

# UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Alcoy

Escuela Politécnica Superior de Gandía

Análisis de la accesibilidad del destino turístico Gandía y  
evaluación de la rentabilidad social (SROI) de las actuaciones del  
Plan DTI

Trabajo Fin de Grado

Doble Grado Administración y Dirección de Empresas/Turismo

AUTORA: Inés Escobar Castañ

Tutores:

Antonio Giménez Morera

Bernat Roig Merino

CURSO ACADÉMICO: 2022/2023



## Resumen

La accesibilidad universal abarca mucho más que la discapacidad, es un horizonte de bienestar e inclusión que puede aportar un profundo beneficio para toda la sociedad. Es en este contexto donde surge el modelo de "Turismo Accesible", que posteriormente se enriquece con el concepto de "Turismo Inclusivo", abarcando así una gama más amplia de aspectos sociales. Si la condición de inteligencia en un destino turístico viene dada por la combinación de tecnología, innovación y sostenibilidad, para este tercer aspecto es imprescindible, tratar la sostenibilidad social y, dentro de ella, la accesibilidad e inclusión social.

La sostenibilidad social y la accesibilidad son pilares interconectados que promueven la igualdad de oportunidades y el bienestar inclusivo en la sociedad, y que por tanto son cruciales en un destino turístico inteligente. Es por ello que en este Trabajo de Fin de Grado se estudia la situación actual del destino turístico inteligente Gandia desde el punto de vista de la accesibilidad mediante la metodología *Mental Models*, para comparar el punto de vista y las opiniones de tres grupos de *stakeholders* de la localidad: sector privado turístico, sector público y colectivos del ámbito de la accesibilidad. Además, se propone una metodología basada en el SROI (retorno social de la inversión) para calcular la rentabilidad social de las actuaciones realizadas por el Ayuntamiento de Gandia en materia mejora de la accesibilidad del municipio en el marco del Plan Destino Turístico Inteligente 2020-2025.

## Abstract

Universal accessibility encompasses much more than disability, it is a horizon of well-being and inclusion that can provide profound benefits for society. It is in this context where the "Accessible Tourism" model arises, which is later enriched with the concept of "Inclusive Tourism", thus covering a broader range of social aspects. If the intelligence aspect in a tourist destination is given by the combination of technology, innovation and sustainability, it is essential for this third party to address social sustainability.

Social sustainability and accessibility are interconnected pillars that promote equal opportunities and inclusive well-being in society and are therefore crucial in a smart tourism destination. That is why in this Final Degree Project the current situation of the smart tourist destination Gandia is studied from the point of view of accessibility, through collaboration with representatives of important groups related to the sector, selected based on the Mental Models methodology for the establishment of stakeholders. In addition, measurement is needed to build sustainable improvements over time, so there are also analyzed the possible tools with which it is possible to calculate the social profitability of the actions carried out by *Turisme Gandia* in terms of accessibility.

**Palabras clave:** Accesibilidad; Destinos turísticos inteligentes; Turismo accesible; Turismo Inclusivo; SROI; impacto social.

**Keywords:** Accessibility; Smart Tourism Destinations; Accessible Tourism; Inclusive Tourism; SROI; social impact.



## Índice

---

Índice de gráficos y tablas.....	5
Introducción .....	6
Marco conceptual.....	7
La Red DTI-CV y el modelo DTI-CV .....	15
Plan Estratégico de Destino Turístico Inteligente de Gandia 2020 - 2025: actuaciones en materia de accesibilidad .....	21
Objetivo.....	24
Metodología .....	25
Resultados: percepción de los <i>stakeholders</i> .....	32
Análisis del Retorno Social de la Inversión (SROI).....	49
Actuaciones de mejora de accesibilidad del plan DTI Gandia.....	49
Etapas del proceso de cálculo del SROI .....	55
Conclusiones.....	79
Líneas de investigación abiertas a raíz de este estudio .....	83
Una reflexión final.....	84
Bibliografía.....	85

## Índice de gráficos y tablas

---

Gráfico 1 - Población con discapacidad por sexo y edad a nivel nacional (datos en miles de personas). Fuente: INE. Elaboración propia.....	9
Gráfico 2 - Línea del tiempo de la normativa en materia de accesibilidad. Fuente: Portal de Administración Electrónica Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. Elaboración propia. ....	14
Gráfico 3 - Municipios pertenecientes a la Red DTI-CV (datos a fecha 24/11/2022). Fuente: Invat.tur. Elaboración propia. ....	16
Gráfico 4 - Niveles destinos Red DTI-CV. Fuente: Invattur (2022b) Bases y horizonte del Modelo DTI-CV. Elaboración propia.....	18
Gráfico 5 - Variables de accesibilidad e indicadores DTI-CV. Fuente Invat.tur. (2022). Elaboración propia. ....	20
Gráfico 6 - Objetivos en materia de accesibilidad del plan turístico estratégico de Gandia. Fuente: Plan Estratégico de Destino Turístico Inteligente de Gandia 2020 – 2025. Elaboración propia.....	22
Gráfico 7 – Diagrama Gantt del Trabajo Fin de Grado. Elaboración propia.....	31
Gráfico 8 - Promedio de la importancia de cada actuación de mejora accesibilidad del Plan DTI Gandia, para cada grupo de stakeholders. Fuente: Elaboración propia a partir de la Pregunta 1 del cuestionario ad hoc.....	33
Gráfico 9 - – Promedio de la facilidad percibida para cada tipo de actuación, para cada grupo de stakeholders.. Elaboración propia a partir de la Pregunta 2 del cuestionario ad hoc. ....	35
Gráfico 10 - Promedio de la percepción de cada grupo de stakeholder sobre sobre la actitud del sector público y de sector privado hacia las actuaciones de mejora de la accesibilidad de Gandia. Fuente: Elaboración propia a partir de la Pregunta 3 del cuestionario ad hoc.....	36
Gráfico 11 - - Percepción de cada grupo de stakeholder sobre la consideración por parte del sector público de las actuaciones como inversión o gasto. Fuente: Elaboración propia a partir de la Pregunta 4 del cuestionario.....	39
Gráfico 12 - Percepción de cada grupo de stakeholder sobre la consideración por parte del sector privado de las actuaciones como inversión o como gasto. Fuente: Elaboración propia a partir de la Pregunta 4 del cuestionario.....	40
Gráfico 13 - Percepción de cada grupo de stakeholder sobre sobre la actuación más efectiva. Fuente: Elaboración propia a partir de la Pregunta 7 del cuestionario.....	43
Gráfico 14 - Respuestas de cada stakeholder a la P-14: Percepción de si existe o no liderazgo. Fuente: Google Forms. Elaboración propia.....	47
Tabla 1 - Mapa de outcomes para el cálculo del SROI. Fuente: Elaboración propia. ....	58
Tabla 2 - Indicadores para el cálculo del SROI. Fuente: Elaboración propia.....	61
Tabla 3 - Cálculo exploratorio del SROI para la Acción-1 del Plan DTI Gandia: Elaboración de una guía de accesibilidad turística del destino. Fuente: Elaboración propia.....	75

## Introducción<sup>1</sup>

---

Uno de los desafíos de la sociedad en los últimos años ha sido la sostenibilidad, y dentro de la misma, la sostenibilidad social, donde está contenida la accesibilidad y adaptación de todos los ámbitos de la vida a todo tipo de personas, incluyendo así las personas con discapacidad. En esta línea se crea el modelo de “Turismo Accesible”, posteriormente completado con “Turismo Inclusivo”, que abarca muchos más ámbitos sociales. Por otro lado, aparece el movimiento de las “Ciudades Inteligentes”, cuya aplicación al sector del turismo adquiere el nombre de “Destinos Turísticos Inteligentes DTI”.

Estas dos tendencias (accesibilidad e inteligencia) están actualmente en el sector turístico, y es ese uno de los motivos por los que he elegido como tema de investigación para este Trabajo Fin de Grado el análisis de la aplicación práctica del concepto de accesibilidad en los DTI. Para ello, se van a identificar las áreas en que ambas tendencias se complementan, utilizando la revisión bibliográfica, y las entrevistas a expertos como fuentes de información para llevar a cabo este estudio exploratorio, aplicado a un destino turístico cercano y comprometido con la inteligencia y la accesibilidad como es Gandia.

Otro aspecto importante para realizar este TFG es la oportunidad que brinda el proceso a seguir en este estudio para completar y poner en práctica la formación recibida en el Doble Grado de Turismo y Administración y Dirección de Empresas, ramas de las ciencias sociales de las cuáles parte el tema de este Trabajo, y poder aplicarla a problemas reales de la sociedad.

El sector turístico es una actividad estratégica clave para la economía de la Comunidad Valenciana y por tanto de gran importancia. La Organización Mundial de la Salud (OMS, (2022)) estima que existen 1300 millones de personas — es decir, 1 de cada 6 personas en todo el mundo —, que tienen algún tipo de discapacidad. Dentro de este colectivo existen segmentos de mercado con un elevado potencial de desarrollo, ya que muchos destinos turísticos no están adaptados ni preparados para atenderles y, por tanto, tampoco reciben a sus acompañantes. En los últimos años el turismo sostenible ha estado en boca de todos, destacando sus tres pilares: la sostenibilidad ambiental, económica y social. Es en este tercer pilar donde se tienen en cuenta los aspectos de la inclusión social y accesibilidad que se va a tratar en este TFG.

Junto a los motivos profesionales y académicos, también hay razones de carácter personal que justifican la elección del tema, vinculadas con la experiencia que he tenido el gusto de vivir que me ha llevado a desarrollar una sensibilización especial hacia la accesibilidad en todos los sectores y ámbitos de la vida para las personas con discapacidad. Ello, sumado a la inquietud por ver cómo el análisis de los datos y la tecnología puede mejorar

---

<sup>1</sup> Se agradece a la Cátedra Gandia Turismo Inteligente del Ayuntamiento de Gandia en la Universidad Politécnica de Valencia su apoyo y ayuda en la recopilación de la información necesaria para este TFG.

la calidad de vida de los residentes y la experiencia de los turistas. La evolución que ha experimentado el sector turístico a la par de los demás sectores en cuanto a la gestión inteligente y optimizada de los recursos, buscando la mejora continua de los procesos y de la satisfacción de los turistas, ofrece una oportunidad de investigación que beneficia a todos los elementos de la sociedad.

Desde el punto de vista profesional y académico, se pretende adquirir conocimientos más profundos sobre el sector del turismo, en el ámbito de la gestión y administración empresarial.

## **Marco conceptual**

---

En este epígrafe, previo a la definición de objetivos y la metodología, se revisa el marco teórico que ayudará a concretar los objetivos. Para ello, se ha revisado la bibliografía y fuente específica, nacional e internacional, sobre accesibilidad, ciudades y DTI.

## **Ciudad Inteligente**

---

El concepto de *smart city*, ciudad inteligente, ha evolucionado desde un enfoque basado en la integración de las TIC en los procesos urbanos para aumentar la eficiencia y eficacia de sus procesos hasta la definición actual, que ve a los ciudadanos como parte de una mejora para fomentar un desarrollo económico sostenible basado en la innovación.

La evolución del concepto a lo largo del tiempo ha sido notable, en un principio se hablaba de tecnología y sostenibilidad ambiental:

*“El concepto «Smart City» –traducido en español como «Ciudad Inteligente»– comenzó a desarrollarse en los años noventa del siglo pasado como un modelo urbano basado en la tecnología, que permitiría afrontar los grandes retos que comenzaban a preocupar a las ciudades de nuestro planeta: mejorar la eficiencia energética, disminuir las emisiones contaminantes y reconducir el cambio climático.”* (Fernández, 2015, p. 21).

En la actualidad la definición se acerca más a la inclusión social y abarca un espectro más amplio, incorporando el concepto de gobernanza:





*“Ciudad innovadora que utiliza las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y otros medios para mejorar la calidad de vida, la eficiencia de la operación urbana y los servicios y competitividad, asegurando al mismo tiempo que responda a las necesidades de las generaciones presentes y futuras con respecto a los aspectos económicos, sociales, ambientales, así como culturales.” (UNE 178201:2016, Ciudades inteligentes)*

## **Destino Turístico Inteligente**

---

La aplicación del concepto de Smart City al turismo se realiza bajo la denominación de Destino Turístico Inteligente, definido según la Norma UNE 178501:2018 Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Requisitos, como:

*“Territorio que promueve la accesibilidad universal, que hace uso de la innovación y la tecnología, garantiza el desarrollo turístico sostenible en sus tres vertientes (económico, socio-cultural y medioambiental) para mejorar la experiencia del turista y la calidad de vida del ciudadano y está gobernado por un Ente Gestor<sup>2</sup>”.*

## **Discapacidad**

---

Según el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, la discapacidad se define como:

*“Discapacidad: es una situación que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias previsiblemente permanentes y cualquier tipo de barreras que limiten o impidan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás.” (BOE, 2022)*

A nivel nacional los datos de la Encuesta de Población de 6 y más años con discapacidad del INE nos muestran que el número total de españoles que declaran tener alguna discapacidad es de 4.318.100, cifra que supone un 9,1% de la población española. La tasa de discapacidad en personas de entre 6 y 44 años es de 533.100 a nivel nacional y

---

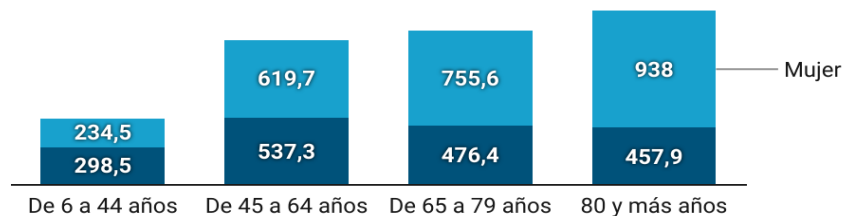
<sup>2</sup> Ente Gestor: Entidad local territorial, entidad local o comunidad autónoma uniprovincial que gobierna y gestiona un DTI con la responsabilidad y autoridad suficiente para establecer, implementar, mantener y mejorar un Sistema de Gestión de un DTI. (UNE-Asociación Española de Normalización, 2019)

52.600 en la Comunidad Valenciana (INE, 2020a). De ese 4 millón de personas, 45.100 indican que la principal actividad realizadas durante el tiempo libre es el turismo, de las cuales 7.500 son de la Comunidad Valenciana (INE, 2020b).

El siguiente gráfico de franjas acumuladas muestra la edad de la población con discapacidad a nivel nacional y el sexo, es relevante destacar que son el colectivo de 65 a 79 años y el de 65 a 85 años los más numerosos, y en los últimos tres colectivos existen más mujeres que hombres mientras que en el colectivo de 6 a 44 años predominan los hombres. Como se observa la población con discapacidad en España supone alrededor del 15% del total, y sólo se tiene en cuenta las personas con discapacidad reconocida, supondría un porcentaje mayor si se incluyera todos los habitantes con cualquier necesidad concreta, por lo que hablamos de una cantidad grande de españoles, y es necesario avanzar en la investigación para el bienestar de todos ellos.

## Población con discapacidad por sexo y edad

Encuesta INE 2020



Fuente: INE • Creado con Datawrapper

*Gráfico 1 - Población con discapacidad por sexo y edad a nivel nacional (datos en miles de personas). Fuente: INE. Elaboración propia.*

Según datos del INE (datos del 1 de julio de 2022), España cuenta con una población total de 47.615.034 lo que supone un incremento de 283.732 habitantes en el último año. La pirámide de población: España posee una pirámide de población en que la parte central es más numerosa que la parte inferior y superior, lo que quiere decir que, el número de personas de entre 35 y 64 años tiene un porcentaje más significativo, que es a su vez el tercer grupo poblacional con más número de personas con discapacidad, según se ha visto anteriormente, por lo que puede entenderse que en algunos destinos este grupo de personas sean un alto número de los turistas que les visitan.

## Accesibilidad y accesibilidad universal

---

La discapacidad y la accesibilidad van unidos, sin embargo, la accesibilidad abarca mucho más. Según la Ley 6/2022, de 31 de marzo, de modificación del Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2013, el concepto de accesibilidad se define como:

*“La accesibilidad es una condición previa para que las personas con discapacidad, hombres y mujeres, puedan vivir de forma independiente y participar plenamente en la sociedad en igualdad de condiciones.” (BOE, 2022)*

Según la Ley 6/2022 de 31 de marzo, que modifica el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, se define la “accesibilidad universal” como:

*“Accesibilidad universal: es la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos, instrumentos, herramientas y dispositivos para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible. En la accesibilidad universal está incluida la accesibilidad cognitiva para permitir la fácil comprensión, la comunicación e interacción a todas las personas. La accesibilidad cognitiva se despliega y hace efectiva a través de la lectura fácil, sistemas alternativos y aumentativos de comunicación, pictogramas y otros medios humanos y tecnológicos disponibles para tal fin. Presupone la estrategia de «diseño universal o diseño para todas las personas», y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse.» (BOE, 2022)*

Es por tanto una condición que deben cumplir los entornos turísticos, sus procesos, bienes y productos, así como todo aquello que les envuelve, para poder tratarse de destinos accesibles. La accesibilidad se extiende a todos los ámbitos turísticos, y del mismo modo que los métodos empresariales que implementan mejoras pequeñas en todos los procesos posibles para así crear una mejora global mayor, se pueden desagregar todos los elementos que componen un destino turístico e implementar mejoras en cada uno de ellos, que en su conjunto componen una mejora global.

## Ciudad Inteligente Accesible

---

En la actualidad la accesibilidad es un pilar clave para las ciudades inteligentes, no existe una sin la otra, como bien trasladan José Ignacio Sánchez Valdenebro y Francisco Javier García Vieira, en su Informe sobre Gobierno y Participación ciudadana en el Nuevo Modelo de Ciudad.

*“Es importante hacer mención a un elemento que se suele obviar en las definiciones y que tiene impacto directo en el posicionamiento del ciudadano como centro de la ciudad. La ciudad Inteligente debe ser una Ciudad Integradora que acoja a todos sus ciudadanos. Por tanto, no podemos pensar en una ciudad inteligente si no es una ciudad accesible. El concepto Smart City evoluciona hacia el concepto Smart City Accesible (Smart City A+), un concepto acuñado por la Fundación ONCE (Muñoz de Dios, 2014), que define una ciudad accesible para todos mediante la accesibilidad al entorno construido y la utilización de las TIC, que logra que su infraestructura y servicios públicos sean para todos los ciudadanos, proveyendo servicios más eficientes e interactivos basados en los conceptos de accesibilidad universal. Como indica Jesús Hernández-Galán «La Smart City debe convertirse en una Human City, una ciudad que ponga el foco en el ciudadano y que sea él el verdadero protagonista» (Hernández-Galán, 2013)” (Sánchez Valdenebro y García Vieira, 2015).*

La Comisión Europea publicaba en 2010 el Plan Europa 2020: una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, donde se menciona que lo que se necesita Europa es una estrategia para convertir a la UE en una economía inteligente, sostenible e inclusiva que genere altos niveles de empleo, productividad y cohesión social. El Plan sitúa el crecimiento inclusivo<sup>3</sup> como una de las tres prioridades que deben ser el corazón de Europa 2020: el crecimiento inteligente: desarrollo de una economía basada en el conocimiento y la innovación; el crecimiento sostenible: promoción de una economía más eficiente en el uso de los recursos, más verde y competitiva; y el crecimiento inclusivo. También implica mejorar los sistemas de capacitación y protección social para ayudar a las personas a adaptarse y manejar los cambios, y así construir una sociedad unida y cohesionada. Desde la propia UE se proponen metodologías de implementación de la inclusividad que marcan como clave para todo territorio, mostrando el compromiso que tiene la Comisión en este aspecto:

*“La Comisión Europea hará un seguimiento anual de la situación sobre la base de un conjunto de indicadores que muestren el progreso general hacia el objetivo de una economía inteligente, verde e inclusiva que genere altos niveles de empleo, productividad y cohesión social.” (European Commission, 2010)*

---

<sup>3</sup> Crecimiento inclusivo: fomento de una economía de alto empleo que genere cohesión social y territorial.

Hablar de accesibilidad e inclusión es crucial al hablar de ciudades inteligentes, como menciona Mazzucato, cualquier innovación debe poner atención a la inclusividad además de la inteligencia:

*“Sólo si la comunidad de innovación muestra una mayor atención a estos temas, podemos esperar lograr un crecimiento que no solo sea "inteligente" sino también "inclusivo".”* (Mazzucato, 2013)

### **Evolución reciente de la normativa internacional, europea y española sobre accesibilidad**

---

El papel de la regulación y normativa en un ámbito como el tratado en este trabajo, es crucial. Es por ello que se considera interesante hacer un breve recopilatorio de la cronología de la misma, con el objetivo de observar su evolución reciente. Según el Portal de Administración Electrónica Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, la legislación en materia de accesibilidad a destacar es publicada por los siguientes organismos:

#### **Internacional: ISO/IEC**

---

- **ISO/IEC 40500:2012:** Directrices de accesibilidad al contenido web (WCAG) 2.0 del W3C, que cubre una amplia gama de recomendaciones para hacer que el contenido web sea más accesible, al igual que la norma UNE de ese mismo año.

#### **La Unión Europea: ETSI, CEN , CENELEC y Directivas de la UE.**

---

- **EN 301549 v1.1.2 (2015-04)** Requisitos de accesibilidad de los sitios web, documentos, software, hardware: es la norma europea que establece los requisitos de accesibilidad de los sitios web, documentos, software, hardware, etc., y a la que hace referencia la legislación europea en materia de accesibilidad. Fue reemplazada por EN 301 549 V2.1.2, que a su vez fue reemplazada por EN 301 549 V3.2.1 en agosto 2021.
- **Directiva 2016/2102** Sobre Accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles de los organismos del sector público: establece las normas por las que se exige a los Estados miembros que garanticen que los sitios web, independientemente del dispositivo empleado para acceder a ellos.



- **EN 301549 v2.1.2 (2018-08)** Requisitos de accesibilidad para productos y servicios TIC: El cambio más significativo de esta norma respecto a la anterior es que se actualiza a WCAG 2.1 (2018)<sup>4</sup>.
- **EN 301549 v3.2.1 (2021-03)** Requisitos de accesibilidad para productos y servicios TIC: Se revisan y extienden los requisitos de varios elementos.

### **España – Normas AENOR y Decretos del Gobierno**

---

- **UNE 139803:2004:** Establece las características que han de cumplir los contenidos disponibles mediante tecnologías Web en Internet, Intranets y otro tipo de redes informáticas, para que puedan ser utilizados por la mayor parte de las personas, incluyendo personas con discapacidad y personas de edad avanzada, de forma autónoma o mediante las ayudas técnicas pertinentes.
- **Real Decreto 1494/2007:** Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social.
- **UNE 139803:2012:** Es la modificación y actualización de la norma anterior de 2004. Se trata de la versión en español de las normas del *World Wide Web Consortium* (W3C), la primera hace referencia a la norma 1.0 y la de 2012 a la 2.0, y como se menciona en la norma, la WCAG 2.0 es diferente de WCAG 1.0 en cuanto a su filosofía, estructura y contenido. (UNE, 2012)
- **UNE-EN 301549 v1.1.2:2015:** Establece los requisitos para que los compradores públicos puedan identificar los requisitos a la hora de hacer sus compras y, asimismo, en que los fabricantes puedan emplearlo dentro de sus procedimientos de diseño, desarrollo y control de calidad. (UNE, 2015)
- **Real Decreto 1112/2018:** Sustituye y mejora las condiciones que se exigía a los portales de las Administraciones Públicas.
- **UNE-EN 301549:2019:** Pretende ayudar tanto a los desarrolladores y evaluadores como a auditores y consultores de aplicaciones móviles y páginas web en materia de accesibilidad.
- **UNE-EN 301549:2022:** Mejora y actualiza la norma anterior.

