

¿ES TU COMERCIO ACCESIBLE?

**CAMPAÑA PARA LA MEJORA
DE LA ACCESIBILIDAD DEL
CONSUMO**

ESTAMOS EN

MALAGA@UNIONCONSUMIDORES.COM
952217858 -WHATSAPP 685498650
ALAMEDA DE COLÓN 9, ÁTICO 2 MÁLAGA



SUBVENCIONA:



OBJETIVOS

Uno de nuestros objetivos prioritarios es el respeto y la defensa de los derechos de las personas consumidoras. Para que los mismos puedan ejercitar sus derechos, los comercios, el consumo en general, debe ser accesible, pero esta meta aún se encuentra lejos de ser alcanzada.

El primer paso para alcanzar este objetivo es la concienciación. La población no es consciente de las incontables barreras, no sólo arquitectónicas, con las que se encuentran las personas con diversidad funcional en su día a día como consumidores. No sólo nos referimos al acceso para personas con movilidad reducida sino también a otros colectivos que requieren de vías de comunicación y lenguaje diferentes para acceder al consumo en condiciones similares al resto de la población.

Con este dossier, nuestra intención es dar un empujón hacia la mejora de la accesibilidad de los comercios. Los empresarios y comerciantes, además de por empatía y valores propios, deben considerar que estos colectivos constituyen un sector potencial, de consumidores abandonados, y adaptar sus establecimientos aumentaría la demanda de sus productos o servicios, no sólo de personas con diversidad funcional, sino de la población en general que vería y valoraría ese incremento de calidad. Por ello, desde hace varios años trabajamos en esta línea, en una clara apuesta por la mejora de la ciudad y sus habitantes.



BENEFICIOS

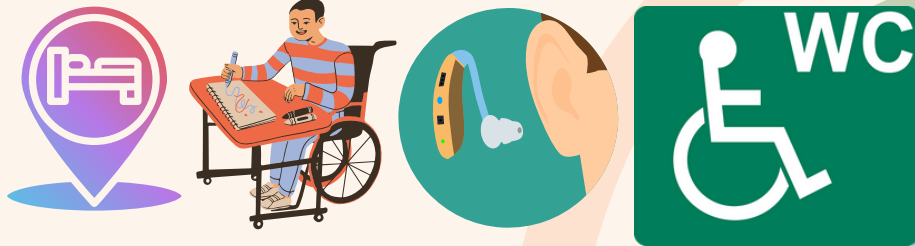
Además de las personas consumidoras que se beneficiarían de la implementación de estas medidas de inclusión, también los empresarios y comerciantes se verían recompensados, al aumentar la demanda de consumo de sus productos y servicios.

Con un plan de accesibilidad mejoramos la atención al público, el acceso al local o edificio y la deambulación en el interior, la señalización, la comunicación, etc. Debemos considerar que estos colectivos representan casi al 10 % de la población, porcentaje de clientes potenciales nada desdeñable.



PRIMEROS PASOS

Para mejorar la accesibilidad de un establecimiento o comercio lo primero a tener en cuenta son las necesidades de cada colectivo con diversidad funcional. Así, podemos distinguir necesidades de adaptación de tipo físico, sensorial y cognitivo.



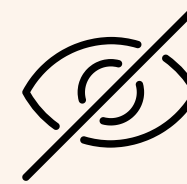
FÍSICA

Las necesidades de mejorar la accesibilidad física se refieren a la eliminación de las barreras y obstáculos de índole arquitectónico, con el fin de mejorar el acceso, deambulación interior y alcance de los productos y servicios en igualdad de condiciones respecto al resto de personas consumidoras.

Por ejemplo, sacar los productos a la puerta del comercio para que una persona con movilidad reducida pueda comprar alguno de ellos a pesar de no poder acceder al establecimiento no es una medida de mejora de la accesibilidad. Esta persona consumidora no podrá tomar una decisión de compra tras estudiar toda la oferta del establecimiento, sino que dependerá de la “muestra” que el vendedor le enseñe. Tampoco podrá acceder a la información que el comercio proporcione a las personas consumidoras, ni rellenar una hoja de reclamaciones en el establecimiento de forma cómoda.

SENSORIAL

Por su parte, las necesidades de adaptación sensorial se dan en las personas con discapacidad auditiva y visual, que requieren de herramientas para recibir y percibir la oferta de productos y servicios del establecimiento o comercio, así como para comunicarse de manera eficaz.



