenible del destino es necesario incrementar la calidad de vida del residente y situar el visitante en el eje de los desarrollos. Así mismo, los autores comentan que la creación de APPs turísticas será quien facilite la integración del visitante con el destino, por lo tanto, mejorando la experiencia y el poder de atracción del destino.

Con todo, este artículo tiene como objetivo analizar la información ofrecida por la APP Tenerife Accesible, único aplicativo móvil presente en la Guía APPS turísticas 2016 de Seggitur que tiene como foco el turista con necesidades especiales. Para tanto, en el trabajo se hace un repaso sobre la teoría del turismo sostenible y sobre la tecnología móvil aplicada al turismo. Además, en un apartado específico que presenta la secuencia metodológica empleada en la investigación, los resultados y sus posteriores conclusiones. Con él se busca echar luz a la necesidad de tornar el destino accesible antes, durante y después de la experiencia.

## 2 EL TURISMO ACCESIBLE

La primera vez que se asoció el término turismo al de accesibilidad fue 1980, en Manila (Marcos Pérez y González Velasco, 2003). En aquel entonces se firmó la Declaración de Manila, realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), donde según Domínguez Vila, Fraiz Brea y Alén González (2011) se reconocía el turismo como un derecho fundamental y vehículo clave para el desarrollo humano, así como recomendaba a los estados miembros la reglamentación de los servicios turísticos apuntando los detalles más importantes sobre

accesibilidad turística. Estas recomendaciones quedaron reflejadas en el documento. “Para un turismo accesible a los minusválidos en los años 90”, aprobado en una Asamblea General de Buenos Aires en 1990 (Domínguez Vila, Fraiz Brea y Alén González, 2011).

Asimismo, el turismo accesible está completamente relacionado con el turismo para todos. Así, Marcos Pérez y González Velasco (2003) definen el turismo para todos como aquella forma de turismo que planea, diseña y desarrolla actividades turísticas de ocio y tiempo libre de manera que puedan ser disfrutadas por toda clase de personas con independencia de sus condiciones físicas, sociales o culturales. En este sentido, Fernández Alles (2009), argumenta que turismo accesible puede ser entendido como aquel que persigue la supresión de las barreras al turismo realizado por personas con discapacidades. Y según Gómez (2002) apud Domínguez Vila, Fraiz Brea y Alén González (2011), se podría definir como:

La variedad de actividades originadas durante el tiempo libre dedicado al turismo, por personas con capacidades restringidas, que les posibilita su plena integración desde la óptica funcional y psicológica, obteniendo la plena satisfacción individual y social.

Pera cabe hacer hincapié a lo que destacan Domínguez Vila, Fraiz Brea y Alén González (2011), es decir, que se debe incidir en la idea de mejorar la accesibilidad en el ámbito turístico también repercuten sobre las personas mayores, personas con capacidades restringidas temporalmente, familias y embarazadas, dado que todos demandan una serie de bienes y servicios de calidad, los cuales son el punto de partida para productos, servicios e infraestructuras accesibles. Estos autores comentan que hay barreras que fomentan la desigualdad, y por lo tanto deben ser combatidas, ellas están relacionadas con distintos niveles de las infraestructuras y servicios: en el transporte; en nivel arquitectónico o de edificación; en el nivel urbanístico; nivel comunicativo y de información (telecomunicación); nivel cultura y ocio. En consecuencia, cuando tratamos de turismo no se está hablando solo de

alojamientos, se considera el sector como un todo. Eso quiere decir que la accesibilidad debe estar presente en todos los momentos del viaje, antes, durante y después de la experiencia. No solo eso, es importante tener una comunicación acertada para que se pueda atraer al turista. Concretamente, la comunicación debe hacer hincapié en las necesidades de sus potenciales turistas, y en este caso, ofrecer información lo más amplia posible sobre las no barreras del destino. Solo con una promoción clara así se podrá influenciar en la elección del turista con necesidades especiales.

Fernández Alles (2009) hace hincapié en que el individuo con necesidades especiales también tiene tiempo libre y deseo de viajar. Estas personas también buscan disfrutar de sus vacaciones, de sus actividades deportivas y de cultura. Por ello, según esta autora, es importante conocer las necesidades y deseos de las personas discapacitadas en su comportamiento como turistas. Y no solo eso, comprender y aceptar los deseos y motivaciones de las personas con necesidades especiales es el primer paso para la construcción de una sociedad inclusiva (Mota *et al.*, 2014). Con todo, el destino de Tenerife perfiló una oferta turística cuyo contenido está adaptado a las necesidades de este turista. Fernández Alles (2009) recuerda que la satisfacción de los turistas con necesidades especiales está relacionada con la accesibilidad del destino. Y por su vez, la accesibilidad puede generar una mayor competitividad a las empresas turísticas. Por último, como bien recuerda Millán Escriche (2010), es una gran oportunidad para los establecimientos y destinos turísticos, planificar y gestionar adecuadamente una oferta de Turismo Accesible. Eso debido a que hacerse accesible significa abrir las puertas para unos individuos con ganas de viajar, capacidad financiera y potencial de consumo, que no siempre fueron considerados por los planificadores turísticos.

