PUBLICACIÓN: Capital.es
PAÍS: ESP
TIPO: Web
AVE: €32.28
AUDIENCIA: 17931
AMD: 597.70
TMU: 9.96 min
AUTOR:
URL: capital.es
> 3 de noviembre de 2026 a las 20:00
> Versión en línea

Turespaña lanza una campaña para posicionar a España como destino turístico accesible



Turespaña lanza una campaña para promover España como destino accesible e inclusivo y descubrirlo a través de los sentidos

El Instituto de Turismo de España (Turespaña) ha presentado en la World Travel Market (WTM) de Londres su nueva campaña internacional, 'Spain, a Country for All' , con la que busca promover España como destino de turismo accesible e inclusivo. La iniciativa propone descubrir los destinos a través de sus sonidos, aromas y texturas para acercar la experiencia del viaje también a las personas con discapacidad visual.

Los protagonistas son Matthew y Paul, una pareja estadounidense de creadores de contenido, uno de ellos con discapacidad visual. En su recorrido por lugares como Madrid y Altea, muestran distintas formas de conocer España a través de los sentidos. La campaña cuenta además con la participación de Gema Hassen-Bey, medallista paralímpica española de esgrima.

La campaña propone descubrir los destinos españoles a través de los sentidos para acercar el viaje también a las personas con discapacidad visual

Como complemento, Turespaña ha reunido en su portal spain.info una selección de cerca de 100 experiencias en las 17 comunidades autónomas y en Ceuta y Melilla . Las propuestas, elaboradas en colaboración con la ONCE, permiten explorar diferentes lugares mediante el oído, el tacto, el olfato y el gusto.

La iniciativa tiene el respaldo de la ONCE y la certificación de Ilunion Accesibilidad, que ha verificado los subtítulos, los textos alternativos y las audiodescripciones de los contenidos

Onclusive Todos los derechos reservados https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/

PUBLICACIÓN: Capital.es
PAÍS: ESP
TIPO: Web
AVE: €32.28
AUDIENCIA: 17931
AMD: 597.70
TMU: 9.96 min
AUTOR:
URL: capital.es
> 3 de noviembre de 2026 a las 20:00
> Versión en línea

audiovisuales.

La campaña se difundirá durante cuatro semanas, principalmente en redes sociales, mediante distintas piezas audiovisuales. Entre los mercados a los que se dirige figuran Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Alemania, Australia, Países Bajos y Portugal.

Con esta acción, Turespaña incorpora la accesibilidad a su estrategia de promoción internacional, con el objetivo de reforzar la imagen de España como un destino turístico abierto a todas las personas.

Onclusive
Todos los derechos reservados
https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/