

Propuesta de requisitos mínimos de accesibilidad para los complejos comerciales de la empresa comercial Caracol S.A en la Habana

Proposal of minimum accessibility requirements for the commercial complexes of the commercial company Caracol S.A in Havana

- ¹ Beatriz Romani Bendig  <https://orcid.org/0000-0002-8853-9443>
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Cuba (Dr. C. de los Alimentos).
bea_romani@ftur.uh.cu
- ² Neysa Reyes Rodríguez  <https://orcid.org/0000-0002-9950-5556>
Empresa comercial Caracol S.A en La Habana (Lic. en Turismo) (Lic. En Turismo)
reyesneysa948@gmail.com
- ³ Julia Ma. Espinosa Manfugás  <https://orcid.org/0000-0002-7453-0800>
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Cuba (Dr. C. de los Alimentos).
julia_espinosa@ftur.uh.cu
- ⁴ Luis Efraín Velasteguí López  <https://orcid.org/0000-0002-7353-5853>
Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencia Humanas y de la Educación
le.velastegui@uta.edu.ec



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 10/09/2024

Revisado: 07/10/2024

Aceptado: 19/11/2024

Publicado: 05/12/2024

DOI: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v7i4.1.3250>

Cítese:

Romani Bendig, B., Reyes Rodríguez, N., Espinosa Manfugá, J. M., & Velasteguí López, L. E. (2024). Propuesta de requisitos mínimos de accesibilidad para los complejos comerciales de la empresa comercial Caracol S.A en la Habana. *ConcienciaDigital*, 7(4.1), 6-23.
<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v7i4.1.3250>



CONCIENCIA DIGITAL, es una revista multidisciplinar, **trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://concienciadigital.org>

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons AttributionNonCommercialNoDerivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Palabras claves:

turismo,
accesibilidad,
requisitos,
complejos
comerciales.

Resumen

Introducción. La accesibilidad turística busca integrar a las personas con discapacidad a los medios físicos y sociales por medio de la eliminación o disminución de las barreras sociales, culturales, estructurales y físicas. La OMT apuesta por un turismo accesible para todos. Para la Dirección de Calidad y Operaciones del Mintur es una prioridad que se garanticen los requisitos de accesibilidad en el destino; este estudio en particular aborda esta temática en el contexto de los complejos comerciales del sector en La Habana. **Objetivo.** Proponer requisitos mínimos de accesibilidad para los complejos comerciales de la Empresa Comercial Caracol S.A, en La Habana. **Metodología.** Se realizó una entrevista semiestructurada a las especialistas de calidad de la Empresa Comercial Caracol S.A y de sus cinco sucursales en La Habana. También se aplicó otra entrevista a los presidentes de la Red Iberoamericana y de la Cubana de Turismo Accesible, así como a los de la Asociación Nacional de Ciegos, Asociación Nacional de Sordos de Cuba y de la Asociación Cubana de Limitados Físico – Motores. Se llevó a cabo una revisión de la literatura especializada para obtener información sobre los requisitos que los complejos comerciales tienen que cumplir para ser accesibles. El procesamiento de los datos se realizó a partir de la estadística descriptiva, así como el diagrama de Pareto mediante el Microsoft Excel para Windows, versión Excel 2019 (17.0). La validación de la propuesta se realizó por un grupo de expertos seleccionados, a través del método ANOCHI. **Resultados.** Los resultados de la investigación permitieron constatar que los complejos comerciales de la Empresa Comercial Caracol S.A en La Habana no son accesibles y que los retos vitales para que los complejos comerciales lleguen a ser accesibles son: el personal capacitado, concientización del personal, y reestructuración de la infraestructura. **Conclusión.** Se elaboró la propuesta de requisitos mínimos de accesibilidad, la cual fue estructurada en requisitos generales y específicos, los que incluyen un total de 14 apartados, así como la lista de chequeo, comprobándose la validez y fiabilidad de la propuesta para los complejos comerciales de la Empresa Comercial Caracol S.A en La Habana. **Área de estudio general:** (Turismo). **Área de estudio**

específica: (Accesibilidad turística). **Tipo de estudio:** Artículos originales / Original articles,

Keywords:

