



Conversaciones ASEPAU

La Accesibilidad como oportunidad de negocio



Nieves Peinado Margalef

Socia y vocal Junta Directiva de ASEPAU

Arquitecta

[@nieves-peinado-margalef](#)



Imagen 1: Toldo en local comercial con mensaje.

«El sol sale para todos» sirve a un pequeño negocio de Madrid para anunciar un servicio abierto a todas las personas. Podría ser también el logo de ASEPAU — Asociación Española de Profesionales de la Accesibilidad Universal— al ser proveedores de accesibilidad, condición que proporciona la oportunidad de participar y disfrutar de la cotidianidad de cada día a todas las personas.

Si la accesibilidad es capaz de proveer de tales beneficios a la sociedad, sin duda la accesibilidad será un negocio próspero.

Si la accesibilidad es capaz de proveer de tales beneficios a la sociedad, sin duda la accesibilidad será un negocio próspero. Sin embargo, los profesionales de ASEPAU sabemos lo difícil que es hacer de ello una realidad y vivir de ello. ¿Estamos solos en el intento o respondemos a una demanda social? ¿Es una demanda real? Para una parte de nosotros, la sociedad actúa de forma inconsciente, porque la mayoría no se dan cuenta de que son personas usuarias de accesibilidad en cada uno de los ámbitos de su vida, y solo se demanda de forma consciente cuando surge una necesidad de accesibilidad inmediata.

Cada vez el conocimiento sobre la accesibilidad en múltiples campos es más completo; dan fe de ello la diversidad de profesionales que forman la asociación.

Cada vez el conocimiento sobre la accesibilidad en múltiples campos es más completo; dan fe de ello la diversidad de profesionales que forman la asociación. Los avances han crecido de forma geométrica en los últimos años, no solo en contenido y conocimiento, sino también en los ámbitos de aplicación

Buscando respuestas y compartiendo experiencias, nos reunimos una vez más en Conversaciones ASEPAU en la sede de Ilunion, en marzo del 2024. Para abrir el dialogo contamos con nuestros compañeros de ASEPAU: Tatiana Alemán, Eloy Bossom, y Federico Rueda.

Tatiana nos contó como el uso del término «experiencia de usuario», en un sentido más amplio al tradicional, incluye a todas las personas, aquellas que no se reconocen como usuarias de accesibilidad y las que lo son por necesidad. De esta manera, quizás, la accesibilidad no sea tan cuestionada, y sea entendida como otras demandas, hablamos de los procesos de digitalización, la eficiencia energética, la seguridad, etc.

Eloy Bossom nos dijo «jugar es una cosa muy seria». Él lo sabe bien, ya que trabaja creando espacios de juego para la infancia. El juego es un derecho fundamental, por tanto, debe estar al alcance de todas las personas.

Hay buenas noticias en este campo, porque existe una demanda real y creciente, sobre todo desde que se aprobó la [Orden TMA/851/2021](#) y se establecieron cuotas de provisión para las áreas inclusivas, aunque es un mercado que no está maduro y no existe normativa técnica que establezca requisitos técnicos. Por ello, aumentan las oportunidades para la creatividad en los diseños y, también, los desafíos. Algunos de estos son: el satisfacer las exigencias de accesibilidad y las de seguridad en el juego, o las propias demandas de la infancia, acordes a sus habilidades, capacidades, edades, expectativas de disfrute y aprendizaje.

Federico Rueda, como experto en el campo de las tecnologías, nos señaló la doble faz de éstas; deben ser accesibles y también pueden ser útiles para dar soluciones de accesibilidad. Esta doble condición hace que las tecnologías formen parte de un mercado en desarrollo continuo. Como empresario, nos dice que la rentabilidad de la empresa debe ir ligada a la ética profesional y a generar confianza en el cliente, que no siempre es la persona usuaria final, frente al intrusismo o a la mala praxis. La disyuntiva entre las demandas del cliente y del usuario final es un elemento a tener en cuenta, y la satisfacción de ambos es fundamental.

