

Accesibilidad a los **MERCADOS TRADICIONALES DE ABASTOS**



DIRECCIÓN GENERAL
Dirección de Autonomía Personal,
Tecnología y Accesibilidad

Accesibilidad a los **MERCADOS TRADICIONALES DE ABASTOS**

Edita:



DIRECCIÓN GENERAL

Dirección de Autonomía Personal,
Tecnología y Accesibilidad

© De esta edición: Dirección de Autonomía Personal, Tecnología y Accesibilidad
Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE)
Dirección General de la ONCE
Calle del Prado, 24 28014 Madrid
© Organización Nacional de Ciegos Españoles, 2026
Unidad de Información y Accesibilidad

COORDINACIÓN TÉCNICA

Concepción Blocona Santos y David Reyes Llaveró

(Técnicos de Rehabilitación y Asesores de la Dirección de Autonomía Personal, Tecnología y Accesibilidad)

El presente documento ha sido elaborado y redactado por un equipo de Técnicos de Rehabilitación de la ONCE:

Elvira Asensio García

(Agencia Guadalajara)

Concepción Blocona Santos

(Delegación Territorial de Madrid)

Julia Fernández-Nieto Pons

(Dirección de Apoyo Vigo)

Gerardo Pastor Martínez

(Delegación Territorial del País Vasco)

Beatriz Prieto Bermejo

(Dirección Zona de Alicante)

David Reyes Llaveró

(Delegación Territorial de Andalucía)

Bajo la coordinación de Luis Palomares Nájera

(Responsable de la Unidad de Información y Accesibilidad)

ÍNDICE

1. Introducción	5
2. Necesidades de las personas con discapacidad visual	7
3. Desarrollo del estudio	8
4. Valoración de los mercados por parte de usuarios con discapacidad visual	9
5. Valoración técnica y recomendaciones de los profesionales en movilidad y accesibilidad	11
1. Accesos al edificio	12
2. Diseño interior	14
3. Iluminación	23
4. Tecnología y comunicación.	25
6. Conclusiones	29
7. Anexos	30
1. Cartelería e iluminación de los rótulos	30
2. Señalización de accesos	38
3. Acceso a la información	40



INTRODUCCIÓN

Los mercados municipales han sido, históricamente, uno de los principales referentes en España para la compra de alimentos frescos y de calidad. A lo largo del tiempo, estos espacios se han consolidado como elementos clave de la vida urbana y cotidiana, estrechamente vinculados a las tradiciones, la economía local y la identidad de cada barrio o municipio. Pero más allá de la mera adquisición de productos, los mercados de abastos constituyen un comercio de proximidad que impulsa el crecimiento de la localidad en la que se ubican y favorece el encuentro, la convivencia y la socialización de la comunidad de su entorno.

En las últimas décadas, los mercados han sido redescubiertos dentro de los procesos de reurbanización de las ciudades, adaptándose a nuevos hábitos y preferencias de compra y consumo, otros formatos de venta y servicios, o al reto del relevo generacional.

Para las personas con discapacidad visual, el trato personalizado, la posibilidad de acceder en un único espacio a una amplia variedad de productos, la existencia de un punto de encuentro con los vecinos y la posibilidad de desplazarse de forma independiente gracias a la cercanía de estas instalaciones han supuesto ventajas muy relevantes a la hora de optar por este tipo de comercio.

Sin embargo, en la actualidad son pocos los mercados de abastos que cumplen con criterios de accesibilidad universal que garanticen la supresión de barreras físicas y el acceso a la comunicación e información. Por ello, muchas personas con discapacidad visual requieren habitualmente la ayuda de otros clientes o de los propios trabajadores para realizar determinadas tareas, lo que limita su autonomía y puede derivar, en numerosos casos, en su exclusión de estos espacios y en el progresivo desuso de los establecimientos.

Los actuales proyectos de modernización de los mercados municipales representan una oportunidad para que los equipamientos y servicios tengan un diseño inclusivo para toda la población. Es necesario, por tanto, abordar tanto la adecuación física como funcional de este tipo de instalaciones, garantizando la participación ciudadana y los derechos de todos sus visitantes.