tourism,
accessibility,
requirements,
shopping
complexes

Abstract

Introduction: Tourist accessibility seeks to integrate people with disabilities into physical and social environments by eliminating or reducing social, cultural, structural and physical barriers. The UNWTO is committed to accessible tourism for all. For the Quality and Operations Department of Mintur, ensuring accessibility requirements in the destination is a priority; this particular study addresses this issue in the context of the commercial complexes of the sector in Havana. **Objective:** To propose minimum accessibility requirements for the commercial complexes of the Caracol S.A. Company in Havana. **Methodology:** A semi-structured interview was conducted with the quality specialists of the Caracol S.A. Company and its five branches in Havana. Another interview was also conducted with the presidents of the Ibero-American Network and the Cuban Network of Accessible Tourism, as well as those of the National Association of the Blind, the National Association of the Deaf of Cuba and the Cuban Association of the Physically Handicapped – Motorists. A review of the specialized literature was carried out to obtain information on the requirements that commercial complexes have to meet to be accessible. The data processing was carried out from descriptive statistics, as well as the Pareto diagram using Microsoft Excel for Windows, version Excel 2019 (17.0). The validation of the proposal was carried out by a group of selected experts, through the ANOCHI method. **Results:** The results of the research allowed us to verify that the commercial complexes of the Caracol S.A Commercial Company in Havana are not accessible and that the vital challenges for the commercial complexes to become accessible are: trained personnel, staff awareness, and restructuring of the infrastructure. **Conclusion:** The proposal for minimum accessibility requirements was prepared, which was structured into general and specific requirements, which include a total of 14 sections, as well as the checklist, verifying the validity and reliability of the proposal for minimum accessibility requirements for the commercial complexes of the Caracol S.A.

Commercial Company in Havana. **General study area:** (Tourism) **Specific study area:** (Tourist accessibility) **Type of study:** Original articles / Original articles,

1. Introducción

El turismo, durante décadas, ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, considerándose un sector económico pujante y resistente. La Organización Mundial del Turismo (OMT) apuesta por un turismo accesible para todos, razón por la cual promueve la inclusión dentro de los servicios turísticos. En tal sentido, la norma, ISO 21902, Turismo y servicios relacionados – Turismo accesible para todos– Requisitos y recomendaciones, es la primera norma internacional sobre turismo accesible y constituye un estándar a nivel mundial que incluye las mejores prácticas para que todas las personas puedan disfrutar del turismo en igualdad de condiciones, en especial las personas con discapacidad (OMT, 2022).

Es sabido que se está produciendo un rápido envejecimiento de la población. El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (2002) estimó que para el año 2050, el número de personas mayores de 60 años se habrá incrementado hasta representar un 20% de la población mundial, con una quinta parte de este grupo mayor de 80 años; por lo que EXPRESO (2021) aseguró que el turismo accesible puede resultar ser una de las modalidades más demandadas.

Los entornos y servicios turísticos a menudo se diseñan sin tener en cuenta los diferentes requisitos de acceso que pueden tener los visitantes y los residentes de esos lugares. El sector turístico debe dar prioridad a la accesibilidad. Esto puede suponer un cambio decisivo para los destinos y las empresas, ayudándoles a recuperarse de los impactos de la pandemia y a crecer de nuevo de una forma más inclusiva y resiliente (OMT, 2020).

La accesibilidad turística busca integrar a las personas con discapacidad a los medios físicos y sociales por medio de la eliminación o disminución de las barreras sociales, culturales, estructurales y físicas. Para lograr esto es necesaria la gestión y el trabajo institucional de los sectores público y privado, adaptando el medio existente a las exigencias y necesidades de las personas con discapacidad, brindándoles así un sistema de calidad integral (González y Rodríguez, 2018).

García (2020) afirmó que desde que se comenzó a desarrollar la actividad turística en Cuba con carácter internacional, en todas las regulaciones para la construcción de

nuevos hoteles, o para la categorización de las instalaciones, se establecía la eliminación de las barreras físicas, y hoy se trabaja por llevar esa condición adelante de una manera responsable, a un estatus más alto.

El Ministerio de la República de Cuba (Mintur) informó que en el marco de la Conferencia Internacional de Turismo Accesible realizada en diciembre de 2020 se creó la Red Cubana de Turismo Accesible con el objetivo de estimular y promover en el país este tipo de turismo, de ahí que se intensificara el trabajo y se promovieran acciones constructivas accesibles tanto para las obras nuevas como para las existentes (Mintur, 2020) y en el año 2021 fue firmada y ratificada la Declaración de La Habana “Por un Turismo Accesible e Inclusivo, en Iberoamérica” por los Ministerios de Turismo de varios países como Argentina, Ecuador, Bolivia, Cuba, España, entre otros (Hosteltur, 2022).

Como consecuencia de los acuerdos tomados durante la cumbre, la alta dirección del Mintur ha intencionado explícitamente la necesidad de caracterizar el nivel de accesibilidad de los diferentes servicios turísticos que se ofrecen, con la finalidad de proponer los requisitos necesarios que deben cumplirse y posteriormente implementarse para que dichos servicios sean accesibles.

De ahí que la Dirección de Calidad y Operaciones del Mintur solicitó el desarrollo del presente trabajo que tuvo como objetivo proponer los requisitos mínimos que los complejos comerciales de la Empresa Comercial Caracol S.A, en La Habana tienen que cumplir para que sean considerados accesibles, en aras de satisfacer las necesidades de este segmento de demanda propiciando el acceso a este tipo de establecimiento de forma autónoma, cómoda y segura.