---

<sup>4</sup> WCAG 2.1 (*Web Content Accessibility Guidelines 2.1*): Pautas de Accesibilidad para el Contenido Web del *World Wide Web Consortium*, que recogía la recomendación definitiva después de un proceso de elaboración de casi 10 años desde la anterior publicación. (W3C, 2018)

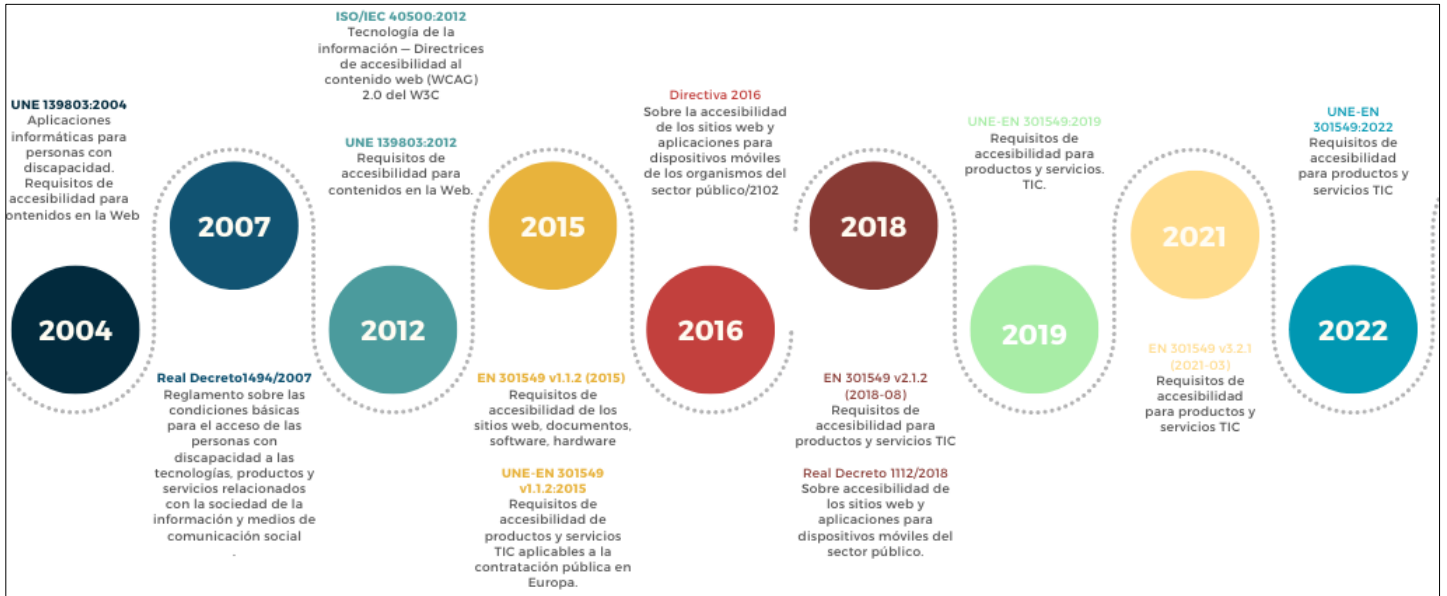


Gráfico 2 - Línea del tiempo de la normativa en materia de accesibilidad. Fuente: Portal de Administración Electrónica Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. Elaboración propia.

## La Red DTI-CV y el modelo DTI-CV

---

En el año 2013 Turisme Comunitat Valenciana, a través del Invat-tur y bajo la coordinación del IUIT, ponía en marcha el proyecto Destinos Turísticos Inteligentes Comunitat Valenciana con el propósito de establecer un marco teórico y estratégico que adaptase el concepto de smart city a los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana. Se siguió un procedimiento participativo con los agentes turísticos involucrados mediante focus group o el Método Delhpi. Esta iniciativa supuso la puesta en marcha de una red, denominada Red DTI-CV, que da ayuda y soporte a los destinos en su avance hacia un turismo más inteligente.

*“La Red DTI-CV es una agrupación de ámbito autonómico, sin personalidad jurídica y carente de ánimo de lucro que nace con el objetivo de impulsar y afianzar un marco de gestión del turismo coherente con la estrategia y el modelo de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana (DTI-CV), a través de la consolidación de una Red autonómica que favorezca el diálogo y la colaboración entre los miembros, para así facilitar la evolución de la planificación y gestión de los destinos turísticos en base al modelo DTI-CV” (Invattur, s.f.)*

Gandia forma parte de la Red DTI-CV, de la que forman parte 108 municipios, mancomunidades y diputaciones de la Comunidad Valenciana a fecha 24/11/2022, tal como se muestra en el siguiente gráfico.



### Reparto territorial de destinos pertenecientes a la Red DTI-CV por nivel respondiente

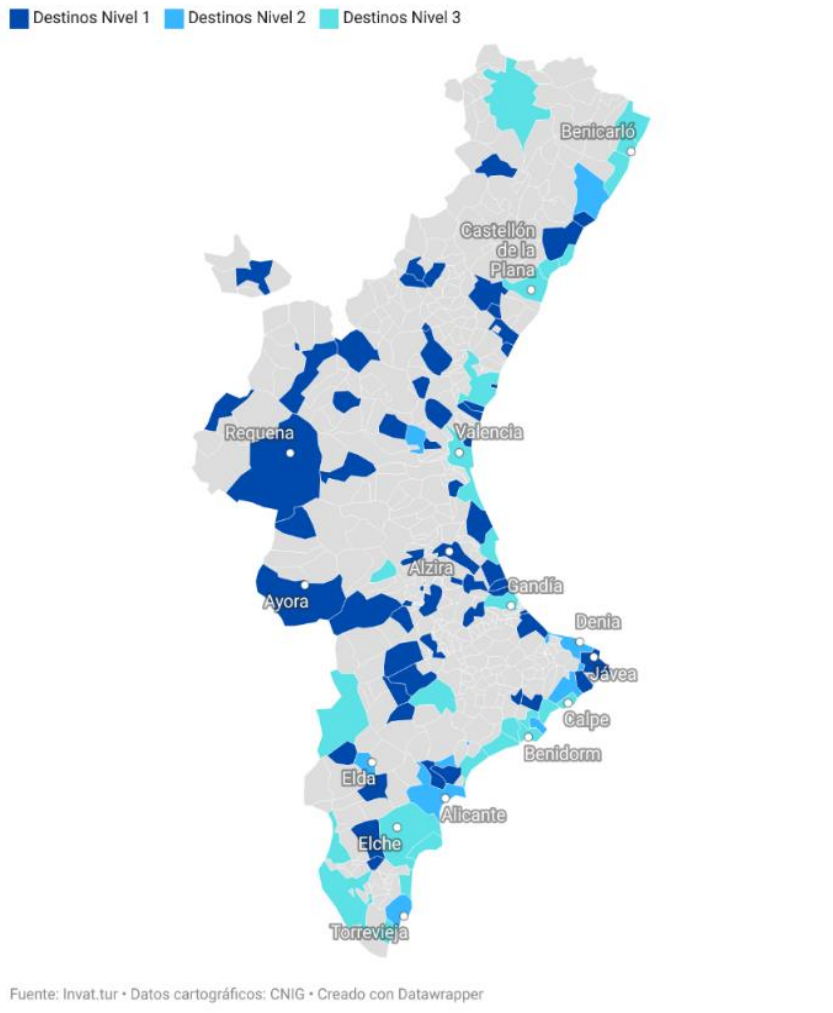


Gráfico 3 - Municipios pertenecientes a la Red DTI-CV (datos a fecha 24/11/2022). Fuente: Invat.tur. Elaboración propia.

La Red es una Agrupación clave para el desarrollo del tejido turístico hacia un modelo inteligente, donde se fomente la mejora continua. Como se describe en el Reglamento DTI-CV, los fines de la Agrupación, entre otros, son:

- *“Facilitar la colaboración entre todos los agentes involucrados en el desarrollo de los Destinos Turísticos Inteligentes (en adelante DTI): destinos turísticos, mancomunidades, empresas turísticas y tecnológicas, centros de investigación, etc.*
- *Fomentar la investigación y el uso de las nuevas tecnologías que afiancen el desarrollo y la innovación desde un punto de vista turístico con el territorio local o mancomunado como agente promotor de la innovación.*
- *Divulgar e impulsar los avances tecnológicos y proyectos desarrollados por los DTI, así como atraer flujos de información y favorecer su transformación en conocimiento*

*que permita la transformación del sector turístico hacia modelos basados en el conocimiento y en el capital humano.*

- *Promover la transferencia de tecnología y conocimiento entre la Red DTI-CV, impulsando la cooperación entre administraciones, empresas y agentes del sistema de innovación” (Invattur, s.f.).*

### **Clasificación de los DTI-CV**

---

El modelo DTI-CV estructura a los destinos en tres niveles, en función del grado de implantación de los requisitos de la normativa sobre DTI:

- El primer nivel es el básico o “estratégico-relacional”, en el cual el destino establece las condiciones previas que determinan la capacidad de actuación del destino y el alcance de una estrategia adecuada. En este nivel se define la estrategia, que incorpora los principios de accesibilidad universal, así como la forma de colaboración entre los distintos agentes del destino.
- En segundo nivel, avanzado o instrumental, el destino ya cuenta con la infraestructura de conectividad que permite el desarrollo digital e implantación de tecnología.
- Por último, en el tercer nivel denominado excelente o aplicado, el destino ya desarrolla soluciones inteligentes en diferentes ámbitos de la gestión del destino, basadas en la mejora de la eficiencia y en la retroalimentación a partir de indicadores.



Gráfico 4 - Niveles destinos Red DTI-CV. Fuente: Invattur (2022b) Bases y horizonte del Modelo DTI-CV. Elaboración propia.

### Accesibilidad como principio fundamental del modelo DTI-CV

---

Garantizar la accesibilidad universal es uno de los principios fundamentales de Turisme Comunitat Valenciana, tal como aparece reflejado en el siguiente párrafo extraído del Plan Estratégico de Turismo 2020/2025:

*“Garantizar la sostenibilidad en el turismo, que supone asumir que los recursos están adecuadamente valorados y adaptados para proporcionar una mejor diferenciación frente a la competencia; que las infraestructuras están planificadas con el propósito de garantizar la accesibilidad universal.”* (Turisme Comunitat Valenciana, 2020)

Siguiendo este Plan Estratégico, el Modelo DTI-CV de 2021 utiliza, no sólo el concepto de accesibilidad para establecer sus bases, sino también el de inclusión, que como se ha visto anteriormente, abarca un espectro más amplio. Además, se indica explícitamente que estos dos conceptos establecen la base para garantizar el derecho a viajar. Ello denota ya una visión de la accesibilidad que va más allá de las premisas básicas, siendo el concepto de accesibilidad universal parte integral de los modelos DTI-CV, ya en sus bases.

Las bases ya comienzan describiendo el concepto de Ciudad Inteligente a través de su característica de accesible, y hacen referencia a que es de las principales diferencias entre un destino turístico normal y un destino turístico inteligente en lo que se refiere a resultados. De hecho, se establece como el tercer factor, tras la calidad y eficiencia, y la innovación. En esta línea, se propone la idea de que la cuestión de inteligencia turística es transversal en el territorio y agentes del mismo. Para ello se crean manuales específicos en cuestión de accesibilidad a lo largo de la trayectoria de la Red DTI-CV, como Manuales de Accesibilidad Turística para gestores de Destinos Turísticos en 2020, o el Manual de Accesibilidad Digital en Destinos Turísticos Inteligentes.

El modelo inicial de la Comunitat Valenciana, establecía nueve elementos integrantes o dimensiones: la gobernanza, la sostenibilidad, la accesibilidad, innovación, conectividad, inteligencia, información turística, marketing y evolución. El sistema se formuló en su etapa inicial con 72 indicadores, que se estructuraban en esas nueve dimensiones, y su diseño estaba pensado para su aplicación a nivel local. Junto a este sistema de indicadores, se propuso una metodología de implementación uniforme con el objetivo de ayudar al proceso de crear una organización de la actividad turística en los destinos.

La Ley 15/2018 de Turismo, Ocio y Hospitalidad de la Comunidad Valenciana rige las bases para el desarrollo y formalización del modelo DTI-CV. En el ámbito de la accesibilidad, la Ley establece la implantación de sistemas que faciliten el acceso físico y digital a la información y a los recursos. Dentro de los criterios para conseguir la certificación como Destino Turístico inteligente, se encuentra en el cumplimiento de una serie de requisitos, en función del nivel que se quiera conseguir (básico, avanzado o excelente).

Dentro de estos requisitos, se definen 7 variables relacionadas con la accesibilidad del DTI, medidas a través de una serie de indicadores. En el gráfico siguiente se muestra qué requisitos contiene cada una de dichas variables y qué indicadores se proponen para medir el nivel de logro de cada requisito.



Gráfico 5 - Variables de accesibilidad e indicadores DTI-CV. Fuente Invat-tur. (2022). Elaboración propia.

El área de formación de Turisme Comunitat Valenciana también pone el foco en los últimos años en las actividades de sensibilización y cualificación de los profesionales del turismo en el ámbito de la atención a personas con discapacidad, como mencionan en su sesión de formación pública del 5 de mayo de 2023 “Cómo atender a turistas con discapacidad en caso de emergencia: asistencia a personas con discapacidad visual y/o sordociegas”:

*“Como sociedad debemos tener compromiso hacia la inclusión y la accesibilidad universal especialmente en el ámbito del turismo, una industria importantísima y trascendental en nuestra comunidad y que requiere de nuestra atención para garantizar que todas las personas incluyendo aquellas con discapacidad puedan disfrutar de ella de forma segura y cómoda.” (GVA Turisme, 2023)*

En esta línea, las entidades que forman parte de la Agrupación incorporan procesos de mejora en innovación tecnológica además de estar dentro de una red de intercambio de información que posibilita el desarrollo del turismo inteligente, lo cual es una vía fundamental para la mejora continua. Además, existen empresas tecnológicas adheridas a la Red que a través de proyectos específicos desarrollan en mayor medida de Red DTI-CV integrando mejoras desde el punto de vista empresarial.

### **Plan Estratégico de Destino Turístico Inteligente de Gandia 2020 - 2025: actuaciones en materia de accesibilidad**

---

Dentro del Plan Estratégico de Destino Turístico Inteligente de Gandia (Anexo III), publicado por el Ayuntamiento de Gandia, en que se recogen las líneas estratégicas que está siguiendo el Destino para acercarse a la inteligencia turística, se dedica un espacio a la accesibilidad.

El objetivo principal del plan es elaborar una guía de las actuaciones necesaria aprovechar las fortalezas de Gandia y aumentar su competitividad en el marco del modelo de Destino Turístico Inteligente, busca diversificar la oferta turística de Gandia, que actualmente se basa principalmente en el turismo de sol y playa, mediante la promoción de valores culturales, patrimonio histórico y natural, y productos de alta calidad. También se enfoca en el uso de la tecnología y herramientas de Inteligencia Turística para mejorar la competitividad y la experiencia turística en beneficio tanto del sector turístico como de la ciudadanía.

El Plan está compuesto por 6 ejes: Gobernanza Turística, Productos y mercados, Marca y Comunicación, Desarrollo local, Sostenibilidad (transversal) y Innovación (transversal). Dentro estos ejes, se distinguen diferentes programas y “retos” o actuaciones que planificó el destino llevar a cabo, separado por ámbitos. Un eje transversal es el de la Sostenibilidad, y dentro del mismo se encuentra el Reto 13 que pretende asegurar el acceso universal de todas las personas al entorno, al transporte, a las instalaciones y a los servicios turísticos. En materia de accesibilidad, el Programa 34 es el programa dedicado a la accesibilidad para la dinámica turística, compuesto por los siguientes objetivos y medidas específicas. (Anexo IIII).

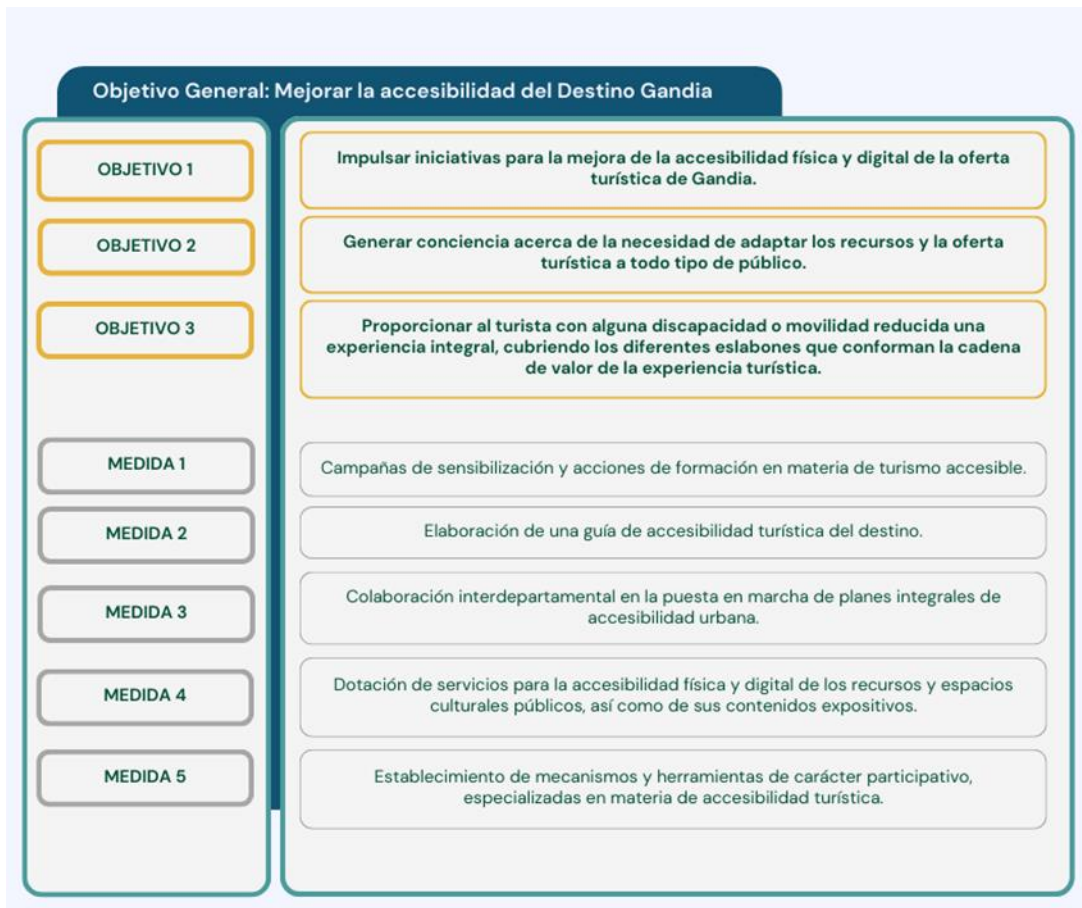


Gráfico 6 - Objetivos en materia de accesibilidad del plan turístico estratégico de Gandia. Fuente: Plan Estratégico de Destino Turístico Inteligente de Gandia 2020 – 2025. Elaboración propia.

En el ámbito privado, se impulsan planes integrales de accesibilidad en establecimientos turísticos, comerciales y medios de transporte. Se brinda asesoramiento y se busca financiación para estos proyectos. Para mejorar el acceso a la información turística, se fomenta la señalización táctil, visual y sonora para personas con diversidad funcional. Se desarrollan proyectos específicos en recursos culturales y espacios expositivos, mejorando el acceso físico y la señalización interior. Se utiliza la tecnología digital, como la realidad virtual, para ofrecer visitas virtuales a lugares de difícil acceso. Este programa se lleva a cabo en el marco de la Gobernanza turística, con la participación de asociaciones de colectivos con discapacidad/diversidad en las mesas de trabajo. La accesibilidad del destino también se considera en el Plan de Marketing y Comunicación del PEDT(I).

Entre los objetivos se puede observar el impulso y la mejora de la accesibilidad física y digital en la oferta turística de Gandia, la generación de conciencia sobre la adaptación de los recursos y la oferta turística para todos los públicos, y la gestión de una experiencia



integral a turistas con discapacidad o movilidad reducida en cada etapa de la experiencia turística.

Las medidas incluyen campañas de sensibilización y formación en turismo accesible, la elaboración de una guía de accesibilidad turística del destino, la colaboración interdepartamental para implementar planes integrales de accesibilidad urbana, el asesoramiento y impulso a la mejora de la accesibilidad física en los sectores comerciales, de alojamiento, restauración, ocio y transporte local, la provisión de servicios para mejorar la accesibilidad física y digital de los recursos y espacios culturales públicos, y el establecimiento de mecanismos y herramientas participativas especializadas en accesibilidad turística.



## Objetivo

---

La accesibilidad universal abarca mucho más que la discapacidad y propone un concepto de bienestar e inclusividad profunda que puede resultar de gran beneficio para la sociedad. Es por ello por lo que el objetivo de este Trabajo es realizar un estudio con un alto grado de innovación, aprovechando la oportunidad que supone tener rápida disposición de datos y contactos de organizaciones y profesionales que conforman el conglomerado de empresas que componen un referente en gestión turística como es España y en concreto de Gandia, en la Comunidad Valenciana, partiendo de la Red DTI-CV para estudiar la aplicación del concepto de accesibilidad universal al turismo.

Al tratarse este de un TFG del Doble Grado Turismo-ADE se han elegido dos objetivos principales:

- Realizar un estudio sobre la situación actual de las acciones en materia de accesibilidad del Plan DTI de Gandia, para el TFG del Grado de Turismo.
- Y, por otro lado, analizar la rentabilidad social (SROI) de ciertas actuaciones realizadas y previstas por el ayuntamiento y los agentes privados más relevantes del sector turístico, para la mejora de la accesibilidad de los turistas al destino y sus instalaciones, para el TFG del Grado de ADE.

En cuanto a los objetivos específicos, son los siguientes:

- Analizar los requisitos que debe cumplir un Destino Turístico Inteligente y qué acciones se llevan a cabo en las diferentes áreas implicadas, para la aplicación del modelo DTI.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual del destino turístico inteligente Gandia desde el punto vista de la accesibilidad universal.
- Conocer la percepción y evaluación de las actuaciones previstas en el Plan DTI de Gandia en materia de accesibilidad, por parte de los agentes públicos y privados del destino.
- Proponer un sistema de medida del impacto socioeconómico de las inversiones en mejora de la accesibilidad e inclusión social en las ciudades, mediante el uso del SROI.
- Mostrar la utilidad práctica del uso de indicadores y herramientas como el SROI para la medición de rentabilidad y el impacto de este tipo de actuaciones.