### 3 LA TECNOLOGÍA MÓVIL APLICADA AL TURISMO

Según la OMT (2015), una de las claves para que la comunicación turística pueda establecerse con éxito se garantiza que la información sea accesible para todos. Es decir, no solo el destino debe ser accesible para el usuario con necesidades especiales, pero también debe ser la información. Según Gil González (2013, p. 5), “los usuarios con diversidad funcional son sensibles a las tendencias del mercado y quieren acceder, como todo el mundo, a los productos que se destacan”. Por lo tanto, los destinos deben aplicar la tecnología para servir también a este público, o se quedará de fuera de los beneficios allegados por este potente dicho mercado. A partir de la revisión de diferentes estudios sobre tecnología móvil en el sector turístico, Rodríguez Fernández, González Sánchez y García Muiña (2012) consideraron que ella está muy relacionada con su usuario. Es decir, con los conocimientos y herramientas que poseen. En este sentido, además de lo presentado por estos autores, destacamos también las necesidades especiales que algunos usuarios pueden tener, como destacó Gil González (2013) en su trabajo. Así, también se destaca que el medio comunicativo y de acceso a la información, debe proyectarse de forma que sea accesible para todas las personas, independientemente del grado de discapacidad, edad u otra dificultad. Domínguez Vila, Fraiz Brea y Alén González (2011).

Aunque el uso de la tecnología puede generar diferenciación de las organizaciones dentro del mercado (Peñaloza, 2007) hemos identificado que los destinos turísticos españoles no han apostado por esa diferenciación para atraer el turista con necesidades especiales. Como ya hemos comentado al principio, de las 200 APPs turísticas presentes en la Guía APPS turísticas 2016 de Seggitur, sólo Tenerife tiene una aplicación pensada directamente hacia ese segmento. En España existen algunas

aplicaciones relacionadas con el turismo accesible (Turespaña, 2016). En la página web de esta organización se pueden encontrar APPs que ofrecen información para la preparación del viaje, pero eso sí, son APPs que no tienen el foco en él “durante” el viaje. Además, estas no son aplicaciones de un destino específico, y son más bien una guía general de alojamientos e infraestructuras accesibles esparcidas por España.

Rodríguez Fernández, González Sánchez y García Muiña (2012) afirman que la tecnología móvil está suponiendo un gran avance para el sector turístico ya que facilita las tareas tanto a las empresas turísticas como a los clientes finales. Es decir, con esta intermediación, la distancia entre oferta y demanda viene disminuyendo. Según OMT (2015), si bien es cierto que no hay leyes específicas que regulen el diseño de aplicaciones accesibles, sí que existen orientaciones para mejorar la experiencia de los visitantes cuando acceden a contenidos web desde dispositivos móviles. En este sentido, con este artículo esperamos poder ayudar a los implicados en el desarrollo de las APPs (empresas desarrolladoras, destinos y organizaciones relacionadas con el turismo).

Con todo el destino español de Tenerife, ofrece la única APP turística que tiene como objetivo mejorar la experiencia del segmento turístico con necesidades especiales. No es la primera vez que la APP Tenerife Accesible es motivo de estudio, recientemente, Frago (2015) presentó un estudio donde se detallaba los trabajos realizados por el destino con el fin de convertir Tenerife en un destino accesible. La APP fue desarrollada para ser una herramienta de análisis y evaluación del nivel de accesibilidad de las instalaciones de interés turístico. No solo eso, se buscó también servir para la gestión y publicación de la información imprescindible para la personas con movilidad y comunicación reducidas.

La administración pública de Tenerife cuenta con la Sociedad Insular para Promoción de las Personas con Discapacidad

(SINPROMI), quien entre otros objetivos, tiene el de “favorecer la participación plena de las personas con discapacidad en la sociedad, potenciando el acercamiento a los recursos culturales y al disfrute del deporte, el turismo y el ocio” (Fragoso, 2015, p. 23). En este sentido, las empresas relacionadas con las actividades deportivas también son paires de la oferta turística ofrecida al usuario con necesidades especiales. Concretamente, el destino cuenta con centros de hidroterapia, complejos deportivos, centros de ciclismo de entre otras actividades deportivas adaptadas a personas con movilidad reducida, discapacidad visual o auditiva (AppGround, 2015). No solo eso, a través de la APP Tenerife Accesible, el destino utiliza estos recursos como reclamos para atraer el potencial turista.