COGNITIVA

Por último, la accesibilidad cognitiva está relacionada con la manera en la que se facilita la información, ofreciendo señales claras o apoyos que ayuden a comprender mejor el entorno.



DISEÑO UNIVERSAL

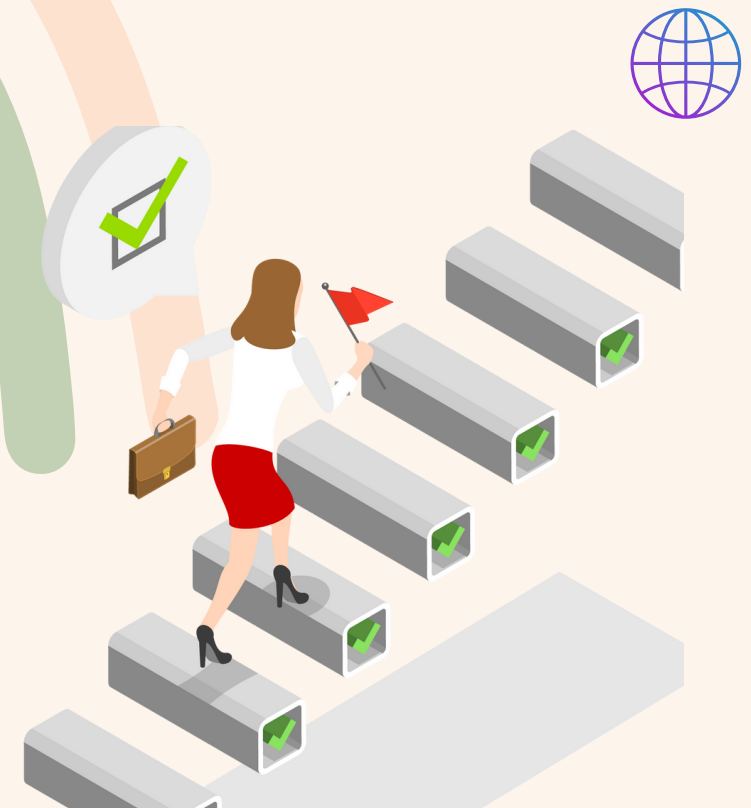
El ideal de producto o servicio es aquel que cuenta con un diseño universal, de fácil acceso para el mayor número de personas posible, sin que sea necesaria una adaptación especial.



Este diseño universal propone **7 principios**:

- **Uso equitativo:** el diseño debe ser útil y alcanzable para personas con diversas capacidades, proporcionando las mismas o equivalentes maneras de uso.
- **Uso flexible:** el diseño debe acomodarse a un amplio rango de preferencias y capacidades individuales. Por ejemplo, que pueda usarse tanto con la mano derecha como con la izquierda.
- **Uso simple y funcional:** el diseño debe ser fácil de entender, con independencia de los conocimientos o habilidades del usuario.
- **Información comprensible:** el diseño debe comunicar de forma eficaz, sin importar las condiciones ambientales o las capacidades sensoriales del usuario. Por ejemplo, utilizando varios modos para presentar la información (gráfica, verbal, táctil, etc.).

- **Tolerancia al error:** el diseño debe minimizar los riesgos ante acciones involuntarias o accidentales, a través de advertencias, sistemas de interrupción, aislamiento de elementos peligrosos, etc.
- **Mínimo esfuerzo físico:** el diseño debe poder utilizarse eficazmente con un bajo esfuerzo físico.
- **Dimensiones adecuadas:** el diseño debe proporcionar el tamaño y espacio apropiado para el acceso, alcance y manipulación por el usuario, sin importar el tamaño del cuerpo, su posición o movilidad, contemplando incluso el espacio para el uso de ayudas técnicas o asistencia personal.



