

CONSUMIDORES MÁS VULNERABLES: PROPUESTAS DE MEJORA, LA ACCESIBILIDAD UNIVERSAL COMO ELEMENTO CLAVE. .

Voy a estructurar mi intervención de acuerdo a lo siguiente:

Introducción.

¿qué es la accesibilidad universal y qué implica?.

¿qué elementos garantizarán la accesibilidad universal?: Servicio y atención al cliente/usuario.

Edificación.

Web y aplicaciones.

¿Cuáles son los requisitos legales?.

Introducción:

La ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios, aporta soluciones para la mejora de la accesibilidad universal que los empresarios deben ofrecer a sus clientes.

Para conseguir el cumplimiento de la norma, se tienen que fijar pautas concretas de actuación basadas en los preceptos de la misma. Se trata de aportar a los empresarios herramientas, así como dotar a los consumidores/usuarios de instrumentos para hacer efectivo el ejercicio de sus derechos.

¿qué es la accesibilidad universal y qué implica en lo que se refiere a la atención al consumidor/usuario?.

La accesibilidad universal se define en la Ley general de la discapacidad como La condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos e 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.

Se presupone, por tanto, la estrategia de “diseño para todos”.

En el caso que nos ocupa, los consumidores más vulnerables, accesibilidad es la condición que posibilitará ser clientes y consumidores a todas las personas de manera plena en igualdad de condiciones.

A mayor abundamiento, la convención sobre los derechos de las personas con discapacidad define la discriminación por discapacidad así: Se entenderá cualquier distinción exclusión o restricción por motivos de discapacidad que tenga el propósito o el efecto de obstaculizar o dejar sin efecto el reconocimiento, goce o ejercicio en igualdad de condiciones, de todos los derechos humanos y libertades en los ámbitos político, económico, social, cultural, civil o de otro tipo.

Incluye todas las formas de discriminación incluida la denegación de ajustes razonables.

La ley 3/2014 introduce las definiciones ampliadas de consumidor y empresario, estableciendo la descripción de los dos agentes principales implicados en la prestación de servicios. Por ello, expongo a continuación basándome en dichas definiciones los beneficios que conlleva la accesibilidad universal desde el punto de vista de ambos:

Beneficios para consumidores y usuarios:

La mejora de las medidas de accesibilidad en el consumo, se vincula en primer lugar con beneficios para la población con discapacidad. Aun siendo significativo el número de personas con discapacidad, el alcance de los beneficios va más allá de dicho sector.

Según el informe del INE de 2008, en España el porcentaje de población con alguna discapacidad legalmente reconocida es del 8,5 por ciento, pero la cantidad de personas que se beneficiarían de forma directa de la accesibilidad es muy superior.

Se podrían englobar aquí a las personas que sufren lesiones temporales o mayores de 65 años.

Además, las personas vivimos formando grupos sociales, como compañeros de trabajo, familia, amigos..... Y que el consumo en muchas ocasiones se realiza de forma conjunta. Si un miembro del grupo no puede acceder a un producto, no lo hará el resto.

Beneficios para el empresario:

La mejora de los niveles de accesibilidad aumenta la satisfacción y fidelidad de los clientes existentes y permite ampliar su número, ya que se amplía el sector poblacional al que se dirige el producto.

Para concienciarse un empresario de la mejora que supondría la accesibilidad en su negocio, puede formularse estas preguntas de forma orientativa:

¿Pueden todas las personas, sin tener en cuenta sus capacidades acceder a su producto o servicio?.

Está su producto o servicio diseñado teniendo en cuenta la diversidad humana?.

¿se puede permitir perder o dejar insatisfecho a un segmento de población debido a problemas de accesibilidad en sus productos o servicios?.

¿ha pensado que muchos productos y servicios no son unipersonales sino que se disfrutan en compañía de la familia, amigos..... y que en consecuencia la inaccesibilidad aleja a un número elevado de potenciales clientes?.

Aún hay empresarios que se preguntan por qué es necesaria la accesibilidad en los productos y servicios de atención al consumidor/usuario.

Además de dar cumplimiento a un requisito legal, los motivos son múltiples: Fortalecer y hacer efectivos los derechos de las personas con discapacidad en su rol de consumidor/usuario.

Facilitar la inclusión y participación de las personas con discapacidad.

Ofrecer un servicio de calidad independientemente de las capacidades de los consumidores/usuarios.

Mejorar la accesibilidad universal en los procedimientos y procesos que las empresas ponen al servicio de sus clientes, amplía su demanda potencial.

Impulsar el acceso a las nuevas tecnologías como canales de información y venta.

