

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DIRIGIDA A LAS PERSONAS CON  
DISCAPACIDAD VISUAL EN SUPERMERCADOS EN LA CIUDAD DE  
GUATEMALA**

Diana Rebeca Rodas Bermejo

Guatemala, octubre 2020

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DIRIGIDA A LAS PERSONAS CON  
DISCAPACIDAD VISUAL EN SUPERMERCADOS EN LA CIUDAD DE  
GUATEMALA**

Trabajo de tesis presentado por

**Diana Rebeca Rodas Bermejo**

Previo a optar al título de

**Licenciada en ciencias de la comunicación**

Nombre Asesor

**M.A. Walter Estuardo Pérez Rodríguez**

Guatemala, octubre 2020

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Director**

**Lic. César Augusto Paiz Fernández**

**Representantes Docentes**

**M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández**

**M.A. Silvia Regina Miranda López**

**Representantes estudiantiles**

**Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu**

**Pub. Herber Libni Emanuel Escobar Juárez**

**Secretario**

**M.A. Héctor Salvatierra**

**Representante Egresados**

**MSc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes**

**Tribunal Examinador**

**M.A. Walter Estuardo Pérez Rodríguez**

**M.A. Silvia Regina Miranda López**

**M.A. Hugo Nery Bach Alvarado**



Comunicación  
creando futuro

Guatemala, 02 de octubre de 2020  
Orden de impresión  
Ref. CT-Akmg- No. 021-2020

Licenciada  
Diana Rebeca Rodas Bermejo  
Carné: 2060 99525 0101  
Registro académico 201114940  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado Licenciada

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DIRIGIDA A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN SUPERMERCADOS EN LA CIUDAD DE GUATEMALA.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un (1) ejemplar impreso y un CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado para la Biblioteca Central.
- b) Dos (2) ejemplares impresos para la Biblioteca Flavio Herrera y dos (2) CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



Lic. César Augusto Paiz Fernández  
Director ECC

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis

c.c. archivo/AKMG/CAPF/AKMG

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio M2, Ciudad Guatemala, C.A.  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)  
(502)24188920

Para efectos legales la autora  
es la única responsable del contenido de este trabajo.

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A DIOS**

Por ser la luz y guía en mi vida, por brindarme sabiduría, entendimiento y persistencia para poder hacer posible cada meta propuesta.

### **A MIS PADRES**

Julia Consuelo Orozco Bermejo y José Florencio Rodas Quiñonez, por su amor y apoyo incondicional. Personas que me han dado el mejor ejemplo de vida, quienes me motivan para seguir adelante cada día.

### **A MIS HERMANOS Y SOBRINO**

María Gabriela Rodas Bermejo, José David Rodas Bermejo y Jeshua Emmanuel Monroy Rodas, por su amor y apoyo absoluto. Son un gran ejemplo de esfuerzo y fortaleza.

### **A MI ABUELITA**

Raquel Consuelo Orozco Alas, por ser una persona de fe, quien me mostró el mejor ejemplo de amor, esfuerzo y dedicación. Por enseñarme que la familia es lo más importante en la vida.

### **A MIS PRIMOS Y TIAS**

Cynthia Urbina, Astrid Urbina, Josué Bermejo, Oscar Martínez, Verónica Bermejo, Mercedes Bermejo y Lucrecia Bermejo, por sus muestras de amor y apoyo en todo momento.

### **A MI PAREJA**

Rito Rodríguez, quien me ha brindado su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera.

## **AL ASESOR DE TESIS**

M.A. Walter Estuardo Pérez Rodríguez, por su orientación y paciencia durante el proceso de la investigación.

## **A MIS AMIGOS**

Madelin Guerra, Blanca Ralda, Sarahí Arreaza, Andrea Morales, María Dubón, Maribel López, Leslie Reyes, Melody del Cid, Mynor López, Edson Argueta, Luis Padilla, Pablo Sarazua, Gustavo Rosales, por su valiosa amistad y apoyo, por compartir momentos inolvidables. Ejemplos de esfuerzo y dedicación.

## **A LA TRICENTENARIA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

Casa de estudios que me permitió el desarrollo académico para lograr el profesionalismo.

¡Orgullosa de ser sancarlista!

## ÍNDICE

<b>Resumen .....</b>	<b>i</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>iii</b>
<b>1. Marco Conceptual .....</b>	<b>1</b>
1.1. Título del tema:.....	1
1.2. Antecedentes .....	1
1.3. Justificación.....	7
1.4. Planteamiento del problema.....	9
1.5. Alcances.....	10
1.6. Limites.....	10
<b>2. Marco teórico.....</b>	<b>11</b>
2.1. Definiciones fundamentales de la comunicación .....	11
2.2. Barreras de la Comunicación .....	12
2.3. Sistemas de comunicación para las personas con discapacidad visual.....	13
2.3.1. Discapacidad visual .....	13
2.3.2. El alfabeto Braille .....	17
2.4. Análisis del proceso de comunicación a personas con discapacidad visual ....	19
2.5. Tecnologías de la información y comunicación para las personas con discapacidad visual.....	23
2.5.1. Aplicaciones digitales para las personas con discapacidad visual .....	24
2.5.2. Herramientas tecnológicas para las personas con discapacidad visual ....	25
2.6. Legislación de atención a personas con discapacidad visual.....	26
2.7. Personas con discapacidad visual ante la sociedad .....	28
2.8. Instituciones sin fines lucrativos que apoyan a las personas con discapacidad visual en Guatemala .....	29

2.9. Comportamiento del comercio general hacia las personas con discapacidad visual.....	31
2.10. Supermercados .....	33
<b>3. Marco Metodológico .....</b>	<b>37</b>
3.1. Método de investigación.....	37
3.2. Tipo de investigación.....	37
3.3. Objetivos .....	38
3.3.1. Objetivo general.....	38
3.3.2. Objetivos específicos .....	38
3.4. Técnica.....	38
3.5. Instrumentos.....	39
3.6. Población.....	39
3.7. Muestra .....	40
3.8. Procedimiento .....	40
<b>4. Análisis y descripción de resultados .....</b>	<b>41</b>
4.1. Presentación de resultados .....	43
4.2. Entrevista a Supermercados La Torre.....	63
4.2.1. Análisis .....	66
4.2.2. Análisis del proceso comunicativo en las instalaciones del supermercado La Torre .....	68
4.2.3. Análisis del proceso de comunicación .....	70
4.3. Propuesta de comunicación .....	72
<b>Conclusiones.....</b>	<b>83</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>84</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>86</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>91</b>

## Resumen

<b>Título:</b>	Análisis de la comunicación dirigida a las personas con discapacidad visual en supermercados en la ciudad de Guatemala
<b>Autora</b>	Diana Rebeca Rodas Bermejo
<b>Universidad</b>	Universidad de San Carlos de Guatemala
<b>Unidad Académica</b>	Escuela de Ciencias de la Comunicación
<b>Planteamiento del problema</b>	¿Cuáles son las dificultades y limitaciones de comunicación a las que se enfrentan las personas con discapacidad visual dentro de los supermercados en la ciudad de Guatemala?
<b>Instrumentos</b>	Encuestas, cuestionario de entrevista, guía de observación y análisis de gráficas.
<b>Procedimiento para la obtención de datos</b>	Para llevar a cabo la presente investigación se recopiló información bibliográfica, encuestas a personas con discapacidad visual, una entrevista al Departamento de Responsabilidad Social de Supermercados La Torre; luego se aplicó la técnica de observación para evaluar la experiencia de una persona con discapacidad visual dentro de un supermercado.

## **Resultados y conclusiones**

El análisis de comunicación dirigida a personas con discapacidad visual en los supermercados en la ciudad de Guatemala se determinó que no existen protocolos de atención en supermercados La Torre que creen uniformidad en el servicio, así como también la falta de comunicación inclusiva dirigida a personas con discapacidad visual al momento de su visita.

Se estableció que la opinión de las personas con discapacidad visual está orientada a expresar sus experiencias y las dificultades en el proceso de compra dentro de un supermercado. La tendencia de las experiencias descritas es negativa, es decir, que, debido a la falta de comunicación idónea entre el supermercado y la persona con discapacidad visual, se traduce en experiencias negativas. La opinión de la mayoría de los usuarios con discapacidad visual coincide en que una aplicación específica para ellos les facilita la interacción, movilidad y reconocimiento de marcas y productos en un supermercado

## Introducción

Existen lugares públicos y privados en Guatemala que actualmente están siendo inclusivos en cuanto a una comunicación directa y necesaria a personas con discapacidad visual; la inclusión, es uno de los temas analizados por las distintas instituciones que apoyan a las personas con discapacidad visual por la relevancia y el impacto, tanto a nivel individual como social, que este tema tiene.

La comunicación es el sistema que permite una conexión con la sociedad, es utilizada para transmitir cualquier mensaje a la persona deseada, siendo una herramienta de interacción para todo ser humano; sin embargo, para las personas con discapacidad visual, representa una desventaja, la comunicación e interacción social, debido a la carencia de mecanismos comunicativos propicios en los distintos lugares públicos.

A pesar de los procesos de inclusión llevados a cabo, para las personas con discapacidad visual, se infiere que existen limitaciones en distintos espacios; es por ello, que el presente análisis está enfocado en conocer la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual en supermercados en la Ciudad de Guatemala.

Los comercios y marcas utilizan distintos medios para trasladar la información que desean transmitir, entre estos medios: ATL (*Above The Line*) radio, medios impresos, televisión y BTL (*Below The Line*) activaciones, marketing en punto de venta. Cada medio tiene sus propias características, algunas de ellas representan ventaja para las personas con discapacidad visual con relación a captura de la información, pero otras características de estos medios implican una barrera de comunicación y por ende que las personas con discapacidad visual no reciban la información o comunicación debido a medios, mensajes y códigos no idóneo a las circunstancias.

La tecnología avanza rápidamente año tras año, acompaña a la humanidad a tal punto de poder decir que sin ella no se puede avanzar al ritmo que se necesita en la actualidad. Debido a las nuevas tecnologías, las personas con discapacidad visual

encuentran solución a las interferencias de comunicación que puedan existir en los distintos lugares públicos, en este caso, al visitar a un supermercado, les permite la interacción social que necesitan para enfrentar su quehacer personal.

Existen aplicaciones digitales que son descargadas a través de las distintas herramientas tecnológicas que han facilitado el acceso a la información en tiempo real. Las personas con discapacidad visual, que tienen el acceso por recurso humano y económico, prefieren el internet como herramienta para obtener información y el cual se convierte en una herramienta alternativa de comunicación que les permite acceder a la sociedad de la información digital de manera independiente.

Los supermercados son lugares en donde se gestiona la venta de productos y servicios con marcas reconocidas; sin embargo, si se observa a primera vista, no cuentan con una comunicación que facilite la lectura a las personas con discapacidad visual debido a que la mayor parte de información que existe dentro del mismo se conoce a través de la vista.

Los supermercados cuentan, regularmente, con un departamento de servicio al cliente dispuesto para apoyar a las personas con discapacidad visual si en algún momento lo solicitan y requieren; sin embargo, no existen antecedentes (en el ámbito nacional) de la elaboración de una estrategia de comunicación que informe a las personas con discapacidad visual acerca de un procedimiento de atención o una comunicación que pueda reforzar todo lo escrito que esté dentro del supermercado, esto con el fin de que se puedan sentir incluidos al momento de visitarlos.

Por lo anterior, en este informe se analizan factores como: opinión de las personas con discapacidad visual con relación a la comunicación en los supermercados; limitaciones o barreras en el proceso de comunicación al momento de que una persona con discapacidad visual visita un supermercado; políticas de los supermercados con respecto a la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual, entre otros factores.

# Capítulo I

## 1. Marco Conceptual

### 1.1. Título del tema:

Análisis de la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual en los supermercados en la ciudad de Guatemala

### 1.2. Antecedentes

A continuación, se describen las investigaciones, estudios o informes relacionados con el tema de investigación "*Análisis de la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual en los supermercados en la ciudad de Guatemala*". Se aclara que se realizó una revisión documental en el tesario de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en el que se identificaron tesis vinculadas con el tema de discapacidad visual.

En la actualidad no existen estudios, procesos o investigaciones en la ciudad de Guatemala que aborden, de manera específica, la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual en los supermercados.

Se indagó en un ámbito externo a otras universidades, lo cual se identificaron tesis de otros países con estudios vinculados con los "*hábitos de compra de las personas con discapacidad visual en supermercados*" (investigación en Ecuador) así como la investigación "*Autonomía de personas ciegas en supermercados mediante realidad aumentada*" (investigación en España). La descripción de estas investigaciones en las páginas siguientes.