#### 4 METODOLOGÍA Y ANÁLISIS

Para la realización de este estudio exploratorio se realizó primeramente una revisión de la bibliografía relacionada con: el turismo accesible, la comunicación de la imagen proyectada, y, el uso de aplicativos móviles por los destinos turísticos españoles. Con este estudio exploratorio se busca ofrecer una visión general a cerca de la disponibilidad de APPs sobre el turismo accesible. Con el buscamos fomentar el diálogo a cerca de las nuevas formas de distribución de la información turística para el público que tiene necesidades especiales. A partir de ahora se presenta el estudio realizado y los pasos dados hasta su análisis.

##### 4.1 Colecta de Datos

Primeramente hemos analizado las más de 200 APPS presentadas por Seggitur en la Guía APPS turísticas 2016. Además, también hemos efectuado una búsqueda en las tiendas virtuales de Android y iOS utilizando las palabras turismo accesible, y el resultado fue una confirmación de lo conocido anteriormente. Hemos filtrado los resultados

solamente para los aplicativos relacionados con la categoría Viajes y guías, y en la tienda de Android hemos encontrado cerca de 180 aplicativos. De este total, solo 20 de ellas se relacionaban realmente con el turismo. Pero eso sí, de todas, solo la APP Tenerife Accesible era una APP de un destino turístico español que se dirigía a este público objetivo. Las otras APPs encontradas trataban del tema accesibilidad, pero no hacían referencia a un destino concreto, solamente se referían a infraestructuras y equipamientos turísticos de varios destinos a la vez. Por lo tanto, se decidió analizar la APP en cuestión intentando resaltar sus características, para que pueda servir de fuente para otras administraciones que busquen utilizar esta nueva forma de distribución de la información turística.

##### 4.2 Presentación de la APP Estudiada

El aplicativo Tenerife Accesible fue desarrollado por la Sociedad Insular para la Promoción de las Personas con Discapacidad, SINPROMI, S.L. Esta entidad pertenece al Cabildo de Tenerife y tiene como objetivo ofrecer información actualizada sobre las condiciones de accesibilidad de los lugares turísticos de la isla de Tenerife (AppGround, 2015). Ella tiene como función ser una guía móvil de los atractivos del destino para que sus usuarios puedan planificar adecuadamente una visita o viaje a Tenerife (antes de la visita). Además acerca el público objetivo a lugares de interés en el territorio, sin olvidarse de permitir la búsqueda y consulta de establecimientos turísticos accesibles cercanos (durante la visita).

Es una aplicación accesible de descarga libre que tiene por objeto facilitar a las personas con movilidad y comunicación reducida, el conocimiento previo de las condiciones de accesibilidad de lugares de interés turístico (AppGround, 2015). Cabe destacar que las condiciones de accesibilidad indicadas en la APP han sido evaluadas y contrastadas en situaciones, por técnicos

especialistas en accesibilidad de SINPROMI. Esta accesibilidad se evalúa en base a los requerimientos de la normativa vigente en España y además conlleva un proceso continuo de ampliación y actualización de los datos de la APP.

La APP fue descargada en un teléfono móvil con el sistema Android Versión 6.0 para su posterior análisis. De acuerdo con la información ofrecida por su desarrollador, ella fue descargada por más de 100 y menos de 500 personas. Es decir, tiene un número interesante de usuarios. Su versión más actual consta de julio de 2015 y tiene elementos interactivos que permite a los usuarios interactuaren en ella. Permite realizar consultas sobre el nivel de accesibilidad de lugares de interés turístico en función de las necesidades del usuario: Usuario de Silla de Ruedas, Movilidad Reducida, Discapacidad Visual o Discapacidad Auditiva.

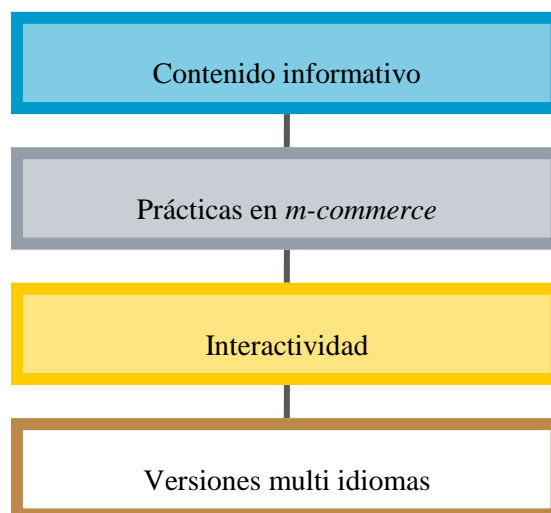
Conocidas la APPs, presentaremos a seguir los criterios utilizados para la realización del análisis realizado y los

resultados encontrados. Cabe destacar que la naturaleza dese estudio es explorar los elementos de una APP de destino turístico enfocada al turista que tiene necesidades especiales. Con este trabajo se busca identificar las innovaciones utilizadas por el destino turístico a través de una APP de este estilo.