MEDIDAS PROPUESTAS

PARA MEJORAR LA ACCESIBILIDAD FÍSICA

Es necesario contemplar el acceso, la deambulación en el interior y el desempeño de las tareas que se ofrecen en cada espacio del establecimiento. Se proponen:

- Colocar rampas con una inclinación y anchura adecuada.
- Evitar escalones y desniveles, también en escaleras mecánicas. Cualquier escalón, por pequeño que sea, puede ser un obstáculo enorme.
- Añadir pasamanos, barandillas y otros puntos de sujeción.
- Diseñar con amplitud de espacios en zonas de acceso y deambulación. Los pasillos deben ser amplios y hay que prestar especial atención a las zonas de giros o cambios de dirección.
- Colocación de mobiliario o elementos en lugares que no dificulten el movimiento. Especial atención a las zonas de acceso para personas en silla de ruedas. A menudo se encuentran bloqueados u obstaculizados con diferentes objetos o elementos del establecimiento. También, respecto a las personas invidentes, evitar colocar mobiliario suspendido, mejor que lleguen al suelo.
- Incorporar mostrador, caja, cajeros, barra, etc., a diferentes alturas y evitar sobrecargarlos de objetos que dificulten la comunicación directa.



- Mostrar los productos a una altura accesible, tanto en baldas como en neveras y congeladores.
- Suelos lisos y nivelados, evitando alfombras.
- Baños accesibles: puertas amplias, lavabo y cambiadores de bebé a la altura correcta, inodoros que permitan la transferencia desde una silla de ruedas, asideros a ambos lados, jabón en dosificadores, cerrojos de fácil acceso y manipulación, etc. Es importante respetar la zona de tránsito y evitar utilizar el baño para discapacitados como almacén.
- Realizar un buen mantenimiento de los dispositivos de acceso para personas con movilidad reducida: elevadores, sillas, etc.
- Contar con sillas y camillas aptas para personas con obesidad.
- Habilitar zonas de espera y/o descanso aptas.
- Contar con carros de supermercado con diferentes alturas y posibilidad de anclarlos a una silla de ruedas.
- Las puertas automáticas deberán contar con suficiente tiempo de apertura.
- Evitar puertas giratorias y ventanas cuyo sistema de apertura invada parte del espacio interior (abatibles).



PARA MEJORAR LA ACCESIBILIDAD SENSORIAL Y LA COMUNICACIÓN

Es necesario contemplar el acceso a la información, a la oferta y las posibilidades de comunicación. Se proponen:

- Utilización de códigos QR para ofrecer la información: carta de restaurantes, ofertas vigentes, información de los productos en cada etiqueta (tamaño, color, precio, composición, disponibilidad...), planos del lugar, ticket y factura, hoja de reclamaciones, etc.
- Incorporar herramientas electrónicas para la comunicación con personas con discapacidad visual o auditiva.
- Controlar la contaminación acústica (ruido), así como la reverberación o el eco de los espacios.
- Incluir información en lenguaje braille, así como señales luminosas
- Al comunicarse con personas sordas, utilizar frases cortas, lenguaje sencillo y directo, vocalizando y mirándolos de frente.
- Contar con una iluminación adecuada, teniendo en cuenta que no siempre habrá mayor agudeza visual al tener más luz, ya que puede provocar deslumbramientos que la reduzcan. Una buena opción es contar con reguladores de intensidad. En términos generales, se recomienda la luz blanca-cálida y las lámparas fluorescentes.
- Precaución con los niveles de reflectancia de las superficies. Algunos materiales deslumbran mucho a personas sensibles.



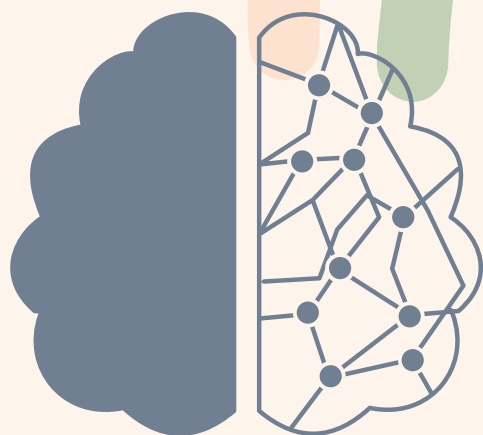
- Adecuación del tamaño y color de los rótulos y carteles informativos. Se recomienda que el color tenga contraste con el fondo para aumentar su visibilidad.
- Estos carteles deben encontrarse en lugares a los que sea posible acercarse a distancias muy cortas.
- Se recomienda también contraste entre los colores de las paredes y el suelo, facilitando la orientación, con especial atención a la zona de salida de emergencia.
- Los interruptores deben ser fácilmente localizables y contar con un mecanismo que permanezca en la posición elegida, sin retorno automático, de manera que se pueda identificar si está apagado o encendido mediante el tacto.
- Los pictogramas que se utilicen para informar deben contar con dibujos grandes, en relieve y con contraste respecto al fondo. Por ejemplo, en los aseos.
- Contar con dispositivos de mejora de la comunicación para personas sordas (bucles magnéticos, micrófonos remotos, audioguías y signoguías, etc.).
- Disponer de una app traductora a lengua de signos.
- Ofrecer suficiente formación al personal del establecimiento o comercio.



