

CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN/INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO Y ACCESIBILIDAD

Como enfocar la campaña:

Información paralela dirigida por un lado a los comerciantes y por otro a los usuarios, utilizando siempre un lenguaje positivo.

Comerciantes

Informar de la problemática a la que se enfrenta el colectivo de personas con discapacidad.

Dejar claro que, por ley, están obligados a cumplir con unos criterios de accesibilidad.

Hacer ver las ventajas de tener un comercio accesible, y las posibilidades que aportaría en su negocio.

Usuarios

Poner en su conocimiento los derechos que tienen como consumidores.

Proveerles de las herramientas necesarias para el ejercicio de sus derechos.



CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN/INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO Y ACCESIBILIDAD

1. Quién, y cuando, una persona tiene una discapacidad

La discapacidad es una condición que puede presentar cualquier persona en un momento dado de su vida (infancia, enfermedad, accidente, vejez). Es también un fenómeno social que vive día a día un colectivo estructuralmente sujeto a la incapacidad de adaptación a sus necesidades por parte de la sociedad.

La discapacidad no es un problema médico que afecta de manera aislada a ciertos individuos; todos somos susceptibles de padecer, ya sea temporal o definitivamente, algún tipo de discapacidad física o sensorial, y tener que depender de la accesibilidad del entorno y la sensibilidad y concienciación de quien nos rodea para nuestro desenvolvimiento.



CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN/INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO Y ACCESIBILIDAD

2. Como condiciona el entorno nuestra autonomía.

Se suele reducir la problemática de la accesibilidad a los prejuicios que crean las barreras físicas, y por asociación, solo identificamos como afectado al colectivo con discapacidad física.

Igual o superior limitación y discriminación padecen las personas con discapacidad sensorial o intelectual por barreras más sutiles (comunicación).

El pleno ejercicio del uso y disfrute de comercios e instalaciones por parte de las personas con discapacidad depende, en gran parte, del grado de accesibilidad del entorno.

Todo entorno ha de ser concebido, diseñado, construido, equipado y mantenido de forma que cada persona, independientemente de su condición o capacidad (física, sensorial o intelectual) pueda acceder a él y utilizarlo en condiciones de igualdad, autonomía y seguridad.

CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN/INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO Y ACCESIBILIDAD

3. Cuales son los derechos de las personas con discapacidad.

Los derechos de las Personas con Discapacidad están regulados, y está considerada como falta grave su discriminación.

- **ONU**

La Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad.

- **Unión Europea**

*Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea
Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos
y de las Libertades Fundamentales.*

- **Estado Español**

Constitución Española

*Ley 51/2003, de 2 de diciembre, Ley de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal (*LIONDAU)*

- **Comunidad Autónoma**

110/2010, de 15 de octubre, Reglamento de supresión de Barreras Arquitectónicas

Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad.

“Con el fin de que las personas con discapacidad puedan vivir de forma independiente y participar plenamente en todos los aspectos de la vida, los Estados Miembros adoptarán medidas pertinentes para asegurar el acceso de las personas con discapacidad, en igualdad de condiciones con las demás, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, y a otros servicios e instalaciones abiertos al público o de uso público, tanto en zonas urbanas como rurales.”

* LIONDAU- Se entiende por igualdad de oportunidades la ausencia de discriminación, directa o indirecta, que tenga su causa en una discapacidad, así como la adopción de medidas de acción positiva orientadas a evitar o compensar las desventajas de una persona con discapacidad para participar plenamente en la vida política, económica, cultural y social.

CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN/INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO Y ACCESIBILIDAD

4. Obligaciones, responsabilidad y oportunidades de un comercio

Obligaciones:

Existen leyes y requisitos, relacionados con la accesibilidad, que se deben cumplir para la adquisición o continuidad de una licencia (punto 3).

Responsabilidad:

Responsabilidad social corporativa.