Para los profesionales de la ONCE implicados en la promoción de la accesibilidad universal, resulta muy relevante conocer las dificultades que las personas con discapacidad visual tienen en los mercados, valorar sus necesidades en accesibilidad y establecer criterios y medidas que permitan a los estamentos responsables incluirlos en sus proyectos de modernización. Orientar, en definitiva, hacia las buenas prácticas en materia de diseño universal, logrando así que sus espacios y experiencias incluyan a todas las personas.

El presente documento recoge un estudio elaborado por profesionales del área de Rehabilitación de la ONCE, enmarcado en el análisis de las necesidades de las personas con discapacidad visual en su acceso a los entornos, en general, y a los mercados tradicionales de abastos en particular. Contiene un análisis de las necesidades de actuación en este tipo de instalaciones y unas conclusiones básicas para tener en cuenta por los responsables de la mejora de los mismos. Finalmente, se incluyen como anexos imágenes que ejemplifican buenas y malas prácticas presentes en diferentes mercados del territorio nacional.



2

NECESIDADES DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL

La discapacidad visual presenta una amplia variabilidad y puede abarcar desde una pérdida visual leve hasta la ceguera total. Afecta al funcionamiento global de la persona y, especialmente, a su autonomía personal, al intervenir factores relevantes como la agudeza visual o el campo de visión, así como otros aspectos determinantes, entre ellos el deslumbramiento, la sensibilidad al contraste, la visión cromática o la combinación de varios de estos elementos. Puede interferir en aspectos como la comunicación, las relaciones sociales, el acceso a la información, la localización de elementos, los desplazamientos independientes y seguros, etc. Además, influyen de manera significativa factores psicosociales, la edad, el entorno sociofamiliar, la capacidad intelectual de la persona y el uso de las distintas capacidades perceptivas, lo que hace que cada individuo presente características únicas.

Por tanto, en función del grado y tipo de afectación, pueden existir personas que presenten únicamente dificultades para la percepción de detalles, la lectura de letras de pequeño tamaño, carteles informativos o rótulos con bajo contraste, iluminación insuficiente o tipografías poco definidas. Otras personas, además de las dificultades de acceso a la información, pueden no detectar obstáculos, desplazarse con inseguridad en espacios poco iluminados o tener problemas para localizar puertas, ascensores, escaleras u otros elementos del entorno.



3

DESARROLLO DEL ESTUDIO

Un grupo de Técnicos de Rehabilitación de la ONCE de diferentes ámbitos de la geografía española, coordinados por la Dirección de Autonomía Personal y Accesibilidad, ha llevado a cabo un estudio sobre los mercados tradicionales de abastos con el objetivo de evaluar sus necesidades en materia de accesibilidad, prestando especial atención a aspectos relacionados con la organización espacial, la habitabilidad, la funcionalidad, la dotación de instalaciones y la seguridad de estos espacios.

Para la realización de este estudio se recopiló información a través de dos cuestionarios.

El primero, dirigido a personas con discapacidad visual usuarias de mercados tradicionales, tuvo como objetivo conocer su experiencia como clientas, así como las necesidades de accesibilidad existentes y las posibles medidas facilitadoras en su mercado de proximidad. Aunque la consulta inicial fue amplia, únicamente se consideraron válidas las respuestas de aquellas personas con discapacidad visual grave usuarias de estos espacios, con el fin de obtener información ajustada a los objetivos del estudio.

El segundo cuestionario estuvo dirigido a técnicos de rehabilitación y permitió recabar información sobre aspectos técnicos de las instalaciones de distintos mercados del territorio nacional. A través de este instrumento se obtuvo la valoración profesional en materia de accesibilidad, identificando las principales fortalezas y debilidades de cada mercado analizado.



4

VALORACIÓN DE LOS MERCADOS POR PARTE DE USUARIOS CON DISCAPACIDAD VISUAL

La muestra final utilizada fue de 122 personas afiliadas a la ONCE, de entre 26 y 81 años, autónomos en sus desplazamientos habituales.

