

# Guía para informar con calidad sobre la oferta turística accesible





## Contenidos

1. Cómo informar con calidad en Internet sobre la oferta turística accesible.....	3
¿Por qué es necesario guiar en la elaboración de información sobre accesibilidad?.....	3
Tres guías para responder a tres preguntas clave.....	5
2. ¿Sobre qué elementos y detalles de accesibilidad hay que informar en turismo?.....	7
¿Qué es la Accesibilidad Universal?.....	7
Definición legal de Accesibilidad Universal .....	8
Ideas clave en el concepto.....	8
Tipos de accesibilidad .....	8
¿Qué es la cadena de accesibilidad en turismo?.....	11
¿Qué elementos de accesibilidad son necesarios e interesa destacar en nuestra información? .....	13
Elementos de accesibilidad auditiva .....	13
Elementos de accesibilidad cognitiva .....	14
Elementos de accesibilidad física.....	14
Elementos de accesibilidad visual .....	15
Detalles de accesibilidad orgánica.....	16
Detalles de accesibilidad social .....	16
3. ¿Cómo debe ser la información de accesibilidad en un recurso turístico? .....	17
La información ha de ser veraz .....	17
Pautas para generar información veraz.....	18
La información ha de estar actualizada .....	19
Pautas para mantener la información actualizada .....	19
La información ha de ser completa .....	20
Pautas para ofrecer información completa.....	21
La información ha de ser accesible .....	22
Principales necesidades de accesibilidad digital .....	23
Pautas para crear contenidos digitales accesibles .....	25

# 1. Cómo informar con calidad en Internet sobre la oferta turística accesible

## ¿Por qué es necesario guiar en la elaboración de información sobre accesibilidad?

Desde el Servicio de Marketing de la Dirección General de Turismo y Comercio del Gobierno de Navarra consideramos imprescindible mostrar al sector turístico de Navarra cómo informar a la clientela potencial sobre las condiciones de accesibilidad de la oferta y de los diferentes recursos y servicios que forman nuestro destino. Hay varias razones que explican este objetivo y que por lo tanto impulsan esta iniciativa elaborada en colaboración con **Fundación Ideas**:

- La principal razón es técnica y de calidad de servicio, ya que es indudable la necesidad de accesibilidad universal que una parte importante de la población tiene a la hora de viajar. Esta necesidad de entornos y servicios accesibles exige de una información previa que permita planificar el viaje con total garantía y confianza.
  - En este sentido, el Observatorio del Turismo Accesible en España 2016 (Fundación ONCE 2017), evidenció que **para 9 de cada 10 personas con discapacidad que viajan, la información sobre accesibilidad es importante o muy importante.**
  - Por otro lado, es sabido que la accesibilidad universal beneficia a toda la población, aunque lo hace especialmente al 40% que la necesita y de un modo imprescindible al 10%, que son las personas con alguna discapacidad.

- Otra razón de peso es la mala **calidad de la información sobre accesibilidad de los recursos turísticos en general**, una realidad de la que en Navarra no nos libramos.
  - En el Observatorio del Turismo en España también se afirmaba en relación con los alojamientos a nivel estatal que “más del 40% de los hoteles que dicen ser accesibles no lo son” (Fundación ONCE, 2017). Algo que evidencia la mala información ya que esta no se corresponde con la realidad que luego encuentra la persona con necesidades de accesibilidad.
  - Por completar este dato, hemos buscado en Internet información sobre la accesibilidad de más de 60 puntos turísticos de Navarra, y hemos concluido que la inmensa mayoría de atractivos no aportan información sobre su accesibilidad, y si lo hacen es casi siempre muy mejorable por estar incompleta, dispersa, obsoleta y con un lenguaje poco acertado.
- Por último, tenemos **razones legales y razones de responsabilidad**. En el artículo 7 de la Ley Foral 12/2018 de Accesibilidad Universal, se obliga en el punto cuatro a que Las Administraciones Públicas de Navarra fomenten la formación sobre accesibilidad universal y adopten medidas para concienciar sobre los requisitos de accesibilidad universal y sus beneficios para todas las personas”.

En resumen, aprender a informar sobre la accesibilidad de los recursos y servicios turísticos de Navarra es, para el sector, una **oportunidad de mejora de la calidad como destino turístico inclusivo y accesible**. Impulsar este aprendizaje es, para el Gobierno de Navarra, una obligación que asumimos con convicción.