Promover la responsabilidad social empresarial en el marco de la atención a los clientes y usuarios en los aspectos relacionados con la discapacidad, la sostenibilidad y la cohesión social.

Mejorar la calidad global de los servicios.

¿qué elementos garantizarán la accesibilidad universal?

La accesibilidad evoluciona y resulta de la interacción entre las diferentes personas y una adecuada actitud, conocimiento y trato. Un entorno tanto físico como virtual, y una gestión que permita su participación plena y efectiva en la sociedad en igualdad de condiciones.

Los aspectos más relevantes a tener en cuenta son:

Es necesario considerar todos los elementos que participan en la accesibilidad y la interconexión entre los mismos para garantizar el éxito.

La ley 3/2014, en su capítulo 2º, refuerza la necesidad de información al consumidor/usuario.

Esto se produce mediante un aumento de las obligaciones de información, especialmente contractual, y de una mayor definición de los soportes y canales de acceso a la misma.

Un aumento de la información y una comunicación accesible permite que todos los usuarios puedan ejercer sus derechos.

La ley refuerza estos aspectos:

1: Estableciendo sanciones a los empresarios en caso de incumplimiento de la obligación de suministrar las condiciones generales de la contratación, artículo 6.

2: se incluyen definiciones varias, artículo 59 bis apartado 6, destacando desde el punto de vista de la accesibilidad la

definición de soporte duradero. Para diversos colectivos de consumidores, como pueden ser personas con dificultades en la comunicación, personas con discapacidades sensoriales o intelectuales, personas mayores o personas menos familiarizadas con tecnologías de la información.

El hecho de contar con un soporte duradero de consulta les permite comprender mejor tanto sus obligaciones como sus derechos, de modo que puedan hacerlos efectivos. Por ello supone una mejora de accesibilidad al ser un medio de comunicación que se adapta a un mayor número de personas.

Tiene consideración de soporte duradero: El papel, las memorias USB, el DVD, LAS TARJETAS DE MEMORIA O LOS DISCOS DUROS.

3: Se RECOGEN NUEVAS OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL PARA LOS EMPRESARIOS, artículo 60 apartado 12.

Esta obligación es una gran mejora de la accesibilidad universal por si la información no ha sido totalmente clara y transparente.

4: antes de que el consumidor quede vinculado por un contrato u oferta, el empresario deberá facilitarle de forma clara y comprensible, a no ser que resulte clara por el contexto, la información relevante veráz y suficiente sobre las características principales del contrato, en particular sobre las condiciones jurídicas y económicas, modificación del artículo 60.

5: Entre las nuevas obligaciones de información están las siguientes:

Características principales de los bienes y servicios.

Identidad del empresario.

Conocer si va a ser necesaria alguna garantía financiera.

Precio total.

Información de los servicios postventa.

Garantías comerciales.

Limitaciones tecnológicas.

Modalidades de pago y restricciones de entrega en el comercio electrónico.

El conocimiento de las condiciones de un bien o servicio por parte de todos los usuarios les permite valorar si el mismo se adecúa o no a sus necesidades.

En otro orden de cosas, si el empresario dispone de vías de reclamación accesibles, esto mejorará su servicio y no les hará perder posibles clientes.

6: Una de las indicaciones que recoge la ley para crear una comunicación clara y accesible es la obligación de obtener consentimiento expreso del usuario en determinadas operaciones como pagos adicionales y expedición de la factura electrónica. Se trata de obtener el consentimiento expreso, como regula el artículo 101 de la ley 3/2014.

7: Algunas medidas específicas de la ley, como el derecho a recibir la factura en papel sin coste alguno o la posibilidad de revocar el consentimiento a la factura electrónica, son una mejora en la protección de los usuarios, artículo 63 apartado 15.

8: En la modificación del artículo 80 se incorpora el siguiente texto: accesibilidad y legibilidad, de forma que permita al consumidor y usuario el conocimiento previo a la celebración del contrato sobre su existencia y contenido. En ningún caso se entenderá cumplido este requisito si el tamaño de la letra del contrato fuese inferior al milímetro y medio o el insuficiente contraste con el fondo hiciese dificultosa la lectura.

9: Se regulan los requisitos formales de los contratos a distancia y fuera del establecimiento, artículos 98 y 99.

El contrato a distancia será en soporte duradero. .

En cualquier caso, los contratos en soporte duradero deberán de ser legibles, característica imprescindible de una comunicación accesible.

10: La ley regula ciertos aspectos del derecho de desistimiento de los usuarios en la modificación del capítulo III, artículos 102 y siguientes.