Por último, se establece la importancia de la implementación de la accesibilidad para la evolución en el concepto de inteligencia turística y la sensibilización por parte de los agentes de los Destinos Inteligentes.

## Metodología

---

El enfoque metodológico seguido es interpretativo - cualitativo, ya que se pretende comprender los factores que repercuten a la accesibilidad de un destino turístico, desde todos los ángulos. Para ello se recurre tanto a fuentes secundarias como primarias.

En una fase inicial, se realiza un estudio del marco teórico en profundidad sobre conceptos de Ciudad Inteligente, Destino Turístico Inteligente, Discapacidad y Accesibilidad Universal, Turismo Accesible y Ciudad Inteligente Accesible. Para ello se recurre a la normativa que define dichos conceptos, así como estudios realizados en este ámbito. Una vez conocido esto, se examina la relación existente entre el Modelo DTI CV con la accesibilidad, así su implementación en el Plan DTI Gandia. Este análisis de la literatura existente en materia de accesibilidad, el enfoque de la misma en la normativa de aplicación, así como la relación de la misma con los DTI, ofrece la hoja de ruta a seguir en el estudio.

Una vez revisada la bibliografía, normativa y planes de mejora de accesibilidad en Gandia y Red DTI-CV, se determinan los objetivos concretos a perseguir para llevar a cabo el estudio de caso aplicado a Gandia . Para ello, se implementa el estudio de la perspectiva de los diferentes *stakeholders* del destino turístico de Gandia sobre su visión de la situación de la accesibilidad, así como la perspectiva de los principales representantes. Para ello se ha entrevistado a diferentes de la administración pública local, sector privado turístico de Gandia y colectivos del ámbito de la accesibilidad, que tienen una relación directa con el Destino Turístico de Gandia y su accesibilidad.

Para mejorar la accesibilidad en destinos turísticos, es fundamental comprender el punto de vista y opiniones de los diferentes actores y partes interesadas involucradas en este proceso. Los *stakeholders* en este caso son las partes interesadas en el desarrollo del turismo accesible. Se ha elegido realizar cuestionarios con el fin de conocer cuál es la visión de los *stakeholders* sobre cuestiones de accesibilidad turística en Gandia. Por lo tanto, este trabajo empírico se centra en los datos cualitativos de esta investigación.

Los *stakeholders*, o partes interesadas, incluyen tanto actores del sector público como del sector privado, así como organizaciones sin ánimo de lucro y representantes de la comunidad local. Como elemento innovador, en este Trabajo se compara la visión de estos grupos entre ellos, partiendo del método *Mental Models*,

En este estudio, y haciendo uso del Método *Mental Models*, se establecen 3 grupos de implicados: sector público, asociaciones y empresas privadas.

*“Obtener modelos mentales de las partes interesadas es una importante herramienta de modelado participativo, que constituyen una fuente valiosa de*

*información, por lo que es imperativo documentarlos en detalle, mientras se preserva la integridad de las creencias de las partes interesadas.” (LaMere et al., 2020)*

Los modelos mentales (*mental models*), de carácter cualitativo, buscan identificar aquellas lagunas y malentendidos en el proceso de comunicación entre diferentes *stakeholders*, facilitando el diálogo y comprensión entre los mismos. Por lo que este Trabajo no comparara las perspectivas de los expertos y no expertos, sino que compara los modelos mentales de las tres principales partes interesadas (*stakeholders*) que forman parte de la estructura del Turismo Accesible en la ciudad de Gandia, son: miembros del sector público, asociaciones y personas directamente relacionadas con la accesibilidad, así como representantes de entidades privadas.

Las entrevistas con estos *stakeholders* desempeñan un papel crucial para obtener una visión completa de los desafíos y oportunidades en materia de accesibilidad, así como para identificar posibles soluciones y estrategias. Estas conversaciones permiten tener en cuenta la visión y opiniones de aquellos involucrados en el destino, desde diferentes puntos de vista, y proporcionan información valiosa para desarrollar políticas y acciones concretas, así como establecer un punto de partida para elaborar nuevas acciones que mejoren la situación actual. En el cuestionario, se abordan temas como la facilidad con la que desde su punto de vista se puede llevar a cabo acciones para mejorar la accesibilidad, su grado de importancia, cómo perciben el comportamiento de los sectores público y privado, la accesibilidad en las zonas diferenciadas de Gandia, los obstáculos que enfrenta el sector privado para implementar medidas accesibles, las percepciones y expectativas de los turistas con discapacidad, y otros ámbitos de vital importancia para la accesibilidad en el destino turístico de Gandia.

A través de estas entrevistas, se buscará obtener una imagen integral de las distintas perspectivas y experiencias, y así poder identificar áreas de mejora y posibles soluciones para avanzar hacia destinos turísticos verdaderamente inclusivos y accesibles. Las entrevistas con *stakeholders* se consideran una herramienta esencial para promover el diálogo, la colaboración y la toma de decisiones informada, y desempeñan un papel vital en la implementación de acciones concretas que mejoren la accesibilidad en destinos turísticos como Gandia. A través de estas conversaciones, se busca construir puentes entre los actores involucrados y fomentar un enfoque conjunto para garantizar que todos los visitantes puedan disfrutar plenamente de las experiencias turísticas, sin importar sus habilidades o necesidades específicas, de una forma eficiente y colaborativa.

El proceso de elaboración del cuestionario ha sido un proceso largo y minucioso, que ha involucrado numerosas revisiones y ajustes con el objetivo de encontrar las preguntas adecuadas que generen interés y proporcionen información valiosa. Durante este proceso, se han tenido en cuenta diversos factores, como la relevancia de las preguntas para el tema de accesibilidad en destinos turísticos, la claridad y concisión de los enunciados, y la capacidad de fomentar respuestas completas y reflexivas por parte de los entrevistados.

La búsqueda de las preguntas correctas ha implicado la revisión de cuestionarios de estudios similares, la aportación con gran valor por parte del docente tutor de este Trabajo, así como la consideración de las necesidades y preocupaciones de los *stakeholders* involucrados a raíz de conocimientos previos y experiencias laborales y personales relacionados con los mismos. En resumen, el proceso de elaboración del cuestionario ha sido una tarea rigurosa y cuidadosa, con múltiples revisiones y ajustes para asegurar la calidad y relevancia de las preguntas, siempre tratando de elaborar cuestiones que aporten valor y sean útiles para no únicamente este estudio, sino también para los propios grupos de interés. Al tratarse de un primer estudio exploratorio, estas primeras entrevistas realizadas han servido de pre-test del cuestionario, que podrá pasarse de nuevo más adelante, a una muestra más amplia de los colectivos implicados, cuando esté más avanzada la ejecución del Plan DTI. Las opiniones y sugerencias de mejora de los entrevistados se han tenido en cuenta para futuros estudios sobre este tema.

En lo referente a las preguntas, se ha optado por una combinación de cuestiones de respuesta abierta donde los profesionales pudiesen desarrollar sus ideas, y también preguntas de tipo test. Esta elección se hizo con el objetivo de obtener una variedad de respuestas y facilitar tanto la expresión libre de opiniones y experiencias, como la recopilación de datos cuantitativos más estructurados. La combinación de ambos tipos de preguntas en el cuestionario permitirá obtener una visión más completa y equilibrada de la situación actual en relación con la accesibilidad en Gandia.

El objetivo de utilizar la metodología de Modelo Mentales, seguida para la elaboración del cuestionario a los actores locales y análisis de sus respuestas de la estructura, que establece 3 grupos de agentes implicados o *stakeholders*: sector público, asociaciones y empresas privadas. es comparar los puntos de vista de estos grupos.

*“Obtener modelos mentales de las partes interesadas es una importante herramienta de modelado participativo, que constituyen una fuente valiosa de información, por lo que es imperativo documentarlos en detalle, mientras se preserva la integridad de las creencias de las partes interesadas.”* (LaMere et al., 2020)

Los modelos mentales (*Mental Models*), de carácter cualitativo, buscan identificar aquellas lagunas y malentendidos en el proceso de comunicación entre diferentes *stakeholders*, facilitando el diálogo y comprensión entre los mismos. Por lo que este Trabajo no comparara las perspectivas de los expertos y no expertos, sino que compara los modelos mentales de las 3 principales partes interesadas que forman parte de la estructura del Turismo Accesible en la ciudad de Gandia. Para ello se elabora una lista de personas cuya opinión es representativa y aporta valor a este estudio: representantes del sector público, asociaciones y personas directamente relacionadas con la accesibilidad, así como representantes de entidades privadas. Tras elaborar esta lista, se establece un contacto por varias vías como el email, la llamada telefónica y los contactos personales. En un periodo de un mes y medio se recoge las respuestas a los cuestionarios. (Sanz Zumeta & Aliperti, 2022)

En una fase inicial de revisió bibliogràfica, també se realitza una búsqueda bibliogràfica sobre el uso y càlculo del SROI (retorno social de la inversió). Se compara con otras metodologías similares, como la Evaluación del Impacto Social (Aledo, 2018) y se buscan casos de uso del SROI para evaluación de retorno social de actuaciones llevadas a cabo, especialmente, en el ámbito municipal, con la finalidad de poder adatarlos al caso de la ciudad de Gandia. Tras esta revisión, se ha elegido el tipo de SROI que mejor se adapta al tipo de análisis y que se lleva a cabo en este trabajo. En este caso es el SROI Retrospectivo (o evaluativo), para el cálculo del cuál es necesario conocer las acciones efectuadas en un periodo anterior al actual, los costes de dichas acciones, así como el beneficio de las mismas.

*“El Retorno Social de la Inversión (SROI) es un marco para medir y cuantificar este concepto, mucho más amplio, de valor; busca reducir la desigualdad y la degradación medioambiental, y mejorar el bienestar incorporando costos y beneficios sociales, medioambientales y económicos.” (Jeremy Nicholls, 2012)*

Para lograr una accesibilidad adecuada en los destinos de la Red DTI, es necesario llevar a cabo una serie de acciones que permitan a las personas con discapacidad o necesidades especiales acceder y disfrutar de los servicios turísticos y de ocio del destino. Estas acciones tienen un impacto económico en los destinos. Poniendo de ejemplo a Destino Gandia, se realiza un análisis del impacto económico de la implantación de estas acciones.

Existen multitud de herramientas y técnicas para evaluar el impacto de acciones como estas, en que no es posible únicamente estudiar el impacto desde un punto de vista puramente económico, sino que hay que incluir la dimensión del beneficio social. Este campo es muy amplio y es por ello que los investigadores, gobiernos, entidades públicas e instituciones de carácter social, alrededor de todo el mundo, estudian e investigan con el objetivo de hallar la mejor herramienta que utilizar en proyectos donde lo social es de vital importancia. Muchos de los términos más comunes utilizados en la investigación de la sostenibilidad en el turismo, como el impacto social, puede ser utilizado en contextos muy diversos, y por lo tanto pueden ocasionalmente llevar a un grado de confusión.

Para este Trabajo, y tras comparar y estudiar cuál de las distintas perspectivas y teorías de algunas de las que existen para evaluar el impacto social se adapta mejor al análisis, se opta por analizar más en profundidad dos teorías, el análisis de coste beneficio, junto al SROI. El análisis de coste beneficio es una herramienta que mide, de forma similar a la evaluación que se realiza en el sector privado, toda decisión racional de inversión, teniendo en cuenta los costes previstos, su distribución temporal y la estimación de ingresos, pero estudiando otros costes y beneficios que en el sector privado no aparecen, y que no tienen por qué traducirse en flujos de ingreso o gasto.

Es interesante utilizar esta herramienta para la medición del impacto en este caso, ya que no se puede medir puramente los flujos negativos y positivos de la implantación de una política de acciones públicas para mejorar la accesibilidad de un destino turístico, sino que es

necesario incluir en el análisis el impacto social. A partir de esta herramienta y en conjunto con la propuesta que desarrollan los Doctores de la Universidad de Alicante, Antonio Aledo y Andrés Domínguez-Gómez, en su libro *Evaluación de Impacto Social*, se establece el análisis y evaluación de viabilidad de la implantación de la política de acciones en materia de accesibilidad para el Destino Gandia.

*“La Evaluación del Impacto Social (EIS), un proceso científico de generación de conocimiento e información que tiene como objetivo identificar riesgos e impactos y evaluarlos a fin de hacer propuestas para la adecuada gestión de estos. Se trata de una herramienta que permite analizar, evaluar y gestionar los efectos sociales producidos por la implementación de proyectos de desarrollo en una sociedad y territorio determinados.” (Aledo & Domínguez-Gómez, 2018).*

La monitorización del impacto social, y el estudio del retorno social de la inversión van por tanto de la mano. No es posible monitorizar el impacto social de un proyecto o acción, sin estudiar cuál es el retorno que proporcionará la inversión de realizar dichas acciones, ya que bien sea económica o de cualquier otro tipo, todas ellas son al fin y al cabo inversiones.

El Retorno Social de la Inversión (SROI) es una herramienta que mide y cuantifica este concepto, mucho más amplio que el valor económico y numérico; busca estudiar las implicaciones sobre las personas que tienen relación directa o indirecta con las acciones, y un objetivo final de reducir la desigualdad y la degradación medioambiental, y mejorar el bienestar social. Existen dos tipos de SROI según la perspectiva tomada:

- Retrospectivo (o evaluativo), el cual tiene carácter retrospectivo y se basa en *outcomes*<sup>5</sup> reales que ya han tenido lugar.
- Prospectivo (o de pronóstico), que predice cuánto valor social será creado si las acciones alcanzan los *outcomes* esperados.

En el caso de estudio de este Trabajo, se toma una perspectiva de pronóstico, basado siempre en datos proporcionados por el Destino Gandia sobre resultados obtenidos en acciones similares anteriores, resultados de proyectos de otros destinos turísticos equiparables al de estudio, así como conocimiento de valor sobre el impacto que estas acciones pueden tener en el territorio gandiense, de la mano de profesionales del turismo, agentes públicos y privados, así como personas interesadas.

Según Hugo Narrillos Roux (2010) esta herramienta es una forma de comunicar la creación de valor, que parte de la Cadena de Creación del Impacto, constituida en primer

---

<sup>5</sup> Según Rajala et al. (2018, p. 22), *outputs* se refiere a lo que el sector público hace (Rosen 1993), mientras que *outcomes* se refiere a las consecuencias directas e indirectas de dichos outputs (e.g., Talbot 2010)



lugar por los insumos aportados al proyecto, las actividades que lleva a cabo la organización o institución, los resultados medibles a los que da lugar esas actividades, los cuales producen una serie de cambios en los sistemas sociales (donde entra la evaluación del impacto) y por último el ajuste y reevaluación de los objetivos. Partiendo de esta base, para hacer un análisis SROI deberemos conocer la situación de partida de los Grupos de Interés *stakeholders*, encontrar indicadores que describan cómo ha cambiado la situación inicial, y, en la medida de lo posible, utilizar valores monetarios para esos indicadores.

Los beneficios de la evaluación de las implicaciones sociales que conlleva un proyecto, a través del estudio y medición de los impactos de cada una de las acciones que lo componen, dando una perspectiva completa desde no únicamente el ángulo económico sino también desde el prisma social, estrechamente unidos y necesarios el uno del otro, son numerosos, especialmente en la actualidad, donde esta perspectiva más humana es pionera, y cada vez más profesionales dedican sus esfuerzos a perfeccionar las teorías necesarias para la su correcta medición. Algunos de estos beneficios son la mejora de la comunicación, ya que se ha de trabajar y detallar claramente todo paso, método de evaluación e impacto, dando lugar a que todos ellos sean perfectamente entendibles y concretos, lo cual resulta en el entendimiento de una gran parte de personas implicadas sobre los mismos; además y en línea con lo anterior, genera decisiones más efectivas, ya que se trata de un método que tiene en cuenta más parámetros que los métodos puramente matemáticos o que se centran en un prisma económico; producen claridad y una mentalidad innovadora y de inversión, necesaria para entidades públicas e instituciones como la de este Trabajo, como se viene viendo desde los últimos años, el discurso del “gasto” público se convierte cada día más en “inversión” pública, y es que esta mentalidad es crucial para avanzar; por último la transparencia, tan necesaria, es también el producto de la implantación de este tipo de herramienta para evaluar el impacto social.

La revisión bibliográfica sobre el SROI se ha llevado a cabo en paralelo con el contacto directo con el área de Turismo del Ayuntamiento de Gandia, con el objetivo de recabar toda esta información sobre los detalles del Plan DTI de Gandia, las actuaciones previstas relacionadas con la accesibilidad y el grado de ejecución de las mismas. Hemos de agradecer a Karina Agud, técnico del Ayuntamiento de Gandia, la atención recibida y la claridad con que ha respondido a las peticiones de información. En su respuesta, se incluyen las medidas ejecutadas por el Ayuntamiento de Gandia, iniciadas en tiempo anterior al actual, la explicación de las mismas, y su presupuesto, si bien no incluye el beneficio no cuantificado hasta el momento. También se indican aquellas medidas que llevan un retraso en su ejecución.

Una vez recogidos los datos de partida para el cálculo del SROI, se inicia la siguiente fase, que es la de analizar y estructurar todos esos datos, darles un sentido y un orden, para poder tratarlos. Se decide realizar un cálculo experimental del SROI así como proponer una serie de indicadores que sirvan como base al Ayuntamiento de Gandia así como a otras entidades similares.

En una última fase, y como recopilación de todo lo aprendido y observado a lo largo de la realización de este Trabajo, se redactan las conclusiones, tanto de las entrevistas a los agentes locales/partes interesadas.

El tiempo de dedicación previsto es de 15 créditos en total, 7,5 por cada titulación, lo que asciende a un total de 450h. Se elabora Diagrama de Gantt a seguir con el objetivo de estructurar el tiempo disponible de dedicación y conseguir los objetivos de la forma más óptima y eficiente posible.

## Diagrama Gantt

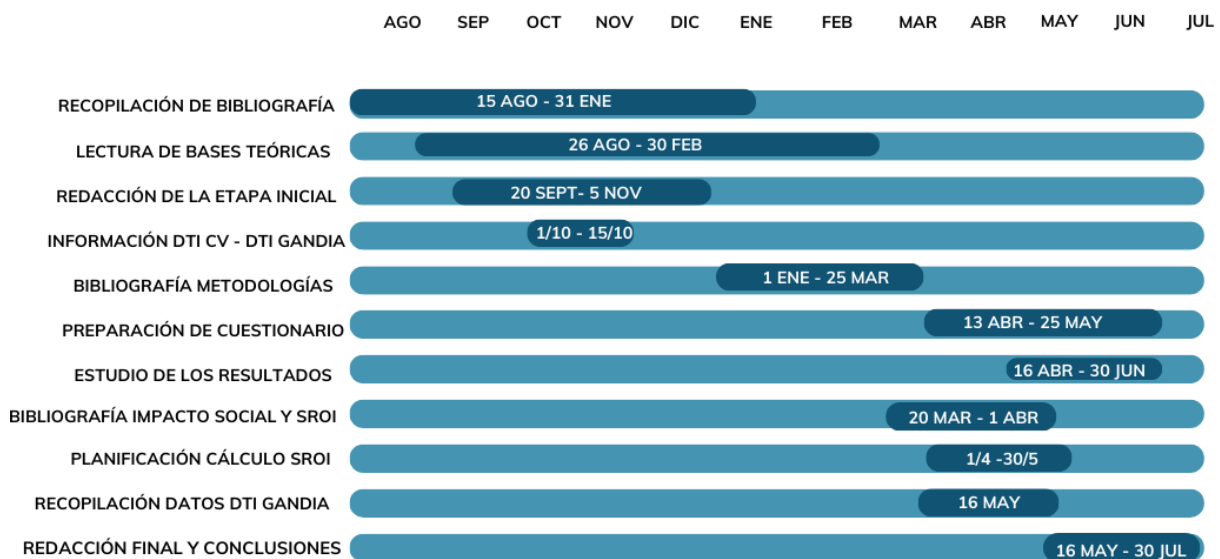


Gráfico 7 – Diagrama Gantt del Trabajo Fin de Grado. Elaboración propia.



## Resultados: percepción de los *stakeholders*

---

En los Anexos I y II se muestran el cuestionario enviado por e-mail a los *stakeholders* (enlace a Google Forms) y el fichero Excel conas respuestas de los entrevistados y las tablas y gráficos dinámicos generados por la autora de este TFG para cada una de las preguntas. Google Drive permite descargar un fichero plano de texto en forma csv. Este fichero ha sido convertido a formato Excel, definiendo el tipo de formado de cada campo y creando dos columnas para las preguntas tipo escala (nominal y numérica), como paso previo para poder generar cada tabla y gráfico dinámico.

A continuación, se analizarlas respuestas pregunta por pregunta, resaltando en el gráfico correspondiente las diferencias entre cada grupo de *stakeholders*.

La primera pregunta es: *“En primer lugar, le pedimos que indique el grado de importancia que usted le otorga a cada una de las 6 medidas del “Programa 34- Accesibilidad” de Plan DTI de Gandia 2020-2025.”*, con una escala del 1 al 5, donde el 1 es “nada importante” y el 5 “fundamental”.

Esta pregunta, que en realidad son seis preguntas, busca conocer el grado de importancia que el entrevistado otorga a cada una de estas medidas del plan estratégico que Gandia propone y que se muestran en el Anexo III.

- a) Campañas de sensibilización y acciones de formación en materia de turismo accesible.
- b) Elaboración de una guía de accesibilidad turística del destino.
- c) Colaboración interdepartamental en la puesta en marcha de planes integrales de accesibilidad urbana.
- d) Asesoramiento e impulso a la mejora de la accesibilidad física en la oferta comercial, de alojamiento, restauración y ocio y en los medios locales de transporte de viajeros.
- e) Dotación de servicios para la accesibilidad física y digital de los recursos y espacios culturales públicos, así como de sus contenidos expositivos.
- f) Establecimiento de mecanismos y herramientas de carácter participativo, especializadas en materia de accesibilidad turística

**Respuestas P-1:** En este caso, casi todas las personas que respondieron la pregunta han manifestado que consideran fundamental la implementación de dichas medidas. La respuesta casi unánime de los encuestados, indicando la importancia fundamental de las medidas propuestas en el Programa de Accesibilidad, puede indicar la idea de que existe un consenso generalizado sobre la necesidad de mejorar la accesibilidad en Gandia. La unanimidad en esta respuesta puede reflejar una alta conciencia sobre la importancia de la

accesibilidad y la inclusión en el sector turístico, aunque también va a ser interesante estudiar la diferencia entre estas respuestas y la información que se pudiese recoger sobre si realmente tomarían acción para hacer realidad una ciudad más accesible, o si por el contrario únicamente lo consideran importante sin adentrarse ni reflexionar sobre si en realidad harían esfuerzos para llevarlo a la realidad. Sin embargo, algunos profesionales que configuran el grupo del sector privado dejaron ver que su visión es distinta, dijeron que es más bien muy importante, no tanto fundamental, si bien otros también reflejaron todas las actuaciones como fundamentales. Cabe destacar que las personas con requerimientos de accesibilidad o relación directa con la misma establecieron que todas las acciones son fundamentales o muy importantes, a excepción de una, la colaboración interdepartamental en la puesta en marcha de planes integrales de accesibilidad urbana, de igual forma que el profesional encargado de la accesibilidad de eventos en un espacio público no establece con dicho carácter ninguna de las acciones, sino que las marca de importantes o muy importantes.