Como se ha mencionado, el objetivo era conocer su experiencia en el uso de estos espacios, así como su valoración sobre las condiciones de acceso al edificio, la disponibilidad de información y la facilidad de desplazamiento para realizar sus compras.

Los resultados muestran que:

- Como dato general, más de la mitad de las personas encuestadas, el 55,7%, usan frecuentemente los mercados.
- De las personas que acuden a los mercados, el 32,4% son personas ciegas y el 67,6% tienen algún resto visual.
- El 77,3% de las personas ciegas y el 37% de las personas con resto visual que acuden al mercado necesitan la ayuda de una tercera persona para realizar compras.

Estos datos pueden constituir un indicador evidente de discriminación: la mayoría de las personas con discapacidad visual grave requieren la ayuda de un tercero para realizar sus compras, y sus limitaciones para acudir a estos establecimientos se relacionan, en gran medida, con la falta de accesibilidad y de información en las instalaciones.

Estas dificultades se hacen especialmente evidentes en las personas ciegas, ya que, al requerir con frecuencia asistencia externa, se reduce significativamente la frecuencia de sus visitas.

Asimismo, se les preguntó sobre los motivos a favor y en contra de utilizar los mercados.

Los principales motivos en contra fueron:

- a. El desorden y la presencia de obstáculos, que complican los desplazamientos.
- b. La dificultad para encontrar el comercio deseado dentro del mercado.



4

- c. Insuficiente información sobre los turnos de atención.
- d. La acumulación de personas en determinados puntos, algo que genera tensión.
- e. Falta de conocimiento sobre la información de los productos expuestos u otros elementos.

Los principales motivos a favor fueron:

- La proximidad al domicilio.
- Constituir un hábito arraigado en sus costumbres, reforzado por el trato personal y cercano que reciben.
- La calidad de los productos frescos ofertados.

Por último, se les solicitó su opinión y valoración respecto a las medidas de accesibilidad presentes en las instalaciones de los mercados.

Entre las valoraciones positivas, destacaron las siguientes:

- Clara separación entre la zona de restauración y la de compra, que permite un mayor orden entre los distintos usuarios.
- Marcas de color que delimiten el perímetro de los puestos, favoreciendo que los pasillos adyacentes estén libres de paso.

En definitiva, se trata de dos medidas que favorecen el orden y la movilidad de todos los usuarios del mercado, aunque no estén diseñadas específicamente para personas con discapacidad visual, contribuyendo a que los desplazamientos sean más fluidos y a prevenir el caos y la aglomeración.

Por otra parte, entre las medidas a mejorar y generalizar destacan:

- La accesibilidad arquitectónica.
- La implementación de itinerarios accesibles.
- La presencia de marcas táctiles, sonoras, así como cartelería en macrocaracteres, altorrelieve y braille.
- Presencia de personal de apoyo del propio comercio, pantallas de turnos parlantes, etc.
- El empleo de funciones tecnológicas, como el acceso a través del móvil para conocer la organización del mercado, localización de puestos o el uso de códigos QR para disponer de información sobre los puestos y productos del mercado.



5

VALORACIÓN TÉCNICA Y RECOMENDACIONES DE LOS PROFESIONALES EN MOVILIDAD Y ACCESIBILIDAD

La accesibilidad se considera un derecho fundamental y una herramienta clave para promover la autonomía y la igualdad. Las disposiciones legales en materia de no discriminación establecen que la participación social no dependa de las capacidades físicas, sensoriales o cognitivas de las personas. En este sentido, los mercados, como edificios de uso público y centros de servicio municipal, tienen la obligación de eliminar barreras para garantizar el libre acceso y la movilidad segura y autónoma de todas las personas.