No obstante, hablar de accesibilidad como negocio ha sido y es todavía un tabú, para muchos deberíamos formar parte del voluntariado social.

No obstante, hablar de accesibilidad como negocio ha sido y es todavía un tabú, para muchos deberíamos formar parte del voluntariado social. Nuestro trabajo como profesionales va ligado siempre a un trabajo de concienciación; aunque la accesibilidad vaya dirigido a un público minoritario, beneficia a todos. Sin embargo, parece que deberíamos mejorar el diseño de las estrategias de nuestro negociado, ofrecer la accesibilidad como un valor para todas las personas, al tiempo que satisfacemos al cliente, que puede tener unos objetivos, a veces, distintos. En conclusión, deberíamos mejorar el marketing de la accesibilidad como producto.

En conclusión, deberíamos mejorar el marketing de la accesibilidad como producto.

La legislación o normativas, tanto por su carácter obligatorio como por la definición de criterios de diseño, pueden funcionar como palanca de arranque en ámbitos concretos, desde los que se puede hacer extensivo a otros. Así esperamos que suceda a través la [Directiva \(UE\) 2019/882](#) del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de abril de 2019, sobre los requisitos de accesibilidad de los productos y servicios. También que esto conlleve una mayor demanda de accesibilidad y de profesionales en esta materia.

Junto a estas demandas o sugerencias, surge de nuevo la necesidad de definir un perfil profesional que evite, o al menos limite el intrusismo, facilite las licitaciones y contrataciones, etcétera.

En cualquier caso, se apunta, debería existir un cuerpo sancionador y, por qué no, un defensor de la accesibilidad, o mejor un fiscal como se recoge en nuestro cuerpo legislativo. Junto a estas demandas o sugerencias, surge de nuevo la necesidad de definir un perfil profesional que evite, o al menos limite el intrusismo, facilite las licitaciones y contrataciones, etcétera.

Alcanzar un éxito empresarial en el campo de la accesibilidad — se sugiere— radica en cubrir alguno de los siguientes elementos: generar productos de una rentabilidad inmediata; cumplir con las obligaciones legales existentes, sustentado por mecanismos de inspección y sanción; o conseguir incorporar la accesibilidad en la cadena actual de cambio de valores, según las líneas de tendencias actuales, como la sostenibilidad, eficiencia energética, inclusión, etc.

Otro elemento clave es el sector público que, como contratador, mueve el 20% del PIB de un país como es el nuestro.

Otro elemento clave es el sector público que, como contratador, mueve el 20% del PIB de un país como es el nuestro. Las administraciones públicas deberían incorporar en sus pliegos de contratación la presencia de profesionales de la accesibilidad, si bien les falta el saber cómo hacerlo. En este campo, ASEPAU debe posicionarse, tal como se viene proponiendo en anteriores reuniones. Esto también se trató, de forma específica, en Conversaciones ASEPAU [«Profesionales de la accesibilidad. Lo que nos une y los que nos diferencia»](#) en diciembre del 2022.

Se suma una nueva propuesta para ASEPAU, hacer una campaña de sensibilización ciudadana, con un slogan provocador, como por ejemplo «La accesibilidad no es una responsabilidad social». Sabemos que es más que eso. Se propone crear un grupo de trabajo de creativos para desarrollar esta campaña.

Las ideas generan más ideas, así surgen otras estrategias como la inclusión de la accesibilidad en los informes no financieros de las empresas.

Las ideas generan más ideas, así surgen otras estrategias como la inclusión de la accesibilidad en los informes no financieros de las empresas. En estos informes, las organizaciones proporcionan información relevante sobre su desempeño en aspectos no financieros, como la sostenibilidad medioambiental, la responsabilidad social corporativa, los derechos humanos, la diversidad y la inclusión, entre otros. La accesibilidad puede así contribuir a una percepción mejor de la marca. Porque el futuro de la accesibilidad no está solo en el sector público, las empresas deben subirse al carro de la accesibilidad.

Y con todas estas ideas y propuestas se cerró la sesión, tal vez, algunas personas ampliamos horizontes, divisamos nuevas oportunidades para un proyecto profesional real.