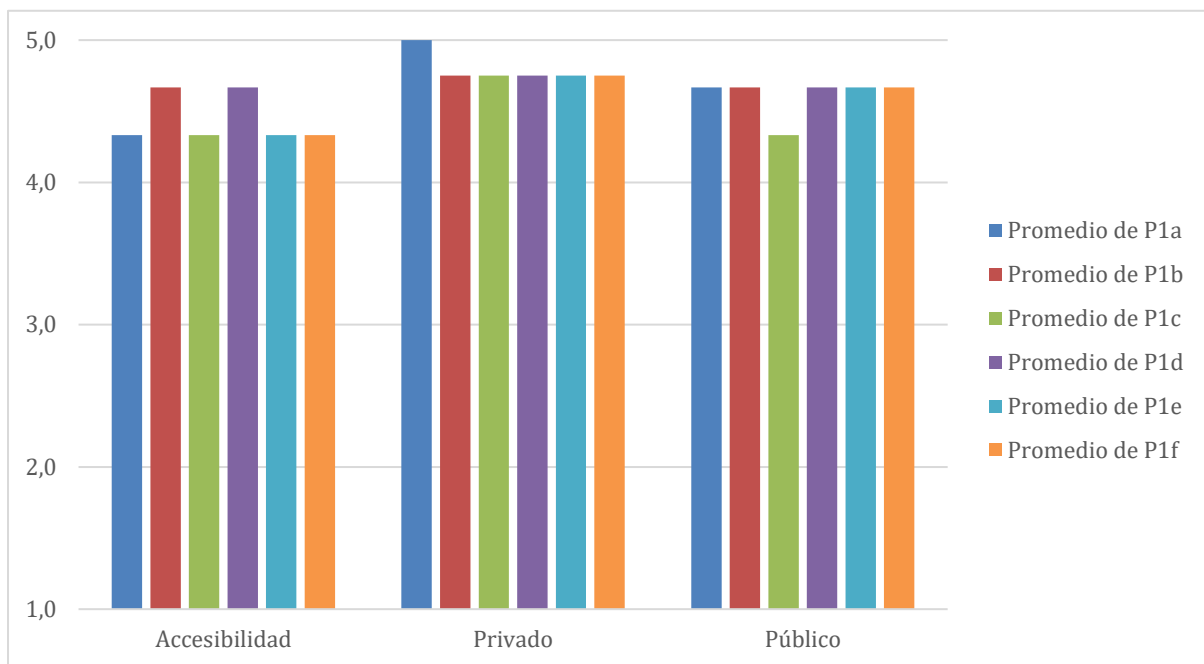


Gráfico 8 - Promedio de la importancia de cada actuación de mejora accesibilidad del Plan DTI Gandia, para cada grupo de stakeholders. Fuente: Elaboración propia a partir de la Pregunta 1 del cuestionario ad hoc

La **segunda pregunta** del cuestionario es: “Por favor, indique su valoración sobre del grado de facilidad para cada uno de los siguientes tipos de acciones que pueden llevarse a cabo en Gandia”, siendo el 1 “muy difícil” y el 5 “muy fácil”.

Los tipos de acciones a evaluar son las siguientes:

- a) Generar conciencia en el sector público acerca de la necesidad de hacer accesible la oferta turística del destino a todo tipo de público
- b) Generar conciencia en el sector privado acerca de la necesidad de hacer accesibles los establecimientos turísticos a todo tipo de público
- c) Desde el sector público, ejecutar actuaciones para la mejora de la accesibilidad física del destino
- d) Desde el sector privado, ejecutar actuaciones para la mejora de la accesibilidad física de los establecimientos turísticos

Esta información puede ser utilizada para identificar áreas problemáticas o que requieran mejoras en términos de infraestructura, servicios o políticas relacionadas con la accesibilidad. Esta información es fundamental ya que recopila la valoración de los encuestados sobre la facilidad percibida para llevar a cabo diferentes acciones, y se obtiene una perspectiva directa de las barreras y dificultades que enfrentan en la práctica. Si se percibe una baja facilidad para implementar acciones, puede indicar la necesidad de mayores recursos, apoyo financiero, colaboración entre diferentes actores y un enfoque más sistemático para superar los obstáculos. Por otro lado, si se percibe una alta facilidad, la pregunta sería ¿por qué no lo hacemos?.

**Respuestas P-2:** Las personas con contacto estrecho con la accesibilidad, establecen que medidas como ejecutar acciones desde el sector público o generar conciencia son más sencillas que hacerlo desde el sector privado, pero, ante todo, establecen que esta medida, sea desde el sector privado o público va por delante de las otras medidas de generar conciencia, y en especial la más complicado dejan ver que opinan que es la proveniente del sector privado. En cuanto a los encuestados que componen el grupo del sector público, responden con una visión distinta, en que las acciones son de dificultad para ambos sectores de la misma forma opinan los profesionales privados, que dejan ver cómo consideran que la dificultad es mayor para el sector privado frente al sector público.

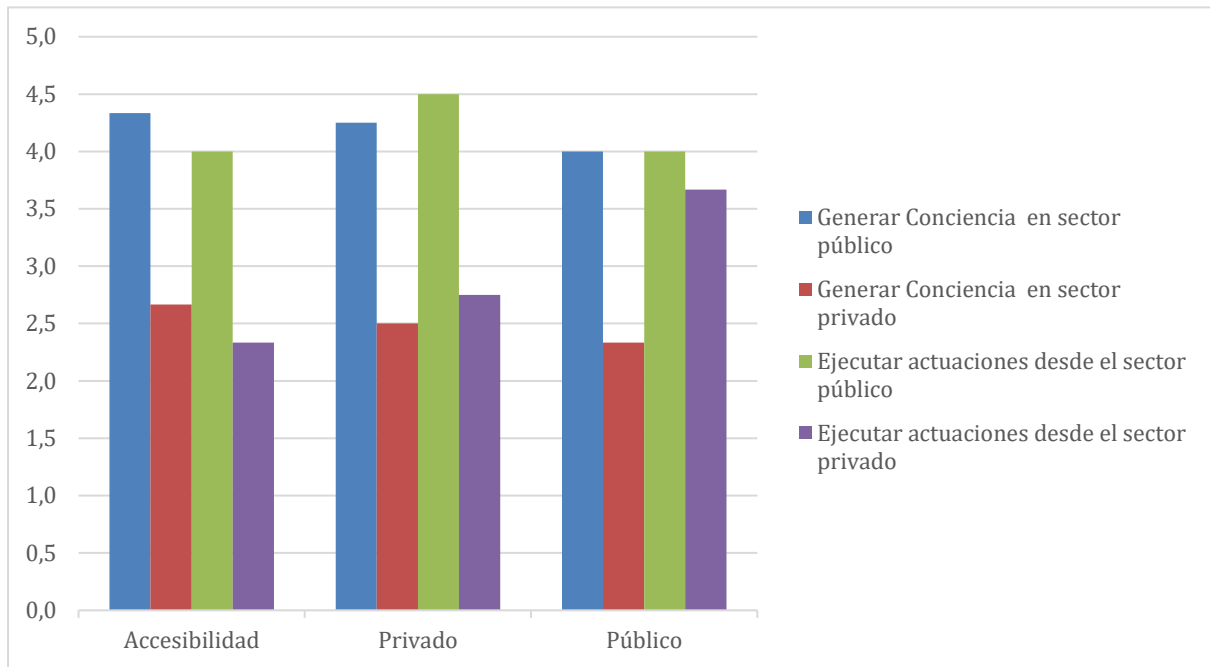
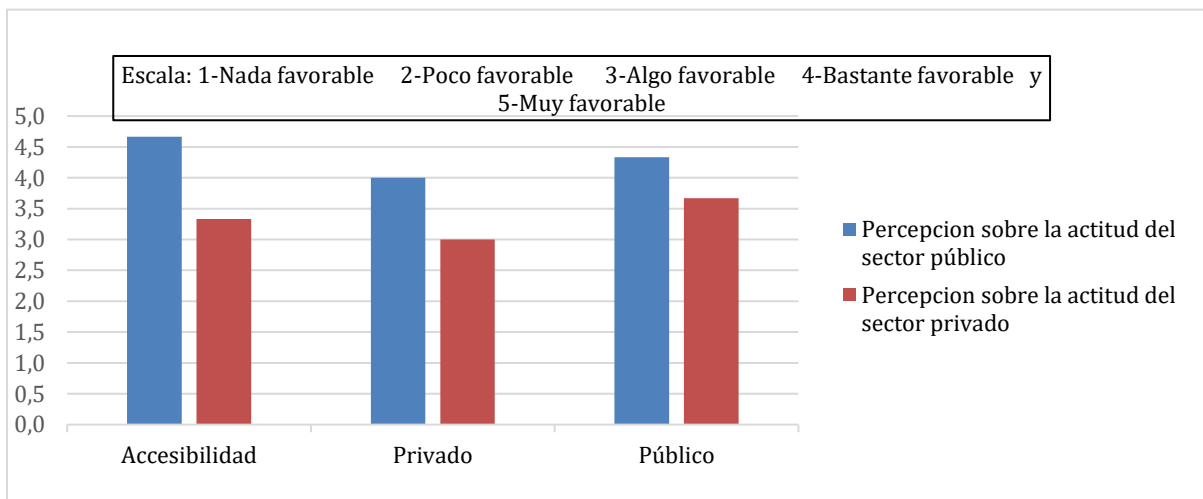


Gráfico 9 -- Promedio de la facilidad percibida para cada tipo de actuación, para cada grupo de stakeholders..  
Elaboración propia a partir de la Pregunta 2 del cuestionario ad hoc.

**La tercera pregunta:** “Desde su punto de vista ¿cuál cree usted que es la actitud de cada sector hacia las actuaciones que mejoren la accesibilidad de Gandia como destino turístico?”, siendo 1-Nada favorable, 2-Poco favorable, 3-Algo favorable, 4-Bastante favorable Y 5-Muy favorable.

Se busca recopilar la opinión de los encuestados sobre la actitud de cada sector hacia las actuaciones que mejoren la accesibilidad de Gandia como destino turístico. A través de ello se puede observar cuál es la percepción de cada profesional sobre la postura y compromiso de los diferentes sectores, permitiendo hacer la comparación no solo entre ellos sobre una opinión de alto tercero, sino la opinión que tienen los unos de los otros. Esta información puede ser útil para comprender las percepciones y expectativas de los encuestados, así como para identificar áreas en las que se requiere una mayor sensibilización, colaboración o inversión para avanzar en la accesibilidad en el destino.

**Respuestas P-3:** Algunas personas del sector privado destaca que el sector público tiene una actitud más favorable que el sector privado, calificando al primero de bastante favorable o algo favorable, e incluso de muy favorable y al segundo de algo favorable o poco favorable, sin embargo, el sector público opta por calificar de muy favorable ambos sectores, o de bastante favorable. En cuanto a las personas con relación directa con la accesibilidad, coinciden en que la actitud del sector público es muy favorable, y sin embargo la del sector privado menos favorable.



*Gráfico 10 - Promedio de la percepción de cada grupo de stakeholder sobre sobre la actitud del sector público y de sector privado hacia las actuaciones de mejora de la accesibilidad de Gandia. Fuente: Elaboración propia a partir de la Pregunta 3 del cuestionario ad hoc.*

Los profesionales concretan y matizan las valoraciones, separado por los diferentes *stakeholders*, estas son:



*“La ejecución de actuaciones para la mejora de la accesibilidad física del destino y de los establecimientos turísticos depende de muchos factores. En general, el cumplimiento con las normativas vigentes es muy elevado, si bien es cierto que mejorar esas directrices depende de los recursos disponibles y de la capacidad de inversión. En este caso, sí se precisan más ayudas públicas para la financiación de acciones.”*

Karina Agud, Técnica de Desarrollo Local en el Ayuntamiento de Gandia.

*“Desde el sector público se entiende como una necesidad, al estar más concienciados de la carencia existente, y ya se ha empezado a trabajar al respecto. El sector privado está menos concienciado y parte del sector no ven la necesidad de llevar a cabo acciones de accesibilidad ya que es más complicado”.*

Profesional del sector público de Gandia.

*“El sector privado puede presentar dificultades a la hora de implantar medidas de accesibilidad por el coste que pueden tener estas medidas, por lo que será importante el acceso a ayudas o subvenciones que puedan apoyar estas iniciativas.”*

Profesional del sector privado hotelero de Gandia.

*“La mayoría de los establecimientos turísticos están muy concienciados con el tema de la hacer un turismo accesible para todos, pero hay algún caso que no es así, pero es casi la excepción, la mayoría sí que lo están. Hay mucha concienciación, pero aún queda mucho camino hasta que se materialice.”*

Profesional del sector privado turístico de Gandia.

*“En la administración pública no ha habido concienciación hasta hace bien poco y desde la privada solo cuando la administración se lo exige.”*

Victor Timoner, profesional del sector privado hotelero de Gandia.

*“El ayuntamiento de Gandía fomenta a las empresas para que accedan a la inclusión”*

Representante de asociación en Gandia.

La **cuarta pregunta** son dos preguntas: “4 a) ¿Cómo considera usted que se conciben las **actuaciones en materia de accesibilidad** por parte del sector público de Gandia?”, y 4 b) Cómo considera usted que se conciben las **actuaciones en materia de accesibilidad** por parte del sector público de Gandia? Las opciones de respuesta en ambos casos son “Como un gasto” o “Como una inversión””.

A través de esta pregunta se puede conocer la opinión de los encuestados sobre cómo consideran que se conciben las actuaciones en materia de accesibilidad por parte de cada sector. Esto implica evaluar si los sectores tienen una visión clara de las necesidades de accesibilidad, comprenden la importancia de implementar medidas, y cuentan con estrategias y recursos adecuados para llevar a cabo acciones efectivas. La información recopilada a través de esta pregunta puede ser útil para identificar posibles brechas en la comprensión y enfoque de los sectores en relación con la accesibilidad. Además, puede proporcionar *insights* valiosos sobre áreas donde se requiere una mayor educación, sensibilización o colaboración.

Es necesario distinguir entre gasto e inversión debido a la naturaleza y los efectos que tienen en el contexto de las actuaciones. Aunque ambos términos están relacionados con el uso de recursos financieros, tienen significados y consecuencias distintas. Es relevante considerar la distinción entre gasto e inversión para evaluar si los sectores tienen una visión clara de la necesidad de destinar recursos como inversiones estratégicas para mejorar la accesibilidad, en lugar de percibirlo simplemente como un gasto operativo. Esto permite evaluar si se están considerando enfoques a largo plazo y soluciones sostenibles en la planificación y ejecución de las acciones de accesibilidad.

**Respuestas P-4:** Con carácter general, e independencia del grupo al que pertenezcan, los encuestados dictaminan que el sector público considera estas actuaciones como una inversión y el sector privado como un gasto y, como excepción, una persona del

sector privado y una persona del sector público marcan que ambos sectores perciben las actualizaciones como una inversión.

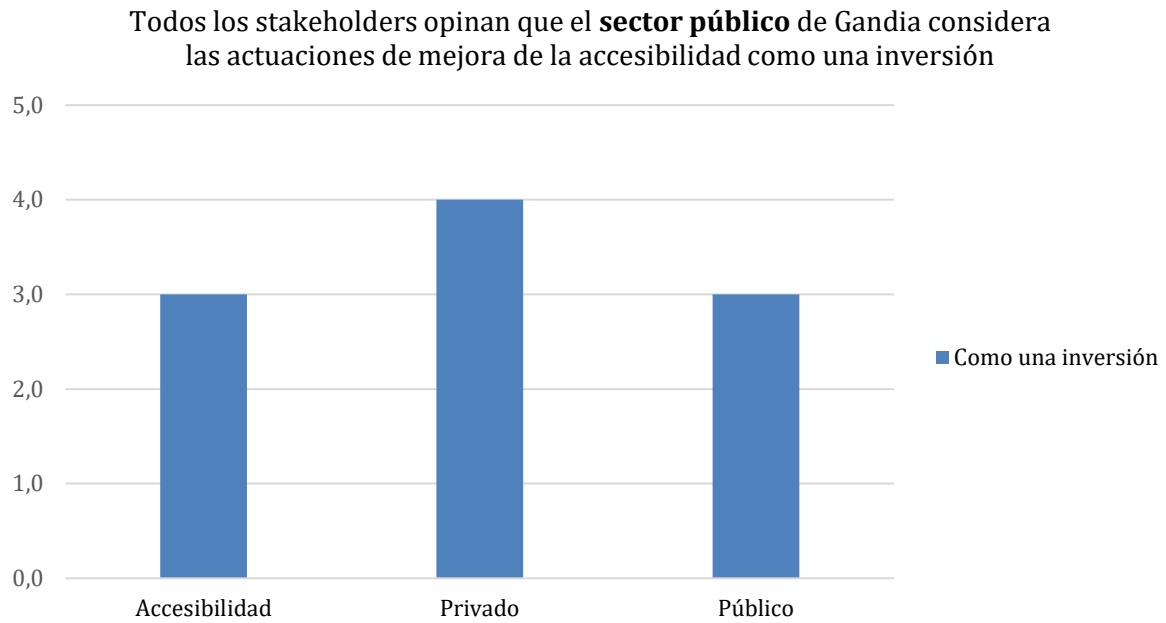


Gráfico 11 - - Percepción de cada grupo de stakeholder sobre la consideración por parte del sector público de las actuaciones como inversión o gasto. Fuente: Elaboración propia a partir de la Pregunta 4 del cuestionario



Opini3n de cada grupo de stakeholders sobre c3mo creen que el **sector privado** de Gandia considera las actuaciones de mejora de la accesibilidad:  
gasto o inversi3n

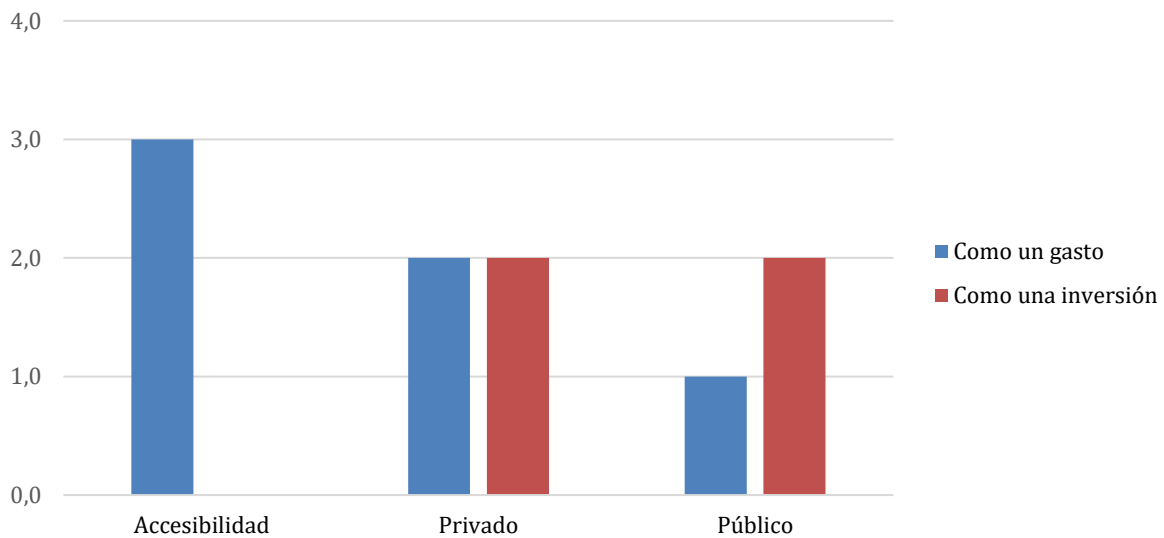


Gráfico 12 - Percepci3n de cada grupo de stakeholder sobre la consideraci3n por parte del sector privado de las actuaciones como inversi3n o como gasto. Fuente: Elaboraci3n propia a partir de la Pregunta 4 del cuestionario

La **quinta pregunta** del cuestionario: “En el entorno natural de Gandia, ¿cu3les cree usted que son las principales barreras de accesibilidad que encuentran los turistas que visitan Gandia?”, es de respuesta abierta.

La pregunta indaga sobre la opini3n de los encuestados acerca de las principales barreras de accesibilidad que los turistas encuentran en el entorno natural de Gandia. Las respuestas a esta pregunta proporcionar3n una visi3n subjetiva de las barreras especifcas que los encuestados consideran como m3s relevantes, y tambi3n permitir3n en otro nivel de estudio, realizar una comparaci3n con las barreras reales con las que se encuentran los turistas en este destino, y as3 poder analizar la lejan3a o cercan3a a la que se encuentran los profesionales de este sector con las necesidades reales del territorio.

**Respuestas P-5:** Cabe destacar que todas las personas, independientemente del grupo al que pertenezcan, mencionan dificultades que consideran que existen en el territorio. De todas ellas se puede extraer la informaci3n siguiente: La Marjal es un ejemplo de elemento turfstico natural en que es m3s f3cil superar las barreras arquitect3nicas en comparaci3n con los atractivos de la Cova de Parpall3 o el Castillo de Bayren, debido a la ubicaci3n de los espacios. Sin embargo, ninguno de estos lugares cuenta con se3alizacion adaptada para lectura f3cil, lo cual se sugiere como una acci3n a considerar. Tambi3n se echa de menos la presencia de c3digos QR con m3dulos de lectura para personas ciegas marcados en Braille,



aunque la página web turística del destino sí los tiene. El Celler del Duc, según las aportaciones de otro de los profesionales encuestados, está bastante bien adaptado, pero el Castell de Bayren y la Cova del Parpalló no lo están para personas con movilidad reducida. Además, se señala la necesidad de contar con guías especializados que sepan cómo explicar de manera comprensible para personas ciegas, sordas o sordociegas. En cuanto al acceso a la playa, se menciona que hay una barrera de aproximadamente 80 cm de altura (un muro) y se intentó solucionar con una rampa que no cumple con la pendiente adecuada para que una persona en silla de ruedas pueda subirla por sí misma. También se indica que hay plazas de aparcamiento en líneas posteriores a la primera línea. Se destacan zonas no adaptadas debido a la dificultad del terreno, como la Cova del Parpalló o el Castell de Bayren. Se menciona la falta de continuidad en los itinerarios referidos a espacios accesibles y la falta de accesibilidad con silla de ruedas, especialmente en lo que respecta al acceso a la información. Además, se hace referencia a las aceras y los pasos, sin proporcionar detalles específicos sobre ellos.

La **sexta pregunta** del cuestionario indaga sobre las principales barreras de accesibilidad que los turistas encuentran en la playa de Gandia: “En el entorno de la **playa de Gandia**, ¿cuáles cree usted que son las **principales barreras de accesibilidad** que encuentran los turistas que visitan Gandia?”, planteada como pregunta de respuesta abierta.