Una actuación responsable en materia de ACCESIBILIDAD debe incorporar como condición “sine qua non” el cumplimiento de la normativa.

Las empresas no pueden olvidarse del 10% de la población que suponen las personas con discapacidad. En consecuencia, la discapacidad debe ser una dimensión a incorporar a la Responsabilidad Social Empresarial, incluyendo a este colectivo como un grupo de interés más.

La accesibilidad es una vía de diferenciación altamente rentable que puede ayudar a transformar el sector e incrementar los ingresos al poner en práctica políticas de responsabilidad social

Oportunidad:

Un comercio o establecimiento público accesible, ofrece un entorno, producto o servicio más confortable y fácil de utilizar para todas las personas, y mejora la imagen de las empresas identificándolas como “socialmente responsables”, y son más atractivos para los posibles clientes dado que acceden a ellos sin darse cuenta por parecer que el local puede ser una extensión de la propia calle.

El comercio accesible en una ciudad abriría las puertas a un nuevo mercado, atrayendo a un sector del turismo que busca ejercer sus derechos como consumidor y desestacionalizando su afluencia.

CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN/INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO Y ACCESIBILIDAD

Un mercado a tener en cuenta

En España existen 3.847.900 personas con discapacidad; en Europa esta cifra alcanza los 50 millones y una de cada cuatro familias tiene una persona con discapacidad.

Este colectivo no escoge un tipo de destino específico en función de su nivel adquisitivo, sino en función del nivel de accesibilidad que ofrezca el alojamiento y su entorno.

El gasto medio de un turista con discapacidad es de 82,30 euros al día, frente a los 46,05 euros por día que gasta un turista sin discapacidad.

Se pueden considerar multivalentes, ya que cada turista con discapacidad atrae a 1,5 acompañantes.

Desestacionalización, según la Unión Europea (Eurostat) el 51% del segmento de personas con discapacidad no tienen responsabilidades laborales (viven de pensiones de invalidez o jubilación), por tanto viajan en cualquier época del año.

Ante esta realidad, ¿qué empresa está dispuesta a ignorar este mercado potencial?

CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN/INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO Y ACCESIBILIDAD

5. Que herramientas tienen las personas con discapacidad para reclamar el ejercicio de sus derechos.

Existe una **Guía de Autodefensa** para las personas con discapacidad editada por el **CERMI** (Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad), cuyo objetivo es ayudar a las personas con discapacidad a defender sus derechos de forma eficaz ante situaciones que ocasionen un perjuicio por su condición, siguiendo una serie de pautas, y facilitando los recursos necesarios, con formularios y modelos de denuncia pertinentes, evitando así la indefensión que muchas personas sienten por desconocimiento (se adjunta documento).

Además, el Ayuntamiento de Palma, a través de la Mesa Palma Accesible, a través de DMS's, o llamando al 010; y desde la sección de accesibilidad del IMAS (Institut Municipal de Afers Socials), asesora, gestiona o xxxxx a petición de los usuarios.

CAMPAÑA CONCIENCIACIÓN/INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO Y ACCESIBILIDAD

6. Beneficio social de la eliminación de impedimentos que discriminan a las personas con discapacidad.

La Accesibilidad Universal es una condición imprescindible que deben cumplir los comercios y demás establecimientos abiertos al público para que estos puedan ser utilizados por las personas con discapacidad de forma autónoma, segura y normalizada.

La accesibilidad universal no se concibe solo para las personas con algún tipo de discapacidad, que son las más beneficiadas, si no para todas y cada una de las personas que forman parte de la sociedad (entre estas, personas con cochecitos de bebe o carritos de la compra, niños, ancianos,...). Es a la vez un beneficio “sociocultural” que convierte el entorno y lo hace más cómodo, y traduciendo esto a un lenguaje “económico” supone un valor añadido para el sector terciario, el turismo.

Así pues, la accesibilidad se convierte en una herramienta de integración e igualdad de derechos y oportunidades para todos.