



Día Mundial del Turismo para todos

España se une a la celebración del Día Mundial del Turismo renovando su apuesta por el turismo accesible

- La accesibilidad es uno de los principales objetivos del Plan de Destinos Turísticos Inteligentes que promueve el Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- Los destinos deben desarrollar propuestas y actuaciones que permitan la máxima accesibilidad, para todo visitante potencial, tanto a sus territorios como a los productos y servicios presentes en ellos.
- El turismo es una de las actividades socioeconómicas más importantes de nuestro país, y resulta un importante activo para la creación de riqueza y empleo, con una gran capacidad de arrastre de otros sectores productivos.

27.09.16. El Ministerio de Industria, Energía y Turismo se une a la celebración hoy del Día Mundial del Turismo, bajo el lema de "Turismo para todos – Promover la Accesibilidad Universal", renovando su apuesta por la accesibilidad.

El turismo y el ocio son elementos básicos de la vida cotidiana de nuestra sociedad. Constituyen un derecho al que, sin embargo, numerosas personas, por diversos motivos, no pueden acceder, o lo hacen con grandes dificultades, debido a que las infraestructuras, los equipamientos o la disponibilidad de la información (accesibilidad digital) no presentan las condiciones de accesibilidad adecuadas a sus necesidades.

Este es uno de los principales motivos por los que el Gobierno de España ha desarrollado el Plan de Destinos Turísticos Inteligentes, ya que los destinos deben afrontar y superar este tipo de escenarios mediante propuestas y actuaciones que permitan la máxima accesibilidad, para todo visitante potencial, tanto a sus territorios como a los productos y servicios presentes en ellos.

Es preciso, por tanto, realizar un esfuerzo de adaptación a las necesidades de todas las personas a través de la eliminación de barreras arquitectónicas o de movilidad, de facilitar el acceso a todo tipo de propuestas culturales, de naturaleza, de ocio, etc.

La accesibilidad física, por otro lado, no solo es un elemento básico en la percepción de la calidad de la oferta de un destino, sino también puede representar una oportunidad de negocio.

No hay que olvidar que puede afectar a cuatro millones de clientes potenciales en España y a 500 millones en el mundo. La accesibilidad, además, da respuesta a un derecho de las personas al libre acceso de bienes y servicios, favorece la desestacionalización y mejora la imagen del destino, que se posiciona como socialmente responsable.

España, posición de liderazgo

El turismo es una de las actividades socioeconómicas más importante de nuestro país, y resulta un importante activo para la creación de riqueza y empleo al haber demostrado comportarse con gran dinamismo incluso en tiempos de crisis, con una gran capacidad de arrastre de otros sectores productivos.

Así, la aportación de la industria turística a nuestra economía se ha incrementado constantemente en los últimos años hasta alcanzar cerca del 11% del Producto Interior Bruto (Cuenta Satélite de Turismo de España 2014 - INE) y generar casi 2,4 millones de puestos de trabajo en el año 2015, un 13% del empleo total (EPA 2015).

Estas cifras son la expresión del liderazgo en turismo que España mantiene a nivel mundial, que la Organización Mundial del Turismo viene reconociendo reiteradamente y ha confirmado recientemente al constatar que en el año 2015 España ha ocupado la tercera posición, tanto en llegadas de turistas internacionales, con 68,2 millones, como en ingresos por turismo, con 50.900 millones de euros, en los rankings que esta organización elabora.

Posiciones que previsiblemente se mantendrán en 2016, puesto que en los primeros siete meses del año, con 42,36 millones de turistas internacionales y un gasto de 42.942 millones de euros, que suponen respectivamente un 11% y un 8% más que en el mismo periodo del año pasado (Frontur y Egatur - INE), se han vuelto a registrar cifras record en ambos aspectos.

Nuestro liderazgo en turismo también es reconocido por el World Economic Forum, que considera que España es, entre 141 países evaluados, el destino más competitivo del mundo de acuerdo con el índice de competitividad turística que este organismo elabora. Nuestros recursos culturales y patrimonio histórico-cultural, infraestructuras de transporte, servicios turísticos y adaptación al mundo digital, así como la prioridad que se otorga al turismo desde el gobierno, han sido claves en la obtención de este reconocimiento.

No cabe duda de que, entre otros factores, a este liderazgo en competitividad turística han contribuido notablemente las políticas de impulso de la accesibilidad que vienen desarrollándose desde la Administración Turística del Estado, con la imprescindible implicación y colaboración del sector privado.

Promoción del DMT en Redes Sociales

Para la promoción del Día Mundial del Turismo en Redes Sociales se va a lanzar, durante el día de hoy, la segunda edición de *Spain in Detail*. El objetivo de dicha acción es promocionar lugares icónicos de la geografía de nuestro país a través de desafíos planteados a los fans del perfil oficial de España en Facebook. El reto consiste en mostrar un vídeo a los fans para que estos traten de averiguar de qué lugar se trataba. La filmación se realizó con la cámara de un dron partiendo de un detalle hasta descubrir una vista aérea de la zona.

También se llevarán a cabo acciones de promoción a través de los perfiles oficiales en Twitter e Instagram aprovechando que #DíaMundialdelTurismo será tendencia.