Es importante tener en cuenta que la normativa vigente ya establece criterios mínimos y comunes para mejorar la accesibilidad de los entornos. No obstante, debido a la diversidad de edificios e instalaciones, resulta necesario impulsar mejoras adicionales, lo que permitiría a los mercados atraer a más clientes y aumentar sus beneficios. Cualquier proyecto de mejora debe basarse en un estudio previo que contemple todos los aspectos que definen la oferta y las posibilidades de uso de cada recinto. La accesibilidad constituye un elemento fundamental de la calidad de la experiencia de compra; sin ella, el mercado pierde capacidad de fidelización y se expone a publicidad negativa o posibles sanciones legales.

El diseño de soluciones de accesibilidad debe considerar no solo los aspectos estructurales y físicos, sino también las interacciones y los procesos que los usuarios realizan en el espacio. Por ello, es necesario desarrollar proyectos que garanticen condiciones de seguridad, orientación espacial y acceso a la información para las personas con discapacidad visual, tanto en su entorno exterior próximo como en todos los espacios interiores.

El análisis de una muestra de distintas tipologías de mercados, realizado por técnicos de la ONCE expertos en movilidad y accesibilidad, ha permitido identificar las fortalezas y debilidades de sus instalaciones y definir necesidades de actuación en cinco ámbitos:

1. Acceso al edificio.
2. Diseño interior.
3. Espacios abiertos (patios, terrazas).
4. Iluminación.
5. Tecnología y comunicación. Accesos al edificio



5

1. Accesos al edificio

En muchos casos, los mercados son espacios cuyo diseño original no contempló los requerimientos de accesibilidad, lo que hace necesario implementar adaptaciones y ajustes en zonas concretas. Cuando se realicen obras de mejora que afecten a alguna puerta de acceso, aquella que ofrezca mayores condiciones de accesibilidad debería convertirse en la entrada principal.

Es recomendable que los accesos al mercado, o al menos el principal, se sitúen a nivel de calle y sean fácilmente identificables mediante contraste cromático, textura diferenciada en el pavimento e iluminación, facilitando su reconocimiento tanto desde el exterior como desde el interior.

Desde la puerta principal deberá disponerse una banda direccional de pavimento tacto-visual que conduzca hasta el directorio informativo o el punto de información, facilitando así la orientación de los usuarios. Asimismo, la entrada deberá contar con información clara sobre la ubicación del resto de accesos y complementarse con planos del recinto que permitan una mejor comprensión del espacio.

En función de las características del mercado, puede resultar imprescindible la presencia de personal de apoyo que proporcione información y atención personalizada a las personas con discapacidad visual.



Imagen 1. Rotulación exterior con tamaño y contraste adecuados.





Imagen 2. Entrada principal difícilmente detectable, que no ofrece referencias espaciales ni visuales suficientes y no facilita una aproximación segura y autónoma.



2. Diseño interior

Los mercados de abastos son espacios de pública concurrencia, por lo que han de contar con una serie de especificaciones para facilitar la orientación:

- El diseño de los puestos será preferentemente uniforme.
- El espacio destinado a los clientes que compren en cada puesto estará delimitado por una zona señalizada en el suelo con contraste cromático, con el fin de evitar tropiezos entre los usuarios.
- Los pasillos, al ser lugares de tránsito, permanecerán libres de obstáculos y no habrá mobiliario en ellos.
- Es recomendable que cada puesto cuente con una superficie horizontal de 15 cm aproximadamente para apoyar las bolsas de la compra.



Imagen 3. Señalización adecuada de espacios de espera frente a cada vitrina. Línea de paso y pasillos libres de obstáculos. Superficie de apoyo en el mostrador de compra para descansar las bolsas.

- Cuando existan columnas en áreas de circulación, se señalarán con colores diferenciados del resto del espacio en el que se sitúen.
- Las puertas a zonas peligrosas o de acceso restringido permanecerán siempre cerradas y señalizadas según normativa y, en todo caso, perfectamente identificables a fin de evitar riesgos y confusiones.





Imagen 4. Presencia de columnas en la línea de paso con bajo contraste y sin señalizar. Iluminación mal focalizada.