De forma similar a la anterior, se pretende conocer la perspectiva de los *stakeholders* sobre las dificultades con las que se puede encontrar un turista, pero esta vez en el espacio céntrico de la ciudad. Esta distinción se realiza ya que la ciudad está altamente diferenciada por estas dos zonas.

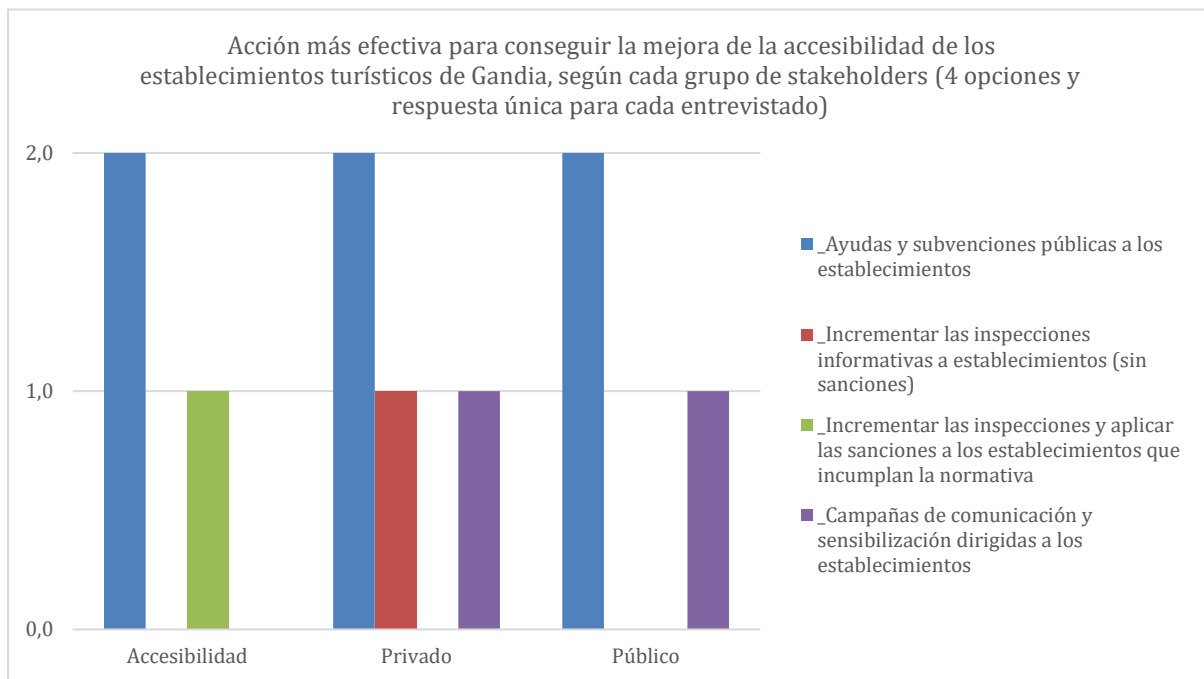
**Respuestas P-6:** De la misma forma que en la cuestión anterior, en este caso sobre playa, se encuentran también dificultades que pueden encontrar las personas con necesidades de accesibilidad, que extrayendo la información se puede destacar que: la Playa Nord cuenta con una buena accesibilidad y servicios. Sin embargo, se destaca que la accesibilidad cognitiva de la información turística aún puede mejorar, adaptándola a diferentes capacidades y necesidades, como personas mayores, con discapacidad visual, discapacidad intelectual, discapacidad auditiva, entre otras. Se menciona que los comercios y restaurantes no están adaptados, lo que implica dificultades para algunas personas. Además, se señala que las rampas no llegan hasta la orilla del mar y las sillas de ruedas no pueden moverse fácilmente por la arena seca debido a que no ruedan bien. Se sugiere la presencia de monitores que ayuden a las personas con discapacidad física a levantarse de la silla y las acompañen al agua. En general, la playa está bastante adaptada, ya que cuenta con módulos de accesibilidad y servicios de baño adaptado. Sin embargo, se menciona que muchos negocios, como restaurantes y tiendas, no son completamente accesibles, especialmente en lo que respecta a la accesibilidad sensorial y cognitiva. También se menciona que las aceras están en mal estado, sin proporcionar más detalles sobre su condición.

La **séptima pregunta**: “En el entorno del Centro Histórico de Gandia, ¿cuáles cree usted que son las principales barreras de accesibilidad que encuentran los turistas que visitan Gandia?”, de respuesta abierta.

Se solicita a los encuestados que indiquen cuál de las acciones expuestas consideran que sería la más efectiva para lograr la mejora en la accesibilidad de los establecimientos turísticos de Gandia: Campañas de comunicación y sensibilización dirigidas a los establecimientos; Ayudas y subvenciones públicas a los establecimientos; Incrementar las inspecciones informativas a establecimientos (sugiriendo mejoras e informando sobre normas que debe cumplir y plazos para hacerlo, sin sanciones); Incrementar las inspecciones y aplicar las sanciones que corresponde a los establecimientos que incumplan la normativa vigente; u otro tipo de acciones.

**Respuestas P-7:** “Por favor, indique cuál de las siguientes acciones considera usted que sería la más efectiva, para conseguir la mejora en la accesibilidad de los establecimientos turísticos de Gandia.”. Se debe marcar la medida más eficiente de entre:

- Campañas de comunicación y sensibilización dirigidas a los establecimientos.
- Ayudas y subvenciones públicas a los establecimientos.
- Incrementar las inspecciones informativas a establecimientos (sugiriendo mejoras e informando sobre normas que debe cumplir y plazos para hacerlo, sin sanciones).
- Incrementar las inspecciones y aplicar las sanciones que corresponde a los establecimientos que incumplan la normativa vigente.
- Otro tipo de acciones.



*Gráfico 13 - Percepción de cada grupo de stakeholder sobre la actuación más efectiva. Fuente: Elaboración propia a partir de la Pregunta 7 del cuestionario*

Los profesionales encuestados pertenecientes al sector público establecen que las medidas más efectivas son las ayudas y subvenciones públicas a los establecimientos. Las personas del sector privado, las campañas de comunicación y sensibilización dirigidas a los establecimientos, y también las ayudas y subvenciones públicas a los establecimientos e Incrementar las inspecciones informativas a establecimientos (sugiriendo mejoras e informando sobre normas que debe cumplir y plazos para hacerlo, sin sanciones). Y las

personas con conocimiento directo de las necesidades de accesibilidad, ayudas y subvenciones públicas a los establecimientos e incrementar las inspecciones y aplicar las sanciones que corresponde a los establecimientos que incumplan la normativa vigente.

La mayor parte de los profesionales desarrollan los motivos de su elección a través de **la octava pregunta**: “Si lo desea, puede indicar los **motivos** por los que considera que dicha medida es la más efectiva. En caso de haber señalado “**Otro tipo de acciones**”, por favor, anótela aquí”., cabe destacar:

*“Incrementar las inspecciones informativas a establecimientos serviría para informar y concienciar al sector privado para hacerles cumplir la normativa de una forma más individualizada.”*

Profesional del sector privado hotelero de Gandia.

*“Las ayudas y subvenciones públicas es la más efectiva, porque en ocasiones sí que desea hacer el establecimiento turístico accesible, pero no lo hacen porque no pueden hacer frente a la inversión que se requiere.”*

Profesional del sector privado turístico de Gandia.

*“Es el principal problema de la empresa privada, la dificultad de inversión.”*

Profesional del sector público de Gandia.

*“Nunca se hacen campañas de promoción del turismo poniendo como valor este parámetro.”*

Profesional con requerimientos de accesibilidad.

*“Falta de subvenciones para adecuar los espacios.”*

Profesional en accesibilidad de espacios públicos de eventos.

Seguidamente, en la **novena pregunta**: ¿Considera usted que **hay empresas turísticas de Gandia** que miden y comunican el impacto **social** de sus inversiones en la mejora de la accesibilidad de los establecimientos? “En caso afirmativo, se pide que indique qué empresas o tipo de empresas percibe usted que miden y comunican dicho impacto social”. ,

Se pregunta acerca de si consideran que existen empresas turísticas en Gandia que miden y comunican el impacto social de sus inversiones en la mejora de la accesibilidad de los establecimientos. Se pretende con ello extraer información sobre la percepción de tienen los diferentes grupos sobre la existencia o no de una medición del tipo de impacto en que se centra todo este estudio, el social, por parte de las empresas turísticas de la zona. No únicamente es importante saber si existe una medición real, sino también si hay una conciencia sobre la realidad.

**Respuestas P-9:** Los *stakeholders* del sector privado encuestados ofrecen visiones dispares. Por una parte, algunos tienen la impresión de que sí existe, y por otra parte otros que no. Sin embargo, los profesionales del sector público sí que marcan que no existe esta medición y comunicación del impacto social, de la misma forma que las personas que tienen relación directa con la accesibilidad.

Con el objetivo de indagar y obtener nombres concretos, se pregunta en una segunda parte de la **novena pregunta** sobre qué empresas o tipo de empresas se percibe que miden y comunican dicho impacto social: “En caso afirmativo, indique qué empresas o tipo de empresas percibe usted que miden y comunican dicho impacto social.”

**Respuestas P-9b:** Algunas de las empresas nombradas son: Monasterio de San Jerónimo de Cotalba, y hoteles de Gandia, sin especificar.

A parte de obtener esta información sobre el sector privado, también se desea saber la percepción que los *stakeholders* tienen del sector público respecto a este asunto, por lo que la siguiente pregunta indaga sobre si se considera que desde el sector público de Gandia se mide y comunica el impacto social de inversiones públicas en mejora de la accesibilidad. La **décima pregunta** es “¿Y considera usted que desde el sector público de Gandia se mide y comunica el impacto social de inversiones públicas en mejora de la accesibilidad”.

**Respuestas P-10:** Los profesionales del sector privado tienen una perspectiva mixta, algunos de los encuestados marcan que sí y otros que no, las personas con conocimiento sobre accesibilidad creen que sí, sin embargo, los profesionales del sector público por unanimidad marcan que no existe esta medición.

Es importante saber cuál es la razón por la que se cree que el sector público actúa así, tanto si es una percepción positiva como negativa, a través de esta **pregunta 10b** del cuestionario: “A continuación, puede explicar por qué percibe usted que desde el sector público se actúa así (tanto en caso afirmativo como negativo).”

**Respuestas P-10b:** El Ayuntamiento ha implementado un plan estratégico de turismo sostenible que incluye algunas medidas de accesibilidad. Sin embargo, estas medidas se centran en la accesibilidad física y no abarcan el concepto de accesibilidad universal, que incluye aspectos como la accesibilidad auditiva, física y cognitiva. Se menciona que el sector público convoca cursos anuales para promover el conocimiento y mejora de la accesibilidad, y en estos cursos se enfatiza el impacto social de las inversiones públicas y privadas en accesibilidad. Sin embargo, no se realizan campañas de promoción turística que destaquen la accesibilidad como un valor importante. Se indica que las acciones de accesibilidad se llevan a cabo en respuesta a las normativas exigidas por organismos superiores, pero no se divulgan ampliamente. El interlocutor trabaja en el sector público y ha observado una comunicación limitada en este tema. Además, se menciona que aún no se ha llegado a una fase de trabajo que promueva una política social inclusiva por parte del gobierno.

La siguiente pregunta, **la undécima** del cuestionario, “¿Cree que existe en Gandia un liderazgo claro que impulse los planes de mejora de la accesibilidad? “, con opciones “sí” y “no”; busca conocer la opinión de los encuestados sobre si creen que existe en Gandia un liderazgo claro que impulse los planes de mejora de la accesibilidad. Esto puede ayudar a evaluar la efectividad de las iniciativas existentes e identificar posibles áreas de mejora en términos de liderazgo.

**Respuestas P-11:** En las personas con relación directa con la accesibilidad son las únicas que tienen unanimidad con su percepción de que sí existe tal liderazgo, sin embargo, el sector privado y público indica opiniones distintas.

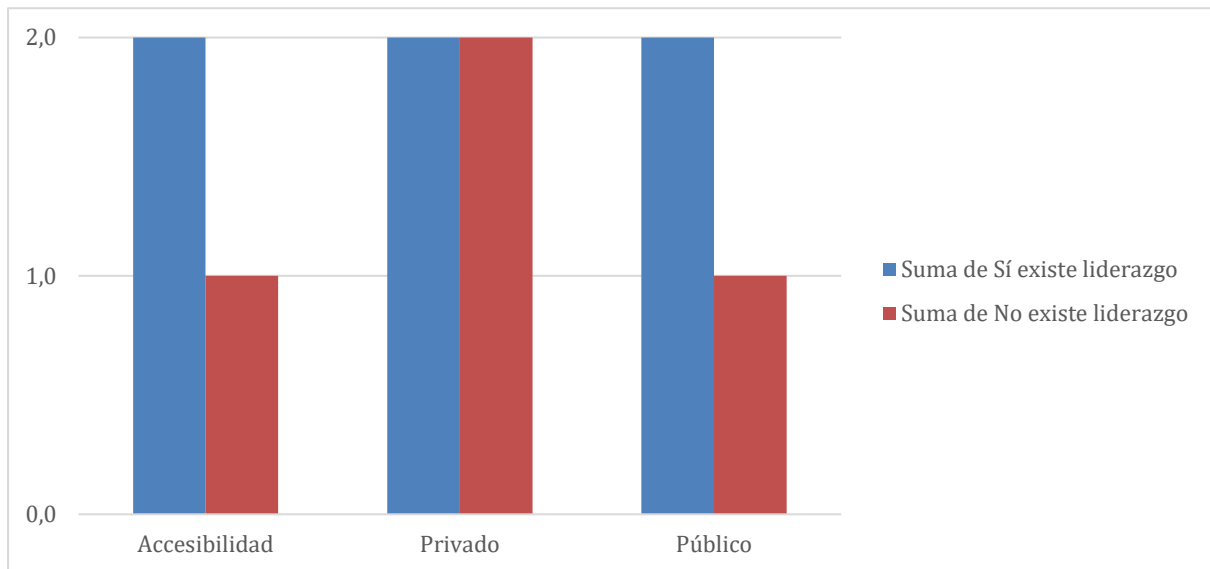


Gráfico 14 - Respuestas de cada stakeholder a la P-14: Percepción de si existe o no liderazgo. Fuente: Google Forms. Elaboración propia.

Se plantea, a través de la **decimosegunda pregunta**, dos enfoques dependiendo de si se percibe o no dicho liderazgo, en primer lugar, como primera opción, se pregunta sobre quién tiene el liderazgo en la mejora de la accesibilidad en Gandia, mientras que la segunda opción aborda la perspectiva sobre quién debería liderar estos planes en caso de que no exista un liderazgo claro: “¿Quién tiene este liderazgo? O bien, si no existe dicho liderazgo, ¿quién cree usted que debería liderar los planes de mejora de la accesibilidad?”.

**Respuestas P-12:** Quienes indicaron que sí existe este liderazgo, los profesionales del sector privado explicaron que, el Ayuntamiento, a través de su departamento de turismo y de urbanismo, debería colaborar con entidades sociales que tienen el conocimiento y la práctica para ampliar y mejorar esta accesibilidad a todos los agentes implicados y a la ciudadanía.

De entre quienes respondieron que no, el grupo de representantes del sector privado, dijeron que debería tenerlo la técnica de turismo y una comisión formada por administración y representantes de los colectivos afectados, esta opinión se recoge a través de la **decimocuarta pregunta**: “Para finalizar, puede añadir aquí cualquier sugerencia o idea que considere relevante para este estudio. Muchas gracias, de nuevo, por su colaboración.”.

*“El liderazgo está en el DTI pero la necesidad de transversalidad del proyecto dificulta mucho llevarlo a cabo por la falta de concienciación de muchos de los agentes implicados.”*



Profesional del sector públic de Gandia.

La última pregunta del cuestionario invita a los participantes a compartir cualquier sugerencia o idea relevante que consideren importante para el estudio. Esta pregunta abierta proporciona la oportunidad de recoger aportes adicionales, opiniones o reflexiones.

**Respuestas P-13:** Es necesario llevar a cabo más campañas de concienciación sobre la discapacidad y educar a la gente acerca de que todos somos iguales, solo que algunas personas requieren de un esfuerzo adicional para disfrutar de las mismas experiencias que los demás. La accesibilidad debería ser considerada como un aspecto clave del impacto social y, por lo tanto, tanto las instituciones como las empresas privadas tienen la responsabilidad de abordarla, no solo en el sector turístico, sino en todos los ámbitos empresariales. Es fundamental consultar de manera sistemática a los grupos afectados, ya que ellos tienen un conocimiento profundo de los problemas que enfrentan. Es necesario eliminar por completo las barreras arquitectónicas, de manera que los espacios estén adaptados para todos. La accesibilidad debe ser considerada en todos los aspectos, no solo para las personas con movilidad reducida. En el caso específico de Gandia, actualmente se encuentra en proceso de redacción de su Plan de Accesibilidad Turística.

## **Análisis del Retorno Social de la Inversión (SROI)**

---

Tras la revisión de diversos estudios sobre el análisis de la rentabilidad social de actuaciones relacionadas con la inclusión y la accesibilidad en entornos urbanos, se presenta a continuación una propuesta de, a modo de estudio exploratorio, para el cálculo del SROI de las acciones de mejora de la accesibilidad planteadas por el Ayuntamiento de Gandia en su plan DTI. Para ello ha sido necesario recopilar información que no estaba publicada y que ha sido facilitada por Karina Agud, técnica del Ayuntamiento de Gandia en el área de turismo.

### **Actuaciones de mejora de accesibilidad del plan DTI Gandia**

---

Las acciones de mejora de accesibilidad que aparecen en el plan DTI y que, inicialmente, se consideró que podrían ser evaluadas son las siguientes:

#### **ACCIÓN 1: Elaboración de una guía de accesibilidad turística del destino.**

Elaboración el Plan de accesibilidad Turística de Gandia. Diagnóstico con los informes del estado actual de las condiciones de accesibilidad de los recursos turísticos de Gandia (monumentos, museos y espacios visitables) y de las dos rutas turísticas más utilizadas (centro histórico y Grau).

Presupuesto: 16.890,00€

Fechas inicio-fin: 28/06/2022 – 31/10/2022

- Informes diagnóstico i recomendaciones de mejora de la accesibilidad: 24 recursos turísticos analizados.
- Estudio de accesibilidad en dos rutas naturales y urbanas: Ruta Centre Històric de Gandia - Ruta Grau de Gandia.

Beneficio esperado de la actuación: Análisis de accesibilidad de la oferta turística de Gandía. Informe de resultados para la elaboración de un mapa de accesibilidad del sector turístico de Gandia

Metodología: Formulario online (con asistencia especializada telefónica) enviado a 136 empresas turísticas (las distinguidas con SICTED Gandia). 52 empresas participantes en el formulario que han respondido a:

- Cuestiones relacionadas con la accesibilidad general del establecimiento
- Preguntas relacionadas con los clientes con necesidades de accesibilidad
- Preguntas relacionadas con la promoción de la accesibilidad.

En la actualidad se está desarrollando el Plan de acción:

Presupuesto: 6.150,00€

Fechas inicio - fin: en curso.

### **ACCIÓN 2: Creación de un grupo de mejora del SICTED – Accesibilidad Turística.**

En el marco de trabajo del Programa SICTED Gandia, el compromiso con la calidad turística ha ido siempre más allá, por un lado orientado hacia la mejora de la calidad en el destino, pero por otra, también hacia el trabajo colaborativo con el objeto de hacer entre todos y todas un destino mejor, más competitivo y, sobre todo, sostenido en el tiempo. En esta línea, de manera específica el programa SICTED Gandia ha estado trabajando durante 2022 de manera transversal con los planes y estrategias de Turismo de Gandia, y de manera especial con el Plan de Sostenibilidad Turística en vigor a través de la creación de los siguientes Grupos de Mejora:

- 1.Grupo de mejora para la Sostenibilidad y Economía Circular.
- 2.Grupo de mejora en Accesibilidad Universal.
- 3.Grupo de mejora para la Creación de Experiencias y Productos turísticos

Presupuesto: 6.000,00€

Fechas inicio-fin: diciembre 2021 – octubre 2022

Beneficios de la acción: 23 empresas distinguidas con el reconocimiento a las Buenas Prácticas en materia de accesibilidad

**ACCIÓN 3: Mejoras en la Oficina de información turística para su adaptación interior.**

La oficina de turismo de Gandia sufrió una reforma integral en 2020 para adaptarse a los nuevos requerimientos de información relacionados con la dotación de equipos multimedia para la autoconsulta de información y la accesibilidad interior para personas con movilidad reducida.

Presupuesto: 18.104,05 €

Fechas inicio-fin: diciembre 2019 – octubre 2020

Beneficios de la acción: no cuantificados.

**ACCIÓN 4: Punto de información accesible digital 24/7.**

Las oficinas de turismo cuentan con pantallas interactivas 24/7 del destino que se han adaptado en altura para su consulta por personas con movilidad reducida.

Presupuesto: 1.250,00€

Fechas inicio-fin: diciembre 2021 – octubre 2022

Beneficios de la acción: no cuantificados.

**ACCIÓN 5: Personal con formación específica en accesibilidad.**

Las tres oficinas Tourist-Info de Gandia pertenecen a la Red de Oficinas de Información Turística de la Comunitat Valenciana y siguen los criterios y directrices establecidas por la Red. El personal trabajador de las Oficinas de turismo de Gandia recibe de manera periódica formación específica en materia de accesibilidad. De manera concreta,

las últimas formaciones realizadas en 2021 han sido la asistencia, de manera telemática, a la "Jornada formativa de turismo inclusivo con personas con Síndrome de Down y discapacidad intelectual" realizada por el CdT, la jornada de TCV sobre el "Plan de Turismo Accesible" y la asistencia al "IV Congreso internacional de tecnología y turismo para la diversidad".

Presupuesto: 0,00€

Fechas inicio-fin: diciembre 2021 – octubre 2022

Beneficios: no cuantificados,

### **ACCIÓN 6: Accesibilidad web del portal turístico visitgandia.com**

Con el objetivo de cumplir con el RD 1112/2018, de 7 de septiembre, sobre accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público, Gandia inicia el proceso de cumplimiento de accesibilidad web con la realización de un diagnóstico previo sobre el portal turístico con la empresa InSuit. Como resultado, se obtiene un informe de errores y una relación de recomendaciones a implementar en el sitio web, iniciando las primeras correcciones del portal visitgandia.com. Conforme a las tareas realizadas y mencionadas en el indicador anterior, se implementa en la web turística un módulo de accesibilidad web para las personas usuarias con el fin de atender a un volumen mayor de personas con diferentes necesidades para la navegación accesible. Este módulo permite la extracción de un report, disponible en la herramienta online de autodiagnóstico, con información sobre el cumplimiento de los niveles de accesibilidad de la web Visit Gandia. En él se observa la evolución de la adaptación de la web de Gandia a los requisitos en materia de accesibilidad WCAG 2.0 - NIVEL AAA.