### 4.3 Criterios Utilizados para la Realización del Análisis

El aplicativo fue analizado segundo las cuatro categorías adaptadas por Brilhante y Corrêa (2015) a partir de los estudios de Díaz-Luque y Corrêa (2012): contenido informativo, *m-commerce*, interactividad y versiones multilingües. Además, en los análisis se consideraron los elementos presentes en todo el proceso del viaje: antes, durante y después de la realización de la experiencia. En los siguientes apartados se presentan los resultados de los análisis realizados.

Figura 1: Categorías de análisis de APPs turísticas



Fuente: elaboración propia con base en Brilhante y Corrêa (2015)

El contenido informativo está relacionado con la información contenida en los aplicativos (Brilhante y Corrêa, 2015) y según las autoras, es medido a través de los

siguientes indicadores: como llegar al destino; transporte en el destino, atractivos, agenda de eventos, empresas turísticas e información de utilidad pública. Lo que en los estudios de la

competitividad de los destinos sería la masa crítica del lugar. En este caso, la masa crítica está relacionada con los factores básicos para el desarrollo del turismo, es decir, las potencialidades que abarcan los recursos turísticos (Toledo, Valdez y Polero, 2002). En cuanto a la categoría *m-commerce*, ella analiza si los aplicativos ofrecen facilidades de planificación del viaje a través de reservas on-line, con sistemas de los propios proveedores integrados en la APP o con sistemas propios de reserva. Cuando tratan de analizar la interactividad de la APP, Brillhante y Corrêa (2015) indican que se deben observar los canales de comunicación disponibles para los usuarios, es decir, ofrecen teléfono, *e-mail*, redes sociales, *websites* para compartir la información o *blogs*? No solo eso, entendemos también que una manera de interactuar sería la posibilidad de evaluar los servicios ofertados disponibles en la APP. Finalmente las autoras comentan la importancia de la existencia de versiones multilingües. Eso sí, cabe destacar que los destinos van ofrecer la información en otras lenguas a las que les interese captar turistas. Es decir, esa facilidad nos indicará si la estrategia en cuanto a los públicos objetivos está acertada. Eso porque a partir de esa información se puede identificar a que nacionalidades la APP está dirigida.

#### 4.4 Resultados del Análisis

A partir de ahora se van presentar los análisis desarrollados y los resultados encontrados con relación a la APP Tenerife Sostenible.

##### 4.4.1 Contenido Informativo

Para facilitar la operacionalización del análisis, los resultados serán presentados considerando cada uno de los indicadores propuestos por las autoras.

##### a) Como llegar y como Será la Locomoción en el Destino

A partir del análisis realizado hemos identificado que la APP no ofrece información de cómo llegar a la isla. Eso no es un problema, solo muestra que está indicada más bien al uso durante la relación del viaje, obviando el transporte para llegar al destino.

Por otro lado, la información en cuanto a la posibilidad de locomoción en el destino está bien detallada. En ella se destaca no solo los posibles medios de transporte públicos en la isla, como también indica la localización de los parkings públicos donde pueden aparcar sus coches. En Tenerife Sostenible además existe la posibilidad utilizar el google mapas para crear rutas para que se muevan en puntos del lugar. La información está adaptada según la necesidad del usuario: movilidad reducida, discapacidad visual o auditiva. Así, el turista tiene la posibilidad de montar su itinerario, indicando donde está y para dónde quiere ir.

##### b) Atractivos y Recursos Accesibles

Se puede afirmar que la APP ofrece una información muy completa para los usuarios. Como se puede ver en la Figura 2, información de ocio y cultura, deportes, bares y restaurante, compras, lugares de interés, edificios administrativos, medios de transporte y playas accesibles son detallados según el gusto y necesidad del turista.



Figura 2: Imagen de la interfaz inicial y detallada de Tenerife Accesible



Fuente: Propia a partir da APP

Al interesarse por un determinado recurso, el usuario puede encontrar en su ficha la dirección, el teléfono, correo para contacto, links directos hacia sus páginas web... además, como ya mencionado anteriormente, es común encontrar la posibilidad de geo localizar el atractivo y montar una ruta con el GPS del aparato donde esté instalada la APP. En Tenerife Sostenible la presentación de los atractivos más generales del destino y del patrimonio del lugar está muy bien detallada. Aunque no se nota la presencia de rutas predefinidas para el usuario, la APP ofrece una información minuciosa sobre atractivos Destacados. Al entrar en este punto, el usuario encontrará 7 atractivos que son indispensables para el turista. Al entrar en alguno de ellos, el usuario encontrará un botón Ver Lugares y a partir de ahí se presentan recursos que se pueden ver en esta visita. Es decir, dar información sobre la oferta complementaria del destino, con hincapié en los atractivos accesibles, facilita la realización del viaje. Con todo, utilizar una técnica de categorización en turismo como esta influencia el comportamiento del consumidor

debido a que facilita la elección de un servicio u otro, como destacó Isaac y Schindler (2014).