## Tres guías para responder a tres preguntas clave

Por todo ello, desde el Servicio de Marketing de la Dirección General de Turismo y Comercio proponemos aprovechar esta oportunidad. Y en consecuencia **hemos elaborado 3 guías, que pasamos a introducir.**

### Guía para informar con calidad sobre la oferta turística accesible

---

La pregunta que respondemos con esta primera guía es ¿sobre qué y cómo hay que informar? Para ello, abordamos el concepto de Accesibilidad Universal, conocemos la cadena de accesibilidad en turismo y repasamos las soluciones de accesibilidad en la experiencia turística, para los diferentes grupos de personas que necesitan la accesibilidad.

Además, explicamos cómo la información debe ser veraz, actualizada, completa y accesible, para tener la calidad necesaria.

### Guía para crear la sección de accesibilidad de tu recurso turístico en tu página web

---

En la segunda guía, damos respuesta a una cuestión absolutamente vital: ¿cómo hay que informar sobre accesibilidad en la web de un recurso turístico? Para ello, mostramos cómo crear una buena sección de accesibilidad de la oferta en una web. Damos 11 consejos y analizamos buenas prácticas que pueden inspirar.

Y como herramienta práctica, ofrecemos plantillas de textos posibles que ayudan a redactar una sección de accesibilidad altamente satisfactoria. Hemos incluido plantillas para 6 tipos de recursos turísticos.

## Guía para informar de la accesibilidad en las plataformas de reservas turísticas y en los directorios especializados

---

Ya sea en las plataformas especializadas en turismo o en los directorios de turismo accesible, **la información sobre accesibilidad es muy valorada y puede decidir o descartar una reserva.**

Por ello, en la tercera guía creada, guiamos paso a paso para incluir información sobre accesibilidad en las principales plataformas usadas por quienes viajan.

## 2. ¿Sobre qué elementos y detalles de accesibilidad hay que informar en turismo?

En este capítulo de la guía, repasamos los distintos elementos y detalles de accesibilidad que resultan necesarios en los entornos, productos y servicios turísticos y que, por lo tanto, interesa comunicar para que sean conocidos y valorados por quienes planifican un viaje. Para ello, primero conoceremos qué es la Accesibilidad Universal, qué tipos de accesibilidad hay y cuál es la cadena de accesibilidad en turismo. De este modo, entenderemos mucho mejor su importancia.

### ¿Qué es la Accesibilidad Universal?

Las dos primeras ideas que debemos tener claras sobre la Accesibilidad Universal son que:

**Es un derecho** cuyo cumplimiento depende de que todas las personas podamos tener las mismas oportunidades en cualquier ámbito de la vida. Por lo tanto, es un derecho humano fundamental que abre la puerta al resto de derechos, entre ellos al del ocio y al derecho a viajar.

**Beneficia a toda la población** (no solo a las personas con discapacidad o a las personas mayores), ya que genera entornos, productos y servicios cómodos y seguros para todas las personas.

## Definición legal de Accesibilidad Universal

---

En la Ley Foral 12/2018 se define la Accesibilidad Universal así:

“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.

Presupone la estrategia de “diseño universal o diseño para todas las personas”, y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse”.

## Ideas clave en el concepto

---

Es decir, la Accesibilidad Universal es la condición que debe tener todo lo que todas las personas usamos en todo momento. Las ideas clave son:

- Entornos, productos y servicios han de poder ser entendidos y utilizados por todas las personas, con independencia de las características funcionales (físicas, sensoriales, cognitivas u orgánicas) que se posean.
- Este uso ha de ser seguro y cómodo y debe tender a la autonomía de las personas, entendiendo por tal la capacidad de decidir con independencia cómo y cuándo hacer uso de modo eficaz, cómodo y seguro.
- Lo ideal es diseñar pensando en todas las personas desde el principio, pero si no se ha hecho así, hay que hacer ajustes en lo ya diseñado siempre que sea posible y razonable.

## Tipos de accesibilidad

---

La Accesibilidad Universal es en realidad la suma de muchos criterios de diseño que recogen las necesidades de todas las formas de usar los entornos, productos y



servicios. Distinguimos 6 tipos básicos de accesibilidad que recogemos y resumimos en la siguiente tabla.