2. Metodología de Trabajo

Con el propósito de cumplir los objetivos de la investigación se desarrolló, en tres etapas, un procedimiento de trabajo que se describe a continuación.

Etapas 1. Caracterización de la accesibilidad en los complejos comerciales objeto de estudio

Para la caracterización de la accesibilidad en los complejos comerciales objeto de estudio se aplicó una entrevista semiestructurada a la especialista de calidad de la Empresa Comercial Caracol S.A y a las de cada sucursal en La Habana. En ella se abordaron tópicos relacionados con la capacitación de los trabajadores respecto a la accesibilidad, las condiciones actuales de las infraestructuras, y la visión de la empresa y sus sucursales, respecto a la accesibilidad.

Etapa 2. Elaboración de la propuesta de los requisitos

Para la elaboración de la propuesta de los requisitos se aplicó una entrevista semiestructurada al presidente de la Red Iberoamericana de Turismo Accesible, a la presidenta de la Red Cubana de Turismo Accesible, así como a los presidentes de la Asociación Nacional de Ciegos de Cuba (ANCI), Asociación Nacional de Sordos de Cuba (ANSOC) y a la Asociación Cubana de Limitados Físico – Motores (ACLIFIM) para conocer sobre los aspectos generales de la accesibilidad y las acciones que se han realizado en aras de potenciar el turismo accesible a nivel internacional y nacional. Además, de sus experiencias respecto a la accesibilidad en las instalaciones turísticas y la necesidad e importancia de que los complejos comerciales cumplan este requisito.

Además, se llevó a cabo una revisión de la literatura especializada con el objetivo de obtener información sobre los requisitos que los complejos comerciales tienen que cumplir para ser accesibles. Se consultaron las normas ISO 21902: 2021; NC 391-1: 2010; NC 391-2: 2013; NC 391-3: 2013; y NC 391-4:2013, y los documentos: Guía para un Comercio Accesible (PATECO, 2016); Atención al Cliente con Necesidades Especiales (PREDIF, 2021); y la Guía Básica de Accesibilidad para el comercio y la hostelería (OTAEX, 2021).

Etapa 3. Validación de la propuesta de los requisitos y de la lista de chequeo

Selección de los expertos

Con el fin de proponer y validar la propuesta de requisitos mínimos de accesibilidad para los complejos comerciales de la Empresa Comercial Caracol S.A en La Habana, y la lista de chequeo realizada en consonancia con estos, se creó un grupo de expertos. Los criterios para la selección de los miembros fueron la competencia profesional, vinculación laboral con la temática y con la empresa objeto de estudio, contar con más de 10 años de experiencia en el sector del turismo, y la voluntariedad para emitir sus criterios. Los posibles expertos se seleccionaron de la Red Iberoamericana y Red Cubana de Turismo Accesible, de ANSOC, ANCI, ACLIFIM, de la Empresa Comercial Caracol S.A y de sus cinco sucursales en La Habana (16). Los miembros de la Red Cubana de Turismo Accesible son trabajadores del Mintur, de la OSDE Viajes Cuba, de Skedio Travel, y de la Agencia de Viajes Ecotur S.A. A estos se le aplicó un test de experticia reportado por Ramírez y Toledo (2005). La fórmula usada para determinar el coeficiente de competencia (k) fue: $K = \frac{1}{2} (Kc + Ka)$. Donde Kc es el coeficiente de conocimiento y Ka es el coeficiente de argumentación.

Se seleccionaron aquellos que obtuvieron un coeficiente de competencia alto ($0,8 < K < 1$). Finalmente el grupo de expertos quedó conformado por un total de 12 miembros de los 16 iniciales.

Método ANOCHI

Para validar los requisitos propuestos y la lista de chequeo se utilizó el método ANOCHI desarrollado por Araujo (2009). Este método permite llevar a cabo estudios de confiabilidad al evaluar el grado de acuerdo entre n jueces (un grupo de expertos), al valorar k objetos, elementos o variables, los cuales reciben un valor en un rango numérico. De este modo, ANOCHI es un índice de la concordancia del acuerdo efectivo mostrado en los datos en relación con el máximo acuerdo posible (perfecto). Su valor se expresa en un rango de 0 a 1, significando 1 el valor de la concordancia perfecta y el valor 0 ausencia total de concordancia.