Se crea un modelo a cumplimentar en caso de desistimiento que ha de ser accesible online.

La convención sobre los derechos de las personas con discapacidad, define la comunicación accesible como aquella que incluirá los lenguajes, la visualización de textos, el braille, la comunicación táctil, los macrotipos, los dispositivos multimedia de fácil acceso, el lenguaje escrito y los sistemas auditivos.

La ley detalla numerosos aspectos sobre el contenido de la información a facilitar a los consumidores, pero no incluye prácticamente ninguna directriz sobre la forma de la información que garantice su accesibilidad.

Aquí se exponen algunas características principales a considerar:

1: Documentación impresa: Utilizar encuadernación que permita ser abierta sin precisar sujeción.

Contraste fuerte figura/fondo.

Fondos lisos. Texto preferentemente alineado a la izquierda. Letra tamaño 12/14. Fuente legible.

2: Sistemas alternativos: Es recomendable que toda información relevante esté disponible en diferentes sistemas, por ejemplo visual y sonoro, para que cada persona pueda elegir.

3: Las tecnologías de la información y la comunicación, adecuadamente diseñadas. Suponen un gran avance en materia de accesibilidad. Eso sí, en su diseño han de contemplar los requisitos necesarios para ser accesibles.

4: Bucle de inducción: Consta de un amplificador de inducción, un micrófono y un bucle de inducción que permite a las personas usuarias de audífonos recibir el sonido de forma clara y limpia.

5: Aplicación de criterios de lectura fácil en la documentación: Lenguaje sencillo y directo, no utilizar términos rebuscados, emplear vocablos de forma coherente....

6: Accesibilidad a elementos audiovisuales. Mediante el uso de audiodescripciones o subtítulo.

Otra cuestión relevante relativa a la atención al cliente con discapacidad que se debiera mejorar es la concerniente al trato.

A tener en cuenta:

-Naturalidad: El personal de atención al cliente sin experiencia suele ponerse nervioso ante personas con discapacidad. Normalmente

por sentirse inseguro a la hora de saber cual es la forma correcta de comportarse. Ante todo, la naturalidad ayuda.

-Respeto: Las personas con discapacidad no son niños y no hay que tratar como tal. Cuando se utilizan elementos de apoyo como muletas, andadores, sillas de ruedas, ni ha de alejarse de la persona ni se ha de invadir su espacio.

-diversidad: Hay que respetar las situaciones y necesidades personales de los clientes. Hay que adaptar el servicio a la persona y no a la inversa.

-autonomía: El entorno ha de favorecer su uso de la forma más independiente posible.

-Dignidad: Las soluciones de accesibilidad han de garantizar el respeto a todas las personas.

-Seguridad: Cualquier solución debe velar por la integridad de quienes la utilizan.

-Normalización: Se debe de buscar la integración de todos los usuarios.

Edificios.

Para asegurar la accesibilidad en las oficinas de atención al cliente han de considerarse los diferentes ámbitos, elementos y las características de los mismos.

Lo primero que ha de tenerse en cuenta es que los usuarios han de saber donde se encuentran ubicadas las mismas. Por tanto, ha de distribuirse la información por todos los canales posibles.

La oficina debe poder identificarse desde el exterior con señalización accesible.

Lo mejor es que el acceso esté situado a nivel de calle.

De no ser viable, es necesario crear rampas accesibles.

Las puertas deben tener suficiente ancho de paso.

En su interior ha de contar con un pavimento adecuado.

Web y aplicaciones.

Tal y como recoge la ley 3/2014, los servicios de información y atención al cliente serán diseñados utilizando medios y soportes que sigan los principios de accesibilidad universal.

Actualmente el soporte web resulta una de las vías fundamentales, tanto para los clientes como para los empresarios a la hora de prestar sus servicios, por lo que resulta necesario asegurar su usabilidad y accesibilidad.

Para ello han de aplicarse los estándares W3C .

Una web accesible tiene más potenciales usuarios que la que no lo es. Además, posee un mayor alcance de mercado.

REQUISITOS LEGALES:

En todo lo expuesto hasta ahora, son de aplicación:

La ley 3/2014 que modifica el texto refundido de la ley general de defensa del consumidor y otras leyes complementarias.

Otra norma relevante en este contexto es la directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la directiva 93/13/CEE y la

directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la directiva 85/577/CEE del Consejo y la directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

CONCLUSIÓN:

Todo lo que se haga en materia de accesibilidad en beneficio de los consumidores más vulnerables redundará tanto en beneficio del empresario como de el resto de consumidores. Por tanto, invertir en accesibilidad es destinar recursos al bienestar de todos.