Cuando las personas con discapacidad visual desean realizar una tarea cotidiana existen varios "impedimentos o bloqueos" que impiden que puedan realizar acciones rutinarias con tranquilidad y en un proceso idóneo. Un ejemplo, es al momento de ingresar a un supermercado: la ubicación de los productos, saber qué precio tienen, saber en qué pasillo están ubicados, el momento de pago, etcétera.

De acuerdo con la investigación realizada respecto a los hábitos de compras en Cuenca Ecuador, tuvo como base el "Esquema de proceso de decisión de compra" que funcionó como referente a lo largo del estudio. Según sus conclusiones, indican que las personas con discapacidad visual, un 64.5% realizan sus compras en un supermercado siendo la mayor parte de personas que prefieren visitarlo.

Al momento de realizar compras dentro de un supermercado en la ciudad de Cuenca Ecuador, la mayoría personas encuestadas ingresan acompañados, en cuanto a las decisiones de compra en un 90% es tomada por los acompañantes de las personas con discapacidad visual, creando dependencia de quien los acompaña.

Las personas con discapacidad visual en Cuenca Ecuador consideran que una señalética auditiva sería indispensable para facilitar su autonomía, además la preferencia en que los pasillos, secciones, cabeceras de góndola, estanterías y cenefas de precios incluyan una señalética en Braille otorgando un ambiente agradable durante la compra. (Cuenca Jiménez, 2018)

La Organización Nacional de Ciegos Españoles, también se ha centrado en dar a conocer las limitaciones al momento de efectuar sus compras y expone de manera clara que las dificultades y limitaciones que encuentran las personas con discapacidad visual en supermercados, enfatizando que a pesar de ser una tarea cotidiana resulta de gran dificultad para las personas con ceguera y deficiencia visual; el texto señala:

"Si llegar hasta ellos en ese entorno con múltiples pasillos, estantes, clientes con su cesta o carrito es complicado, lo es mucho más poder seleccionar entre la gran cantidad y variedad de

productos que existen hoy en día, además de marcas, tamaños y formatos de presentación”. (ONCE, 2013)

Actualmente, se utiliza el concepto de inclusión como un sinónimo de integración, cuando en realidad se trata de dos definiciones distintas, aunque se asemejen en sus significados. “La inclusión reconoce y valora la diversidad como derecho para ser reconocido en su singularidad, buscando la oportunidad de enriquecimiento de la sociedad basándose en principios como la equidad”. (Terue, 2013, p. 36); a diferencia de “la integración que es un movimiento que surgió para hacer efectivos los derechos con el fin de asegurar su plena participación en los contextos comunes de la sociedad es decir como pertenecer a un subgrupo dentro de un grupo grande” (Carceller, 2017); ambos conceptos comparten la igualdad de una integración humana.

La comunicación se constituye en un factor indispensable, pero en el caso de las personas con discapacidad visual, la falta de acceso a lugares públicos constituye un ejemplo de las limitantes que enfrentan las personas en esta situación.

La revolución digital ha ido formando parte de la vida de las personas con discapacidad visual, pero no ha llegado a todos por igual. En un mundo en el que el siguiente gran invento se espera mirando a la pantalla del móvil, “las personas con discapacidad visual o con visión reducida han quedado fuera de plano”. Sin embargo, algunos proyectos innovadores tratan de utilizar el potencial de las nuevas tecnologías para hacerles la vida más fácil (Opend Mind BBVA, 2015).

En la investigación titulada “*Autonomía de personas ciegas en supermercados mediante realidad aumentada*” se confirma que las personas con discapacidad visual no pueden llevar un proceso de compra en un supermercado de manera autónoma, dependen de un acompañante o de una persona que esté al servicio dentro del supermercado. Si bien la tecnología es una gran ayuda para este grupo de personas, pero aún existe una cierta limitación que permita ir más allá a las personas con discapacidad visual a través de ella. (González Sánchez, 2017).

Las personas con discapacidad visual en Guatemala opinan sobre las oportunidades que existen en la actualidad para poder tener una mejor calidad de vida sin necesidad de que alguien más los acompañe a realizar cualquier acción que requiera salir del área conocida, tal como señala el Lic. Sebastián Toledo (Exdirector del Consejo Nacional para la Atención de las personas con discapacidad, CONADI), en una de sus conferencias menciona "No hay nada más incómodo que llegar a un lugar y estar solicitando ayuda a las personas en lugares que no conocemos, pero siempre hay buenas personas que acceden a ayudarnos".

Según Matute, en su libro titulado "El problema Social de la Ceguera" se considera de interés en formar y aprender a cerca de todo lo nuevo que hay para poder movilizarse con las precauciones debidas, por lo tanto, comenta "La verdad es que la ceguera sitúa a los individuos bajo las mismas presiones sociales, las mismas discriminaciones y exigencias para su adaptación, similares entrenamientos. Las limitaciones objetivas son las mismas en todos los individuos que las padecen y ciertos intereses son comunes a todos los ciegos. Por ejemplo, el interés de librarse de la discriminación, el deseo de participar en las decisiones que sobre sus problemas se toman por las instituciones encargadas de resolver dicho tema". (Matute, 1972).

En el 2016 Consejo Nacional de Atención a la Personas con Discapacidad (CONADI) pide normas para facilitar el acceso en espacios públicos para las personas con deficiencia visual acompañados de perros lazarillos conocidos como perros guía, ya que Guatemala no tiene un reglamento para la tenencia de perros lazarillo, ante esto, aún se trabaja en la propuesta para que esto sea permitido.

Un análisis realizado a través de varias quejas por personas con discapacidad visual con respecto al mismo caso de solicitar autorización para que sean acompañados de perros guías, muestra que los lugares que más problemas causan al impedir acceso a las personas son los hoteles y restaurantes (Pitán, 2016).

En la tesis titulada “Los profesionales con discapacidad visual y su incorporación al mercado laboral en los medios de comunicación social” el cual plantea que la colaboración laboral de las personas con discapacidad visual encuentra en la tecnificación un aliado vital, ésta se define como todos los conocimientos que adquiera persona para ingresar al mundo laboral y proyectarse en igualdad de oportunidades avanzando en los últimos diez años al acceder a instrumentos de trabajo básicos como computadoras, calculadoras o relojes parlantes, termómetros, pesas entre otros; sin embargo lo anterior no parece ser suficiente si se trata de ejercer la profesión de comunicador social (De León, 2014).

Dicha investigación da como resultado que:

“Para la persona con discapacidad visual es difícil tratar el tema de la integración, ya que ubicados en su entorno de relación con personas de su misma situación no se frustran; sin embargo, al pasar al plano donde no hay elementos comunes, deben establecer convenios para definir los espacios tanto públicos como laborales”. (Toledo, 2009)

En la tesis titulada “Análisis de Estrategias de Comunicación de las Organizaciones de Personas con Discapacidad Visual en Guatemala” teniendo como principal objetivo realizar un análisis de los planes de desarrollo de las tres organizaciones que agrupan a personas con discapacidad visual, a fin de formular o definir lineamientos para una estrategia efectiva de comunicación, el cual cumplió mediante establecer los mecanismos de comunicación de doble vía existentes entre la dirigencia de las organizaciones de ciegos de Guatemala y su base social refiriéndose a los no videntes. (Toledo, 2009)

Con relación a los niveles de identificación se afirma que:

Determinar los niveles de identificación o afinidad de los videntes afiliados, con los fines y objetivos de las diferentes asociaciones y formulando lineamientos generales para un plan estratégico de comunicación que haga posible la divulgación de las actividades de las

asociaciones posicionando una imagen proactiva de las personas con discapacidad visual (Toledo, 2009, p. 11).

El trabajo de investigación concluye en lo siguiente:

Los conceptos y definiciones que se refieren a los nuevos enfoques en el abordaje de la discapacidad proponen hoy día un modelo social, que apuesta esencialmente a la educación comunitaria, lo que demanda necesariamente acciones sistemáticas de comunicación. Este trabajo comunitario será más efectivo si se aplican adecuadamente las herramientas que facilitan la comunicación, donde se garantice el involucramiento de los propios interesados para orientar con las vivencias de éstas.

En el informe titulado “Contacto de las personas con deficiencias visuales con el medio de comunicación audiovisual: Televisión” la cual tiene como objetivo principal determinar el contacto que tienen las personas con discapacidad visual con el medio de comunicación audiovisual, para establecer si dichas personas tienen algún contacto con este medio de comunicación y de qué manera, dando como resultado que las personas con discapacidad visual si tienen contacto con el medio de comunicación audiovisual, no tienen una programación específica para personas con discapacidad visual y la programación no contribuye al aprendizaje y desarrollo de habilidades (Zamora, 2004).

### **1.3. Justificación**

La comunicación es un fenómeno social que permite la interacción a los individuos que la integran. Este fenómeno (la comunicación) hace posible que las personas desarrollen cultura, adquieran valores y cumplan determinados roles sociales, es decir que el entendimiento es esencial para que el individuo y la sociedad se desarrollen.

Asimismo, la comunicación social, tiene implícito dentro del proceso o procesos en los que se da, que existan dificultades, barreras, límites que impiden el entendimiento entre los sujetos o personas y las instituciones sociales, sean públicas o privadas; por ejemplo, entre las personas con discapacidad visual y las instituciones con las requieren interactuar; instituciones como: las iglesias, entidades de gobierno, grupos de convivencia, entidades privadas como el sistema bancario, de servicios básicos, supermercados, etcétera.

Para las personas con discapacidad visual, la comunicación es fundamental para poder asimilar cualquier información que sea de interés dentro del supermercado, por ejemplo: nombres de productos, precios, distribución de productos en pasillos y las promociones que se dan con frecuencia. Sin embargo, la comunicación que requieren debe de ser explícita y planificada para el grupo objetivo al que representan.

La discapacidad visual ante la sociedad es una situación que está siendo ignorada en distintos lugares públicos por no incluir una comunicación que incluya a las personas con discapacidad visual que al igual que los demás se comunican, pero de manera distinta. Su impedimento al no ver hace que necesiten de un apoyo adicional, sean personas o herramientas que aporten a la guía de las personas con discapacidad visual para poder llevar a cabo su vida diaria con normalidad.

Es importante señalar que la comunicación como dinámica y medio específicamente dentro de los supermercados hacia las personas con discapacidad visual requiere de un proceso específico y planificado y en el que se involucre no solo el aspecto y recurso

humano, sino que también se aprovechen los recursos tecnológicos para un óptimo flujo de comunicación entre instituciones y las personas con discapacidad visual.

Por lo anterior, la relevancia de esta investigación radica en obtener la opinión de las personas con discapacidad visual con relación a la comunicación dirigida a ellos, así como sus experiencias en los procesos de compra; también, tener un análisis de la interacción y comunicación que ocurre cuando las personas con discapacidad visual realizan sus compras en supermercados.

El análisis se caracteriza por aportar elementos esenciales que puedan facilitar la comunicación en la vida de las personas con discapacidad visual al momento de visitar un supermercado, en dónde a través de distintos recursos apoyen a mejorar la experiencia en la comunicación para personas con discapacidad visual y puedan ser partícipes como consumidores.

Interesa determinar si las personas con discapacidad visual puedan llenar sus expectativas a través de una tecnificación fácil y eficaz de comunicación que colabore en la compra de productos dentro de los supermercados que existen en Guatemala, además, de identificar el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación por parte de las personas con discapacidad visual.

Por último, la investigación se justifica por su relevancia social pero también por la necesidad de investigar en líneas de investigación que involucren procesos de comunicación para las personas con discapacidad visual lo que a su vez proporciona un aporte teórico y metodológico para futuras investigaciones en la materia ya que en Guatemala no existen antecedentes puntuales y específicos con el tema *“Análisis de la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual en los supermercados en la ciudad de Guatemala”*.

## **1.4. Planteamiento del problema**

La tecnificación como la dotación de recursos técnicos para mejorar la actividad de las personas con discapacidad visual en el ámbito comunicacional, avanzó en los últimos años. De esta forma se accede a distintos instrumentos como: computadoras, aplicaciones para celulares, calculadoras, relojes parlantes, audio libros etcétera; sin embargo, no parece ser suficiente si lo que se busca es un apoyo y comunicación integral al momento de que una persona con discapacidad visual visite un supermercado.

Las personas con discapacidad visual necesitan de ayuda al momento de realizar cualquier diligencia, es decir, necesitan de personas, instrumentos de apoyo o perros guías que les facilite la movilidad y realización de sus actividades, es especial, en espacios públicos. En la actualidad se infiere una situación adversa para las personas con discapacidad visual al momento de la interacción en espacios públicos como los supermercados, ya que no es evidente una comunicación planificada y dirigida hacia ellos con el objetivo de facilitar el proceso de compra y comunicación y por ende mejorar la experiencia del usuario.

Por lo anterior, se plantea la pregunta: ¿Cuáles son las dificultades y limitaciones de comunicación a las que se enfrentan las personas con discapacidad visual dentro de los supermercados de la ciudad de Guatemala?