En cuanto a los atractivos, una información que merece especial destaque es la oferta de información destacada para los deportes que se pueden realizar en el destino. No solo eso, en la App Tenerife Accesible se puede ver en todo el momento la importancia dada al deporte para el segmento de turistas con necesidades especiales. Es decir, en la sección intitulada Deportes, el turista puede encontrar actividades que puede desarrollar en la isla condicionada a sus necesidades (movilidad reducida, visual o auditiva). Con eso, podemos afirmar que este destino se entiende que el turista puede tener necesidades especiales para realizar sus viajes, pero ni por eso quiere decir que a él no le guste ser activo durante su experiencia. Además, el interés de poner en evidencia la realización de actividades deportivas durante la estancia en la isla es notorio en otras secciones del aplicativo. Es decir, se destacan las informaciones sobre los senderos accesibles, playas para todos y qué hacer

durante la estadía: piscinas, complejos deportivos, actividades de baile con programas diseñados a medida de los clientes.

#### c) **Agenda Cultural**

En esta APP no se encuentra ninguna información acerca de la agenda cultural. Pero es de entender que ella se pretende funcionar como una guía de turismo tradicional en plataforma online. Ya se ha visto en la presentación del estudio que ella tiene por objetivo facilitar el conocimiento de las condiciones de accesibilidad de lugares de interés turístico a las personas con movilidad y comunicación reducida.

#### d) **Empresas de Turismo**

En la portada de la APP es posible ir a la Guía y encontrar en ella un desplegable donde, a partir de las necesidades de cada usuario, se puede consultar el listado de empresas que participan en ella. Es una facilidad que permite una mejor usabilidad para el turista, debido a que facilita la consecución de la información a través de internet (Torres, 2011). En este sentido, la información está bien detallada y es muy visual. Cuando el turista entra en el listado de bares y restaurantes, por ejemplo, puede mirar la ficha técnica detallada del recurso y en ella podrá encontrar los datos de contacto, como las facilidades ofertadas por el negocio. Es decir, en este sentido el aplicativo funciona casi como una guía impresa, donde según Salgueiro (2002) los apartados están organizados en secciones específicas. Por lo tanto, hemos identificado que la APP ofrece una información detallada que facilita la realización del viaje. En este sentido, ella tiene posibilidades de aceptación por parte del turista, como destaca Davis (1989), debido a que es de fácil utilización y seguramente percibida como útil para sus fines, organizar la estadía en el destino.

#### e) **Información de Utilidad Pública**

Según Días Luque y Corrêa (2012), esa categoría está relacionada con la información ofrecida por el aplicativo en cuanto a aspectos relacionados con seguridad, urgencias en destino y accesibilidad. La característica principal de este aplicativo es ofrecer información sobre la accesibilidad de los recursos del lugar. Ya en cuanto a la seguridad, es verdad que esta información es obviada. Y con relación a las informaciones sobre cómo proceder en casos de urgencias, aunque esta información no consta como tal, sí que se encuentra en ella la facilidad de entrar en contacto directo con el SIPROMI, sea por teléfono o correo electrónico. Aun así, entendemos que esta es una variable necesaria para aumentar la sensación de seguridad para los turistas durante la realización de su viaje.

#### 4.4.2 **m-Commerce**

En este apartado relacionado con el *m-Commerce* identificamos que el aplicativo ofrece información y formas de contacto de los atractivos e infraestructuras del destino. Es decir, en él se puede encontrar el número de contacto o página web, además de hacer un link directo con sus correos electrónicos. Además, en esta APP hay un link que lleva directamente a la página del servicio que el usuario pueda estar interesado. Esta APP ofrece la posibilidad de geolocalización, una herramienta valorada en el *m-commerce*. Es decir, el usuario puede buscar en Cerca de Mí y verificar lo que se puede hacer cerca de un determinado punto. De esta manera, la improvisación es una característica que puede facilitar la contratación de los servicios más cercanos a los puntos de la visita. Finalmente, se entiende que esta APP pierde la posibilidad de funcionar como un intermediario entre el proveedor y el usuario. Es decir, facilitar con el *m-commerce* a la contratación de los servicios. Eso sí, destacamos que esa no es una decisión solo estratégica del destino, es

decir, necesariamente no será posible intermediar esa relación.

#### 4.4.3 Interactividad

Se analizó el potencial de interactividad del aplicativo observando los canales de comunicación disponibles, teléfono, *e-mail*, redes sociales, *websites* para compartir la información o *blogs* (Brilhante y Corrêa, 2015). Es verdad que hemos identificado la posibilidad de evaluarse a los servicios ofertados en la APP. Eso sí, hemos encontrado la disponibilidad de realizar una búsqueda directa por un término que se quiera. La APP permite que el viajero utilice el servicio de búsqueda por palabras. El turista escribe lo que busca y el aplicativo retorna los resultados. Así, caso el turista busque algo muy concreto, con hacer la búsqueda en el aplicativo se le indicará la existencia o no de lo que él busca. Y eso permite una identificación muy eficaz de lo que se tenga interés.