**Tabla 1. Principales tipos de accesibilidad**

Tipo de accesibilidad	¿En qué consiste?
Auditiva	En garantizar la comunicación con las personas sordas y con dificultades de oído en todo tipo de entornos, canales y mensajes. En turismo, es especialmente importante en la comunicación personal y audiovisual, en entornos ruidosos y en casos de emergencia.
Cognitiva	En permitir a las personas con dificultades de comprensión entender los entornos y los mensajes e informaciones de productos y servicios. En turismo es especialmente importante en la comunicación personal, en el uso de edificios y en la comprensión de guías, mapas y paneles.
Física	En que el diseño y la construcción de entornos, productos y servicios garanticen que las personas con movilidad reducida puedan moverse e interactuar con ellos de un modo cómodo, seguro y autónomo. En turismo, es especialmente importante en edificación, transporte y cualquier tipo de itinerario y servicio.

Tipo de accesibilidad	¿En qué consiste?
Visual	<p>En permitir que las personas ciegas, con baja visión y con dificultades visuales puedan moverse, usar productos o consultar informaciones en servicios de un modo cómodo, seguro y lo más autónomo posible. En turismo, es especialmente importante en alojamientos, en el acceso a la información del entorno y en la atención personal recibida.</p>
Orgánica	<p>En garantizar que las personas con discapacidad orgánica (trasplantadas, con bolsa de ostomía, con alergias e intolerancias, con enfermedades tipo lupus, SQM, diabetes, etc.) puedan hacer un uso cómodo y seguro de entornos, productos y servicios. En turismo, especialmente importante en el diseño de actividades y servicios, en sus itinerarios y en la restauración.</p>
Social	<p>En garantizar que cualquier persona, en especial las personas con discapacidad, reciba un trato y una atención inclusivos, sin prejuicios ni estereotipos negativos, y adaptados a su forma de interacción. En turismo es clave en la comunicación personal, en las actividades y servicios con guías, personal de transporte y de atención en general.</p>

Fuente: elaboración propia, Fundación Ideas.

## ¿Qué es la cadena de accesibilidad en turismo?

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo), la Accesibilidad Universal debería estar presente en “toda la cadena de valor de una experiencia turística”. Por ello, en su Manual de Turismo Accesible (módulo 2), recomienda que los 11 eslabones sean accesibles “para cumplir el objetivo de que todos los turistas puedan obtener una experiencia positiva de su viaje y estancia”.

Esta cadena se inicia con la etapa de planificación e información del viaje. Sigue con el transporte hasta el destino. Luego recorre una serie de eslabones como son el entorno y el transporte en el propio destino, el alojamiento, la restauración y el comercio, las excursiones y las actividades de ocio. Puede incluir servicios médicos y de asistencia. Prosigue con el transporte de vuelta, y, por último, y de modo transversal, con la experiencia final, donde tiene mucha relevancia el personal que ha intervenido en el viaje.

## Cadena de accesibilidad del turismo



Fuente: Organización Mundial del Turismo (2015), Manual sobre Turismo Accesible para Todos.

Si uno de los eslabones falla, la cadena se rompe. Por lo tanto, hemos de vigilar en cada paso que la accesibilidad esté presente de modo continuo y coordinado.

Si deseas profundizar en cómo generar accesibilidad en alguno de los eslabones, te recomendamos la lectura de [los 4 módulos del manual de la OMT](#), descargable en la biblioteca digital y gratuita de Fundación ONCE.



## ¿Qué elementos de accesibilidad son necesarios e interesa destacar en nuestra información?

Por tipo de accesibilidad, vamos a repasar qué elementos conviene destacar y comunicar, ya que son necesarios y apreciados por parte de quien viaja con necesidades de accesibilidad.

Lógicamente, son elementos que primero debemos ofrecer y luego comunicar. Por lo tanto, este listado también puede dar una pista de soluciones para mejorar el servicio a quien necesite los diferentes tipos de accesibilidad.

### Elementos de accesibilidad auditiva

---

#### Informa de qué ofreces:

- Bucle de inducción magnética (en la recepción, mostrador, visitas guiadas...) para mejorar la escucha de las personas que usan audífono o implantes cocleares.
- Vídeos subtítulados para personas sordas en materiales audiovisuales de museos, centros de interpretación, visitas guiadas, bienvenida e instrucciones en alojamientos...
- Lengua de signos española (LSE) en la interacción con la clientela y las visitas, en guías y audiovisuales, para personas sordas que se expresan en esta lengua.
- Avisos lumínicos y por vibración en timbres, despertadores o en sistemas de emergencia.