3. Resultados y Discusión

Caracterización de la accesibilidad en los complejos comerciales objeto de estudio

Resultados de la entrevista a especialistas de calidad

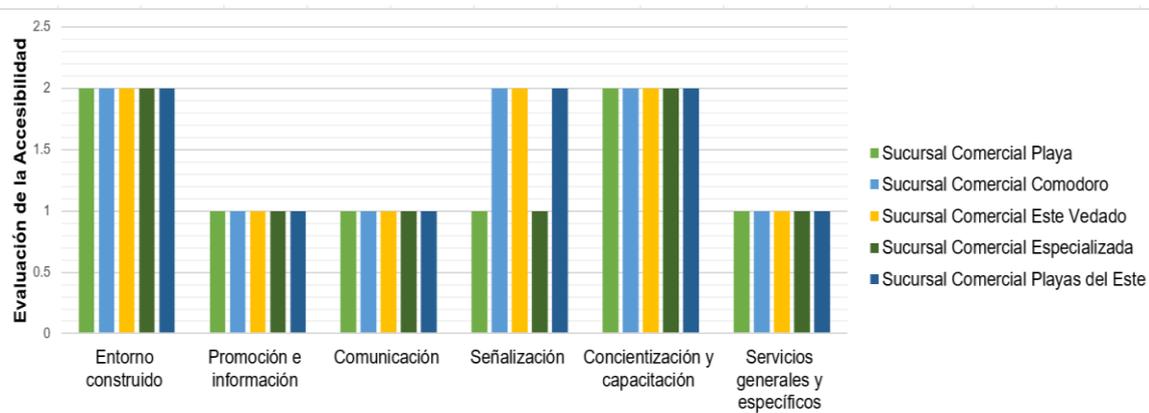
Fueron entrevistadas la totalidad de las especialistas de calidad (6), pertenecientes a la Empresa Comercial Caracol S.A y a cada una de sus cinco sucursales en La Habana.

Según expresan las entrevistadas actualmente no se consideran accesible los complejos comerciales, solo algunas tiendas de estos cuentan con una rampa en el acceso al establecimiento comercial y algunas señales que contribuyen a la orientación dentro del mismo, y por lo general son solos aquellos que se encuentran ubicados en hoteles.

La Figura 1 muestra los resultados de la evaluación de la accesibilidad en las sucursales en La Habana.

Figura 1

Evaluación de la Accesibilidad en las sucursales en la Habana



Como se puede observar los requisitos relacionados con los elementos promoción e información, comunicación, y servicios generales y específicos fueron evaluados como

que no se cumplen. De igual manera en el caso de la Sucursal Comercial Playa y Sucursal Comercial Especializada también declararon que no se cumplen los requisitos referentes al elemento señalización. Fueron evaluados en la categoría de respuesta se cumple parcialmente, aquellos requisitos relacionados con los elementos entorno constructivo, y la concientización y capacitación; y en el caso del elemento señalización declararon cumplir parcialmente con requisitos asociados a este, la Sucursal Comercial Comodoro, Sucursal Comercial Este Vedado y Sucursal Comercial Playas del Este.

Según afirmaron las entrevistadas esta baja evaluación con respecto al cumplimiento viene dada porque solo se cumplen parcialmente algunos requisitos como: la existencia de rampas en algunos de los establecimientos comerciales, el pasamanos en las escaleras, las puertas por lo general son de dos hojas por lo que posibilita la entrada de clientes que usen ayudas técnicas y si son de cristal, tienen franjas de colores para facilitar que sean identificadas por los clientes; y las vidrieras en exteriores se encuentran a una altura que todos los clientes sentados o no, pueden observar los productos. También existen algunos carteles y señales que indican dónde están los diferentes departamentos, las ofertas, las vías de evacuación, la entrada y salida.

Con respecto al estado de la capacitación mencionaron que la recibida ha influido positivamente en el servicio que ofrecen las dependientes, pues mediante ella adquirieron algunas herramientas para tratar a los clientes con necesidades especiales.

Las entrevistadas con respecto a la posibilidad de adecuar la infraestructura de los complejos comerciales, en aras de mejorar la accesibilidad de la instalación, expresaron que la mayoría de los locales de estos establecimientos comerciales son arrendados, cada sucursal solo posee de 1 a 2 locales propios e incluso la Sucursal Comercial Este Vedado no cuenta con ninguno. Por este motivo estas especialistas plantean que resultará complejo adecuar la infraestructura porque las sucursales no tienen la autonomía para realizar estas modificaciones.

Las especialistas están convencidas de que si la empresa logra ser reconocida por ofrecer un servicio accesible para todos tanto a nivel nacional como internacional, contribuiría al logro de resultados satisfactorios para la empresa; además, se captaría a un nuevo segmento de demanda y se podría satisfacer sus necesidades de compra de una manera autónoma y segura, aumentando la satisfacción de todos los clientes que visiten las instalaciones porque independientemente que presenten alguna discapacidad o no, el proceso de compra sería más fácil y ameno para todos.

Resultados de la entrevista a los presidentes de la Red Iberoamericana y Cubana de Turismo Accesible; y a los presidentes de ANCI, ANSOC Y ACLIFIM

En opinión de los entrevistados facilitar el turismo accesible en las instalaciones turísticas no es complicado, solo precisa de compromiso, lógica y concientización de las partes interesadas.