## **1.5. Alcances**

El objeto de estudio es el proceso de comunicación que ocurre cuando las personas con discapacidad visual visitan un supermercado; en este sentido la investigación abarca realizar entrevistas a personal de supermercados y personas con discapacidad visual que los visitan con el fin de analizar los procesos de comunicación que se propician en la interacción de los actores antes mencionados.

La investigación es un análisis del proceso de comunicación que ocurre cuando personas con discapacidad visual (sujetos involucrados en el estudio) visitan supermercados para realizar sus compras y diligencias. Por lo anterior, es menester de la investigación indagar sobre políticas de comunicación con las que cuente el supermercado, describir las experiencias y la opinión de las personas con discapacidad visual con relación al tema y analizar un proceso de compra específico; para determinar y analizar las dificultades en el proceso de comunicación en esta situación.

## **1.6. Limites**

El análisis está dirigido en dar a conocer las opiniones de las personas afiliadas del Consejo Nacional Para la Atención de las Personas con discapacidad (CONADI) específicamente personas con discapacidad visual, La Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala y el Depto. de Responsabilidad Social de Supermercados La Torre en la ciudad de Guatemala.

La investigación se mantiene en un enfoque cualitativo, con método analítico e inductivo; no se pretende un estudio correlacional, es decir, encontrar la relación entre variables sino una descripción y análisis. Lo anterior es importante debido a que, se incluye en la investigación, trabajo de campo específico que involucra a persona con discapacidad visual y las circunstancias que se generan en el proceso de comunicación al visitar un supermercado

## Capítulo II

### 2. Marco teórico

#### 2.1. Definiciones fundamentales de la comunicación

De acuerdo con el informe titulado "Diagnóstico y propuesta para mejorar la comunicación interpersonal entre docentes y alumnos de primer ingreso" indica que, "la comunicación es un fenómeno de interacción social. Toda sociedad la necesita, para su desarrollo, establecer relaciones entre los hombres, y éstos con sus instituciones. Y para ello, es incuestionable que debe hacerlo utilizando la comunicación, en cualquiera de sus manifestaciones" (Ortega, 2013, p. 9).

La comunicación es el medio que conecta con la sociedad; un el elemento esencial de la vida que permite transmitir toda clase de emociones, pensamientos, un proceso del cual el hombre ha hecho posible el avance científico, tecnológico y en todos los órdenes de la vida.

"La comunicación es tan antigua como el hombre. Es el motor del progreso y el desarrollo que lo ha acompañado en el camino de las conquistas tecnológicas, científicas, artísticas etcétera." (Castro, 2011, p. 16).

Según Ongallo indica que "comunicar en el sentido estricto, es entregar a alguien algo propio, por lo general, información. Entonces, la comunicación supone el diálogo, lo cual implica que cada uno de los interlocutores acepta al otro como persona diferente y autónoma" (2007, p. 13).

Entendiendo que la palabra "comunicación" tiene múltiples sentidos que ayudan a comprender mejor los procesos de comunicación y los modelos teóricos existentes.

## **2.2. Barreras de la Comunicación**

“Se le llamará barreras de comunicación a todas las interferencias que impiden un libre flujo de mensajes entre un comunicador y un perceptor” (Interiano, 2001, p. 17).

Durante el proceso de comunicación puede presentarse algunos obstáculos que dificultan la comunicación, y es necesario detectarlos, evitarlos y lograr así, que sea eficiente; a dichos obstáculos se les denomina barreras de comunicación y Tompson afirma que se clasifican en:

- **Barreras semánticas**

Estudian el significado de las palabras, obteniendo a través de ellas varios significados. El emisor puede transmitir palabras con significados variables, pero el receptor puede interpretarlas de una manera distinta o llegar al punto de no entenderlas, dando como resultado una mala interpretación y descomposición en el mensaje.

- **Barreras físicas**

Son barreras que no se presentan en las personas sino en el entorno en el que se está dando, esto impide que se tenga como resultado una buena comunicación. Un ejemplo claro pueden ser los ruidos por parte de otros objetos, una distancia no prudente para escuchar el mensaje, alguna falla por partes de los medios de comunicación actualmente utilizados como: celular, radio, televisión, micrófono, etcétera.

- **Barreras fisiológicas**

Impiden transmitir con claridad y precisión el mensaje, debido alteraciones fisiológicas por parte del emisor o receptor. Estas barreras pueden afectar cualquier de los sentidos de una forma total o parcial. Las alteraciones se pueden dar en los sentidos como la deficiencia en la escritura, lectura, música o sonidos con un volumen alto.

- **Barreras psicológicas**

Son representadas de una situación psicológica por parte del emisor o receptor por medio de la información. Puede ocasionarse por agrado o rechazo. Esta puede deberse por estados emocionales tales como: la tristeza, el odio, el miedo, o la felicidad. También puede estar relacionadas con prejuicios de una aprobación o desaprobación, una escritura mal leída que no se entienda el fin del mensaje.

Las barreras de la comunicación se pueden dar por falta de supuestos no aclarados, distorsión semántica, déficit de expresión, una mala transmisión a través de medios de comunicación, discapacidad por el emisor o receptor, una comunicación impersonal, sobrecarga del mensaje, sentimiento de amenazas, miedos, malinterpretación del mensaje. Para el emisor o receptor el de importancia el desbloqueo de las barreras mencionadas creando soluciones para que el proceso de comunicación sea efectivo.

## **2.3. Sistemas de comunicación para las personas con discapacidad visual**

### **2.3.1. Discapacidad visual**

Se considera discapacidad visual a la limitación del sentido de la vista pudiendo ser total o parcial. Dicha discapacidad implica una ausencia de capacidad para realizar una actividad dentro de los términos considerados como normales, restringiendo el desempeño de un rol de actividades y oportunidades para participar equitativamente dentro de la sociedad.

La Convención Internacional de la ONU en esta materia define de manera genérica a quien padece de discapacidades como persona con discapacidad. Es importante conocer la manera correcta al referirse de una persona que tenga discapacidad visual... "pueden ser considerados despectivos o peyorativos, ya que para algunas personas dichos términos etiquetan a quien padece la discapacidad, lo cual interpretan como una forma

de discriminación” (Rodríguez, 2013, p. 5). Se considera correcto el uso del término: persona con discapacidad visual

Las instituciones que apoyan a las personas con discapacidad visual consideran que por ningún motivo se deben usar los términos ‘persona disminuida’, ‘minusválida’ o ‘limitada’. Las personas con discapacidad visual observan su entorno con una capacidad diferente a la de los demás. Al no tener el sentido de la vista, muchos de sus conocimientos se limitan, esto automáticamente transmite que son personas sin malicia.

### **Clasificación de la discapacidad visual**

Según la OMS mundialmente, se calcula que aproximadamente 1300 millones de personas viven con alguna forma de deficiencia de la visión de lejos o de cerca.

Con respecto a la visión de lejos, 188,5 millones de personas tienen una deficiencia visual moderada, 217 millones tienen una deficiencia visual de moderada a grave, 36 millones tienen ceguera (1) y 826 millones de personas padecen una deficiencia de la visión de cerca (Salud, 2018).

Según la clasificación Internacional de Enfermedades indica que la función visual se subdivide en cuatro grupos:

- Leve: agudeza visual inferior a 6/12
- Moderada: agudeza visual inferior a 6/18
- Grave - agudeza visual inferior a 6/60
- Ceguera - agudeza visual inferior a 3/60

Se puede decir que la deficiencia visual es una carencia visual que no es en su totalidad, creando dificultad para realizar varias actividades.

Por otro lado, discapacidad visual según define Alemania, su clasificación es de acuerdo con el nivel de discapacidad utilizando porcentajes; como ejemplo, si una persona

puede reconocer un objeto con una distancia de 10 metros, cuando una persona con una visión normal lo reconocería a 100 metros, se dice que la persona con discapacidad tiene una visión del 10% en lugar del 100% (visión = agudeza visual = 0.1) (Zeizz, 2017).

Existen otros criterios acerca de la clasificación de la visión según Barraga lo cual estableció cuatro niveles de discapacidad visual:

- Ceguera: Carencia de visión o solo percepción de luz. Imposibilidad de realizar tareas visuales.
- Discapacidad visual profunda: Dificultad para realizar tareas visuales gruesas. Imposibilidad de hacer tareas que requieren visión de detalle.
- Discapacidad visual severa: Posibilidad de realizar tareas visuales con inexactitudes, requiriendo adecuación de tiempo, ayudas y modificaciones.
- Discapacidad visual moderada: Posibilidad de realizar tareas visuales con el empleo de ayudas especiales e iluminación adecuada similares a las que realizan las personas de visión norma. (Barraga, 1992).

“Otra clasificación que resulta ser de mayor interés, aunque existen factores son susceptibles, se debe de evaluar la función visual (tales como la motilidad ocular, la percepción cromática, la sensibilidad al contraste, la visión nocturna, etcétera.)” (Rollán, 2013, p. 20), para calcular el grado de deficiencia visual se deben de tomar en cuenta estas dos variables:

- Agudeza visual: capacidad para percibir la figura y la forma de los objetos, así como para omitir sus detalles. Para medirla se utilizan generalmente los optotipos o paneles de letras o símbolos.
- Campo visual: capacidad para percibir los objetos situados fuera de la visión central (esto es, la que corresponde al punto de visión más nítido). La valoración del campo visual se realiza a través de la campimetría (Rollán, 2013).

## **Causas de la discapacidad visual**

En muchos casos, la discapacidad visual es causada por enfermedades degenerativas originadas en la retina del ojo, según:

- Retinosis pigmentaria (RP): la retinosis pigmentaria "es un conjunto de degeneraciones progresivas de carácter hereditario entre cuyos efectos se encuentra la destrucción de la retina y de la mácula del ojo" (Zeizz, 2017).

Según investigaciones no existen tratamientos que ayuden a bajar su intensidad. Esta enfermedad produce deficiencia en entornos de luz tenue y ceguera nocturna restricciones y pérdidas en el campo visual, alteraciones en el contraste y en la percepción del color y sensibilidad al deslumbramiento. Este proceso se da gradualmente y de una manera lenta que puede tardar hasta décadas.

- Degeneración macular (DM): "en la degeneración macular (DM) se deteriora la retina de la persona" (Zeizz, 2017).
- Síndrome de Usher: el síndrome de Usher comienza con un problema auditivo hereditario (sordera total o parcial) al cual se une, en un estadio posterior, una creciente deficiencia visual. "En este caso también estamos hablando de retinosis pigmentaria, es decir, de una degeneración de la retina" (Zeizz, 2017).

Los sistemas o medios que utilizan las personas con discapacidad visual se ubican primariamente en el plano auditivo por el desarrollo que se da a través de los años, siendo uno de los sentidos más utilizados por las personas con discapacidad visual.

A continuación, se presentan los sistemas principales utilizados por las personas con discapacidad visual.

### **2.3.2. El alfabeto Braille**

Sistema creado por Luis Braille, nacido el 4 de enero de 1809 en Coupvray, cerca de París. Su discapacidad visual se dio por un accidente a los 3 años. En 1818 fue enviado a la Escuela para Ciegos de París, creada por Valentin Hauy, haciendo progresos avanzados en sus estudios, en especial la música y la ciencia, dotándose como intérprete de violonchelo y órgano (Discapnet, 2004).

Louis Braille fue profesor del Instituto donde se educó en 1828, iniciando la idea de hallar un sistema que permitiera a la persona con discapacidad visual leer y escribir en relieve, variando la idea de Charles Barbier de la Serre (oficial de artillería francés). El método de escritura utiliza puntos y guiones en relieve sobre un cartón, permite a las personas con discapacidad visual leer las letras, números, signos matemáticos y notas musicales.

Es uno de los sistemas principales como medio de comunicación para las personas con discapacidad visual. Dicho sistema nacido en el siglo XIX, basado a través de un símbolo que forma seis puntos, los cuales están en relieve representando una letra o un signo en la escritura en caracteres visuales.

Una de las primeras impresiones en relieve sobre papel para la lectura de personas con discapacidad visual fue en el año 1784 desarrollada por Haüy, utilizando letra itálica. Luego se fueron ensayando otros tipos de letra. La necesidad de que las letras fueran de un tamaño más grande hacía que los libros fueran voluminosos y extensos.

El único sistema utilizado de letras de líneas (caracteres formados por líneas en relieve) se basa en los perfiles de las letras de imprenta y fue desarrollado por el inglés William Moon en 1847 (Discapnet, 2004).

“El tamaño y distribución de los 6 puntos forman el llamado Signo Generador. Las terminaciones nerviosas de la yema del dedo captan este tamaño. Este signo sólo permite 64 combinaciones de puntos” (Discapnet, 2004).