## Elementos de accesibilidad cognitiva

---

### Informa de qué ofreces:

- Una señalización de espacios como alojamientos, museos o recorridos fácil y basada en carteles claros y con pictogramas universales.
- Guías, folletos e instrucciones en Lectura Fácil, para que puedan ser comprendidos por quienes tienen problemas de comprensión lectora.
- Planos, mapas, maquetas y paneles interpretativos claros y de fácil comprensión.

## Elementos de accesibilidad física

---

### Informa de qué ofreces:

- Entornos sin barreras arquitectónicas que cumplen con las exigencias de accesibilidad del código técnico de la edificación.
- Plazas de aparcamiento reservadas y conectadas con itinerario accesible.
- Anchuras de pasillos de mínimo 120 cm, y de puertas mínimo de 80 cm.
- Espacios que permiten el giro de 180 grados a una silla de ruedas.
- Pavimentos continuos, uniformes y sin escalones.
- Rampas con inclinación no superior al 10% para tramos de 3 metros, del 8% para tramos menores de 6 metros, y del 6% para tramos menores de 9 metros.
- Mostrador de doble altura y con hueco bajo encimera (de 80 cm de ancho por 70 de alto y 50 de fondo).
- Aseos, habitaciones y ascensores que cumplen los criterios de accesibilidad.

- Alcance de todo tipo de dispositivos para las PMR, con mandos entre 80 y 120 cm de altura, por ejemplo, en paneles interactivos o en mostradores de autoservicio.
- Diseño accesible para personas con movilidad reducida (PMR) de espacios comunes, como piscinas, spas, terrazas, auditorios...
- Personal formado en asistencia de PMR y equipado con materiales para ello (grúas, sillas anfibias, sillas Joëlette...).

## Elementos de accesibilidad visual

---

### Informa de que ofreces:

- Espacios con franjas guía o zócalos para la movilidad autónoma de personas ciegas y con baja visión.
- Braille o altorrelieve en los números de las habitaciones de un alojamiento, en los amenities del aseo, en la señalización de las plantas del edificio, en la carta de un restaurante...
- Señalización de alta legibilidad con tipografía grande y muy contrastada, y alto contraste en la decoración y diseño de interiores.
- Ascensor con audio, y con números en braille y altorrelieve.
- Dispositivos con ayudas táctiles o auditivas en electrodomésticos, paneles interactivos, etc.
- Maquetas o planos táctiles y visuales de edificios y espacios exteriores.
- Reproducciones de elementos naturales como animales, árboles, etc. Que ayuden a su reconocimiento a quienes no los ven o los ven con dificultad.
- Audioguías o audio descripciones en entornos culturales, patrimoniales o naturales.
- Personal formado en guiado de personas ciegas y equipado con materiales para ello (barras direccionales, bicicletas tándem, etc.).

- Tecnologías de accesibilidad como códigos NaviLens, QR, balizas bluetooth, etc.

## Detalles de accesibilidad orgánica

---

### Informa de que ofreces:

- Acceso rápido a aseos con lavabo incluido dentro de la cabina, o con inodoros para personas con ostomía.
- Espacios de descanso en entornos de actividades y visitas guiadas.
- Oferta de restauración que contempla necesidades de personas con alergias e intolerancias.
- La duración, las características y el itinerario de las visitas y actividades.

## Detalles de accesibilidad social

---

### Informa de que ofreces:

- Personal de atención formado en trato e interacción con personas con discapacidad y otras diversidades.
- Diseño de actividades a medida de características y necesidades de la clientela.
- La duración, las características y el itinerario de las visitas y actividades.



### 3. ¿Cómo debe ser la información de accesibilidad en un recurso turístico?

Hasta aquí ha quedado clara la importancia que tiene disponer de información de calidad para la planificación del viaje. Para ello, toda la información de los elementos que hemos recogido en el capítulo anterior y que pueden compartirse en páginas web, directorios y guías, ha de ser veraz, actualizada, completa y accesible. Veamos cómo conseguirlo.