Según Brilhante y Corrêa (2015) una facilidad que mejora la practicidad en el viaje es ofrecer la posibilidad de que se realice la llamada a las empresas directamente clicando en el simbolito de teléfono, sin que sea necesario salir de la pantalla del aplicativo. Y eso es lo que ocurre en Tenerife Accesible. Es completamente posible compartir la información de las empresas y de los atractivos contenidos en la APP a través de las redes sociales. Eso puede incluso hacer mejorar la imagen en internet del destino para el segmento específico, eso porque esa fuente de información (boca a boca digital), tiene bastante impacto en la decisión de otros potenciales turistas (Soares, 2015).

Esta APP lleva incorporado la herramienta de google mapas lo que permite que el usuario trace su ruta durante el viaje. Ella no ofrece exactamente una ruta para el turista accesible, pero le permite localizarse en el mapa y a partir de ahí hacer lo que más le interese, por lo tanto, puede hacer un viaje completamente personalizado. De una manera

muy visual, ella permite encontrar atractivos, actividades, servicios o empresas cerca de un determinado punto, simplemente con un botón cerca de mí. Por lo tanto, improvisar la visita es también una ventaja para el usuario de este aplicativo. No es todo raro, pero en un primer momento nos extrañó la falta de información al respecto de los alojamientos de la zona. Pero finalmente hemos concluido que esta información puede ser obviada a partir del momento que el usuario ya está en la isla. Es decir, para el “durante” el viaje es una información completamente dispensable. Eso sí, a lo mejor sería interesante considerar ofrecer dicha información para los turistas que aún no están en el destino, en el momento “antes” del viaje.

Aunque la APP está enfocada al turismo accesible, hemos identificado la falta de audio guías para facilitar su uso por el usuario con necesidades especiales en la visión. Es decir, parece más bien que ella está enfocada al acompañante que al propio turista con esas necesidades especiales. No solo eso, el uso de una audio guía permite a que se pueda disfrutar de las visitas en cuanto se escucha una descripción en la audio guía. Finalmente, el aplicativo tiene un apartado de sugerencias que intermedia la relación entre el usuario y el establecimiento o atractivo turístico. Eso enriquece la relación interactiva de la APP, debido a que aumenta la posibilidad de interrelaciones y mejora continua a través de la opinión del propio usuario.

#### 4.4.4 Versiones multilingües

Si bien se puede afirmar que en cuantas más lenguas estén la APP a más mercados internacionales se puede llegar. No es de todo cierto que todas ellas tengan que estar en multilinguaje. Brilhante y Corrêa (2015) afirman que la información sobre destinos turísticos es buscada por viajeros de diferentes nacionalidades, por lo tanto, en diversos idiomas. Pero claro, también es una decisión estratégica para qué mercados el destino se quiere proyectar. Por lo tanto, cabe destacar que

analizar bajo esta categoría no quiere decir que la APP sea mejor o peor que otra. Eso es, el destino puede emplear diferentes estrategias para diferentes públicos objetivos. Concretamente puede apostar en ofertar la APP solamente para un público, no por obviar la repercusión de la distribución de la información a través de las APPs, pero por que utiliza distintas herramientas para distintos segmentos. En el caso de la APP Tenerife Accesible, él se entiende que el público a que va dirigida es el turista nacional, debido a que esta solo está disponible en español, aunque según la empresa desarrolladora de la APP nos indicó que está preparada para soportar multi-idioma, ya que el destino sigue trabajando en los textos para inglés, francés y alemán.

España es un destino donde el turismo doméstico es muy fuerte, lo que también se entiende la apuesta para ese segmento de turismo específico.

La siguiente Tabla 1 intenta resumir los resultados descriptos anteriormente. Tabla1: Resultados del análisis según las categorías seleccionadas