Ellos plantean que resulta importante brindar toda la información posible de las diversas instalaciones turísticas de diferentes maneras para satisfacer todas las necesidades especiales, por ejemplo, por escrito, audios, mediante planos táctiles, entre otros; realizar continuas capacitaciones relacionadas con la accesibilidad a los trabajadores para que puedan comunicarse con los clientes y ofrecer una asistencia adecuada; gestionar adecuadamente los espacios; reestructurar las infraestructuras de manera tal que los accesos estén libres de escaleras y obstáculos, que existan aseos accesibles; y utilizando las señalizaciones oportunamente para guiar a los clientes.

Los especialistas entrevistados consideran que aquellas instalaciones turísticas que han sido capaces de brindar un servicio accesible han logrado diferenciarse de la competencia llegando a obtener un mayor número de clientes. Esto pudiera deberse a que la accesibilidad es un factor subyacente de la calidad, una entidad turística accesible brinda un servicio de mayor calidad respecto a las que no lo son, y los clientes siempre van a preferir pagar por un servicio de mayor calidad que satisfaga sus necesidades de la manera más autónoma y segura posible.

Los presidentes de las asociaciones ANCI, ANSOC Y ACLIFIM consideraron de gran importancia el papel del turismo en la accesibilidad, afirmando que ellos como cualquier otro cliente a pesar de la discapacidad que poseen tienen el derecho y la necesidad de viajar, conocer, comprar y disfrutar de los diferentes destinos turísticos, sin que ello implique correr riesgos o ser tratados de manera discriminatoria. Esto está refrendado en el artículo 7 del Código Ético Mundial para el Turismo, marco de referencia fundamental para el desarrollo del turismo responsable y sostenible. El artículo 7 del Código reconoce que el “acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta” (OMT, 2016).

Los entrevistados afirman que la existencia de la Red Iberoamericana de Turismo Accesible y la Red Cubana de Turismo Accesible desempeña un papel relevante porque ambas tienen como objetivo estimular y potenciar el turismo accesible, es decir promover los derechos y el bienestar de las personas con discapacidad tanto de manera internacional como nacional respectivamente, lo que, con el paso del tiempo, permitirá que en el turismo y en la sociedad exista una concientización sobre la accesibilidad y por ende una mayor oferta de servicios accesibles.

Con respecto al servicio que brinda Cuba en sus entidades turísticas los entrevistados expresaron que solo es considerada la accesibilidad en el sector hotelero, de hecho, la NC 127:2014 “Industria turística — requisitos para la clasificación por categorías de los establecimientos de alojamiento turístico” establece algunos requisitos de accesibilidad, sin embargo, aún tiene que seguirse perfeccionando. Además, plantearon que es imprescindible que logren una adecuada gestión del capital humano, pues muchas veces la falta de accesibilidad en el entorno construido, en la información y señalización es salvada por la adecuada comunicación que se establece entre el cliente y el personal de servicio. De ahí la importancia de la capacitación permanente, y de realizar todos los cambios de infraestructura que conlleva brindar un servicio accesible.

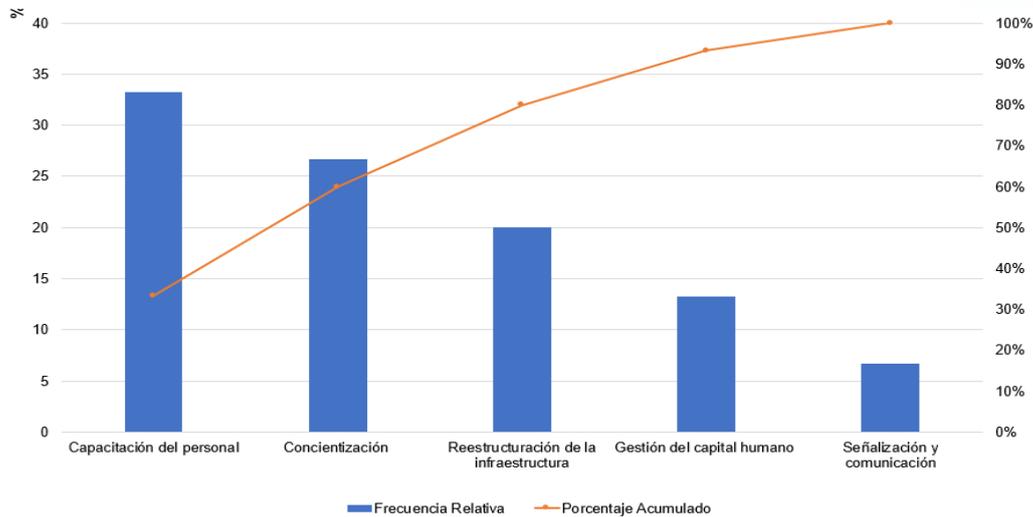
En cuanto a la accesibilidad en los complejos comerciales los planteamientos estuvieron encaminados a contar con un estacionamiento con plazas reservadas para personas con discapacidad y que exista una ruta segura desde este hasta el establecimiento; además, las puertas de entrada y todas las que posea la instalación tienen que contar con espacio suficiente para que pueda pasar un cliente con una silla de ruedas y ser de fácil manipulación. De igual modo los pasillos tienen que ser amplios y libres de obstáculos; existir estantes, perchas y congeladores de diferentes alturas; los pisos tienen que ser antideslizantes; y en caso de que existan escaleras se contará con rampas.