#### La información ha de ser veraz

Como ya indicamos en la introducción de la guía, en el Observatorio del Turismo Accesible de España 2016 (Fundación ONCE, 2017), se evidencia que muchos alojamientos que afirman ser accesibles realmente no lo son. Es fácil imaginar la insatisfacción que esta falta de veracidad puede producir a personas que necesitan de un modo imprescindible que entornos, productos y servicios les permitan disfrutar con comodidad, seguridad y autonomía, durante unos días fuera de su casa.

Recientemente, en una conocida plataforma se podía leer esta reseña sobre un hotel:

“Mi opinión es relativa a la estancia en silla de ruedas. (...) Cuando llamo: te metes en la web no hay fotos de habitación adaptadas. Así que llamo. Me dice que sí, que hay una adaptada. OK. (...) En la habitación: (...) Para pasar al WC no hay sitio entre la cama y el escritorio. Cuando consigues entrar te encuentras con un jacuzzi, muy bonito sí, pero el que está en silla de ruedas no puede entrar. La ducha, está entre la pared y el jacuzzi. Una persona en silla de ruedas NO se puede duchar ni

de broma. Para salir a la terraza te ponen una rampita que ni la persona más fuerte del mundo es capaz de subir”.

Sin duda no hay mala fe en quien atendió por teléfono a esta clienta, tampoco en quien diseñó la habitación o en quien le dio la categoría de accesible. La razón más habitual para estos errores es el desconocimiento de las necesidades y de las soluciones de accesibilidad por parte del personal que diseña y gestiona los recursos turísticos.

### Pautas para generar información veraz

---

1. Tener una mínima formación para conocer rigurosamente las características y detalles de accesibilidad que tiene tu recurso.
2. Identificar los cumplimientos e incumplimientos de accesibilidad que se dan en el entorno, producto y servicio.
3. Transmitir la realidad con fidelidad y sin generar falsas expectativas.
4. Dominar las necesidades y soluciones de accesibilidad del capítulo anterior y que alguien puede requerir en tu recurso.
5. Conversar con tu clientela con discapacidad para detectar mejoras y puntos fuertes.
6. Leer las reseñas que se publican en Google, TripAdvisor, Booking, etc., identificando y resolviendo experiencias negativas por falta de veracidad para que no se vuelvan a repetir ni generen mala imagen.
7. Compartir la información con todo el equipo de personas que dan servicio en el recurso, especialmente con quien atiende consultas.

## La información ha de estar actualizada

Es muy habitual que un recurso turístico mejore la accesibilidad de sus entornos y servicios, pero que no informe de ello en su web, en su ficha de Google o en los directorios especializados.

Paradójicamente, estas mejoras y cambios de calidad no se comunican cuando es algo que muchas personas necesitan saber y valoran tanto como para decidir una reserva.

Entre los motivos más frecuentes que explican esta ausencia de actualización, están la falta de tiempo para alimentar estos canales informativos y la poca importancia que desde un punto de vista comercial se le suele dar a los detalles de accesibilidad.

La información ha de ser actualizada siempre que haya novedades y, para ello, hay que tener en cuenta que lo que puede parecer un pequeño detalle no es tan pequeño para muchas personas que lo valoran de un modo decisivo. Lógicamente, esto sirve tanto para los avances en accesibilidad como para los retrocesos, e incluso tal vez más en estos últimos.

### Pautas para mantener la información actualizada

1. Emplear la temporada baja para verificar que la información de tu web y la de tus fichas en directorios y plataformas tiene calidad y está actualizada.
2. En caso de no estarlo, o si se hacen cambios en los entornos y en la cartera de productos y servicios, preparar imágenes y descripciones para comunicarlas en cuanto estén disponibles.
3. Informar y formar a todo el equipo para que sepan explicar los cambios y sus beneficios de accesibilidad.

4. Ante rediseños de folletos, guías o desarrollos digitales, verificar que la información y las imágenes que se emplean están actualizadas.

5. Si en las plataformas digitales hay reseñas con quejas que aluden a aspectos que no se ajustan a la realidad o que ya han sido mejorados, contestar con amabilidad y respeto, informando de las mejoras.

## La información ha de ser completa

Como hemos visto, la Accesibilidad Universal está formada por muchos aspectos distintos que cubren necesidades muy variadas. No solo hay que pensar en la accesibilidad física, también están los otros tipos presentados y desarrollados en el capítulo 2.