Actualmente se utilizan máquinas de escribir para la comunicación de las personas con discapacidad visual además de pizarras que guían al escrito para la formación de caracteres braille. Existe la máquina de escribir Hall Braille, siendo una modificación de la máquina de escribir normal, creando caracteres Braille en papel.

### **2.3.3. Sistema dactilológico.**

Este sistema consiste en hablar mediando cambios de posición de los dedos, acompañado por movimientos ligeros de la mano. Cada letra se hace sobre la palma de la mano de una persona que tenga discapacidad visual.

“Durante mucho tiempo se conoció como sistema de comunicación para sordociegos por excelencia porque fue el utilizado por Anne Sullivan para enseñar a Helen Keller” (Penn, 1962).

Dicha comunicación existe para personas sordociegas, y es adaptada cada vez para una recepción táctil clara y concisa sobre la palma de la mano de una persona con discapacidad visual. Además, permite una transcripción de letra por letra de cada mensaje, utilizando las mismas escrituras lingüísticas del código fonético-auditivo, siendo un método de análisis en el que se requiere una buena capacidad de síntesis para la integración de cada palabra.

“Este sistema presenta distintas variaciones en cada país, así por ejemplo podemos encontrar el alfabeto LORM, (utilizado en la República Checa y algunos países de habla alemana), el MALOSI, (Italia), alfabetos bimanuales (Inglaterra, Dinamarca, etcétera.)” (Asociade, 2017).

Existen varios sistemas de comunicación, pero... “es de especial importancia la utilización de un tercer canal: el tacto, que se convierte en el recurso más importante en la vida de una persona con deficiencia visual” (Asociade, 2017). Durante muchos años fue uno de los únicos medios de lectura para una persona con discapacidad visual a través de sistema Braille leyéndose con la yema del dedo índice.

En la actualidad se encuentran audio libros o lectores de pantalla en una computadora los cuales facilitan con rapidez la asimilación de textos. Así mismo se implementó el tiflocine desarrollado y creado por a La Fundación Viva en Bolivia, el cual consiste en que los personajes aparte de los diálogos entre ellos hay una voz en tono bajo que describe las imágenes.

#### **2.4. Análisis del proceso de comunicación a personas con discapacidad visual**

Los seres humanos con problemas de discapacidad desde el nacimiento (ceguera o baja visión) desarrollan el lenguaje oral de forma normalizada (con algunas peculiaridades) si reciben una estimulación sensorial y psicomotriz adecuada desde los primeros meses de vida

Cuando la persona con discapacidad visual ha tenido la oportunidad de acceder y desarrollar el lenguaje a través de sus restos visuales y/o auditivos, ha podido aprender a comunicarse a través de uno o varios sistemas (el oral, el táctil y el escrito), a partir de ello debe aprender a utilizar sistemas alternativos y aumentativos de comunicación, que le permitan ampliar sus recursos comunicativos.

La comunicación juega un papel muy importante en la vida de las personas con discapacidad visual, como bien se sabe, es un proceso que permite transmitir información, ideas, pensamiento, sentimientos entre dos personas o más.

Los sistemas de comunicación que utilizan las personas con discapacidad visual son particulares, lo cual no siempre es perceptible por el mundo convencional; debido a lo anterior y para comprenderlo, se hace necesario convivir con personas con discapacidad visual y así poder hacer este un punto objeto de estudio.

Dentro de los elementos de comunicación puede existir variabilidad en el mensaje cuando es dirigido a una persona con discapacidad visual. El sentido del tacto y el oído se convierten en los principales receptores para un libre flujo de comunicación, rompiendo toda clase de barrera comunicacional.

Los elementos de la comunicación están conformados por:

- **Emisor**

Es quien emite el mensaje, de él depende que los mensajes que envía sean correctamente descodificados por quienes los reciben. “El comunicador juega un papel importantísimo en el proceso de comunicación y está sujeto, a emitir sus mensajes, a una serie de circunstancias que influyen directa o indirectamente en la elaboración y posterior transmisión de sus mensajes” (Interiano, 2001, p. 12).

- **Perceptor o receptor**

Este es el que recibe el mensaje que le envía el comunicador, puede ser individual o colectivo. “El perceptor analiza, sintetiza y da una respuesta a los mensajes que recibe. Esta respuesta recibe diferentes nombres: retorno, retroalimentación, *feedback*, etcétera. El emisor y receptor están sujetos a los diferentes factores que afectan la órbita de emisión y recepción de información” (Interiano, 2001, p. 13).

- **Mensaje**

“Es el elemento objetivo del proceso, lo que el emisor estructura y llega a los sentidos del perceptor, el cual solo se produce si responde a un determinado código” (Interiano, 2001, p. 15). Es la información que deseamos transmitir; el conjunto de ideas, pensamientos, sentimientos que el emisor o comunicador envía al perceptor.

- **Canal**

Es el medio a través del cual se transmiten los mensajes. Por esa razón puede llamársele también simplemente “medio”. “Los canales o medios de comunicación son diversos y dependen de las circunstancias y necesidades históricas de la humanidad. Desde el principio, el ser humano como ente transformador de su entorno se han utilizado diversos canales” (Interiano, 2001, p. 17).

- **Código**

“Conjunto estructurado de signos, sobre la base de ciertas leyes propias utilizado para la elaboración de mensajes. Se entiende por código al sistema organizado de signos y señales que permiten transmitir pensamientos y sentimientos que pueden estar sujetos al cambio” (Interiano, 2001, p. 19).

- **Contexto**

“El contexto es el marco socioeconómico y cultural donde se difunden los mensajes en un determinado período histórico” (Interiano, 2001, p. 20). Se dice que cada mensaje debe ser elaborado y transmitido a un determinado grupo de personas. En otras palabras, debe hacer referencia o referirse a un contexto determinado.

- **Retorno**

“Proceso por el cual se da una respuesta a los mensajes que se reciben, también llamado retroalimentación. El retorno no es únicamente la respuesta verbal a un mensaje, es también la respuesta a nivel de conducta, actitud, o la incomunicación” (Interiano, 2001, p. 22).

Al tener una discapacidad visual, afecta la calidad de vida de las personas, puesto que las tareas cotidianas no se realizan con la misma eficacia, así como la interacción con el entorno, esto lleva a la utilización de distintos instrumentos como el bastón, para que la persona con discapacidad visual pueda guiarse e integrarse a las actividades sociales en general.

Para facilitar una comunicación dirigida a personas con discapacidad visual es de esencial importancia utilizar en la mayoría de los textos impresos una escritura Braille. Existe un gran número de personas con deficiencia visual, que no es una pérdida total de la visión, por ello también se sugiere que los documentos existentes tengan textos que presenten contraste con el fondo.

La discapacidad visual no aísla a la persona, sino que la impulsa a consumir el mayor volumen de información que pueda adquirir para desenvolverse de manera igual que el resto de las personas videntes. Las necesidades urgentes de las personas con discapacidad visual, además de la sensibilización de la sociedad hacia la discapacidad, lo constituyen los requerimientos tecnológicos. Las ayudas técnicas e instrumentos tecnológicos favorecen significativamente el acceso de estas personas a los medios de comunicación masivos.

Es en ese sentido se deben de actualizar los servicios públicos, privados con el acceso a la información, con un modelo integral de atención a los usuarios en este caso con discapacidad visual, sin embargo, se trata de espacios especializados, no exclusivos o excluyentes. Cuyo propósito es otorgar calidad de atención vinculada a la participación de personas con discapacidad visual.

## **2.5. Tecnologías de la información y comunicación para las personas con discapacidad visual**

Desde que la tecnología comenzó a tener auge en la vida de cada persona, los avances han sido inimaginables. Gracias a esto, se han ido desarrollando muchas herramientas y aplicaciones digitales, en este caso inclusivas, que han facilitado el estilo de vida de las personas con discapacidad visual.

El siguiente cuadro resume las distintas aplicaciones digitales y herramientas de la tecnología utilizadas como apoyo diario a las personas con discapacidad visual.

## 2.5.1. Aplicaciones digitales para las personas con discapacidad visual

### TALK BACK

Esta aplicación de Google, incluida en los dispositivos Android, es un lector de pantalla y funciona por medio de la emisión de mensajes de voz para que el usuario sepa qué sucede en su móvil sin ver la pantalla, incluyendo los menús y las redes sociales. Por seguridad y protección de datos sensibles, no lee contraseñas o números de tarjetas de crédito.

### SULLIVAN

Es una aplicación que ayuda a mejorar la accesibilidad a las personas con discapacidad visual percibida a través de la cámara de un smartphone. Con una toma se puede obtener ayuda que mejor se adapte a la situación. La aplicación cuenta con: reconocimiento de texto, de rostros y color, descripción de imágenes, brillo de la luz y función de lupa.

### BE MY EYES

Esta aplicación diseñada para que personas videntes que tienen la voluntad de que puedan asistir a personas con discapacidad visual. Es un sistema parecido al de apuntar con la cámara y describir, pero que lo hará alguien al otro lado. Funciona de esta manera: si la persona tiene discapacidad visual, permite compartir videos en tiempo real de las situaciones en las que necesita ayuda.

### MAP4ALL

Esta aplicación busca facilitar el acceso a personas con discapacidad visual (y otras), ofreciendo información sobre puntos con problemas de movilidad, semáforos sin sonido o falta de rampas.

### SPEAK

Esta aplicación ayuda a las personas con discapacidad visual con las lecturas. Leerá cualquier texto capturado por la cámara. Se puede usar para leer cualquier cosa, desde letreros de calle hasta periódicos. La aplicación ha sido específicamente diseñada para detectar texto en "fotos malas".

### BRaille BACK

Este sistema ha sido integrado a Android, a pesar de que las pantallas no tienen superficies con textura. Se puede conectar una pantalla braille a través de bluetooth y utilizarla junto al lector Talkback para ofrecer un servicio combinado de voz y braille. Una de las opciones más completas.

### AIPOLY VISIÓN

Esta plataforma cuenta con distintas funciones como el reconocimiento de objetos y colores en tiempo real. Con el dispositivo, los usuarios deben apuntar hacia los objetos que desean identificar y la aplicación se encargará del resto.

### TTS (TEXT TO SPEECH)

La más importante es la Síntesis de Voz de Google que permite que un texto sea trasladado a la voz. Disponible en multitud de idiomas.

### APP&TOWN Y EYE-D

Es una aplicación de transporte estándar, añade una guía enfocada para personas con discapacidad visual. Por otro lado Eye-D detectará la posición y ayudará a navegar por los sitios que están cerca, en que ubicación se encuentra o recibir ayuda y asistencia. Una app en desarrollo y actualización continua.

### LAZARILLO GPS

Una aplicación muy completa que utiliza el GPS e informa con todo detalle de las rutas, entornos, tiendas y servicios cercanos. Una guía auditiva compatible con Talkback.

## 2.5.2. Herramientas tecnológicas para las personas con discapacidad visual

### HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL

#### ANILLO PARA LEER CUALQUIER TEXTO

Interpreta textos impresos gracias a un dispositivo similar a un anillo capaz de reconocer texto y leerlo en voz alta. El anillo debe estar conectado a un ordenador que es el que realiza la interpretación y la lectura del texto, pero sus creadores están desarrollando una versión que podría ejecutarse en un teléfono móvil.

#### PANTALLA "TÁCTIL" CAPAZ DE CREAR FIGURAS Y BRAILLE

Bautizado "Ferrotouch" por su creadora, Katie Cagen, se trata de una especie de tableta que usa un ferrofluido –una especie de metal líquido- bajo el cual se coloca una matriz de electroimanes y es recubierto por una superficie flexible. Los imanes interactúan con el ferrofluido para crear formas reconocibles al tacto en la superficie.

#### GAFAS INTELIGENTES

Desarrolladas en la Universidad de Oxford aprovechan esa visión residual de los ciegos para permitirles orientarse y navegar a través de entornos desconocidos. Las gafas utilizan un sistema de cámaras y software para detectar los objetos cercanos y presentarlos de forma reconocible para el usuario.

Fuente: elaboración propia, abril 2020.

## **2.6. Legislación de atención a personas con discapacidad visual**

La legislación guatemalteca establece según el decreto número 135-96 la Ley de Atención a las Personas Con Discapacidad, la cual especifica lo siguiente:

### **Artículo 2. Objetivos de esta Ley**

- a) Servir como instrumento legal para la atención de las personas con discapacidad para que alcancen su máximo desarrollo, su participación social y el ejercicio de los derechos y deberes en nuestro sistema jurídico.
- b) Garantizar la igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad en ámbitos como: salud, educación, trabajo, recreación, deportes, cultura y otros.
- c) Eliminar cualquier tipo de discriminación hacia las personas con discapacidad.
- d) Establecer las bases jurídicas y materiales que le permitan a la sociedad guatemalteca adoptar las medidas necesarias para la equiparación de oportunidades y la no discriminación de las personas con discapacidad.
- e) Establecer los principios básicos sobre los cuales deberá descansar toda la legislación que se relaciona con las personas con discapacidad.
- f) Fortalecer los derechos y deberes fundamentales de las personas con discapacidad.
- g) Crear el ente con carácter de coordinador, asesor e impulsor de las políticas en materia de discapacidad.
- h) Definir a la persona con discapacidad y determinar las medidas que puedan adoptarse para su atención. (Ley de atención a las personas con discapacidad)

Esta ley establece en el capítulo III una institución que velara por los derechos de las personas con discapacidad. Entiéndase por discapacidad a personas minusválidas y personas con limitaciones físicas, psíquicas o sensoriales.