Toda la instalación debe estar debidamente señalizada, contar con una correcta iluminación y con probadores, baños y ascensores accesibles. Los trabajadores tienen que encontrarse debidamente capacitados para establecer una adecuada comunicación con todos los clientes y poder brindar un servicio accesible.

La Figura 2 muestra los criterios de los entrevistados con respecto a los retos que tienen los complejos comerciales en Cuba para llegar a ser accesibles. Como se puede observar en el diagrama de Pareto de los 5 planteamientos realizados 3 de ellos acumulan el 80%, siendo vitales: el personal capacitado, concientización del personal, y reestructuración de la infraestructura.

Figura 2

Diagrama de Pareto. Retos para lograr la accesibilidad en los complejos comerciales



Propuesta de requisitos mínimos de accesibilidad para los complejos comerciales de la Empresa Comercial Caracol S.A, en La Habana

A continuación, se presenta la propuesta de requisitos la cual fue estructurada en requisitos generales y específicos, estos incluyen un total de 14; cuatro de ellos pertenecen a los requisitos generales y 10 corresponden a los requisitos específicos (Tabla 1). Cada uno de ellos se desagrega en un conjunto de requisitos para un total de 172 estándares que deben cumplirse para garantizar la accesibilidad en los complejos comerciales.

Tabla 1

Requisitos generales y específicos

Generales	Requisitos Específicos
1. Información, señalización y comunicación	1. Estacionamiento
2. Capacitación	2. Accesos por exteriores
3. Aseos	3. Escaparates/ Vidrieras exteriores
4. Iluminación	4. Vestíbulo de entrada
	5. Zona de atención al público
	6. Ascensor
	7. Pasillos y accesos interiores
	8. Expositores
	9. Probadores
	10. Facturación y cobro

Como parte de los requisitos de accesibilidad propuestos, se ilustran a continuación los estándares que agrupan los requisitos generales.

Requisitos generales

1. Información, señalización y comunicación

- La información se brindará mediante mensajes sencillos y concisos.
- En los complejos comerciales, la información estará dispuesta en los lugares cercanos a los accesos, debiendo proporcionar completa orientación sobre los itinerarios accesibles en el establecimiento, permitiendo así la circulación interior de forma autónoma.
- La información se encontrará escrita (carteles, internet, revistas, folletos...) y se incluirá pictogramas, braille y/o altorrelieve y medios acústicos para brindarla.
- Existirán planos táctiles para orientar a los clientes con discapacidad visual la distribución del establecimiento, la ubicación de los productos, los precios y sus características.
- Los ángulos de montaje para estos planos estarán entre 20° y 30° de la horizontal para ser fáciles de leer.
- Toda esta información se ubicará a una altura aproximada de 80 a 120 cm para que los clientes en silla o de baja estatura puedan alcanzarlos de forma autónoma.
- Los módulos de caja y de atención a los clientes contarán con un sistema de bucle magnético que faciliten la comunicación de clientes con prótesis auditivas, estará señalizado con el ícono correspondiente.
- Contará con un timbre e indicador de emergencia, con luz, sonido y bucle magnético para clientes con limitaciones sensoriales.
- Tanto las señales como la información estarán escritas al menos en dos idiomas.
- El tamaño de la letra depende de la distancia de lectura, una altura de letra entre 20 mm – 30 mm por cada metro de distancia de vista es lo preferente, nunca puede ser menor de 15 mm.
- El tipo de letra será fácil de leer recomendándose el estilo de fuente Sans-Serif similar a Helvética o Arial media.
- Se establecerá un contraste cromático, las combinaciones de colores recomendadas para destacar la señalización y evitar los deslumbramientos se obtendrán con grandes superficies en colores claros (beige claro, amarillo claro) y los detalles en colores oscuros (rojo oscuro, azul oscuro y negro) o empleándose fondos oscuros y letra clara.
- Las señales estarán sin brillo o resplandor cuando estén montadas. El fondo, los símbolos, logotipos y otros rasgos o características deben ser mate o con una terminación baja de brillo.