No es suficiente ni recomendable decir que se tiene un aseo accesible, o que la visita guiada es inclusiva, o que el museo es apto para sillas de ruedas. Por supuesto, tampoco es suficiente colocar el Símbolo Internacional de Accesibilidad).

No solo colocar los símbolos:



Accesibilidad  
auditiva



Accesibilidad  
intelectual



Accesibilidad  
física



Accesibilidad  
visual





Para que la clientela que necesita la Accesibilidad Universal tenga claras las características accesibles del recurso turístico y pueda decidir una reserva, es necesario aportar datos, detalles, medidas, fotografías, vídeos e, incluso, testimonios. **No digas que eres accesible, demuéstalo.**

### Pautas para ofrecer información completa

1. Elabora una lista de los elementos y detalles accesibles más relevantes por cada tipo de accesibilidad que hay en tu recurso turístico. Habitación accesible, bucles de inducción, guía en Lectura Fácil, braille en señalización e informaciones...
2. Elabora información textual y gráfica que los presente y describa con sus detalles relevantes.
3. Indica las anchuras y las alturas de los elementos relevantes para la accesibilidad física (puertas, pasillos, mostradores, asientos, espejos.).
4. Describe las actividades y aporta imágenes de sus entornos y momentos especiales. No olvides la duración, el recorrido y sus características, la dificultad, la forma física necesaria, los recursos de accesibilidad con los que cuentas y las variaciones de luz y temperatura.
5. Emplea fotografías con vistas amplias de los espacios del recurso (accesos y exterior, piscina y zonas aledañas, itinerarios...), pero también de detalles (grúas, aseos, duchas, pavimentos.).

6. Elabora vídeos sencillos de personas con diferentes perfiles. Por ejemplo, usuarias de silla de ruedas moviéndose por diferentes espacios, personas sordas hablando en lengua de signos, personas ciegas usando tecnología NaviLens o leyendo braille.
7. Elabora una lista de consejos que dar para una mejor experiencia, por ejemplo, accesos a evitar por ser menos accesibles, recomendaciones de ropa y calzado en actividades...
8. No olvides recoger información de cómo llegar a tu recurso, incluyendo la ubicación de plazas de aparcamiento reservadas a PMR cercanas y con itinerario accesible.
9. Conoce y describe otros atractivos accesibles en tu mismo destino: museos, actividades, rutas naturales, vías verdes...

## La información ha de ser accesible

En el ya mencionado informe sobre el Turismo Accesible que Fundación ONCE publicó en 2017, se evidenciaba también la falta de accesibilidad de las páginas web del sector turístico. Por ejemplo, se indicaba que el 84,2% de las páginas web de los destinos turísticos no era accesible a las necesidades de las personas con discapacidad.

Es preciso saber que el esfuerzo de publicar toda la información que aconseja esta guía sirve de muy poco si tu web **no contempla la accesibilidad de los contenidos**.

Por ejemplo, no sirve de nada que presentes imágenes con elementos que contienen braille en un alojamiento o en un museo, si esas imágenes no están descritas para quienes no pueden verlas. O que expliques en un vídeo con audio que das servicio en lengua de signos o que tienes bucles de inducción para visitas guiadas, si el vídeo no está interpretado en lengua de signos ni subtulado. Del

mismo modo, se reduce enormemente la eficacia de toda esta información si luego es difícil encontrarla en el sitio web.

Al tratarse de un ámbito muy específico y habitualmente desconocido para quien gestiona recursos turísticos, en el siguiente apartado nos vamos a detener en la explicación de las principales necesidades de accesibilidad digital que quienes desarrollan o encargan páginas web o aplicaciones móviles deberían tener en cuenta.

### Principales necesidades de accesibilidad digital

---

No pretendemos que te conviertas en una persona experta en desarrollos digitales accesibles, pero sí que entiendas las necesidades que tienen muchos perfiles de clientas y clientes ante la página web. De este modo, sabrás qué exigir a quien te hace los desarrollos de páginas, blogs o redes sociales.

Con este fin, enumeramos las principales necesidades de accesibilidad digital que tienen las personas con dificultades funcionales, muchas de ellas con discapacidad.