**Artículo 22:** Se crea el Consejo Nacional para la Atención de las personas con discapacidad, como entidad autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propio y con carácter coordinador, asesor e impulsor de políticas generales en materia de discapacidad. Su conformación, organización, su funcionamiento y ámbito de acción estarán definidos en el reglamento de la presente ley. El Consejo Nacional tendrá plena capacidad para adquirir derechos y obligaciones para lo cual elegirá entre sus miembros, a su junta directiva, para un período de dos años.

**Artículo 24:** El Consejo Nacional para la Atención de las Personas con Discapacidad, estará integrado por delegados del sector público y de la sociedad civil, incluyendo las universidades del país, que realizan acciones en las diversas áreas vinculadas a la rehabilitación integral, en materia de discapacidad.

Garantizándoles educación, salud y acceso a la información y a la comunicación según los artículos siguientes:

**Artículo 25:** La persona con discapacidad tiene derecho a la educación desde la estimulación temprana hasta la educación superior, siempre y cuando su limitación física o mental se lo permita. Esta disposición incluye tanto la educación pública como la privada.

**Artículo 26:** El Ministerio de Educación Pública promoverá la formulación de programas educativos que contengan las necesidades especiales de las personas con discapacidad.

**Artículo 45:** El Estado deberá desarrollar políticas sociales y económicas que garanticen a la persona con discapacidad, su desarrollo físico, social y mental en condiciones dignas.

**Artículo 47:** El Ministerio de Salud pública y Asistencia Social y el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, deberán ofrecer servicios de rehabilitación integrar a las personas con discapacidad, en todas las regiones del país, donde cuenten con centros de salud o centros asistenciales, respectivamente.

**Artículo 61:** Las instituciones públicas y privadas deberán garantizar que la información correspondiente a la discapacidad, dirigida al público, sea accesible a todas las personas.

## **2.7. Personas con discapacidad visual ante la sociedad**

En las calles de cualquier ciudad se encuentran obstáculos como: hoyos, banquetas, gradas, etcétera. Sin embargo, no todas las personas en la ciudad pueden hacerlo, o al menos no con la facilidad que a los demás se les hace. Las personas con discapacidad visual tienen que lidiar día tras día con lo mismo. Sin embargo, los enemigos no son los hoyos ni las banquetas, es la misma sociedad que al momento de observar a una persona con discapacidad visual es muy raro que se acerquen para ayudar, y si en algún momento es así, es porque la persona lo solicita.

Muchos de los obstáculos que encuentra una persona con discapacidad visual son, a partir del trabajo, la movilidad en calles, lugares públicos e incluso en la misma familia tratando de sobreproteger haciendo las cosas que creen que las personas con discapacidad visual no pueden hacer, cuando en realidad lo que no existe es la educación especial para saber cuáles son los parámetros para las personas discapacitadas.

Existen instrumentos que apoyan a la movilidad de las personas con discapacidad visual, uno de ellos: el bastón, siendo uno de los instrumentos esenciales para orientar la movilidad en lugares públicos y privados, tan útil para prevenir el lugar donde están aproximados a caminar, utilizándolo al ras del piso para evitar una caída. Los bastones

son plegables y pueden llegar a tener una parte fluorescente para que las demás personas sepan quien lo aporta cuando no hay mucha claridad. Por seguridad los bastones tienen una banda elástica que se asegura a la muñeca de la persona con discapacidad visual.

Otra manera para una mejor la movilización de las personas con discapacidad visual son los perros guías, siendo excelentes compañeros de vida, pero siempre existen impedimentos que pueden perjudicarlos, y es que en muchos lugares privados y públicos les es negado el acceso por no permitir mascotas.

Muchos casos se han dado en varios países incluyendo Guatemala, en donde se puede apreciar el desprecio hacia las personas con dicha discapacidad, puesto que no reciben ningún apoyo para que puedan disfrutar de los mismos derechos de las personas videntes.

Personas con discapacidad visual, usuarios de perros guías, representantes de la asociación Amigos de los Lazarillos, del ministerio de Salud pública, del Comité Pro-Ciegos y Sordos de Guatemala, AGUAPEDIV y el CONADI han convocado una serie de reuniones para analizar cada situación que pueda ser un impedimento de movilización para las personas con discapacidad visual. Existe el anteproyecto de iniciativa de la ley sobre perros guías, buscando evitar la discriminación en lugares en donde si puede acceder una mascota. Es importante indicar que, en Guatemala, solamente 5 personas hacen uso de este tipo de apoyo. (CONADI).

## **2.8. Instituciones sin fines lucrativos que apoyan a las personas con discapacidad visual en Guatemala**

Una institución sin fines de lucro se conforma para el bien público, comúnmente son formadas con fines religiosos o con propósitos educativos.

Existen varias instituciones en Guatemala que tiene en común un objetivo y es la finalidad social, humanitaria, cultural, comunitaria, etcétera. Estas son financiadas a través de donaciones y ayuda económica de empresas, organizaciones, entre otras.

Las distintas asociaciones que contribuyen al cuidado y programas especiales para personas con deficiencia visual son las siguientes:

- **Consejo Nacional para la Atención de las personas con discapacidad  
CONADI**

Es entidad autónoma con personería jurídica y patrimonio propio con carácter coordinador, asesor e impulsor de las políticas generales en materia de discapacidad (CONADI, s.f.).

- **Asociación Guatemalteca de Apoyo al Limitado Físico-AGALFI-**

Es una asociación no lucrativa de la sociedad civil integrada por personas con discapacidad, sus familiares y amigos, creada con la finalidad de promover el desarrollo integral de las personas con discapacidad, desde acciones propias, locales, nacionales e internacionales (CONADI, 2015).

- **FUNDAL**

Es una organización privada, no lucrativa, que desde 1998 brinda servicios educativos a bebés, niñas, niños y jóvenes con sordoceguera y discapacidad múltiple con componente sensorial (CONADI, 2015).

- **ASCATED**

Es una institución no gubernamental de servicio sin fines de lucro, con personería jurídica propia según Acuerdo Gubernativo No.412-94, que brinda Asistencia Técnica

y Capacitación a Organismos Gubernamentales, no Gubernamentales e Internacionales en aspectos de educación y discapacidad (CONADI, 2015).

- **Benemérito Comité Pro-Ciegos y Sordos de Guatemala**

Es una Institución privada no lucrativa, social y educativa, fundada el 3 de diciembre de 1945.

El Congreso de la República de Guatemala le otorgó el título y dignidad de Benemérita Institución el 27 de octubre de 1998. “Por su encomiable labor que ha beneficiado ampliamente, sin discriminación alguna a la población guatemalteca” (Benemérito Comité Pro-Ciegos y sordos, 2014).

Cada institución contiene programas que benefician a personas con discapacidad visual. El Consejo Nacional para la Atención de las personas con discapacidad (CONADI) es una de las primeras instituciones que aparece al momento de una búsqueda para el apoyo de la discapacidad visual gracias al su renombre y posicionamiento que ha ido en crecimiento.

## **2.9. Comportamiento del comercio general hacia las personas con discapacidad visual**

La discapacidad visual es un tema poco relevante para muchos de los comercios existentes; en Guatemala existe un porcentaje mínimo de personas con dicha discapacidad, por consecuente el enfoque no se prioriza en la integración social que puede tener un resultado satisfactorio.

Las nuevas tecnologías han sido favorecedoras para muchos de los comercios que no toman a las personas con discapacidad visual un tema como relevante. La inclusión digital ha facilitado la movilidad en muchos lugares públicos y privados que hacen desentender a los comercios sobre un servicio al cliente mejorado e inclusivo, evadiendo la realidad de la situación en cuanto a la discapacidad visual y sus causas.

Muchas de las aplicaciones ya desarrolladas para mejorar la transmisión del mensaje para las personas con discapacidad visual, colaboran a la identificación de objetos, palabras, colores y formas. La mayoría de las aplicaciones tienen un sistema auditivo que facilita y brinda seguridad al momento que deseen adquirir algo para la necesidad.

Existen pocos comercios en la ciudad de Guatemala que le han dado un enfoque a temas de inclusión, las marcas existentes no se quedan atrás, hay marcas de medicina que en la caja donde vienen sus instrucciones traen impreso la información necesaria con el sistema Braille que la personas con discapacidad visual necesita saber, esto sirve de auto ayuda para a corroborar que la medicina que se está brindando sea la correcta.

El Benemérito Comité Pro-Ciegos y Sordos de Guatemala incita a las instituciones existentes, organizaciones y empresas a que sean inclusivos en sus servicios el sistema braille, para mejorar la comunicación y formar parte de la adaptación necesaria para las personas con discapacidad visual.

Claudia Cumes, Directora de Rehabilitación de Pro-Ciegos y Sordos, indica que cuando existe un sistema Braille o herramienta que apoye a la persona con discapacidad visual que facilite la obtención de información en lugares públicos o privados, automáticamente la persona se siente incluida, confiada, y cómoda por ser tomada en cuenta.

Según Cumes opina “Es importante que la población se preocupe que las personas puedan tener accesibilidad, que es parte de la inclusión, que también incluye movilidad y que no haya obstáculos para que se puedan movilizar” (Maldonado, 2018).

La Directora de Rehabilitación explica que el Benemérito Comité Pro- Ciegos y Sordos de Guatemala, ofrece la atención necesaria a 250 mil personas con discapacidad visual y auditiva, 1 mil 600 han sido beneficiados en el área de educación y rehabilitación.

McDonald's un ejemplo que con el apoyo del Benemérito Comité Pro- Ciegos y Sordos de Guatemala, se puede encontrar dentro de sus restaurantes un menú con el sistema Braille para que las personas con discapacidad visual tengan el fácil acceso a la información para que se pueda elegir el menú deseado.

Dicho que McDonald's ha trabajado la inclusión del sistema Braille desde principios del año 2018; se resalta que esto se ha replicado en otros restaurantes de comida rápida como Taco Bell, Pollo Campero, en algunos hoteles reconocidos, así como marcas existentes que incluyen en sus empaques la comunicación en Braille que permite facilidad en su lectura como las medicinas.

## **2.10. Supermercados**

Son empresas abastecidas de productos de consumo de primera y segunda necesidad, ofreciendo una variedad de marcas y sus características, con el fin de satisfacer las necesidades de los compradores.

Cada uno de los productos está organizado por pasillos además de estar distribuidos según las estrategias de marketing. Cada cliente que visita un supermercado recorre cada pasillo según sus señalizaciones con canastas o carritos para colocar los productos deseados. Los productos que ofrecen los supermercados son artículos de consumo diario, ropa, electrodomésticos, muebles, etcétera.

La iluminación, el orden y la distribución es fundamental en los establecimientos, da como resultado un impacto indirecto al consumidor.

### **Antecedentes de los supermercados**

En EEUU, donde presumiblemente se originó el formato de supermercados, ...“la referencia más clara de este estilo de venta se da en las tiendas denominadas Trading Post, cuya apariencia es posible observar en las viejas películas del Oeste y donde se expendía desde harina de trigo hasta balas para el rifle) ” (López, 2012, p. 2).

Este estilo de tienda se maneaba el mismo estilo de los supermercados que actualmente visitamos en todo el mundo. Cada sitio era exactamente donde debía estar estratégicamente, la gran variedad de productos, el servicio al cliente esencial en cada caja y la carreta para llevar todos los artículos necesarios.

En la segunda década de 1900, dan relevo a las primeras tiendas de comestibles, ...”transcurriendo el tiempo serían llamadas “autoservicios”, una novedad con su sistema distribución, que se aplicaría con rotundo éxito a la industria de alimentos en el crecimiento industrial y social que experimentaban todas las sociedades occidentales después de la Primera Guerra Mundial” (García, 2008, p. 2).

- **Supermercados La Torre**

“Una cadena de tiendas es “Supermercados la Torre” propiedad del Señor Ernesto Ruiz Sáenz de Tejada, el cual compró un negocio de leche, llamado Cremería París en el año 1950, ubicado en la 7ª avenida entre primera y segunda calle de la zona 9” (López, 2012, p. 4). En su historia cuenta que repartía lácteos a domicilio con una bicicleta a partir de las cuatro de la mañana. Pasando el tiempo los clientes le pedían otro tipo de productos como frutas y verduras motivo por el cual empezó a vender otro tipo de productos.