- Los locales dedicados a la restauración no situarán el mobiliario complementario (taburetes, mesas, barriles, etc.) en la zona de paso, ni adosadas a la pared, sino en un espacio delimitado a tal propósito.



Imagen 5. Zona de paso ocupada con obstáculos a ambos lados.





Imagen 6. Espacio de restauración bien delimitado y con diferencia de contraste en el pavimento y en el mobiliario.



5

- Es aconsejable la existencia de mobiliario de descanso para los clientes ubicado fuera de la línea de paso.



Imagen 7. Área de descanso para clientes fuera de la zona de paso.



5

- Los baños deberán contar con una señalización adecuada en tamaño, contraste y ubicación que permitan ser identificados de una forma clara para su fácil localización.



Imagen 8. Señalización del acceso a los aseos en macrocaracteres, con elevado contraste y buena iluminación.





Imagen 9. Pictogramas de escaso tamaño, no estandarizados y a demasiada altura. Ausencia de carteles identificativos de la función de este espacio.



2.2. Espacios abiertos (patios, terrazas...).

Estos espacios suponen una gran dificultad para las personas con discapacidad visual, ya que en ellos desaparecen las referencias que les permiten mantener la orientación. Además, son zonas en las que se concentran y se dispersan el resto de los usuarios, lo que puede provocar una mayor pérdida de referencias espaciales. Por ello, resulta necesario delimitar los grandes espacios mediante la conexión de los distintos puntos de acceso y los itinerarios principales, utilizando franjas-guía tacto visuales contrastadas cromáticamente con el resto del pavimento.



Imagen 10. Diferentes itinerarios no conectados con franja de pavimento tacto-visual. Escaleras mal señalizadas y adhesivos antideslizantes en mal estado.





Imagen 11. Escalera de directriz torcida, ausencia de pavimento señalizador en embarque y desembarque, ausencia de franja contrastada cromáticamente en cada escalón. Presencia de obstáculos en el paramento derecho y puertas permanentemente cerradas en la parte superior derecha de la escalera.



Imagen 12. Correcta señalización en el pavimento para anticipar la escalera (franja-guía ocupando todo su ancho, encastrada y con buen contraste). Correcta señalización lumínica en el embarque y desembarque de las escaleras.





Imagen 13. Escaso contraste entre el ascensor y su paramento, botonera mal contrastada. Ascensor ubicado adyacente a los pies de una escalera, dificultando el paso tanto a los usuarios que utilizan la escalera como a los que utilizan el ascensor.



5

3. Iluminación

Es relevante una adecuada iluminación para las personas con deficiencia visual, y no debe resolverse exclusivamente con el cumplimiento de lúmenes necesarios reflejados en la normativa vigente. Una distribución correcta y planificada desde el proyecto original de las luminarias, permite:

- Ganar en seguridad. Muchas personas necesitan un mayor tiempo de acomodación visual para adaptarse a los distintos entornos; por ello, una iluminación adecuada les permitirá orientarse y desplazarse por el mercado con mayor seguridad y autonomía:
 - Eliminando diferencias bruscas de iluminación entre espacios.
 - Eliminando contraluces, destellos y deslumbramientos.
 - Facilitando una distribución bien planificada de las luminarias, que actúen como unas guías de orientación y dirección, similares a las franjas-guía direccionales que se colocan en los pavimentos. Esto favorece un deambular seguro.
 - Facilitando la detección de posibles obstáculos.
- Resaltar puntos de interés, como pueden ser los cambios de cota (escaleras, rampas y ascensores), los puntos de información, cartelería, planos y maquetas, aseos y accesos, lo cual posibilita la localización e identificación de dichos elementos de interés.





Imagen 14. Escasa iluminación general con diferencias bruscas de luz entre espacios y presencia de reflejos en las superficies.

Respetando el diseño, los puestos de los mercados deberían contar, como parte de su accesibilidad, con una iluminación adecuada tanto en la señalética como en la correcta visualización de los productos.