Presupuesto: 6.000,00€

Fechas inicio-fin: diciembre 2021 – octubre 2022

Beneficios: no cuantificados.

### **ACCIÓN 7: Material promocional adaptado.**

En ese mismo apartado de la web, se ha creado un apartado específico “Guías accesibles” con información de los folletos turísticos, en formato PDF accesible, para facilitar la lectura de estos a través del módulo de accesibilidad. En esta línea, se está preparando una línea presupuestaria específica, dentro del proyecto DTI Gandia, para adaptar todo el material promocional de Gandia adaptado a la lectura fácil. Del mismo modo, en el último video promocional se han incorporado subtítulos en castellano, y se trabaja en la mejora del canal Youtube de Visit Gandia, para facilitar el acceso a personas con diversidad intelectual y funcional.

Presupuesto: 0,00€

Fechas inicio-fin: diciembre 2021 – octubre 2022

Beneficios: no cuantificados

### **ACCIÓN 8: Servicios de apoyo en las oficinas de información turística y en otros puntos de interés turístico.**

El Ayuntamiento de Gandia cuenta con un servicio de video interpretación en lengua de signos facilitado por la Federación de Personas Sordas de la Comunitat Valenciana (FESORD CV), en los puntos de atención a la ciudadanía, coordinado con las oficinas de turismo municipales. Dicho servicio, basado en la App SVisual, se ofrece con cita previa los miércoles de 9 a 14h.

Presupuesto: 0,00€ es un servicio gestionado desde el área de informática (URA)

Fechas inicio-fin: en curso

Beneficios: no cuantificados

### **ACCIÓN 9: Tours y visitas virtuales en 3D.**

Gandia cuenta con recursos de difícil acceso como el Castell de Bairén o la Cova del Parpalló, pero desde 2019, el destino cuenta con tours y visitas virtuales en 3D, disponibles en la web [visitgandia.com](http://visitgandia.com). Además, estas visitas cuentan con soporte promocional y posibilidad de realizarse con gafas virtuales desde diferentes espacios de Gandia (Tourist Info, Palau ducal, Faro 1...):

Presupuesto: 4,750,00€

Fechas inicio-fin: octubre 2022 – mayo 2023 (realización en curso).

Beneficios: en curso

### **ACCIÓN 10: Sensorización IoT para la gestión acústica y de plazas de Movilidad reducida**

Gandia orienta este proyecto a la instalación de sensores de ruido para el control de la contaminación acústica y sensores de parking para el control de plazas de movilidad reducida. Estos sensores transmitirán los datos a través de una red de comunicaciones inalámbrica que utiliza el protocolo Lorawan, al tiempo que se envían a la plataforma de gestión Sentilo de la Diputació de València, que los pondrá a disposición de los ayuntamientos.

- Actuación 1: Instalación de 17 sensores de ruido y 22 sensores de aparcamiento.
- Actuación 2: Suministro, Instalación, configuración y puesta en marcha de la red LoraWan en el centro de la ciudad y la playa y posterior integración en la plataforma Sentilo.

Presupuesto: 36.148,75 €

Fecha de principio y fin: en curso

Beneficios: No cuantificados

## **Etapas del proceso de cálculo del SROI**

---

Las seis **etapas** del proceso para el cálculo del SROI son las siguientes (Nicholls et al., 2012):

### **1- Establecer el alcance e identificar a los *stakeholders* clave.**

---

En primer lugar, se debe delimitar qué se va a evaluar, acciones concretas, cómo se va a medir y el por qué. Por ello, lo primero es establecer el alcance, después se debe identificar a los *stakeholders* y decidir cómo involucrarlos. En este trabajo, lo que se evalúa es el SROI de las acciones en materia de accesibilidad establecidas por el Destino Gandía en su Plan Estratégico 2020-2025. Los *stakeholders* son los diferentes agentes que se han visto implicados en las entrevistas en profundidad, las cuales han sido la herramienta a través de la cual involucrarlos en el estudio.

Como se ha explicado anteriormente, en este estudio se comparan los modelos mentales de las tres principales partes interesadas de la estructura colaborativa del turismo accesible (Sanz y Aliperti, 2022, p. 108):

1. Sector público
2. Asociaciones del ámbito de la accesibilidad
3. Empresas privadas (establecimientos turísticos)

Con ello se busca identificar aquellas lagunas y malentendidos en el proceso de comunicación entre diferentes grupos de interés, para facilitar la comprensión entre los mismos.



## 2- Establecer el mapa de *outcomes*.

Durante la interacción con sus *stakeholders*, se debe elaborar un mapa de impacto, que muestra la relación entre inputs, outputs y *outcomes*. El mapeo de alcances, o mapa de *outcomes*, es un enfoque que ayuda a establecer los pasos que vinculan las actividades de un proyecto, como es el caso de las acciones de accesibilidad del Destino estudiado, con los resultados (consecuencias de dichas acciones) que son importantes. Algunas formas de representar estos mapas de alcances dan lugar a diagramas complicados, lo que dificulta su comprensión, así como el alcance de los mismos y su evaluación. Se plantea un posible mapa de *outcomes* en base a los *stakeholders* establecidos y las acciones proporcionadas por Turisme Gandia:

Acciones	Resultados ( <i>outcomes</i> )
<b>Sector Público</b>	
Desarrollar e implementar un plan estratégico integral para mejorar la accesibilidad turística	- Mayor accesibilidad para personas con discapacidad en los destinos turísticos de Gandia.
	- Mejora de la imagen y reputación del destino como un lugar inclusivo y accesible.
Invertir en infraestructuras accesibles	- Aumento de la disponibilidad de instalaciones y servicios accesibles, como rampas, elevadores y baños adaptados.
	- Mayor comodidad y facilidad de acceso para personas con discapacidad.
Establecer colaboraciones con organizaciones sin ánimo de lucro	- Intercambio de conocimientos y mejores prácticas en el ámbito de la accesibilidad turística.
	- Mayor apoyo y participación de la comunidad en la promoción de la accesibilidad.
Promover activamente el turismo accesible mediante campañas de marketing y promoción específicas	- Aumento de la conciencia sobre la accesibilidad turística en Gandia.



	- Atracción de turistas con discapacidad y sus familias, generando un impacto económico positivo.
<b>Asociaciones</b>	
Sensibilizar a la comunidad y a las empresas locales sobre la importancia de la accesibilidad	- Mayor conciencia y comprensión sobre las necesidades de las personas con discapacidad en el turismo.
	- Mayor compromiso de las empresas locales para mejorar la accesibilidad en sus instalaciones y servicios.
Ofrecer programas de capacitación y formación a las empresas y proveedores de servicios turísticos	- Mejora de la capacidad de las empresas para atender las necesidades de las personas con discapacidad.
	- Mayor calidad en la prestación de servicios accesibles en el destino.
Establecer sistemas de evaluación y certificación de accesibilidad	- Reconocimiento y promoción de los destinos y empresas que cumplen con los estándares de accesibilidad.
	- Estándares claros y medibles para la mejora continua de la accesibilidad.
Brindar apoyo en el acceso a fondos y subvenciones para mejorar la accesibilidad turística	- Mayor financiamiento disponible para proyectos de accesibilidad en el sector turístico.
	- Incentivo para que las empresas inviertan en mejoras de accesibilidad.
<b>Empresas Privadas</b>	
Adaptar servicios y productos para atender las necesidades de las personas con discapacidad	- Mayor satisfacción y fidelidad de los clientes con discapacidad.
	- Ampliación del mercado objetivo al incluir a las personas con discapacidad como segmento de clientes.
Capacitar al personal en atención y servicio inclusivo	- Mejor atención y servicio a personas con discapacidad en el destino.



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Experiencias de viaje positivas y satisfactorias para los visitantes con discapacidad.</li></ul>
Promover la inclusión y diversidad en la fuerza laboral	<ul style="list-style-type: none"><li>- Mayor representación de personas con discapacidad en los empleos del sector turístico.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Mejora de la imagen corporativa y reputación de las empresas como empleadores inclusivos.</li></ul>

*Tabla 1 - Mapa de outcomes para el cálculo del SROI. Fuente: Elaboración propia.*

**3-. Dar valor y evidenciar los *outcomes*.** Valorar los resultados de las acciones es crucial. Hablamos de impacto social sí, pero no hay que olvidar que se trata de una herramienta de análisis, por lo que debe ser lo más objetiva posible. Para ello, se deben elaborar indicadores que monitoricen la eficacia de las acciones tomadas, y sirvan para valorar si efectivamente se han producido los resultados esperados. Los indicadores de impacto social son *outputs* operacionales específicos que debe establecer cada proyecto de forma personalizada y acorde a los fines del mismo,

En este caso concreto, la institución que elabora las acciones en materia de accesibilidad propone indicadores para medirlas. Para las acciones concretas estudiadas en este SROI, y con el objetivo de hacer una aportación a estos indicadores ya existentes, se proponen los siguientes:

Resultado	Indicador
Mayor accesibilidad para personas con discapacidad en los destinos turísticos de Gandia	- Número de instalaciones turísticas accesibles (rampas, elevadores, baños adaptados)
	- Porcentaje de hoteles, restaurantes y atracciones turísticas con certificación de accesibilidad
Mejora de la imagen y reputación del destino como un lugar inclusivo y accesible	-Índice de percepción de accesibilidad y satisfacción de los turistas con discapacidad
	- Número de menciones positivas del destino en medios de comunicación relacionadas con la accesibilidad
Aumento de la disponibilidad de instalaciones y servicios accesibles	- Porcentaje de infraestructuras turísticas adaptadas para personas con discapacidad
	- Número de servicios turísticos con opciones accesibles para personas con discapacidad (tours, actividades, transporte)
Intercambio de conocimientos y mejores prácticas en el ámbito de la accesibilidad turística	- Número de colaboraciones y alianzas establecidas entre el sector público, asociaciones y empresas privadas
	- Participación en eventos, conferencias o capacitaciones relacionadas con la accesibilidad turística



Aumento de la conciencia sobre la accesibilidad turística en Gandia	- Porcentaje de aumento en el conocimiento sobre la accesibilidad turística a través de encuestas o estudios de opinión
	- Número de participantes en campañas de concienciación y promoción específicas de la accesibilidad turística
Atracción de turistas con discapacidad y sus familias, generando un impacto económico positivo	- Porcentaje de aumento en el número de turistas con discapacidad que visitan Gandia
	- Gasto promedio por turista con discapacidad en comparación con otros segmentos de turistas
Mayor conciencia y comprensión sobre las necesidades de las personas con discapacidad en el turismo	- Porcentaje de aumento en la percepción de la importancia de la accesibilidad turística entre la comunidad local
	- Número de empresas locales que han participado en programas de capacitación sobre atención a personas con discapacidad
Mejora de la capacidad de las empresas para atender las necesidades de las personas con discapacidad	- Número de empresas turísticas que han implementado medidas específicas para la atención a personas con discapacidad
	- Índice de satisfacción de los clientes con discapacidad respecto a los servicios recibidos en las empresas turísticas
Reconocimiento y promoción de los destinos y empresas que cumplen con los estándares de accesibilidad	- Número de destinos y empresas turísticas certificados en accesibilidad
	- Participación en premios o reconocimientos relacionados con la accesibilidad turística
Mayor financiamiento disponible para proyectos de accesibilidad en el sector turístico	Total de fondos y subvenciones asignados a proyectos de accesibilidad turística
	- Porcentaje de empresas turísticas que han accedido a financiamiento para mejoras de accesibilidad
Mayor satisfacción y fidelidad de los clientes con discapacidad	- Índice de satisfacción de los turistas con discapacidad respecto a los servicios y productos adaptados
	- Porcentaje de turistas con discapacidad que han repetido su visita al destino

Mejor atención y servicio a personas con discapacidad	- Número de empleados capacitados en atención y servicio inclusivo para personas con discapacidad
	- Índice de satisfacción de los turistas con discapacidad respecto a la atención y servicio recibidos
Mayor representación de personas con discapacidad en los empleos del sector turístico	- Porcentaje de personas con discapacidad empleadas en el sector turístico
	- Número de empresas turísticas que han implementado políticas de inclusión laboral para personas con discapacidad

*Tabla 2 - Indicadores para el cálculo del SROI. Fuente: Elaboración propia*

Poseer indicadores es necesario para brindar valor cuantitativo a todo estudio, especialmente en el sector privado donde las acciones proceden en muchos casos de subvenciones a fondo perdido, o no existe una medición del retorno de las inversiones específica. Estos indicadores no necesariamente han de ser complejos y numerosos, sino más bien concretos y sencillos, como por ejemplo “euros recibidos de subvenciones vinculados a una acción”, en que se observe numéricamente cuánto valor ha aportado dicha acción en términos de adquirir subvenciones. De igual forma, otro indicador interesante para entidades públicas como Turisme Gandia, puede ser el que muestre los premios y reconocimiento que se relacionan con una acción concreta. Por otro lado, calcular los beneficios en cuanto a imagen también puede ser interesante.

El primer indicador que se propone para medir el número de instalaciones turísticas accesibles tales como rampas, elevadores, baños adaptados es el que se refiere a la cantidad de instalaciones turísticas que cuentan con medidas de accesibilidad para personas con discapacidad o movilidad reducida. Este indicador puede ser importante para medir y mejorar la accesibilidad en la industria turística, y garantizar que todas las personas puedan disfrutar de los destinos turísticos de manera plena y sin barreras.

La participación en eventos, conferencias o capacitaciones relacionadas con la accesibilidad turística es un indicador que mide la participación de los destinos turísticos en eventos, conferencias o capacitaciones específicas relacionadas con la accesibilidad turística. Esto demuestra el compromiso del destino por mejorar sus prácticas y

conocimientos en esta materia, así como el interés por conocer las últimas tendencias y novedades en accesibilidad. Otro indicador que puede resultar interesante es el del incremento porcentual del conocimiento sobre la accesibilidad turística a través de encuestas o sondeos de opinión. Este indicador evalúa el aumento del conocimiento y la comprensión de la importancia de la accesibilidad turística entre la población, que se puede medir a través de cuestionarios o encuestas de opinión que muestran el conocimiento previo y futuro de las personas sobre la accesibilidad turística. Un aumento en el porcentaje indica un mayor nivel de conciencia y comprensión del problema.

El número de personas que participan en actividades de información y promoción de la accesibilidad turística, como su nombre indica, contabiliza el número de personas que participan en actividades destinadas a concienciar sobre la importancia de la accesibilidad turística. Estas actividades pueden incluir eventos educativos, redes sociales, eventos comunitarios y más. Cuanto mayor sea el número, mayores son los participantes que reflejan una mayor difusión y alcance de la información de accesibilidad. En esta línea, un indicador que también sirva para saber el grado de concienciación de la ciudadanía y profesionales del sector turístico en materia de accesibilidad es el porcentaje de oferta turística orientada a personas discapacitadas en Gandia, no únicamente en servicios hoteleros o de pernoctación, sino también en actividades experienciales como son restaurantes, actividades acuáticas, servicios de playa, o transportes.

Los indicadores que miden el porcentaje de aumento en el número de turistas con discapacidad que eligen visitar un destino turístico de Gandia puede resultar interesante, especialmente si se puede identificar a dichos turistas y recibir *feedback* de los servicios recibidos, así como mejoras que aporten valor al destino. El aumento de este porcentaje indica que este segmento de turistas tiene una mayor atracción y preferencia por el destino, lo que podría deberse a la mejora de la accesibilidad y servicios personalizados. Otro aspecto que puede resultar interesante es el consumo medio por turista con discapacidad en comparación con otros grupos de turistas. Este indicador compara el gasto medio de los turistas con discapacidad con otros grupos de turistas, lo cual permite evaluar la contribución económica de este grupo turístico al destino. Si el consumo medio es similar o superior al de otros segmentos, muestra que los turistas con discapacidad son un segmento importante y rentable del destino.

Aumento porcentual en la percepción de la comunidad local sobre la importancia de la accesibilidad turística, se trata de medir aumento en la percepción de la importancia de la accesibilidad turística en las comunidades locales de Gandia. Esto significa que la sociedad es consciente y aprecia la necesidad de infraestructuras y servicios accesibles para atraer visitantes con discapacidad. Este aumento porcentual refleja una mayor conciencia pública y apoyo a la accesibilidad del turismo.

El número de empresas locales que participan en programas de capacitación en atención a personas discapacitadas, es un indicador que contabiliza el número de empresas locales que participan en programas específicos de formación en atención a la discapacidad

y servicios inclusivos. Estos programas pueden proporcionar el conocimiento y las habilidades para brindar un tratamiento adecuado y adaptar los servicios a las necesidades de este grupo de visitantes. Cuantas más empresas se capaciten, mayor será el compromiso y la voluntad de servir a las personas con discapacidad.

Establecer el número de establecimientos turísticos que implementan medidas específicas para la atención de personas con discapacidad, puede incluir la capacitación del personal, mejoras en las instalaciones, disponibilidad de información accesible, etc. Las empresas que implementan medidas concretas muestran un compromiso real con la inclusión y la accesibilidad. Y el indicador que mide la satisfacción de los clientes con discapacidad con los servicios de las empresas de viajes, recoge opiniones y valoraciones sobre la calidad de los servicios, la atención recibida y la adecuación a las necesidades individuales en forma de encuestas o entrevistas en profundidad a usuarios con discapacidad. Un mejora de este índice de satisfacción indica un mayor cumplimiento efectivo de las expectativas de los clientes con discapacidad. Los dos indicadores señalados en este párrafo, pueden ser índices interesantes y complementarios, el primero de ellos más cercano a lo que sería la medición de un *output* del sector privado (promovido desde el sector público) y el segundo claramente vinculado con un *outcome* (resultado), como es la mejora de la satisfacción de los clientes con discapacidad durante su estancia en Gandía.

El índice de satisfacción de los servicios y productos adaptados para turistas con discapacidad, recoge opiniones y valoraciones sobre la calidad y eficacia de las adaptaciones y personalizaciones realizadas. De forma similar al indicador propuesto en el párrafo anterior, un alto índice de satisfacción refleja una experiencia positiva y satisfactoria para los turistas con discapacidad.

Porcentaje de turistas con discapacidad que vuelven a visitar un destino, permite hacer un seguimiento de tasa de visitas repetidas, consecuencia y resultado de una mayor satisfacción y experiencias pasadas positivas, lo que puede estar relacionado con la disponibilidad y la calidad de los servicios personalizados.

También se considera interesante, hacer un seguimiento del número de profesionales y empleados del sector turístico que han recibido formación en atención a la discapacidad y servicios inclusivos. Esta capacitación brinda el conocimiento y las habilidades para proporcionar un enfoque apropiado y empático adaptado a las necesidades individuales de los visitantes con discapacidades. El aumento del personal capacitado demuestra compromiso y disposición del destino para brindar un servicio de calidad.

El índice de Satisfacción de los Turistas con Discapacidad con la Atención y Servicio Recibido durante su experiencia turística, recoger opiniones y valoraciones sobre la calidad del trato, disponibilidad de la información, asistencia prestada y otros aspectos relevantes en forma de encuestas o entrevistas en profundidad a turistas en el destino. Al igual que las encuestas o entrevistas en establecimientos turísticos, mantener y mejorarla satisfacción



indica una experiència positiva i un servei satisfactori, i la seua mesura és també una oportunitat per rebre una retroalimentació per part dels visitants que nos indica direccions a seguir per a la millora contínua.

Medir el percentatge de persones amb discapacitat treballades en la indústria turística, és important per conèixer el nivell d'accessibilitat i inclusió del territori, no només per als visitants, sinó també per a les persones que integren el sistema productiu. Un major percentatge indica una major inclusió de les persones amb discapacitat en el mercat laboral i oportunitats d'empleu que promuevan un entorn laboral divers i promuevan la igualtat d'oportunitats, i és que no es tracta de oferir un servei accessible, sinó de ser una societat accessible.

El indicador que mesura el nombre d'empreses turístiques que implementen una política d'inclusió laboral de persones amb discapacitat, està relacionat amb dos aspectes que s'han vist anteriorment: la percepció que els stakeholders tenen sobre com actua el sector privat en relació a l'accessibilitat, i la seua opinió sobre com s'hauria d'actuar per impulsar que es realitzaran més accions de millora. Una de les opcions més nomenades és la de oferir ajudes i suport als establiments. Aquestes polítiques poden ajudar a que s'inclueixen accions formatives, adaptacions en el lloc i programes de capacitat i consciència i altres. Si més empreses implementen polítiques d'inclusió laboral, demostrant el seu compromís amb la diversitat i la igualtat d'oportunitats en la indústria del turisme, aquest indicador servirà per comprovar que les mesures de sensibilització funcionen.

En resum, els indicadors anteriors són eines importants per avaluar i mesurar el progrés en la implementació de l'accessibilitat turística en els destins turístics. Aquests indicadors cobreixen una varietat d'aspectes, des de millores en l'infraestructura física fins a la satisfacció dels turistes amb discapacitat, la participació de la comunitat i la participació en el mercat laboral.

Mediant el seguiment d'aquests indicadors, els destins poden avaluar el seu rendiment i prendre mesures per millorar l'accessibilitat en tots els aspectes. Els indicadors relacionats amb la certificació d'accessibilitat, la satisfacció del visitant, la participació en esdeveniments i capacitacions, i una major consciència i coneixement de l'accessibilitat són particularment importants per demostrar el compromís i els èxits en aquesta àrea. L'ús d'aquest tipus d'indicadors pot tenir un impacte significatiu en el destí, millorar la seua reputació, atraure més turistes amb discapacitat, generar beneficis econòmics i promoure la inclusió social. A més, l'indicador també reflecteix la cooperació i les associacions entre el sector públic, les associacions i les empreses privades, el que demostra l'importància dels enfocaments comuns per millorar l'accés turístic.



Como conclusión, al implementar estos indicadores y monitorear su progreso regularmente, los destinos turísticos adoptarán un enfoque más inclusivo, asegurando que todos los turistas, independientemente de su capacidad, puedan disponer de servicios accesibles. Se podrá mejorar la accesibilidad a través de las acciones, que no solo se adhieren a los principios de igualdad y derechos humanos, sino que también brindan oportunidades para el desarrollo sostenible y la diferenciación competitiva en el sector turístico.

**4. Establecer el impacto.** Una vez recogida información sobre los *outcomes*, y establecido su valor en términos numéricos, se debe estudiar la correlación entre las acciones tomadas a cabo y dichos resultados, y así conocer realmente cuál es el nivel de causalidad de estas acciones sobre los beneficios obtenidos.

Para estudiar la correlación entre las acciones tomadas en las diferentes acciones y los resultados obtenidos, se puede realizar un análisis cuantitativo para determinar el nivel de causalidad. Esto implica recopilar datos numéricos sobre las acciones y los resultados, y aplicar técnicas estadísticas para evaluar la relación entre ellos, los datos se pueden obtener de forma interna y externa.

Se propone un ejemplo de cómo se podría estructurar esta evaluación:

Identificar:

- Variables de acciones: Por ejemplo, el número de guías adaptadas, el número de idiomas disponibles, el número de copias recogidas por turistas, la frecuencia de actualización de la guía, etc.
- Variables de resultados: Por ejemplo, el aumento en la llegada de turistas con discapacidad, el índice de satisfacción de los turistas con discapacidad, la mejora de la reputación del destino, etc.