Don Neto y su esposa, doña Margarita Sinibaldi de Ruiz alquilaban una casa cerca de su negocio, en donde el dueño de la propiedad construyó un local más grande con una mejor distribución; dando inicio del primer supermercado La Torre, nombrado así por su ubicación cercana a la Torre del Reformador, en la zona 9 capitalina.

Tras la entrada de la multinacional Walmart como marca comercial en 2011, supermercados La Torre siguió consolidando su crecimiento y aceptación entre los consumidores guatemaltecos. Así es como el 2011 fue el mejor año en crecimiento al inaugurar un total de seis nuevos supermercados en lugares como Amatitlán, Mazatenango, Central sur, Reforma, Petén y zona 16 de Guatemala (Torre, s.f.)

Hasta la fecha existen 84 supermercados La Torre y 16 Supermercados Express en distintos puntos del país de Guatemala.

- **Supermercados Paiz**

Uno de los primeros supermercados en ser fundados en Guatemala en el año de 1959 fue Super tienda Paiz, llamada también tienda de autoservicio por departamentos. Carlos Paiz Ayala y Graciela Andrade de Paiz iniciaron una empresa comercial el 4 de mayo de 1928, con una pequeña tienda ubicada en el centro de la Ciudad de Guatemala llamada "La bombita", en donde tenía a la venta productos de cuero y materiales para calzado.

"En 1959, Carlos Paiz inicio con el concepto de autoservicio en Guatemala con la primera Super tienda Paiz. Posteriormente abrió nuevos formatos como Despensa Familiar (1980), Hiper Paiz (1994) y ClubCo (1999) " (Paiz, s.f.).

Carlos Paiz Andrade, hijo mayor de Carlos Paiz hizo que el negocio se expandiera expandió a El Salvador y Honduras en la década de 1990 realizando la primera alianza estratégica con Corporación de Supermercados Unidos (CSU) llegando a toda Centroamérica. En 2005, su hijo menor, Fernando, culminó la alianza con *Walmart Stores* (Paiz, s.f.).

Este local creció y se convirtió en un negocio de variedades, que con el tiempo debió trasladarse a otro espacio más amplio. "Fue cuando se fundó Almacenes Paiz, S.A., con la familia Paiz y sus 22 colaboradores como accionistas" (López, 2012, p. 3).

Paiz ofrece el servicio a domicilio que facilita a muchas personas a obtener toda la abarrotería de uso diario. En la actualidad existen 22 supermercados Paiz en distintos lugares del país.

- **Supermercados Walmart**

Los “Supermercados Walmart” es una fusión de varias cadenas de supermercados, empezando con la fundación de las tiendas Paiz en 1928, las fraguas de la primera despensa familiar en 1980, el primer Híper Paiz en 1994 el cual en 2001 se le cambia el nombre a Walmart, nombre que permanece hasta la actualidad.

La cadena minorista “Almacenes Paiz S.A” surgió en 1928 y al momento de ser incorporada a Walmart en el 2011 ya era reconocida por los consumidores guatemaltecos.

Actualmente existen 10 Walmart, 19 Despensas Familiares y 26 Maxi Despensa, en distintos puntos del país.

- **PriceSmart**

El Club Fue fundado en 1976 por Sol y Robert Price, fundadores de *The Price Club*; Robert Price quien es presidente de la Junta Directiva.

Es el operador más grande de clubes de membresía en América Central y el Caribe, y recientemente ha ingresado a la región sudamericana con clubes en Colombia.

*PriceSmart* presta servicios a más de 3 millones de titulares de tarjetas en 40 clubes de almacenes de propiedad y operación en 12 países y un territorio de los EE. UU., Que es su única operación nacional a pesar de tener su sede en California.

Este el único supermercado Club que solo se puede ingresar con una membresía la cual tiene un costo. Su concepto es tener buenos precios, así como también tener marcas internacionales que quizá no se encuentre en otro supermercado, además de que la mayor parte de productos se venden en cantidades grandes. En la actualidad existen 4 Clubes *PriceSmart* en la ciudad de Guatemala.

## **Capítulo III**

### **3. Marco Metodológico**

#### **3.1. Método de investigación**

La investigación es cualitativa que se basa en el método inductivo y analítico los cuales permiten obtener de conclusiones generales sobre un fenómeno a partir de premisas particulares. Se distingue a través de la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

#### **3.2. Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se realizó es descriptivo, que se refiere a la recopilación de datos. Interesó conocer y observar a detalle los distintos procesos, experiencias y pensamientos que permitieron conocer el punto de vista de las personas con discapacidad visual ante lugares públicos siendo el caso de los supermercados, así como también el punto de vista de los supermercados específicamente supermercados "La Torre" al momento de convivir con un discapacitado visual, con el fin de establecer una evaluación de comunicación.

Se analizó el problema y se hizo una semejanza para llegar a las conclusiones y una propuesta comunicacional.

### **3.3. Objetivos**

#### **3.3.1. Objetivo general**

Analizar la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual en supermercados en la ciudad de Guatemala.

#### **3.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar los protocolos de atención y comunicación que son utilizados para las personas con discapacidad visual que visitan los supermercados La Torre de la ciudad de Guatemala.
- Describir la opinión de las personas con discapacidad visual con relación al acceso de los distintos servicios en los supermercados en la ciudad de Guatemala.
- Analizar las limitaciones y dificultades que son frecuentes en los procesos de comunicación entre supermercados La Torre y las personas con discapacidad visual.
- Realizar una propuesta de comunicación que se pueda implementar en los supermercados como apoyo para las personas con discapacidad visual.

### **3.4. Técnica**

Para llevar a cabo esta investigación se realizaron:

- Encuesta, de una muestra aleatoria simple tipo incidental, dirigida a las personas con discapacidad visual como: el exdirector Sebastián Toledo del Consejo Nacional Para la Atención de las Personas con Discapacidad (CONADI), 6 miembros asociados de la Junta Directiva de la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala, 13 afiliados de la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala equivalente al 2.6% de 500 afiliados en total.

- Entrevista al Depto. De Responsabilidad Social de los supermercados La Torre de la ciudad de Guatemala.
- Técnica de la observación para el análisis de evaluación dentro de supermercados La Torre.

### 3.5. Instrumentos

1. **Cuestionario:** con preguntas cerradas y abiertas para las personas con discapacidad visual que contribuyeron al conocimiento de las distintas experiencias al momento de visitar a un supermercado.
2. **Guía de entrevista:** al Depto. de Responsabilidad Social de Supermercados La Torre, para el conocimiento de la comunicación y protocolos de atención utilizados al momento recibir una visita por parte de una persona con discapacidad visual.
3. **Guía de observación:** para la identificación de procedimientos y dificultades de comunicación que pueden existir dentro del supermercado para las personas con discapacidad visual.

### 3.6. Población

Se tomó como población a 20 personas con discapacidad visual: 6 miembros asociados de la Junta Directiva de la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala CONADI, 13 afiliados de la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala y el Gerente del Departamento de Responsabilidad Social de Supermercados La Torre de la ciudad capital de Guatemala.

### **3.7. Muestra**

Para realizar la presente investigación, se trabajó con el método de muestra no probabilística intencional o por conveniencia. Las personas que apoyaron para obtener resultados fueron 20 personas con discapacidad visual que decidieron voluntariamente responder las encuestas enviadas.

La cadena de supermercados La Torre, específicamente con el Departamento encargado en temas de inclusión, el Depto. De Responsabilidad Social, quien apoyó a las respuestas de la entrevista asignada. El supermercado La Torre seleccionado para realizar el análisis de campo, fue el supermercado ubicado en la 20 calle de la zona 10, de la ciudad capital.

### **3.8. Procedimiento**

Para encuestar a las personas con discapacidad visual, se elaboró una serie de catorce (14) preguntas abiertas y cerradas con el fin de conocer cada una de las opiniones y experiencias que tienen las personas con discapacidad visual en cuanto la comunicación dentro de un supermercado, así como también saber que tan presente esta la tecnología en sus rutinas diarias.

La entrevista dirigida al Departamento de Responsabilidad Social conformada por nueve (9) preguntas abiertas y cerradas, en donde el objetivo principal era conocer si existía una comunicación adicional que fuera dirigida a las personas con discapacidad visual y si existía algún procedimiento para la atención de dichas personas.

## CAPITULO IV

### 4. Análisis y descripción de resultados

El objetivo principal de esta investigación es analizar la comunicación dirigida a las personas con discapacidad visual en los supermercados en la ciudad de Guatemala para describir la funcionalidad en el proceso de comunicación que les facilite (a las personas con discapacidad visual), la accesibilidad dentro de un supermercado, así como también la compra de productos, elección de marcas y comparación de precios.

Se elaboró un cuestionario para las personas con discapacidad visual que pertenecen al Consejo Nacional para la Atención de las personas con Discapacidad, a la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala considerando que fueran de la ciudad capital y una entrevista para el Depto. de Responsabilidad Social de los supermercados La Torre, con preguntas abiertas y cerradas para que de esta manera se pueda determinar las estrategias de comunicación que utiliza el supermercado y conocer las distintas experiencias desde el punto de vista del discapacitado visual.

En la tabulación de los datos finales para su correcta interpretación, se tomaron en cuenta a 20 personas con discapacidad visual. La participación para las encuestas fueron 11 mujeres entre 20 a 50 años representando al 55% de las personas encuestadas que visitan un supermercado, 6 hombres entre 20 a 60 años representando al 30 % de los encuestados que visitan un supermercado y 3 hombres entre 40 a 60 años de edad que representan el 15% de los entrevistados que no visitan un supermercado y utilizan otras opciones como: Las compras son realizadas por un familiar o llaman al supermercado para que les envíen sus abarrotes a domicilio, siempre y cuando el supermercado cuente con el servicio.

La encuesta para las personas discapacidad visual fue realizada por medio de grupos de WhatsApp, a través de notas de voz, así como también mesas redondas, que fueron grabadas por grabador de voz de un celular para facilitar sus respuestas.

La entrevista realizada al Depto. de Responsabilidad Social fue respondida por medio de e-mail, entrevista que fue contestada también como refuerzo de respuestas por el Supervisor de tienda de La Torre zona 10.

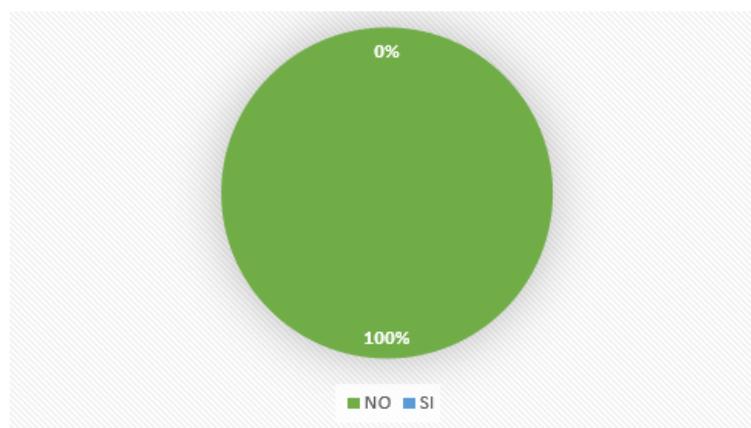
## 4.1. Presentación de resultados

### Encuesta a personas con discapacidad visual

¿Existe algún programa digital que usted utilice al momento de visitar lugares públicos?

GRÁFICA 1

Utilización de programas digitales guías



Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El 100% de los entrevistados no utilizan ningún programa digital que les apoye a movilizarse en un lugar público. En la actividad de la mesa redonda; mencionaron que no hay una herramienta que facilite la movilidad en un lugar público más que el bastón o los perros lazarillos; ninguno de los encuestados cuenta con perro guía, por lo tanto, utilizan el bastón o van acompañados de una persona de confianza para su comodidad. El 40% de los entrevistados resaltaron que salen a las calles por mandados necesarios, de lo contrario, evitan salir. Con relación a la tecnología para la comunicación, recomendaron utilizar aplicaciones para descripción de imágenes.

Dentro de los programas que realizan en su Institución ¿Ha recibido alguna instrucción tecnológica que le sirva de ayuda para movilizarse en un lugar público?

GRÁFICA 2



Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El 80% de los encuestados no han recibido ningún programa que incluya tecnología, sin embargo, el 20% respondió que sí tienen el conocimiento de aplicaciones que ayudan a la movilización en calles mas no en lugares como lo es un centro comercial o un supermercado, sin embargo, el conocimiento que tienen de la tecnología no es impartido por la Asociación a la que pertenecen, ellos mismos se informan de las nuevas aplicaciones que pueden apoyarles en cuanto a sus necesidades. La aplicación que utilizan para ubicarse en las calles se llama "Lazarillo".