#### Personas con dificultades auditivas:

Las personas sordas que emplean la **lengua de signos (signantes)** necesitan:

- Que los vídeos con voces y audio estén signados.
- Que la información más relevante de la web esté interpretada en lengua de signos, porque estas personas pueden tener baja comprensión lectora de la lengua oral.

Las que emplean la **lengua oral (oralistas)** necesitan:

- Que los vídeos con voces y audio estén subtítulos, de modo que puedan leer los subtítulos.

- A este perfil y al anterior, el lenguaje claro también les va bien, porque a veces les puede costar entender estructuras complejas o palabras poco habituales.

### Personas con dificultades cognitivas:

Son personas con discapacidad intelectual, con dificultades en la comprensión o en la memoria. Por ejemplo, personas con síndrome de Down, con dislexia, mayores, etc.

- Necesitan estructuras y páginas sencillas e intuitivas.
- Lenguaje claro e incluso Lectura Fácil.
- Frases cortas y palabras cotidianas.
- Uso del color y de las imágenes y pictogramas para apoyar a la comprensión.

### Personas con movilidad reducida:

Las personas que tienen dificultades motrices en las extremidades superiores, lentitud muscular, temblores, parálisis, etc., **necesitan que:**

- Las aplicaciones y páginas sean accesibles desde mandos tipo joystick, pulsadores de barbilla, sistemas de seguimiento ocular y sistemas de VOZ...
- Botones amplios en interfaces táctiles.

### Personas con dificultades visuales:

Las **personas ciegas** interactúan con contenidos digitales escuchando sus programas de voz (llamados lectores de pantalla) en móviles y ordenadores, con lo cual el contenido ha de ser accesible a estos. Por ello, es **necesario**, entre otras cosas:

- Describir las imágenes.
- Etiquetar los botones y los enlaces.

- Saber que estas personas no utilizan el ratón, porque no lo ven, así que interactúan con el teclado y la voz.
- Si utilizamos vídeos, estos deben poder ser entendidos sin verlos, por lo que deben estar **audiodescritos** (por una voz que narra aquello que sucede en pantalla y no se percibe auditivamente) o bien ser **audioentendibles**.

Las **personas con baja visión** leen y miran las páginas e interfaces, por lo que necesitan:

- Textos mínimos de 12 puntos y que puedan ampliarse.
- Alto contraste de color entre texto y fondo.
- Poder activar el modo nocturno o con fondos negros.

Las personas con ceguera al color, por ejemplo, con **daltonismo**:

- No ven ciertos colores, con lo que hay que aportar la información también con otros elementos como texto o pictogramas.

Todas estas son necesidades distintas de personas muy diversas que tienen el mismo derecho que las demás a usar los productos y servicios digitales con comodidad, seguridad y autonomía.

## **Pautas para crear contenidos digitales accesibles**

---

1. Cuando encargues un desarrollo digital (web, blog, aplicación móvil...) asegúrate de que quien lo va a hacer sepa integrar en el proyecto la accesibilidad digital.
2. Explicita en tu encargo que el desarrollo tiene que cumplir con las WCAG 2.1 o siguientes versiones. Estas son las pautas de accesibilidad al contenido web (Web Content Accessibility Guidelines), un estándar internacional.

3. Si en tu desarrollo digital vas a contar con financiación pública, has de cumplir con las exigencias del Real Decreto 1112/2018. Básicamente lo harás si cumples con las WCAG 2.1.
4. Si tu web ya está desarrollada, pide a personas con discapacidad que naveguen por ella y que te indiquen cuál es su experiencia. Y comparte esta información con quien te ha realizado el desarrollo.
5. También puedes introducir tu web en herramientas gratuitas como [Wave](#), y obtener un informe sobre el cumplimiento de las WCAG 2.1.
6. Asegúrate de que el contenido es perceptible y comprensible para todas las personas y que cualquiera puede interactuar con enlaces, botones y formularios.
7. Pon especial atención a la legibilidad de los textos (fuente, tamaño y contraste), a la descripción de las imágenes, a los formularios, a los descargables y a los vídeos.
8. Usa siempre un lenguaje claro y valora crear una sección en Lectura Fácil.
9. Aplica los consejos que te damos en la [Guía para crear la sección de accesibilidad de tu recurso turístico en tu página web](#).



**Gobierno  
de Navarra**



**Nafarroako  
Gobernua**