Recopilar los datos: Obtener los valores numéricos correspondientes a las variables de acciones y resultados. Se pueden utilizar herramientas existentes que recogen estadísticas sobre la reputación del destino en base a datos recogidos de menciones en prensa y en redes sociales, además de datos de volumen de impresión de material informativo, o datos de resultados de personas encuestadas.

Analizar la correlación:

- Correlación lineal: Calcular el coeficiente de correlación (por ejemplo, el coeficiente de correlación de Pearson) para determinar la relación lineal entre las variables de acciones y resultados. Previamente, se deben representar los gráficos de dispersión, para detectar posibles relaciones no lineales entre las variables.

Regresión lineal: Realizar un análisis de regresión lineal para evaluar la relación causal entre las acciones y los resultados. Esto puede ayudar a determinar si existe una relación significativa entre las variables y si las acciones tomadas tienen un efecto significativo en los resultados obtenidos. Además, se pueden hacer predicciones a futuro que ayuden a la toma de decisiones fundamentada.

**5. Calcular el SROI.** Tras los pasos anteriores, se puede establecer de una forma objetiva la comparación del resultado con la inversión, o lo que es lo mismo, el retorno social de la inversión.

Existen numerosos métodos y herramientas disponibles para calcular el SROI, tras analizar la bibliografía existente, algunos de ellos son:

- El Enfoque del Valor Económico Agregado (EVA): Esta técnica tiene como objetivo cuantificar el valor económico del impacto social de una acción. Para saber si realmente se crea valor, es necesario medir la creación económica en la firma o empresa. Para esto, necesitamos conocer los flujos de dinero y cuantificar el uso de los recursos utilizados para obtener estos flujos de dinero. Adicionalmente, es necesario medir los riesgos asociados a estas decisiones futuras para poder cuantificar los retornos económicos alcanzados. Se trata de un enfoque más puramente monetario, centrado los datos económicos, que deja de lado el contexto.

*“El valor económico agregado EVA (en inglés, Economic Value Added) es un método de desempeño financiero para calcular el verdadero beneficio económico de una empresa/entidad” (Bonilla, F.L., 2010).*

- Análisis Coste-Beneficio: se trata de una herramienta que compara los costes y beneficios monetarios de las intervenciones sociales. Los costos y beneficios sociales se identifican y cuantifican, y se ejecutan puntos de referencia para determinar si los beneficios superan los costes. El análisis coste-beneficio social es una técnica susceptible de ser utilizada para determinar el tamaño óptimo de la industria, o capacidad de carga. Dado que la expansión del turismo suele ir acompañada de una serie de impactos ambientales que afectan negativamente a la demanda, las condiciones previas para el desarrollo del turismo sostenible ya no se cumplen cuando las externalidades alcanzan niveles superiores al óptimo social.

*“Desde la perspectiva del análisis coste-beneficio, el turismo también tiene costes sociales que han de restarse de los beneficios con el fin de poder plantearse si estamos ante una actividad socialmente deseable” (Invattur e IUIT, 2023).*

- Enfoque de la Evaluación del Impacto Social: Este enfoque se basa en la evaluación del desempeño social con la participación de las partes interesadas. Se utilizan métodos como grupos focales, encuestas y entrevistas para recopilar las perspectivas de los beneficiarios y otras partes interesadas sobre el valor del impacto social. Además, a pesar de que la EIS siempre necesita realizar un ejercicio de evaluación mínimo para identificar y evaluar los impactos, en última instancia, la gobernanza del proyecto va más allá de la imparcialidad científica de ese ejercicio: demostrar un significado funcional claro. Las EIS siempre responden a las razones (por qué están haciendo una EIS) y no están exentas de proporcionar respuestas explícitas o implícitas sobre lo que es positivo o negativo de la intervención.

*“Definir es trazar un círculo en la realidad y considerar a todo aquello que cae dentro de ese círculo como parte de una misma unidad, fenómeno o proceso. De otra forma, sería imposible manejarnos en una realidad múltiple y compleja.” (Aledo y Domínguez, 2018).*

- Herramientas y software específicos: Hay varias herramientas y software disponibles para calcular fácilmente el SROI. Estos incluyen la guía SROI de Social Value UK, una calculadora SROI que es una herramienta de evaluación de impacto social dedicada. Como mencionan, mientras que algunas organizaciones realmente intentan perseguir una misión social, muchas ignoran sus responsabilidades. El papel de las empresas sociales, que son organizaciones con fines sociales, sugiere que podrían ser nuestros primeros socios en la lucha contra la desigualdad.

*“Si las empresas sociales pudieran hacerlo bien y demostrarlo a otras organizaciones, establecerían buenas prácticas que podrían ayudar a cambiar la forma en que funciona el mundo y ayudarnos a convencer a otras organizaciones de cómo esto puede funcionar para ellas y la sociedad.” (Social Value UK, 2023).*

Una dificultad importante que debe abordar todo análisis de inversión social es la comparación de efectos que tienen lugar en momentos temporales distintos, para lo cual es necesario fijar una tasa de descuento adecuada. Una tasa elevada primará los efectos de corto plazo sobre los de medio y largo plazo. Sin embargo, hay políticas cuyos efectos pueden extenderse mucho en el tiempo y, por consiguiente, no pueden ser correctamente evaluadas desde un punto de vista cortoplacista. En estos casos, el resultado final del análisis puede depender en gran medida de la tasa de descuento elegida, por lo que ésta debe reflejar correctamente el equilibrio entre la incertidumbre del largo plazo y el peso suficiente de los efectos en las futuras generaciones.

Los primeros análisis de SROI llevados a cabo por *The Roberts Enterprise Development Fund* (REDF) determinaban que, dentro del análisis SROI se utilizan diferentes tasas para descontar el valor en efectivo con fines sociales y el valor empresarial (Emerson, 2001). En el citado trabajo de Emerson (2001) se utilizó como Tasa de Descuento el Coste Medio Ponderado de Capital, si bien se describe que, en un perfeccionamiento futuro de esta herramienta, se podría establecer un coste social de capital ajustado conforme a las diferencias en el riesgo incurrido según el tipo de proyecto y su propósito. Este riesgo lo categoriza como la "Beta Social". y pretende explorar otros enfoques más apropiados y personalizados para cada tipo de organización. La definición técnica de beta es la medida relativa de sensibilidad de (en este caso) el rendimiento de una entidad específica a los cambios. Beta tradicionalmente representa una covarianza utilizada para administrar el riesgo de cartera de valores. Este estudio declara que el término de "coeficiente de riesgo social" es el término genérico, que daba lugar a un indicador más preciso del riesgo social. Este coeficiente de riesgo social se mediría a lo largo de una escala derivada de una matriz de factores de riesgo diseñada por BTW Consultants. No implicaría ninguna regresión del PIB o del ingreso neto.

En estudios posteriores, se establece que pueden existir variedad de tasas de descuento dependiendo del contexto. Por ejemplo, para el sector público, el tipo básico recomendado en el Libro Verde del Tesoro de Reino Unido es del 3,5% (HM Treasury, 2022).

Este estudio muestra un ejemplo utilizando la tasa de descuento del 3,5%.

Valor actual total = 81 741,93 £

Valor actual neto = valor actual total - entradas totales 81 741,93 £ - 42 375 £ = 39 366,93 £

SROI = valor actual total / entradas totales 81 741,93 £ / 42 375 £ = 1,93 £/£

Así que este proyecto analizado, hay casi £2 de valor por cada £1 de inversión.

En el caso de este Trabajo, para la **acción 1** se propone su sistema de evaluación del SROI que se desarrolla a continuación. La explicación de los diferentes cálculos del SROI están basados e inspirados en las indicaciones y ejemplos de la Guía para el Retorno Social de la Inversión (SROI) de Jeremy Nicholls, Eilis Lawlor, Eva Neitzert y Tim Goodspeed (2012), traducida al español por el grupo Civis y disponible en varios idiomas en la Web de Social Value International.

Para la elaboración del cálculo del SROI para cualquier acción, es necesario el conocimiento de los datos que se han detallado anteriormente, entre los que se incluye el beneficio monetario que parte de la puesta en marcha de dicha actuación. En este caso, desde el propio Turisme Gandia no existe una medición concreta de dichos resultados en el momento de realización de este Trabajo. Para suplir esta carencia, se realiza una estimación de aquellos datos no existentes y se utilizan todos aquellos que sí existen, así como la información no numérica que da contexto y sentido para poder hacer estimaciones.



ETAPA 1		ETAPA 2		
Stakeholders	Cambios contemplados / no contemplados	Inputs		Outputs
		Descripción	Valor €	
¿En quién tenemos efecto? ¿Quién tiene efecto en nosotros?	¿Qué cree usted que cambiará para ellos?	¿Qué invierten ellos?		Resumen de la actividad en números
Museos de Gandia	Mayor conciencia sobre el estado de sus instalaciones y servicios en términos de accesibilidad	Contratación de empresas de obra	12.000,00 €	1000 € de media por 3 instalaciones de media mejoradas * 4 museos
	Sensibilización de los responsables que se encargan de responder para la elaboración del diagnóstico	Tiempo		La sensibilización no tiene coste
Entidad pública que lo elabora	Reconocimiento por parte de asociaciones, turistas y otros entes públicos	Contrato del servicio de diagnóstico	23.040,00 €	24 recursos turísticos analizados. 2 rutas turísticas urbanas analizadas 136 empresas turísticas involucradas 52 empresas participantes
	Capacidad de solicitar ayudas para la elaboración de proyectos en materia de accesibilidad			
52 empresas turísticas dirigidas por SICTED Gandia	Mayor conciencia sobre sus instalaciones y servicios	Contratación de empresas de obra	52.000,00 €	1 instalación mejorada * 52 empresas involucradas
	Capacidad de recibir financiación en el futuro	Tiempo		
	Mayor conciencia sobre las necesidades de los clientes con necesidades de accesibilidad (actuales y potenciales).	Tiempo		
	Mejorar su competencia en la promoción de las actuaciones de mejora accesibilidad	Contratación de cursos formativos	3.640,00 €	Formación del personal de marketing en publicidad de accesibilidad a través del Instituto Europeo del Turismo Inclusivo, por 70 € para una media de 1 empleado por empresa involucrada
		<b>TOTAL</b>	<b>90.680,00 €</b>	





ETAPA 3				
Indicador	Fuente	Cantidad	Duración	Proxy Financiero
¿Cómo lo mediría?	¿De dónde obtuvo la información?	¿Cuánto cambio hubo?	¿Cuánto dura?	¿Qué proxy usaría para valorar el cambio?
Índice de Accesibilidad de Instalaciones = (Número de instalaciones accesibles / Total de instalaciones) * 100	Investigación puntual a través de un listado de mejoras por parte de cada museo	4	1 año (el que se realizan las mejoras en las instalaciones escogidas)	Valor monetario por instalación * total instalaciones
Índice de Conciencia de Accesibilidad = (Número de empleados capacitados en accesibilidad / Total de empleados) * 100	Cuestionarios y entrevistas	10	4 años (media en que esos trabajadores sensibilizados permanecerán en los museos)	Coste en formación * trabajadores
Índice de Reconocimiento de Accesibilidad = (Número de turistas que personas entrevistadas que renocen la accesibilidad suficiente / Total de evaluaciones) * 100	Cuestionarios y entrevistas	20	4 años (media en que los turistas y organismos recordarán y percibirán el esfuerzo por mejorar de Gandia gracias a esta acción)	Turistas extras por servicios de accesibilidad + publicidad por menciones de entidades como Red DTI CV
Índice de Capacidad de Obtención de Ayudas para Accesibilidad = (Número de ayudas obtenidas / Número de solicitudes realizadas) * 100	Base de datos	10		
Índice de Accesibilidad de Instalaciones = (Número de instalaciones accesibles / Total de instalaciones) * 100	Investigación puntual a través de un listado de mejoras por parte de cada empresa	52	1 año (el que se realizan las mejoras en las instalaciones escogidas)	Valor monetario por instalación * total instalaciones
Índice de Capacidad de Obtención de Ayudas para Accesibilidad = (Número de ayudas obtenidas / Número de solicitudes realizadas) * 100	Base de datos	52		
Índice de Necesidades de Accesibilidad de Clientes = (Número de acciones o medidas implementadas para abordar las necesidades de accesibilidad de los clientes / Número total de necesidades de accesibilidad identificadas) * 100	Investigación puntual a través de un listado de mejoras por parte de cada empresa	52		
Índice de Conocimiento sobre Promoción de Accesibilidad = (Número de acciones publicitarias de servicios accesibles / Total de acciones publicitarias) * 100	Análisis de acciones publicitarias cualitativo	50	4 años (media en que esos trabajadores sensibilizados permanecerán en los museos)	Coste en formación * trabajadores



Valor €	Fuente	Cálculo desglosado
¿Cuál es el valor del cambio?	¿De dónde se obtuvo la información?	¿Qué datos se ha utilizado?
69.000,00 €	Valor aproximado de 3 instalaciones mejoradas por 4 museos + coste entrada de cada museo + número aproximado de turistas extra que visitarían el museo con estas mejoras	Museo Maga = $3 * 2 € * 2.000$ visitantes extra = 12000 € Museo Santa Clara = $3 * 2,5 € * 2.000$ visitantes extra = 15000 € Museo del Mar = $3 * 3 € * 2000$ visitantes extra = 18000 € Museo Fallero = $3 * 4 € * 2000$ visitantes extra = 24000 €
1.800,00 €	Coste Innovtur en accesibilidad e inclusión turística (180€) * número de trabajadores en los museos de Gandia afectados por esta acción (50 personas aprox)	Coste en formación = $180 * 10 = 1800 €$
8.000,00 €	Ingresos medios por turista * cálculo de los turistas extras	Ingresos extra por turistas con requerimientos de accesibilidad = $400 € * 20 = 8000 €$
200.000,00 €	Gasto medio del turista gracias a la instalación mejorada (pueden ser 500 € de estancia en hotel por nuevas habitaciones adaptadas hasta 5 € en una consumición en un restaurante adaptado) * una media de 1000 turistas afectados	Igresos extras debidos a estas mejoras = $200 € * 1000$ turistas
9.000,00 €	Coste Innovtur en accesibilidad e inclusión turística (180€) * número de trabajadores en las empresas privadas de Gandia en las que tenga efecto esta acción (50 personas aprox)	Coste en formación = $180 * 50 = 9000 €$
<b>TOTAL</b>		
<b>287.800,00 €</b>		



ETAPA 4		
Peso Muerto	Atribución	Impacto
%	%	%
¿Qué habría sucedido sin la actividad? (Es una medida de la cantidad de outcome que habría pasado aun si la actividad no hubiera tenido lugar)	¿Quién más contribuiría al cambio? (Atribución es una evaluación de cuánto del outcome fue causado por la contribución de otros stakeholders)	Outcomes totales menos peso muerto y atribución
5%	10%	58.650,00 €
5%	10%	1.530,00 €
0%	30%	5.600,00 €
0%	30%	0,00 €
5%	5%	194.800,00 €
0%	5%	0,00 €
5%	5%	0,00 €
3%	5%	8.280,00 €
		<b>268.860,00 €</b>

ETAPA 5					
Cálculo del Retorno Social de la Inversión					
Tasa de descuento (%)				3,50%	
	2022	2023	2024	2025	Comentarios
	0,00 €	58.650,00 €	0,00 €	0,00 €	El año 2022 no hay beneficio ya que es un periodo de diagnóstico y no se han realizado todavía las acciones
	1.512,56 €	1.530,00 €	1.583,55 €	1.638,97 €	
	5.536,15 €	5.600,00 €	5.796,00 €	5.998,86 €	
	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	No se pueden medir las posibles ayudas ya que afecta el futuro de terceros solicitantes
	0,00 €	194.800,00 €	0,00 €	0,00 €	El año 2022 no hay beneficio ya que es un periodo de diagnóstico y no se han realizado todavía las acciones
	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	No se pueden medir las posibles ayudas ya que afecta el futuro de terceros solicitantes
	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	
	8.185,59 €	8.280,00 €	8.569,80 €	8.869,74 €	
	<b>15.234,30 €</b>	<b>268.860,00 €</b>	<b>15.949,35 €</b>	<b>16.507,58 €</b>	
Valor actual total				225.871,23 €	
Costes totales				90.680,00 €	
Retorno Social € por €				2,49	
<b>SROI</b>	<b>2 € beneficio por cada 1 € inversión</b>				

Tabla 3 - Cálculo exploratorio del SROI para la Acción-1 del Plan DTI Gandia: Elaboración de una guía de accesibilidad turística del destino. Fuente: Elaboración propia

Con el objetivo de transmitir este sistema y su posible idoneidad para el estudio del retorno social de la inversión de medidas sociales en turismo accesible, se desarrolla el proceso de elaboración de la misma:

En la **etapa 1** del cálculo del Retorno Social de la Inversión (SROI), se aborda la identificación de los *stakeholders* de la medida concreta a analizar y los cambios contemplados que se esperan como resultado de dicha acción. Se identifican las diferentes partes interesadas que se verán afectadas directa o indirectamente por la actividad. En este caso concreto se ven afectados los diferentes museos de Gandia, la entidad pública que lo elabora, y las 52 empresas turísticas dirigidas por SICTED Gandia que se han visto involucradas en la acción 1 (Elaboración de una guía de accesibilidad turística del destino).

"¿En quién tenemos efecto? ¿Quién tiene efecto en nosotros?": Esta pregunta plantea la relación bidireccional entre la actividad y los *stakeholders*. Se evalúa cómo la actividad afecta a los *stakeholders* y cómo los *stakeholders* pueden influir en la actividad o sus resultados.

"¿Qué cree usted que cambiará para ellos?": Se reflexiona sobre los cambios que se esperan para cada grupo de *stakeholders* como resultado de la acción.

Para la **etapa 2** se desarrollan los *inputs* que se ocasionan a partir de esta acción concreta. En la primera columna de esta etapa se detalla una descripción y en la segunda columna se proporciona un valor monetario para dicho cambio contemplado. En la tercera columna se muestra un resumen cuantitativo de los *outputs* generados por la actividad. Esta información se presenta en términos numéricos para comprender mejor la magnitud y el alcance de los resultados obtenidos.

En la **etapa 3** del cálculo del Retorno Social de la Inversión (SROI), se aborda la medición y valoración de los cambios ocurridos como resultado de la actividad evaluada, en términos numéricos. Los elementos clave de esta etapa son los siguientes:

- **Indicador:** Se selecciona un indicador que permita medir y evaluar los cambios.
- **Fuente:** Se identifica la fuente de información utilizada para obtener los datos relacionados con el indicador seleccionado, en este caso son previsiones de metodologías a partir de las cuales se pueden obtener los datos.
- **Cantidad:** Se establece la cantidad o magnitud del cambio ocurrido en relación con el indicador seleccionado.
- **Duración:** Se considera la duración del cambio en años en este caso, necesario para calcular el SROI.
- **Proxy Financiero:** Se selecciona un indicador financiero que se utilizará para valorar el cambio.
- **Valor €:** Se refiere al valor monetario asignado al cambio.

- Fuente: Indica la fuente de información utilizada para obtener los datos necesarios para el cálculo del valor económico, dato imprescindible para el entendimiento global y humano del cálculo, que da perspectiva a los datos numéricos.
- Cálculo desglosado: Es el detalle o desglose de cómo se realizó el cálculo.

La **etapa 4** aborda los aspectos relacionados con el peso muerto, la atribución, el decrecimiento y el impacto de la actividad evaluada.

- Peso Muerto: El peso muerto se refiere a en qué porcentaje habría sucedido este cambio aun sin haberse realizado esta acción.
- Atribución: Entendido como el porcentaje de importancia relativa a que un elemento concreto haga este cambio en relación con los elementos totales capaces de hacer este cambio.
- Decrecimiento: El decrecimiento se refiere a la disminución o reducción del impacto social a lo largo del tiempo.
- Impacto: El impacto se refiere al valor euros, menos el peso muerto y la atribución.

La **etapa 5** y última del SROI se refiere al cálculo final del retorno social de la inversión, teniendo en cuenta la tasa de descuento, en este caso 3,5%, que es la recomendada por la Guía para este tipo de acciones de índole social.

**6. Compartir las conclusiones.** Un estudio no tiene valor si no llega a nadie. En este caso, los principales interesados son los *stakeholders*, por lo que se comparte toda la información con ellos y con el resto de las personas que puedan interesarse en el estudio. Por tanto, el último paso del desarrollo de un estudio SROI s como el de este Trabajo, sería la difusión de los resultados obtenidos a todos los actuales interesados o potenciales interesados.

Compartir los resultados de los estudios SROI es importante por varias razones. Compartir los resultados de un estudio SROI demuestra **transparencia** y responsabilidad por parte de la organización o institución que realiza la evaluación. Esto permite a las partes interesadas y al público en general acceder a información relevante y comprender cómo se miden y evalúan los impactos en la sociedad.

Al compartir los resultados de la investigación SROI, las organizaciones pueden **rendir cuentas** a sus partes interesadas, incluidos los beneficiarios de las subvenciones, los financiadores, los socios y la comunidad en general. La presentación de resultados proporciona evidencia tangible de los éxitos y beneficios logrados a través de las medidas y programas implementados.

Los resultados del estudio SROI brindan información valiosa para ayudar a las partes interesadas y las organizaciones a **tomar decisiones** más informadas. Los datos y análisis presentados ayudarán en la planificación estratégica, la asignación de recursos, la mejora del programa y la identificación de áreas de mejora.

Gracias a las conclusiones del estudio del SROI, la organización y otras partes interesadas pueden aprender de sus experiencias y resultados. Esto facilita la identificación de **mejores prácticas**, lecciones aprendidas y áreas de mejora para futuras intervenciones sociales. Además, difundir los resultados de los estudios SROI para **concienciar** sobre la importancia y el impacto de las intervenciones sociales. Esto puede conducir a una mayor participación e interés de las partes interesadas en la cooperación y el compromiso de las mismas.

Existen diversas formas para comunicar los resultados de un análisis de esta envergadura, por ejemplo, **informes** detallados que contengan los resultados, la metodología, el análisis y las conclusiones de su estudio. El informe debería estar disponible para las partes interesadas en formato impreso o digital, y por supuesto adaptado a todas las variantes accesibles, de forma que sea comprensible para una amplia variedad de audiencias. También existe la posibilidad de realizar **conferencias y mesas redondas** para compartir los resultados de la investigación con las partes interesadas, estas sesiones permiten la interacción cara a cara y brindan la oportunidad de aclarar dudas, responder preguntas e iniciar la discusión de los resultados.

Se pueden organizar eventos de difusión específicos, como conferencias, talleres y seminarios, para presentar los resultados de la investigación a un público más amplio,. Estos eventos reúnen a partes interesadas, expertos, investigadores y otras figuras destacadas del sector social, así como profesionales del sector público y privado de Gandia, que pueden enriquecer el análisis e interpretación de los resultados preliminares, para incorporarlos en el informe final

La publicación de los resultados de la investigación en, boletines o webs oficiales para llegar a un público más amplio, puede ser crucial. Además, se puede buscar oportunidades de entrevistas y publicar sobre los resultados de la investigación. Ello unido a la publicidad en plataformas digitales y redes sociales para difundir los resultados de la investigación.