Categorías	Indicadores	Descripcion Indicador	Tiene (Si)/ (No) Tiene
Contenido informativo	Como llegar y locomoción en el destino	Como llegar locomoción en el destino	No
		Locomoción en el destino	Si
		Colegamiento Googlemaps	Si
	Atractivos y recursos accesibles	Rutas	No
		Información de ocio y cultura, deportes, bares y restaurante, compras, lugares de interés	Si
		Edificios administrativos	Si
		Medios de transporte	Si
		Playas accesibles	Si
	Agenda Cultural	Información a cerca de la agenda cultural	No
	Empresas de turismo	Listado de empresas	Si
Información de utilidad pública	Aspectos relacionados con seguridad, urgencias en destino y accesibilidad	No	
m-Commerce	información y formas de contacto de los atractivos e infraestructuras del destino	Contacto o página web	Si
		Correos electrónicos	Si
	Que se puede hacer cerca de un determinado punto	Actividades	Si
	Intermediación a la contratación de los servicios	Relacion proveedor y el usuario	No
Interactividad	Contacto directo	APP	Si
		Redes sociales, websites y blogs	Si
	Busqueda	Palabras	Si
		Actividades/ Luagares/ Ubicacion	Si
	Facilidad al Feedback del turista	Evaluacion de los servicios de la APP	Si
		Evaluacion de los servicios ofertados por el destino	Si
Audioguias	Disponibilidad o informacion donde se puede encontrar	No	
Versiones multilingües	Idiomas	Informacion en diferentes idiomas	No

Fuente: Propia

A partir de análisis se identificaron algunos huecos presentes en la APP que podrían ser mejorados por medio de la optimización de la información y funciones de la herramienta, y a la vez se implementarían estrategias capaces de atender a algunas necesidades básicas del segmento turístico en cuestión. A continuación, algunos ejemplos de mejoras que podrían adoptadas por la APP:

- Accesos a la ciudad: indicaciones de los principales accesos y medios de transporte para llegar en la ciudad;
- Rutas turísticas: información detallando las facilidades y dificultades encontradas en las rutas según el perfil de la discapacidad del turista;
- Agenda Cultural: información en general dando un mayor destaque a las facilidades ofertadas por cada tipo de evento según el perfil de discapacidad del turista. Ej. muestras con Audio Guía, Indicaciones y/o descripciones en braille, lugar de realización con rampas, etc.
- Fornecer lista de teléfonos de emergencia;
- Facilitar la intermediación con posibilidad de reservas y compras directamente a través de la APP;
- Facilitar directamente en la APP una función Audio guía y/o fornecer informaciones sobre dónde encontrar audio guías para la visita turística;
- Ofrecer información por lo menos en inglés, alemán y francés.

## 5 CONSIDERACIONES FINALES

Este trabajo de investigación se caracteriza por ser un análisis de las variables que conforman una aplicación móvil desarrollada para intentar mejorar la experiencia turística de turistas con necesidades especiales. Con ella, hemos podido identificar que está dirigida a los servicios del destino, pero sin hacer ningún hincapié a los establecimientos de

alojamiento. Si bien es cierto que este es el subsector que más impacto tienen en la industria turística, se nota que la APP está más dirigida a acompañar el turista durante la realización del viaje, obviando por lo tanto esta información para la preparación del mismo.

La APP Tenerife Accesible ofrece información muy variada de la oferta turística de la isla. En ella se puede encontrar datos detallados a cerca de las actividades que el turista discapacitado tiene que conocer para poder salir más satisfechos con su experiencia. Es decir, como hemos visto en la teoría, la satisfacción del usuario con necesidades especiales está relacionada con la realización de actividades adaptadas a sus necesidades. La presenta información específica para cada necesidad (movilidad reducida, discapacidad auditiva o visual).

Una descubierta destacable en cuanto a los recursos utilizados como reclamo turístico para el potencial turista es la amplia oferta deportiva que en la APP se hace cuestión de destacar. En Tenerife Accesible se hace hincapié a las actividades deportivas que la isla ofrece a sus usuarios. En este sentido es notorio que ella no ofrece información solo de centros deportivos cerrados, pero también destaca toda la información relacionada con las actividades deportivas que se pueden realizar al aire libre en la isla. Con eso, se puede enfatizar que el turista, aunque tenga limitaciones motoras o sensoriales, también está interesado en vivir la experiencia turística plena en este destino.

Una otra conclusión que se puede llegar es que con una APP como esta, que tiene como foco enseñar los servicios accesibles del destino, se está cumpliendo una vez más con las recomendaciones de la OMT en cuanto al turismo para todos. Incluso se puede ir más lejos, asumiendo que esta APP facilita la vida de su usuario, ya sea este turista o residente. En este sentido, un punto a recalcar es que de esta manera no se está creando guetos para personas con

discapacidades. Tampoco se está ninguneando el residente, concretamente lo que se está haciendo es que la experiencia del turista sea más auténtica, visto que este podrá disfrutar de los mismos espacios que los residentes.

Este trabajo es relevante no solo debido a que con él identificamos las variables abordadas en una APP turística con foco en el destino accesible. Él también tiene su peso en la identificación del uso del deporte accesible como reclamo turístico. Además, la investigación se presta también a aportar conocimientos a los estudios acerca del uso de la tecnología móvil en la preparación del viaje de turismo accesible.