- Las señales serán colocadas entre 1 200 mm –1 600 mm de la superficie del piso o del terreno. Debe ser posible aproximarse a la señal para permitir que sea leída desde una corta distancia.
- Las señales direccionales para los aseos serán proporcionadas en las diferentes partes del establecimiento.
- Donde se utilice una flecha en una señal táctil (altura 15 mm a 55 mm, relieve 1 mm a 1,5 mm), se colocará una flecha pequeña para los lectores de braille.
- Si existe más de un teléfono público, se dispondrá, como mínimo de uno, para su uso por clientes con discapacidad que se localizará en la ruta de accesible.
- El tablero de número del teléfono deberá contar con los números en altorrelieve y un punto táctil en el número 5.
- El dispositivo de monedas y/o tarjetas se colocará a una altura que no sobrepase los 110 cm y separado del fondo al menos 30 cm.
- Si se encuentra sobre una superficie debajo de esta existirá un espacio igual a 700 mm.
- Las dimensiones de las cabinas telefónicas serán de 1400 mm x 2000 mm como mínimo y el acceso estará libre de escalones,
- El ancho de la puerta de las cabinas telefónicas será de 900 mm y abrirá hacia fuera, recomendándose que disponga de resorte para cierre automático.
- Además, contará con una protección lateral (borde) entre 300 mm y 1000 mm sobre el nivel de piso para ser detectado por los clientes con discapacidad visual mediante su bastón.

2. Capacitación

- Los dependientes y todo el personal en contacto con los clientes recibirán capacitaciones con el objetivo de aprender tratar a los clientes con necesidades especiales que visiten las tiendas. Por ejemplo, a la hora de atender a un cliente con discapacidad visual hay que tener en cuenta diferentes pautas de comportamiento en tres áreas: en la comunicación, en el acompañamiento y en la organización del entorno.
- Existirán empleados que conozcan de la lengua de signos y de no ser posible se establecerá la comunicación con él o los clientes con discapacidad auditiva mediante un intercambio escrito, utilizando además los gestos de forma complementaria, pero sin sobreactuar.
- Siempre se comunicarán con los clientes mediante un lenguaje claro, hablando despacio y con claridad, ofreciendo la información siguiendo una secuencia lógica, escucharán atentamente lo que dicen los clientes y confirmarán que hayan comprendido la información que recibieron.
- Se permitirá a los clientes con discapacidad visual que vayan acompañados con perros guía, acceder a la instalación.

3. Aseos

- En el establecimiento al menos uno de los aseos tiene que ser accesible.
- Las puertas serán de correderas o abatibles con apertura hacia el exterior y de ancho 80x200 cm.
- El aseo tendrá en su interior un círculo libre de obstáculos de 150 cm para permitir un giro cómodo.
- El inodoro tendrá un espacio libre delante y a ambos lados de 80x120 cm para facilitar la transferencia.
- Dispondrá de barras de apoyo instaladas a una altura entre 70 y 75 cm, separadas entre sí entre 65 y 70 cm, siendo abatible la del lado de la transferencia.
- Se instalarán modelos de inodoro cuyo asiento esté a una altura entre 45 y 50 cm.
- El mecanismo de descarga será a presión o palanca, con pulsador de gran superficie.
- El lavabo no tendrá pedestal ni mueble bajo él, para dejar un espacio libre inferior mínimo de 70 cm de altura y 50 cm de profundidad.
- La altura de la cara superior del lavabo será menor a 85 cm y se dejará un espacio frontal libre de 80x120 cm.
- La grifería será preferiblemente automática dotada de un sistema de detección presencial o manual de tipo monomando para facilitar el uso a clientes con dificultades de manejo en las manos, quedando a una distancia en horizontal desde el asiento inferior a 60 cm.
- La altura de uso de los distintos mecanismos, accesorios e interruptores estará entre 80 y 120 cm.
- Los interruptores de luz serán de presión (no de tipo llave o giratorios).
- Entre sanitarios, suelo, paredes, barras de apoyo, mecanismos y accesorios existirá un contraste de color para favorecer a los clientes con discapacidad visual.
- El borde inferior del espejo quedará a menos de 90 cm de altura, o ser verticalmente orientable hasta al menos 10°.

4. Iluminación

- La iluminación será lo más homogénea posible, y se evitarán los cambios bruscos de intensidad, que puedan producir ceguera momentánea o deslumbramiento.
- Solo es permitido emplear un nivel mayor de iluminación en caso de que se quiera dar prioridad a alguna información específica.
- Las luminarias se situarán por encima del campo de visión normal (165 cm) para que no provoquen deslumbramientos.
- Las superficies de pavimentos, paredes y techos serán mates, para evitar brillos provocados por el reflejo del flujo luminoso de las lámparas y provocar deslumbramiento.

- Tanto en los accesos, como en los puestos de atención al público, las escaleras, rellanos de ascensores y rampas, el nivel de iluminación será superior que el de las zonas de circulación.

Validación de la propuesta de los requisitos y de la lista de chequeo

Los resultados de la validación de los requisitos propuestos y de la lista de chequeo se presentan en la Tabla 2. Los resultados obtenidos permiten concluir que entre los expertos existe una elevada concordancia (0.89), alcanzando una puntuación media de todas las variables 4,75 lo que respalda la fiabilidad de los requisitos mínimos de accesibilidad propuestos.