## Conclusiones

---

A continuación, se presenta una síntesis de los aspectos más relevantes de este TFG, así como los principales resultados y aportaciones. Para ello, en primer lugar hay que destacar tres fases distintas en este Trabajo:

- Una primera fase en que, mediante el análisis del marco teórico previo, se pudo identificar las principales necesidades y demandas existentes, así como una visión de los desafíos y obstáculos que enfrenta el sector en relación con la accesibilidad y la inteligencia turística, que dio una guía para concretar el ámbito de estudio.
- Una segunda fase en que se recogía la visión real y concreta de grupos de interés relacionados.
- Una última fase en que se trataba de determinar un sistema sencillo y concreto que sirva a los organismos para medir el impacto de sus acciones turísticas en materia de accesibilidad.

En la primera fase no se llegó a conclusiones, ya que se recopiló la mayor información posible para guiar las siguientes fases del estudio. Esta parte del Trabajo ofreció también la oportunidad de comprender los siguientes conceptos e ideas importantes:

- El turismo accesible y el turismo inclusivo son modelos en auge que buscan garantizar la accesibilidad y adaptación de los destinos turísticos para todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidad.
- El concepto de *Smart Cities*, aplicado al turismo, se conoce como *Smart Destinations* o Destinos Turísticos Inteligentes. Estas dos líneas, el turismo accesible/inclusivo y los destinos turísticos inteligentes, son temas de investigación de interés en la actualidad, y existen programas de investigación orientados en esta línea.
- La accesibilidad y la inclusión social son pilares fundamentales en las ciudades inteligentes según la literatura normativa y, por lo tanto, también son elementos clave en los destinos turísticos inteligentes. La ciudad inteligente debe ser una ciudad accesible e inclusiva para todos sus ciudadanos.
- El sector turístico es estratégicamente importante para la economía de la Comunidad Valenciana y, por lo tanto, es crucial abordar los desafíos de la accesibilidad y la inclusión en este ámbito. Según datos de la Organización Mundial de la Salud, aproximadamente 1 de cada 6 personas en el mundo tiene algún tipo de discapacidad, lo que destaca la necesidad de investigar y promover la inclusión en el turismo.
- La evolución del sector turístico hacia la gestión inteligente de recursos y la mejora continua de la calidad ofrece oportunidades para contribuir al bienestar de la sociedad.
- La accesibilidad universal es fundamental para que los entornos, procesos, bienes, productos y servicios sean comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas. El turismo accesible se define como una condición previa para que las



personas con discapacidad puedan vivir de forma independiente y participar plenamente en la sociedad en igualdad de condiciones.

- La inclusión y la accesibilidad son pilares clave en las ciudades inteligentes, y una ciudad inteligente no puede existir sin ser accesible, como también señalan Sigalat-Signes et al. (2023).

Tras la segunda fase, a través del estudio de la visión de los stakeholders entrevistados y la búsqueda de la metodología idónea de planteamiento de la recogida y tratamiento de los datos, se obtienen las conclusiones siguientes:

- La metodología *Mental Models* en los sistemas participativos, que compara las visiones de la situación actual de Gandia en materia de turismo accesible, comparándolas por 3 grupos: sector público, sector privado y asociaciones, es un método que incita a la mejora continua y al mejor entendimiento entre los *stakeholders*.
- Las personas que tienen relación directa con la accesibilidad tienden a establecer niveles de importancia distintas a los grupos del sector privado y público, por lo que colaborar contar con la opinión de las personas afectadas ayuda a dirigir las acciones de forma más eficiente y adaptar las prioridades a sus necesidades.
- Todos los grupos coinciden en que el sector privado tiene una mayor dificultad para ejecutar acciones que mejoren la accesibilidad así como generar conciencia, por lo que este colectivo precisa de ayuda para hacer posible esta labor.
- Existe la percepción general de que el sector público de Gandia tiene una actitud favorable hacia las actuaciones que mejoren la accesibilidad de la ciudad.
- Atractivos como la Cova del Parpalló o el Castell de Bayren no están adaptados y sería interesante estudiar formas de mejorar su accesibilidad.
- La implementación de medidas de accesibilidad es considerada fundamental por la mayoría de los encuestados, tanto del sector público como del privado. Sin embargo, algunos profesionales del sector privado ven las acciones como importantes, pero no fundamentales, lo que sugiere una diferencia de perspectiva entre los distintos grupos de interés.
- Los profesionales del sector privado y las personas con relación directa con la accesibilidad que ha colaborado en este Trabajo, perciben que desde el sector público se mide el impacto social de sus inversiones en materia de accesibilidad, sin embargo, desde el sector público se informa de que no existe tal medición.
- En cuanto a la facilidad percibida para llevar a cabo acciones de accesibilidad, las personas con contacto directo con la accesibilidad y el sector privado consideran que las acciones desde el sector público son más fáciles de implementar que desde del sector privado. Sin embargo, los profesionales del sector público consideran que no existe tal diferencia entre el sector público y el privado.
- Mejorar la accesibilidad en destinos turísticos requiere comprender las perspectivas y opiniones de los *stakeholders* involucrados en el proceso. Los *stakeholders* en este caso incluyen las administraciones públicas, las asociaciones y colectivos

relacionados con la accesibilidad y las empresas privadas del sector turístico de Gandia.

- Realizar un estudio a través de la metodología *Mental Models* permite identificar lagunas y malentendidos en la comunicación entre los *stakeholders*, facilitando el diálogo y la comprensión mutua a partir del conocimiento de las distintas visiones de cada grupo.
- Las entrevistas con los *stakeholders* son cruciales para obtener una visión completa de los desafíos y oportunidades en materia de accesibilidad, así como para identificar posibles soluciones y estrategias. Estas conversaciones permiten tener en cuenta diferentes puntos de vista y proporcionan información valiosa para desarrollar políticas y acciones concretas.

De la tercera fase, que tenía como objetivo encontrar la metodología más adecuada para medir el valor social generado por las acciones y proyectos de los organismos en materia de accesibilidad turística, así como elaborar un sistema sencillo y claro que pueda ser útil para esta labor, se concluye que:

- La herramienta SROI puede ser sencilla y adaptable a los diferentes casos y proyectos y dar buenos resultados. Además, a través de la simulación realizado se propone un ejemplo con datos concretos para una de las actuaciones del Plan DTI de Gandia..
- La accesibilidad adecuada en los destinos de la Red DTI requiere la implementación de acciones que tienen un impacto económico en los destinos turísticos, ya que implican inversiones en infraestructuras y desarrollo de espacios adaptados.
- Construir una relación de colaboración con los diferentes *stakeholders* del destino es importante para llevar a cabo las acciones propuestas por el DTI de Gandia.
- Los beneficios de evaluar el impacto social de estas acciones podrían mejorar distintos ámbitos del destino, incluyendo una mejor comunicación, decisiones más efectivas, mentalidad de inversión, y transparencia.
- No parece existir todavía, a nivel del destino, una medición cuantitativa sobre los beneficios económicos específicos de cada acción llevada a cabo en materia de accesibilidad, pilar fundamental para crear una medición objetiva del impacto de las inversiones.
- El Destino Gandia ha implementado acciones concretas en materia de accesibilidad turística de su Plan Estratégico 2020-2025, actuaciones que se han hecho efectivas y se han completado, y otras acciones que se han comenzado y están en proceso, lo que muestra que existe movimiento por parte del organismo para la mejora. Si bien, como toda inversión pública, requiere de unos plazos y unos trámites que siempre son más lentos de lo que todas las partes interesadas querrían, existiendo ligeros retrasos en algunas de las actuaciones programadas.
- De entre los resultados que el destino prevé de sus acciones, destacan: una mayor disponibilidad de instalaciones y servicios accesibles, mejora de la imagen y



reputación del destino, intercambio de conocimientos y mejores prácticas, estudio de la situación actual de los espacios con interés turístico.

- Para medir la efectividad de estas acciones, se han propuesto indicadores específicos que permiten valorar de manera cuantitativa y objetiva el impacto de las acciones de accesibilidad turística, brindando una base sólida para evaluar el retorno de las inversiones y la eficacia de las medidas implementadas. Algunos de estos indicadores son la medición del total en euros provenientes de subvenciones vinculados a una acción, que permite observar los beneficios directos de la realización de un estudio o de la adaptación de un espacio; o la medición de la satisfacción de las personas con necesidades de accesibilidad con respecto a las actuaciones de mejora.

## Líneas de investigación abiertas a raíz de este estudio

---

Este estudio sobre accesibilidad turística, que ha puesto el foco en el destino de Gandia, pero que sirve de línea para otros territorios y tipos de planes con cualquier grado de impacto social, ha mostrado la percepción de los grupos implicados sobre la condición de accesible que posee el territorio.

Sin embargo, este estudio también plantea nuevas preguntas y abre líneas de investigación para futuros estudios en el campo del turismo accesible e inclusivo. Una de las líneas de investigación de este estudio es la **evaluación de la eficacia** de las medidas de accesibilidad implementadas. Se considera, tras el proceso seguido y las conclusiones a las que se ha llegado, que es necesario examinar el impacto real de las medidas efectuadas por organismos públicos y privados que influyan de algún modo en el ámbito social. Será interesante investigar cómo estas instalaciones satisfacen las necesidades específicas de las personas con discapacidad y si realmente brindan una experiencia de viaje inclusiva y satisfactoria.

Instituciones, como el Instituto para la Gestión Integrada de Zonas Costeras (IGIC) y el Instituto de Biomecánica (IBV) de la Universitat Politècnica de València, el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas (IUIT) en la Universidad de Alicante y el Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local (IIDL) de la Universitat de València y la Universitat Jaume I, contribuyen al conocimiento académico, no solo ampliando el cuerpo de conocimientos existente en el campo del turismo y el desarrollo local sino **innovando en la gestión y tratamiento de datos y análisis de big data** que pueden ser compartidos y utilizados por la comunidad académica, los organismos públicos así como la estructura empresarial privada. Estas investigaciones ayudan a comprender mejor los desafíos y las mejores prácticas relacionadas con la inclusión en el turismo, lo que a su vez puede informar futuras investigaciones y contribuir al avance teórico y conceptual en el campo.

Un estudio muy reciente, publicado en junio de 2023 por Invat.tur, es una Guía de adaptación de puestos de trabajo para la **inserción laboral de personas con discapacidad** en el sector turístico, los redactores del cual son el IUIT y el Invat.tur. El objetivo de la Guía es facilitar el acceso a la información sobre los requisitos para la adaptación del puesto de trabajo específicos en turismo para personas con discapacidad. (Invat.tur e IUIT, 2023). Este aspecto no aparece específicamente tratado en los apartados de accesibilidad de los planes DTI, pensados en facilitar la accesibilidad al turista. Consideramos que, en un futuro, estos planes incorporarán una visión más amplia de la inclusión de nivel de destino (de clientes y trabajadores).

Algunas líneas interesantes que se vislumbran tras este estudio son la importancia de conocer la actitud de la comunidad local del destino turístico de Gandia y su involucración hacia la mejora de la accesibilidad. Esto podría incluir el análisis del grado de conciencia, el

conocimiento, actitudes y creencias de la población local hacia la inclusión y la accesibilidad, así como la identificación de formas de fomentar una mayor participación y colaboración.

Otra línea de trabajo interesante es el aprovechamiento de las posibilidades que las nuevas tecnologías y soluciones innovadoras ofrecen para mejorar la accesibilidad de Gandia. Se pueden explorar herramientas digitales, aplicaciones móviles, sistemas de información geográfica, realidad aumentada y más para facilitar la navegación y la experiencia de destinos para viajeros con discapacidades.

## Una reflexión final

---

La accesibilidad turística es un tema de gran importancia social y tiene un impacto significativo en la vida de las personas con discapacidad y otros grupos con necesidades específicas. Investigar y promover la accesibilidad turística ayuda a garantizar el derecho de todas las personas a participar en actividades turísticas de manera igualitaria, debe ser una prioridad para las instituciones que tienen la responsabilidad de abordar temas relevantes y actuales relacionados con el turismo y la sociedad en general, y la accesibilidad turística es uno de esos temas.

La investigación de la accesibilidad desde el punto de vista de las ciencias sociales, nos invita a explorar perspectivas de equidad e inclusión, partiendo de una base científica y social. Llama a superar las barreras invisibles que separan a las personas y a construir puentes para que todas las personas puedan disfrutar plenamente en la sociedad. A través de la investigación en esta área, tenemos la oportunidad de ir más allá de las fronteras y dar voz a quienes lo necesitan.

Cada investigación brinda la oportunidad de cambiar la vida de las personas. La investigación nos permite comprender las necesidades y los desafíos que enfrentan las personas con discapacidad y nos anima a encontrar soluciones innovadoras y creativas para crear un mundo más inclusivo y accesible. La importancia de la investigación en las ciencias sociales, que parta desde un prisma accesible, radica en la oportunidad para cambiar paradigmas, desafiar estereotipos y transformar las estructuras sociales existentes, que brindan los espacios en que la actitud crítica es fundamental. Usando el conocimiento adquirido, podemos abogar por políticas y prácticas más inclusivas que promuevan la igualdad de oportunidades en todas las áreas de la vida.

Cada estudio es una semilla plantada en un jardín de justicia, y cada investigador tiene la posibilidad de arrojar luz en este ámbito. Así que avancemos con audacia en las actividades investigadoras, los esfuerzos por cuestionar patrones establecidos y mirar el mundo desde un lugar distinto, pueden marcar la diferencia, y crear una red de oportunidades para que todas las personas puedan prosperar y disfrutar plenamente de esta sociedad.

## Bibliografía

---

- Aledo, A., y Domínguez-Gómez, A. (2018). *Evaluación de Impacto Social*. Ed. Universidad de Alicante.
- Ayuntamiento de Gandia (2019). *Plan Estratégico de Destino Turístico Inteligente de Gandia 2020-2025*.
- BOE. (2022). *Ley 6/2022, de 31 de marzo, de modificación del Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, para establecer y regular la accesibilidad cognitiva y sus condiciones de exigencia y aplicación*. <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/03/31/6>
- Bonilla, F. L. (2010). El valor económico agregado (EVA) en el valor del negocio. *Revista Nacional de administración*, 1(1), 55-70.
- Emerson, J. (2001). *SROI Methodology: Analyzing the value of social purpose enterprise within a social return on investment framework*. Working Paper. Obtenido de <https://redfworkshop.org/learn/sroi-methodology-2001/>
- European Commission. (2010). *Europe 2020: a strategy for smart, sustainable and inclusive growth*. European Commission. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>
- Fernández Güell, J. M. (2015). Ciudades inteligentes: la mitificación de las nuevas tecnologías como respuesta a los retos de las ciudades contemporáneas. *Economía industrial*, (395), 17-28. Obtenido de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/JM%20FERNANDEZ%20GUELL.pdf>
- GVA Turisme. (2023). *Cómo atender a turistas con discapacidad en caso de emergencia: Asistencia a personas con discapacidad visual o sordoceguera*. Sesión de Formación online emitida el 5 de abril de 2023. Obtenida de <https://youtu.be/YWG9qciLbiw>
- HM Treasury (2022): *Green Book supplementary guidance: discounting*. Obtenido de <https://www.gov.uk/government/publications/green-book-supplementary-guidance-discounting#:~:text=Details.of%20declining%20discount%20rates%20thereafter.>

- INE. (2020a). *Encuesta de discapacidad, autonomía personal y situaciones de dependencia*. Obtenido de <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?tpx=51384&L=0>
- INE. (2020b). *Encuesta de Principales actividades realizadas durante el tiempo libre por CCAA, sexo y edad. Población de 6 y más años con discapacidad*. Obtenido de <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?tpx=51425&L=0>
- Invattur (s.f). *Destinos Adheridos a la Red DTI-CV*. Obtenido de <https://invattur.es/sobre-la-red-de-destinos-turisticos-inteligentes.html> [consulta realizada el 24/11/2022]
- Invattur. (2022a). *Reglamento de funcionamiento de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana Red DTI-CV*. [https://invattur.es/uploads/entorno\\_37/ficheros/62271aa7bdc931897035742.pdf](https://invattur.es/uploads/entorno_37/ficheros/62271aa7bdc931897035742.pdf)
- Invattur (2022b) *Bases y horizonte del modelo DTI-CV*. Obtenido de [https://invattur.es/uploads/entorno\\_37/ficheros/633167314787765114081.pdf](https://invattur.es/uploads/entorno_37/ficheros/633167314787765114081.pdf)
- Invattur e IUIT. (2023). *Guía de adaptación de puestos de trabajo para inserción laboral de personas con discapacidad en el sector turístico*. Obtenido de [https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/turismo\\_accesible/adaptacion\\_puestos\\_trabajo\\_sec\\_turistico\\_a\\_personas\\_con\\_discapacidad.html](https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/turismo_accesible/adaptacion_puestos_trabajo_sec_turistico_a_personas_con_discapacidad.html)
- LaMere, K., Mäntyniemi, S., Vanhatalo, J., & Haapasaari, P. (2020). Making the most of mental models: Advancing the methodology for mental model elicitation and documentation with expert stakeholders. *Environmental Modelling and Software*, 124(104589). <https://doi.org/10.1016/j.envsoft.2019.104589>
- Narrillos Roux, H. (2010). El SROI (social return on investment): un método para medir el impacto social de las inversiones. *Análisis Financiero*, (113), 34-43.
- Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E., & Goodspeed, T. (2012). *Guía para el Retorno Social de la Inversión (SROI)*. Versión traducida al español por grupo CIVIS en 2013. Obtenido de <https://www.socialvalueint.org/s/Guide-in-Spanish3.pdf>
- Rajala, T., Laihonen, H., Vakkuri, J. (2018). Shifting from Output to Outcome Measurement in Public Administration-Arguments Revisited. En: Borgonovi, E., Anessi-Pessina, E., Bianchi, C. (eds) *Outcome-Based Performance Management in the Public Sector. System Dynamics for Performance Management*, vol 2. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-57018-1\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-57018-1_1)



Sanz Zumeta, M., & Aliperti, G. (2022). Sostenibilidad social: el impacto de la covid-19 en las experiencias de turismo accesible. En *Diseñando experiencias sostenibles en turismo* (1.<sup>a</sup> ed., pp. 103-113). Tirant Humanidades. [https://polibuscador.upv.es/discovery/openurl?institution=34UPV\\_INST&vid=34UPV\\_INST:bibupv&rft\\_val\\_fmt=info:ofi%2Ffmt:kev:mtx:null&rft.epage=113&rft\\_id=info:sid%2Fdiagnet:articulos&rft.isbn=978-84-18970-57-3&rft.btitle](https://polibuscador.upv.es/discovery/openurl?institution=34UPV_INST&vid=34UPV_INST:bibupv&rft_val_fmt=info:ofi%2Ffmt:kev:mtx:null&rft.epage=113&rft_id=info:sid%2Fdiagnet:articulos&rft.isbn=978-84-18970-57-3&rft.btitle)

Sigalat-Signes, E., Roig-Merino, B., & Miret-Pastor, L. (2023). Las ciudades inteligentes, las más inclusivas. En J. Mora-Aliseda (Ed.), *Desarrollo compatible: experiencias en Europa e Iberoamérica* (pp. 369-378). Aranzadi.

Social Value UK (2023): *Diversity, Equity & Inclusion Toolkit*. Recuperado de <https://socialvalueuk.org/our-projects/diversity-equity-inclusion-toolkit/>

Turisme Comunitat Valenciana. (2020). *Plan Estratégico de Turismo de la Comunidad Valenciana 2020/2025*. <https://www.turismecv.com/wp-content/uploads/2020/07/Plan-Estrategico-de-Turismo-CV-2020-2025-def.pdf>

UNE (2012). *UNE 139803:2012 . Requisitos de accesibilidad para contenidos en la Web*. Asociación Española de Normalización (UNE), Madrid.

UNE(2015). *UNE-EN 301549 V1.1.2:2015. Requisitos de accesibilidad de productos y servicios TIC aplicables a la contratación pública en Europa*. Asociación Española de Normalización (UNE), Madrid.

UNE (2016). *UNE 178201: 2016. Ciudades inteligentes. Definición, atributos y requisitos*. Asociación Española de Normalización (UNE), Madrid.

UNE (2019). *UNE 178501:2018 Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Requisitos*. Asociación Española de Normalización (UNE), Madrid.

Sánchez Valdenebro, J. I. y García Vieira, F. J. (2015). Gobierno y participación ciudadana en el nuevo modelo de ciudad: las TIC como herramienta de desarrollo de la ciudad. *Economía industrial*, (395), 135-145. Obtenido de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/VALDENEBRO%20y%20GARCIA.pdf>

W3C (2018): Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1. Recommendation, W3C. <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>





**ANEXO I. Relación del trabajo  
con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030**

**Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster**  
Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030

Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

<b>Objetivos de Desarrollo Sostenibles</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>No procede</b>
ODS 1. Fin de la pobreza				X
ODS 2. Hambre cero				X
ODS 3. Salud y bienestar				X
ODS 4. Educación de calidad				X
ODS 5. Igualdad de género				X
ODS 6. Agua limpia y saneamiento				X
ODS 7. Energía asequible y no contaminante				X
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico				X
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras				X
ODS 10. Reducción de las desigualdades	X			
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles	X			
ODS 12. Producción y consumo responsables				X
ODS 13. Acción por el clima				X
ODS 14. Vida submarina				X
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres				X
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas				X
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos				X



**Descripción de la alineación del TFG/TFM con los ODS con un grado de relación más alto.**

La investigación sobre accesibilidad puede tener un gran impacto en la reducción de la desigualdad y el desarrollo de ciudades y comunidades sostenibles. Estas dos áreas están estrechamente relacionadas y un enfoque de los problemas de accesibilidad puede tener beneficios sociales y ambientales. Además de descubrir signos de desigualdad, la investigación sobre accesibilidad ha aumentado la conciencia y la comprensión de las barreras y obstáculos que enfrentan ciertos grupos en su vida diaria. Promueve una mayor comprensión y empatía en la sociedad, así como entre los tomadores de decisiones. Ser consciente de estas barreras puede ser el primer paso para abordarlas de manera efectiva y promover la inclusión. La accesibilidad juega un papel clave en el desarrollo de ciudades y comunidades sostenibles. La investigación sobre accesibilidad ayuda a construir ciudades inclusivas y accesibles para todos, independientemente de sus capacidades o circunstancias. Esto significa que se deben tener en cuenta aspectos como la accesibilidad de los edificios y espacios públicos, el transporte accesible, la comunicación inclusiva y el uso de tecnologías accesibles. Además, la investigación sobre accesibilidad promueve la participación pública en la planificación y la toma de decisiones. Al involucrar a los grupos afectados en el proceso de investigación, es posible asegurar que sus necesidades e inquietudes sean escuchadas y tenidas en cuenta. Fomenta una mayor participación y una mejor toma de decisiones, lo que conduce a soluciones más adecuadas y sostenibles.