La principal limitación de este estudio gira alrededor de las elecciones metodológicas. Es decir, se asume que aunque

existan otras APPs que también relacionan turismo y accesibilidad, hemos decidido analizar solo las aplicaciones directamente relacionadas con destinos turísticos concretos. Por lo tanto, dejando de analizar cualquier otra APP que esté enfocada a mejorar la accesibilidad de personas con necesidades especiales. De ahí que recomendamos la realización de nuevos estudios que analicen y comparen aplicativos móviles que puedan relacionar estos dos conceptos: turismo y accesibilidad. Al igual que este estudio, seguramente esta futura línea de investigación logrará la identificación de nuevas variables que puedan ayudar a los planificadores turísticos a influir en la decisión de sus potenciales turistas.

## REFERENCIAS

AppGround (2015). Tenerife Accesible. 10/08/2016, de Google Play Sitio web <https://play.google.com/store/apps/details?id=net.appground.tenerifeaccesible>

Ávila Muñoz, A. L. & García Sánchez, S. (2015). Destinos turísticos inteligentes. *Economía industrial*, 395, 61-69.

Brilhante, M. N. & Corrêa, C. (2015). Análise comparativa de guias turísticos em formato de aplicativo: Lonely Planet e mTrip. *Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica*, 17(2), 354-386.

Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technologies. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

Diaz-Luque, P. & Corrêa, C. H. W. (2012). Análise dos Websites de Turismo Oficial das Cidades Sede da Copa do Mundo de Futebol de 2014 no Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(17/18), 201-211.

Domínguez Vila, T.; Fraiz Brea, J. A. & Alén González, M. E. (2011). Turismo y accesibilidad. Una visión global sobre la situación de España. *Cuadernos de Turismo*, 28, 23-45

Fernández Alles, M. T. (2009). Turismo accesible: importancia de la accesibilidad para el sector turístico. *Entelequia. Revista Interdisciplinar*, 9, 211-224.

Fragoso, D. M. T. (2015). Plataforma tecnológica "Tenerife Accesible". In *V Congreso Internacional de Turismo para Todos*, 21-37

Gil González, S. (2013). *Cómo hacer "Apps" accesibles*. CEAPAT: Madrid.

Isaac, M. S. & Schindler, R. M. (2014). The Top-Ten Effect: Consumers' Subjective Categorization of Ranked Lists. *Journal of Consumer Research*, 40(6), 1181-1202.

Marcos Pérez, D. & González Velázquez, D. J. (2003). *Turismo accesible. Hacia un Turismo para Todos*. Madrid: Mazars.

Millán Escriche, M. (2010). Turismo accesible Turismo para todos, un derecho ante la discapacidad. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 2, 101-126.

Mota, A. M. G.; Ferreira, A. C. V. V.; Wada, E. K. & Santos, M. F. (2014). Turismo accesible de aventura. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 3(1), 61-73.

Organización Mundial del Turismo (2015), *Recomendaciones de la OMT sobre accesibilidad de la información turística*. OMT: Madrid.

Peñaloza, M. (2007). Tecnología e innovación: factores claves para la competitividad. *Actualidad Contable FACES*, 10(15), 82-94.

Predif. (2016). *Turismo accesible*. Recuperado de Predif Sitio web <http://www.predif.org/index.php?q=turismo-strongaccesiblestrong>

Rodríguez Fernández, M.; González Sánchez, R. & García Muiña, F. E. (2012). El papel de la tecnología móvil en el proceso innovador de la empresa turística: Propuesta de un modelo integrado de gestión. *Revista TuryDes*, 5(13), 1-30.

Salgueiro, V. (2002). Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. *Revista Brasileira de História*, 44, 289-310.

Sánchez Jiménez, M. Á. (2015). Análisis de las aplicaciones móviles de destinos turísticos y su accesibilidad. In\_\_\_ *V Congreso Internacional de Turismo para Todos*, 115-153

Sardón Peláez, F. J. (2015). Camino de Santiago para todos. In\_\_\_ *V Congreso Internacional de Turismo para Todos*, 97-111

Segittur (2016). *Guía apps turísticas 2016*. Madrid: Seggitur.

Soares, J. R. R. (2015). A contribuição das TICs para aumentar a credibilidade da imagem do destino. Estudo exploratório para o segmento de turismo académico. *ROTUR, Revista de Ocio y Turismo*, 9, 44-61.

Toledo, G.L., Valdés, J.A. & Pollero, A.C. (2002). Empresas turísticas en ambiente globalizado: marketing y competitividad. Estudio de casos de clusters turísticos. *Turismo em Análise*, 13(1), 90-104.

Torres, C. E. (2011). Mobilidade: Computação móvel, dispositivos e aplicativos. 24/08/2016, de Slideshare Sitio web <http://www.slideshare.net/cetorres/palestra-mobilidade-computao-mvel-dispositivos-e-aplicativos>

Turespaña (2016). Turismo accesible. 10/08/2016, de Turespaña Sitio web <http://www.spain.info/es/informacion-practica/turismo-accesible/>