5

4. Tecnología y comunicación.

Es habitual que la señalización en estos espacios sea muy básica o incluso inexistente y, cuando existe, suele ser predominantemente visual. Solo en algunos casos excepcionales se dispone de gestores de turno digitales con sistema de audio.

Para poder conocer y desplazarse por el interior del mercado con autonomía, las personas con discapacidad visual necesitan contar con un conjunto de elementos que faciliten su orientación en el espacio, como la localización e identificación de los puestos, los distintos servicios del mercado, los ascensores, las escaleras, así como las diferentes entradas y salidas.

Algunos elementos importantes facilitadores de la orientación son:

- **Mapas en relieve.** La creación de elementos táctiles como los directorios, los mapas, los planos en relieve y los mapas en 3D, son muy útiles para facilitar la orientación. Para instalarlos se tendrá en cuenta su adecuada ubicación.

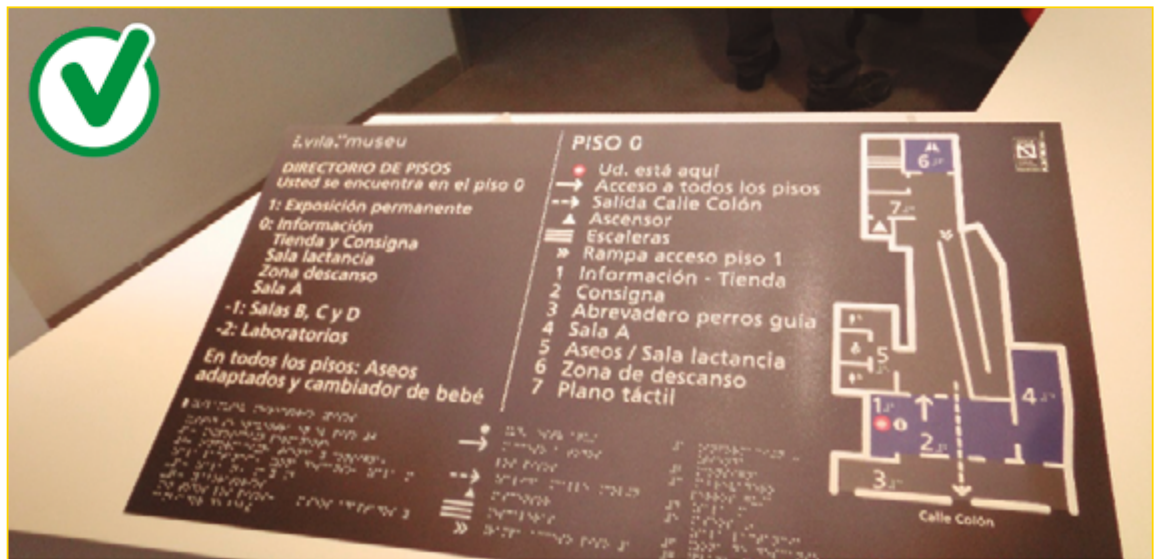


Imagen 15. Plano en relieve, con letras contrastadas e información en braille.

- **Señalización tecnológica.** Indicaciones de orientación en la página web del mercado, sistemas de geolocalización, sistemas de balizamiento, códigos inteligentes, etc.
- **Señalización sonora.** Actualmente existen pocos gestores de turno en estos establecimientos y los que hay suelen ser expendedores de papel de difícil localización, adaptados únicamente al sistema visual. Por ello, resulta recomendable que incorporen también sistemas parlantes.



5

Este tipo de herramientas favorecerá aspectos como el conocimiento de la ubicación de los servicios del mercado, la independencia y la seguridad de las personas usuarias, así como una mayor frecuencia de visita, al sentirse tenidas en cuenta sus necesidades dentro de la actividad comercial.



Imagen 16. Señalización del dispensador de turno aportando información extra que ayuda a su localización.





Imagen 17. Dispensador de turno difícilmente localizable entre el resto de los elementos del puesto.