Se puede apreciar que V5 (importancia de los resultados) alcanzó el máximo valor posible seguida por V3 (coherencia metodológica), V1 (consistencia teórica) y V4 (factibilidad de los resultados) obteniendo un elevado nivel de coincidencia de 0.89 y 0.83, respectivamente. Mientras, que la V2 (pertinencia) alcanzó un valor de 0.83; lo que representa una coincidencia muy buena según los niveles de interpretación propuesto por Araujo (2009).

Tabla 2

Resultados de la aplicación del método ANOCHI a los expertos seleccionados

Expertos	Variables					Media
	Consistencia teórica	Pertinencia	Coherencia metodológica	Factibilidad de aplicación	Importancia de los resultados	
E1	5	4	5	4	5	4.60
E2	5	5	5	5	5	5.00
E3	5	4	5	4	5	4.60
E4	4	5	5	5	5	4.80
E5	5	5	4	4	5	4.60
E6	5	4	5	5	5	4.80
E7	4	4	5	4	5	4.40
E8	5	5	4	5	5	4.80
E9	5	4	5	5	5	4.80
E10	4	5	5	5	5	4.80
E11	5	4	5	5	5	4.80
E12	5	5	5	5	5	5.00
					Media	4.75
Diferencia de Rango	16.00	25.00	16.00	24.00	0.00	16.20
Índice D	0.11	0.17	0.11	0.17	0	0.11
Índice de Concordancia	0.89	0.83	0.89	0.83	1	0.89
DRM=144						

4. Conclusiones

- Se evidenció que los complejos comerciales de la Empresa Comercial Caracol S.A en La Habana no son accesibles, siendo la promoción e información, la comunicación, y los servicios generales y específicos los aspectos que se encuentran más devaluados.
- Los retos vitales para el logro de la accesibilidad en los complejos comerciales de objetos de estudio son la capacitación del personal, la concientización y la reestructuración de la infraestructura.
- Quedó elaborada la propuesta de requisitos mínimos de accesibilidad para los complejos comerciales de la Empresa Comercial Caracol S.A en La Habana, la cual fue estructurada en requisitos generales y específicos, los que incluyen un total de 14; así como la lista de chequeo para su futura aplicación.
- Se comprobó la validez y fiabilidad de la propuesta de los requisitos mínimos de accesibilidad para los complejos comerciales de la Empresa Comercial Caracol S.A en La Habana.

5. Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

6. Declaración de contribución de los autores

Todos los autores contribuyeron significativamente en la elaboración del artículo.

7. Costos de financiamiento

La presente investigación fue financiada en su totalidad con fondos propios de los autores.

8. Referencias Bibliográficas

Araujo J. A. (2009). Propuesta metodológica para realizar Planificación Estratégica Creativa. (Tesis de doctorado). Universidad de La Habana, La Habana.

EXPRESO. (9 de diciembre de 2021). Cuba apuesta por el turismo accesible. Recuperado el 6 de septiembre de 2022 de <http://www.expreso.info>

García, JC. (3 de diciembre del 2020). Conferencia Internacional sobre Turismo Accesible. Revista Más Cuba. <http://www.revistamascuba.com>

González, J., Rodríguez, CA (2018). La accesibilidad turística como estrategia de inclusión social. <https://www.researchgate.net>

- Hosteltur. (2 de enero de 2022). Nuevo acuerdo iberoamericano por un turismo accesible. La IV Cumbre Iberoamericana de Turismo Accesible tuvo lugar en el Hotel Nacional de Cuba. Recuperado el 7 de septiembre de 2022 de <http://www.hosteltur.com>
- Ministerio de Turismo de Cuba (Mintur). (2020). Cuba apuesta por un turismo cada vez más accesible a sus visitantes. <http://www.mintur.gob>
- Norma Internacional. (2021). Turismo y servicios relacionados - Turismo accesible para todos - Requisitos y recomendaciones. ISO 21902:2021(E). <https://iso.org>
- Oficina Nacional de Normalización. (2014). NC 127:2014. <https://ftp.isdi.co.cu>
- Organisation mondiale du tourisme (OMT). (2022). La reprise du tourisme s'accélère pour atteindre 65 % des niveaux d'avant la pandémie. <http://www.unwto.org>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2016). Día Mundial del Turismo, 2016 «Turismo para todos: promover la accesibilidad universal» Buenas prácticas en la cadena de valor del turismo accesible. UNWTO. Madrid. <http://www.tur4all.com>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020). El turismo accesible identificado como “cambio de paradigma” para los destinos turísticos. <http://www.unwto.org>
- OTAEX. (2021). Guía Básica de Accesibilidad para el comercio y la hostelería. <https://www.cocemfebadajoz.org>
- PATECO. (2016). Guías para el comercio de proximidad. Guía para un Comercio Accesible. <https://www.alicante.es/es/documentos/guia-comercio-accesible>
- Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física (PREDIF). (2021). Atención al Cliente con Necesidades Especiales. <https://www.predif.org>

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Conciencia Digital**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Conciencia Digital**.



Indexaciones