El 10% respondió que sí han recibido clases para informarse de la manera de cómo deben movilizarse en lugares públicos no con tecnología, sino con el bastón, clase impartida por el CRI (Centro de Rehabilitación Integral) que pertenece a Pro - Ciegos y Sordos de Guatemala).

¿Visita algún supermercado en la ciudad de Guatemala?

GRÁFICA 3



Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

¿Qué supermercado visita?

GRÁFICA 3.1

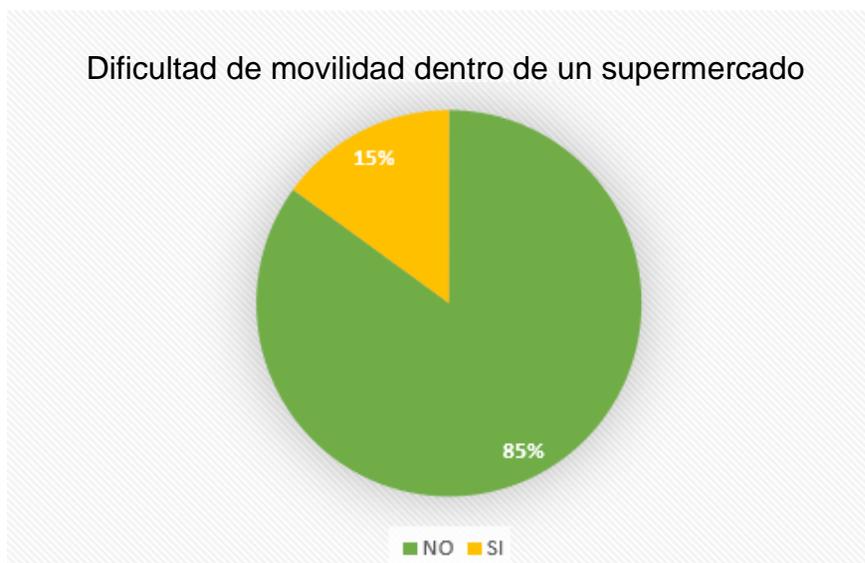


Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El 85% visita un supermercado en la ciudad de Guatemala que esté cerca de su vivienda, el otro 15% no lo visita. Comentaron que normalmente no son ellos quienes realizan las compras o, si van acompañados, es con un familiar de confianza que tenga visibilidad. Los supermercados que visitan con más frecuencia son: La Despensa: 25%, siendo uno de los más visitados, La Torre: 20%, Walmart 15%, La Barata 10%, Super del barrio: 10%, Paiz: 5%. Resaltaron que "La Torre" ha inaugurado más supermercados en los últimos años que son más accesibles en las distintas zonas para su conveniencia.

Al ingresar un supermercado ¿Le es fácil encontrar la ubicación de pasillos, así como también los productos que necesita comprar?

GRÁFICA 4



Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

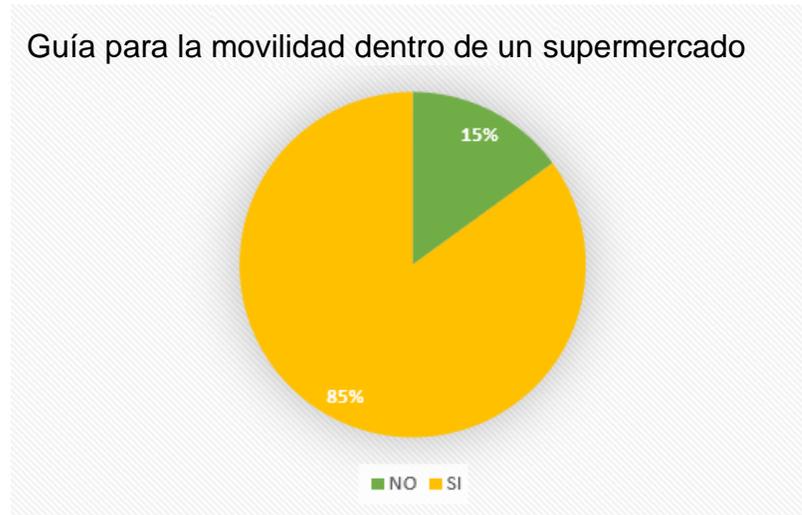
El 85% de las personas con discapacidad visual respondieron que no les es fácil desde el momento que ingresan al supermercado. David Pérez (Afiliado a la Asociación Nacional de Ciegos) comenta: "Cada pasillo, la ubicación de las góndolas, estanterías y productos definitivamente no están hechos para nosotros, tengo miedo de botar algo o de no colocar bien la mano para agarrar el producto y más si es de vidrio, me da pena estar solicitando ayuda cuando voy solo, además estoy consciente de que si solicito apoyo en servicio al cliente voy a quitarle media hora de tiempo a la persona que me apoye".

Raquel De Medina y Carlos Medina (Afiliados de la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala) resaltaron: "Cada vez que visitamos un supermercado, tratamos la manera de comprar cosas muy básicas porque cambian los productos de lugar, hacemos un listado para que Servicio al Cliente nos lo lleve; muchas veces cuando nos hacen el

favor de llevarnos los productos, no son los que queremos o las marcas que usamos, pero por pena ya no pedimos que nos lo cambien". El otro 15% pertenece a las personas con discapacidad visual que no visitan un supermercado o solamente van por acompañar a algún familiar o amigos.

¿Necesita de alguna guía para ingresar a cualquier supermercado y encontrar los artículos que necesita?

GRÁFICA 5



Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El 85% de los encuestados respondieron que siempre necesitan apoyo. La mayoría respondió que casi siempre van acompañados con una persona de confianza o solicitan apoyo en servicio al cliente. Dentro del 85% existe un 10% que indican que, si necesitan apoyo, pero han podido realizar sus compras sin ayuda, puesto que aún no tienen pérdida de visión total. Gerson Navas (Afiliado de la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala) comentó: “ Lo que yo trato de hacer es agarrar los productos esperando que sean los correctos, pero al momento de pagar en la caja, solicito apoyo para que me verifiquen si la marca y el precio sean los correctos, de lo contrario evito llegar solo, porque no es nada cómodo estar pidiendo cosas”.

El otro 15% pertenece a las personas con discapacidad visual que no visitan un supermercado y que solamente lo han visitado por acompañar a algún familiar o amigo; esto quiere decir que no realizan una compra directa.

Al momento de ingresar al supermercado y solicitar apoyo ¿Le atienden con amabilidad las personas que laboran dentro del mismo?

GRÁFICA 6



Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El 70% de las personas respondieron que si los atienden con amabilidad, siempre y cuando lleguen al mismo supermercado, donde ya los conozcan. Beatriz de Pontaza (Afiliada de la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala), mencionó : "En realidad uno llega al supermercado donde te hacen sentir cómodo y donde te muestran el servicio al cliente como debe de ser, yo visito el paiz o la Torre de zona 5 en la ciudad capital y no he tenido ningun inconveniente".

El 15% de las personas respondieron que han tenido malas experiencias y no visitan un solo supermercado en específico. El Lic. Sebastian Toledo exdirector de CONADI mencionó: "Yo no voy al supermercado sin mi esposa, ella no tiene discapacidad visual, pero no quisiera vivir una experiencia incomoda. Yo visito Walmart ubicado en Bosques de San Nicolas zona 4 de Mixco y es un supermercado muy grande.

La gente en servicio al cliente cuando ven a una persona con discapacidad visual no saben que hacer, ni como acercarse, imagino que no saben como preguntar para que nosotros no nos sintamos incómodos; y es ahí cuando veo que la necesidad de que los empleados puedan tener alguna capacitación de como abordar a alguien que tenga discapacidad por muy sencillo que sea". Otros indicaron que en servicio al cliente les han dicho que no tienen personal para apoyar al el momento que llegan porque todos estan ocupados, lo que hace que tengan que regresar en un horario donde quizas el personal desocupado. El otro 15% de las personas pertenecen al grupo que no visitan un supermercado o no hacen las compras directas, solamente acompañan.

En cuanto a su discapacidad visual, ¿Cómo se siente al momento de solicitar apoyo en el supermercado para comprar un producto?

GRÁFICA 7



Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El 45% de las personas con discapacidad visual respondieron que se sienten seguras. Normalmente los supermercados que visitan, trabajan personas que ya son de confianza y los reconocen al momento de ingresar, la mayoría comenta que los atienden con mucha amabilidad y confianza, se sienten a gusto y aunque no tengan la experiencia de como guiar a un no vidente, los trabajadores transmiten seguridad, por lo que las personas con discapacidad visual persiven que lo hacen con la mejor intención.

El 30 % respondió que se sienten inseguros, Reina Elizabeth Estrada (Afiliada de la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala), comentó: "Me siento insegura cuando voy al supermercado, me da miedo de quebrar algo o que me tope a cada rato con alguna gondola, no es por exagerar pero nos podemos lastimar si no andamos con

mucho cuidado, hasta puedo lastimar a alguien mas, en realidad estas situaciones son barreras para nosotros.

La incomodidad siempre existe puesto que solicitar apoyo cuando uno lo necesita no es obligación del colaborador acompañarnos en todo el recorrido de las compras aunque no pueden dejar de atendernos". El 30% de los encuestados estan de acuerdo de que aunque no puedan ver, al momento de solicitar apoyo, escuchan la voz de los empeleados con molestia y muchas veces los apoyan pero no de buena manera. Ilda Servantes (Vocal III de la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala) mencionó que ella siempre debe de apoyarse en el hombro de la persona quien le guía, lastimosamente ha tenido la experiencia de que cuando ella pide apoyo las personas de servicio al cliente, caminan muy rápido o se adelantan y por alguna razon se les olvida que ella tiene discapacidad y piensan que ella puede seguir al mismo ritmo de la persona quien guía.

Servantes comenta: "Es muy claro que no saben como tratar a una persona con discapacidad visual, incluso he ido a servicio al cliente para hacer saber que deben de tener una capacitación de como guiarnos para comprar lo que necesitamos. Mario Jeréz (Vocal II de la Asociación Nacional de ciegos de Guatemala) expuso que muchas veces los mismos clientes son quienes le apoyan a realizar las compras dentro del supermercado, Jeréz comenta: "Hay mucha gente de muy buen corazón, se ponen en nuestros zapatos, nos guían y no tienen idea de cuanto nos ayudan y de lo mucho que les agradezco".

El 10% pertenece a las personas que aun tienen poca visibilidad y solamente solicitan apoyo en caja para asegurarse de sus compras. Y el 15% pertenece a las personas que no visitan un supermercado y no hacen una compra directa.

Al momento de comprar un producto ¿Cómo hace para saber la marca y su precio?

GRÁFICA 8

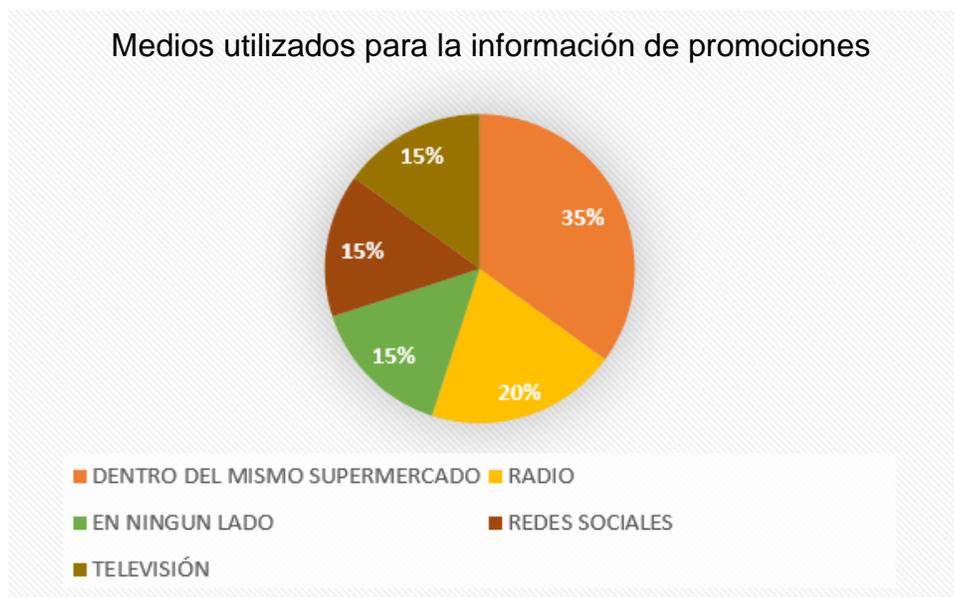


Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El 45% de las personas indicó que la mayoría de las veces que compran en un supermercado van acompañados para evitar situaciones incómodas con los colaboradores. El 25% de las personas solicitan apoyo puesto que no siempre tienen quien los acompañe y necesitan que les lean marcas y comparación de precios. El 10% pertenece a las personas que no tienen pérdida total de visibilidad y solamente solicitan apoyo en la caja para confirmar el precio y la marca. El 5% indicó que utilizan aplicaciones para leer las imágenes como por ejemplo "Speak y Sullivan". El 15% pertenece al grupo de personas que no visitan un supermercado, no realizan una compra directa o solicitan el super a domicilio.