- **Punto de información.** Elemento básico de la comunicación como recurso humano, que facilita la información necesaria para orientarse en el mercado, así como la posibilidad de contar con personal especializado en compra asistida. Asimismo, puede ser el espacio donde se ubiquen los planos de orientación y se informe sobre los sistemas tecnológicos mencionados.

Estos sistemas de guiado en interiores, empleados de forma aislada o combinada, fomentan la realización de compras de manera inclusiva. Si su diseño no se ha contemplado en el proyecto inicial, pueden incorporarse en remodelaciones acordes con la estructura del mercado. En cualquier caso, siempre es un buen momento para garantizar el acceso a la comunicación y facilitar información sobre los productos y servicios.





Imágenes 18 y 19. Señalización inadecuada, ausencia de referencias que permitan localizar los puntos de información, rotulación deficiente debido al escaso contraste cromático y al uso de tipografías y tamaños de letra poco legibles.



6

CONCLUSIONES

En base a las necesidades detectadas por personas usuarias y profesionales, pueden resumirse las mejoras identificadas en materia de accesibilidad de los mercados de abastos en las siguientes líneas de actuación:

- Inclusión de elementos específicos de orientación y seguridad, como planos tacto visuales, sistemas de guiado e iluminación adecuada.
- Implementación de recursos tecnológicos que permitan la gestión de turnos, el acceso a información sobre productos y precios, la realización de compras mediante aplicaciones y el uso de canales alternativos de solicitud (WhatsApp, compra telefónica, etc.).
- Existencia de un punto de información y atención a las personas usuarias.
- Formación específica de los profesionales de los mercados en aspectos básicos de atención a personas con discapacidad.
- Incorporación de nuevas modalidades de venta, como la compra asistida mediante personal de apoyo.

Los actuales proyectos de modernización de los mercados representan una excelente oportunidad para dotar a los equipamientos y servicios de un diseño inclusivo y accesible para toda la población. Resulta necesario abordar la adecuación física y funcional de sus instalaciones para garantizar el acceso, uso y disfrute de todos sus visitantes y, con ello, el ejercicio efectivo de los derechos de las personas con discapacidad.

Para lograr que los mercados sean espacios verdaderamente accesibles e inclusivos, el papel de las personas responsables de su gestión es fundamental. Su compromiso con la implementación de medidas de accesibilidad, atendiendo a las recomendaciones de las organizaciones especializadas en discapacidad –entre ellas la ONCE, que cuenta con expertos en autonomía personal y diseño de entornos accesibles–, es clave para facilitar un acceso y un uso no discriminatorio, independiente y seguro de las instalaciones.



7

ANEXOS

1. Cartelería e iluminación de los rótulos



Imagen 20. Cartel con adecuado contraste, tamaño de letra e iluminación adecuada.





Imagen 21. Rótulos con diferente tipografía, colores y contrastes que dificultan su identificación y lectura.



7



Imágenes 22 y 23. Cartelería homogénea, misma tipografía y uso del color como identificador de las secciones.





Imagen 24. Cartelería orientadora en soporte inestable, localización "inesperada", mal contraste, insuficiente información y falta de iluminación.





Imagen 25. Cartel ubicado a excesiva altura, de difícil localización y con tamaño de letra deficiente. Falta de iluminación.





Imagen 26. Cartel ubicado a excesiva altura, en soporte poco estable, y con escasa iluminación.





Imagen 27. Existencia de pictogramas pequeños, poco identificables y mal ubicados.





Imagen 28. Carteles de tamaño, ubicación y contrastes adecuados. Uso de pictogramas normalizados.



2. Señalización de accesos



Imagen 29. Correcta identificación de las puertas y adecuada señalización de las superficies acristaladas.





Imagen 30. Escaleras difícilmente detectables, las cintas adhesivas generan confusión entre la cota cero y los peldaños de la entrada.



3. Acceso a la información



Imagen 31. Gestor de turnos ubicado en zona poco predecible, con escasa diferenciación visual respecto al entorno y posible deslumbramiento por focos cercanos.





Imagen 32. Panel informativo digital con información únicamente visual, por tanto, no accesible para personas con discapacidad visual.