PARA MEJORAR LA ACCESIBILIDAD COGNITIVA

Es necesario contemplar la adaptación de los espacios y el entorno para facilitar la comprensión de la información y la resolución de problemas. Se proponen:

- Utilizar diseños sencillos, intuitivos y con el contenido bien estructurado. Resulta útil ayudarse de imágenes o colores para diferenciar lugares, secciones o tipos de información.
- Exponer los objetos siguiendo un orden lógico.
- Ofrecer la información en diferentes soportes y acompañarse de pictogramas o dibujos.
- En la comunicación verbal, hablar de forma clara y sin prisas, adaptando el ritmo de la explicación al nivel de comprensión de la persona, repetir la información cuando sea necesario y preguntar si lo ha entendido todo o desea que se le repita algún dato. Resulta conveniente evitar ruidos del entorno, así como las barreras físicas, como las mamparas de cristal o las diferencias de altura.



- Valerse de pictogramas de uso universal para ofrecer información diversa. Ejemplos: en las cartas de restaurantes (para identificar platos y alérgenos), en lugares como los aseos, probadores, zonas de pago, mostrador de información, etc., en la zona de pesado de alimentos (es conveniente utilizar fotografías en lugar de números en las básculas de autoservicio), etc.
- Estos pictogramas pueden utilizarse también para comunicarse, utilizando dibujos de uso universal para solicitar acciones como ir al baño, pedir la cuenta, interponer una queja, etc.
- Facilitar fotografías junto al listado de precios.
- No sobrecargar los espacios de publicidad para evitar el ruido visual.
- Incluir los descuentos en la etiqueta ofreciendo el precio final, para que la persona consumidora no tenga que realizar el cálculo.
- Identificar bien los espacios.
- Tener el hilo musical a bajo volumen.
- Exponer los precios junto a los productos de forma clara y sin que de pie a errores. Resulta útil colocar una fotografía del producto en la etiqueta del precio que aparezca en el estante.
- Ofrecer la opción de personal de caja, además de las de autopago.
- Adaptar la información escrita para hacerla más comprensible, utilizando pictogramas como apoyo y sistemas de lectura fácil.



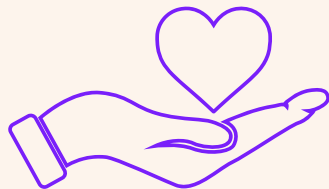
CONCLUSIONES

El colectivo de personas consumidoras con necesidades de accesibilidad al comercio y al consumo en general es numeroso, por lo que contemplar medidas de adaptación e integración es una buena apuesta para que cualquier comercio o empresa aumente sus clientes.



Además, muchas de las medidas propuestas tienen un coste económico bajo o nulo, estando al alcance de casi cualquier empresario. Por ejemplo, ¿qué gasto supone la adquisición de una app que permita comunicarse en lengua de signos?, ¿y adaptar la cartelería a un lenguaje más sencillo que incluya pictogramas?

Por otro lado, la mejor herramienta de accesibilidad se encuentra en el factor humano. Formar al personal para que pueda mejorar la atención a estas personas es primordial. Con ganas e interés todo se hace mejor.



Desde la Unión de Consumidores de Málaga animamos al colectivo de empresarios para que adopten las medidas que se encuentren a su alcance, haciendo sus comercios más inclusivos. Existen muchas asociaciones de personas con discapacidad que seguro se prestan para asesorar sobre la eficiencia de las medidas adoptadas, agradeciendo el interés en mejorar la atención que prestan en los establecimientos.

Por último, si desean realizarnos alguna sugerencia o necesidad de mejora de la accesibilidad pueden dirigirla a sugerenciasaccesibilidadmlg@gmail.com



Las barreras excluyen derechos.

Comprar en un comercio, comer en un restaurante o contratar cualquier servicio son algunas de las participaciones más básicas en la sociedad y deberían ser posibles para todas las personas.

Rompamos las barreras y hagamos el consumo más accesible.

No hay producto ni servicio que valga más que tu poder como consumidor.