¿Qué medio utiliza para enterarse de las promociones dentro de un supermercado?

GRÁFICA 9



Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El 35% de los encuestados respondieron que se enteran de las promociones especiales dentro del mismo supermercado, a veces son comunicadas por los mismos colaboradores o en ciertas ocasiones los supermercados manejan parlantes dentro de y mencionan las promociones de alguna marca en especial, el 35% de los encuestados mencionan que les es de mucho apoyo cuando realizan activaciones dentro los supermercados y trabajan con impulsadoras o animadores que mencionan las promociones repetidas veces.

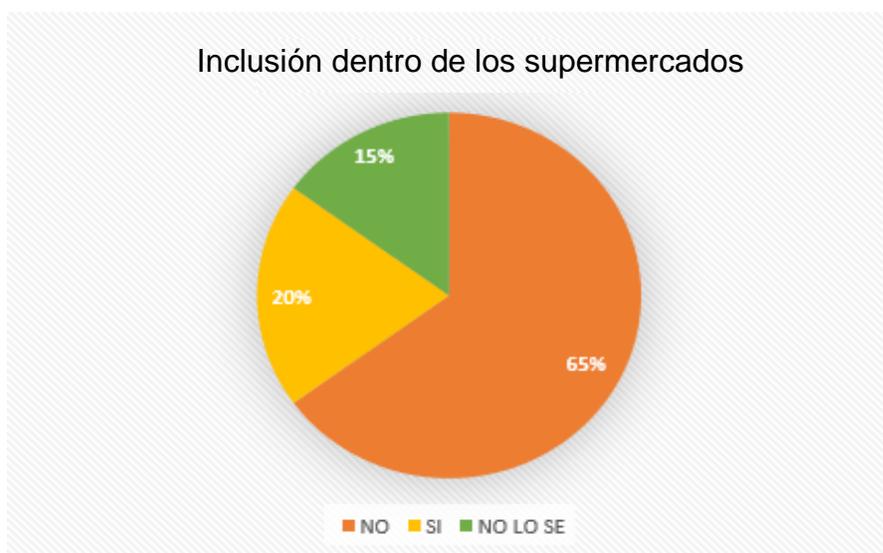
El 20% de las personas escuchan ciertas promociones por medio de radio a través de sus teléfonos celulares o en un aparato convencional. El 15% pertenece al grupo de personas que ven canales nacionales y se enteran de algunas promociones y el otro 15 % de los encuestados pertenecen a los que no visitan un supermercado, acompaña

a amigos o familiares o solicitan el super a domicilio si el supermercado tuviera el servicio.

Se debe resaltar que la mayoría de las preguntas fueron respondidas por mujeres, lo que da como resultado que la mayoría del género femenino son las personas que realizan las compras en el hogar, además de tener más conocimiento las promociones vigentes; por otro lado, la participación del género masculino es minoritaria, pero dentro 30% del grupo de hombres que visita un supermercado, existe un 15% que pertenecen al grupo de hombres solteros por lo tanto están informados de las promociones al igual que las mujeres. El otro 15% que también pertenece al género masculino, son las personas que no visitan un supermercado, en dado caso, sus esposas son quienes realizan las compras.

¿Considera usted que los supermercados han incluido un estilo de comunicación especial para las personas con discapacidad visual o tienen servicios especiales con personal capacitado para atenderlo al momento de solicitar apoyo en un supermercado por su condición?

GRÁFICA 10



Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El 65% de las personas con discapacidad visual comentaron que definitivamente no hay ninguna comunicación dentro del supermercado que les facilite a las personas con discapacidad visual tener conocimiento de los precios, marcas y promociones, resaltaron que están conscientes que el personal no está capacitado para guiarlos, sin embargo, de acuerdo al análisis de campo realizado, se observó que varios de los colaboradores hacen un esfuerzo para tratar de no cometer errores al apoyarles. Los mismos colaboradores preguntan a las personas con discapacidad visual cómo deben de guiarlos y muy pocos colaboradores transmiten inseguridad al no realizar su labor con entusiasmo.

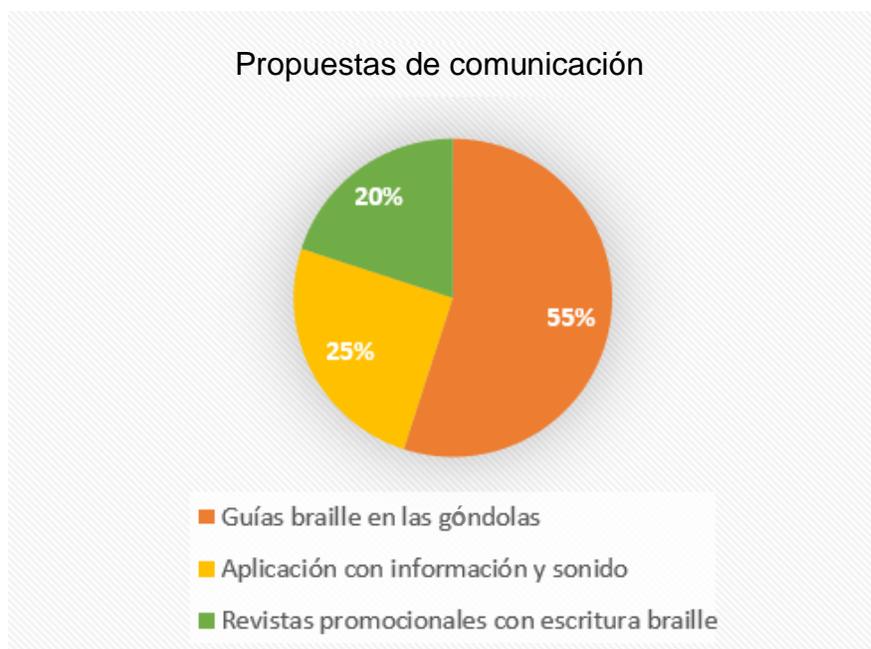
Patricia Solorzano (Vocera II de la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala), comenta: "Podría decir que, aunque no sea un medio para facilitar nuestras compras directamente, los servicios a domicilio nos benefician bastante, evitamos muchos inconvenientes que muchas veces tenemos que presenciar en el supermercado".

El 15 % pertenece al grupo de personas que están conscientes que el personal tiene el mejor entusiasmo para atenderlos, no están capacitados un 100% pero por las distintas experiencias que han tenido, reciben con mucha cordialidad a las personas nuevas con discapacidad visual que visitan un supermercado, Sofia Jordán (Afiliada de La Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala), comentó: " Visito el Supermercado La Torre de zona 5 y mi experiencia la primera vez que lo visite fue muy buena, desde que ingrese la persona de seguridad me dijo que esperará, que en un momento me atendían de Servicio al Cliente para saber qué era lo que yo necesitaba. Me preguntaron si era mucho lo que iba a comprar y que me podían acompañar si lo necesitaba... quede muy satisfecha".

El 15% pertenece a las personas que no visitan un supermercado o las realizan sus pedidos por otro medio, pero no están pendientes de los precios o promociones, solamente se dejan guiar por las marcas que más utilizan.

Para su conveniencia ¿Tiene alguna idea de qué le ayudaría a usted a mejorar la movilidad dentro de un supermercado, así como también a facilitar la compra de un producto sabiendo marcas y precios?

GRÁFICA 11



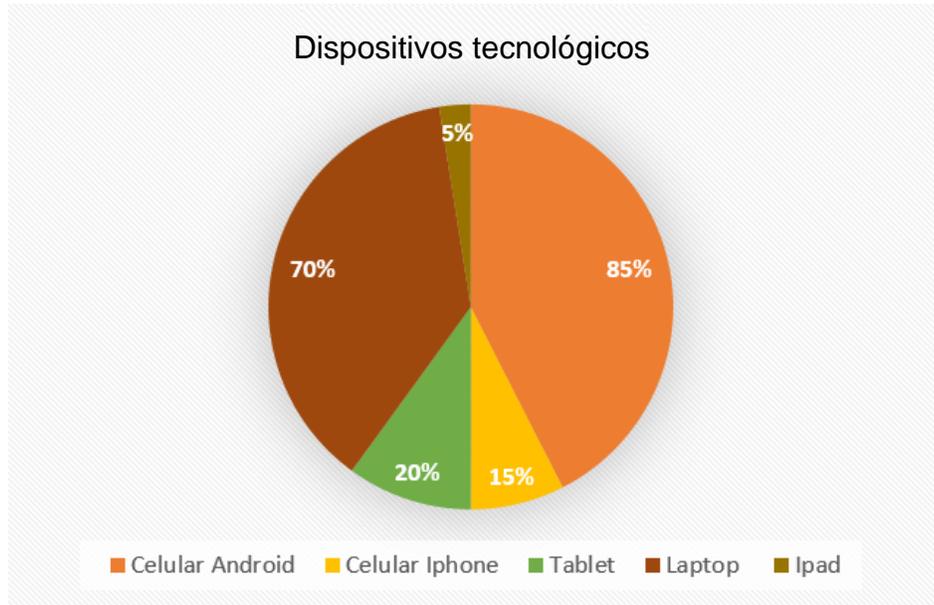
Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

Las respuestas presentadas son propuestas por las mismas personas con discapacidad visual. Se realizó una votación para obtener resultados.

El 55% de las personas encuestadas apoyaron a la propuesta de guías braille en cada una de las góndolas. El 25% están de acuerdo en que los supermercados creen una aplicación con sonido para que ellos puedan realizar sus compras con mayor facilidad. El 20% propone que pudiera facilitar la comunicación para las personas con discapacidad visual si se tiene una revista de precios y promociones con escritura braille con el fin de que ellos puedan hacer una lista con marcas y precios y así preparar su listado anticipadamente para entregarlo a una persona de servicio al cliente que le pueda llevar todo lo que necesita a caja para solamente pagar.

¿Cuál de los siguientes dispositivos tecnológicos ocupa diariamente?

GRÁFICA 12



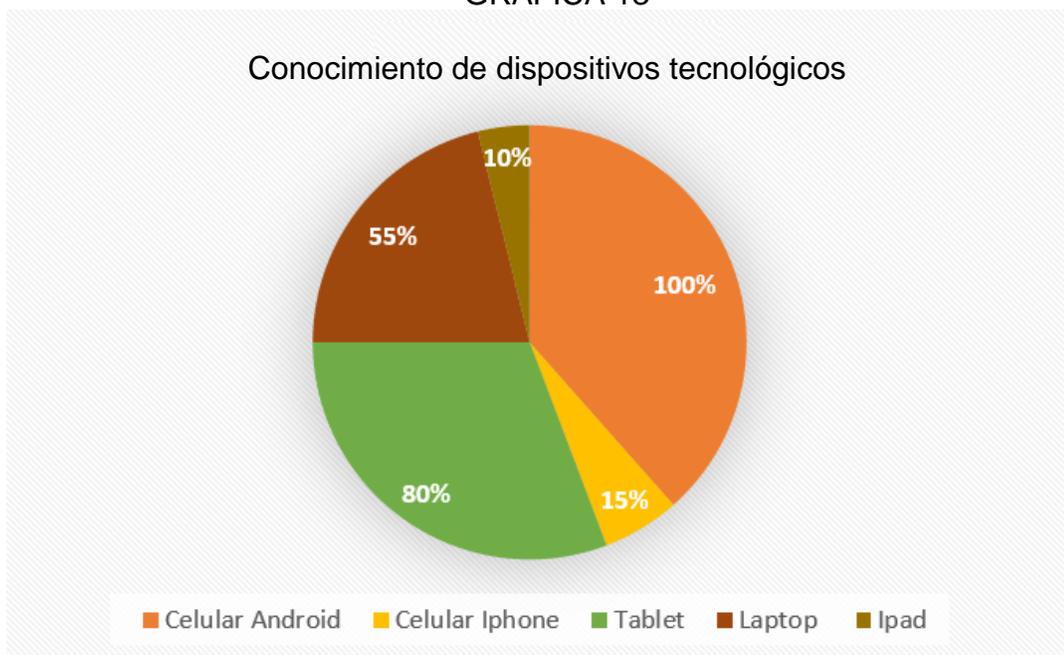
Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El porcentaje de cada respuesta es equivalente sobre el total de los 20 participantes por ser una pregunta de múltiples respuestas. El 85% de los participantes, siendo la mayoría, cuentan y utilizan celular *Android*; comentan que para ellos es más amigable este dispositivo que cualquier otro. El 15% cuenta y utiliza celular *iPhone*. El 70% cuenta y maneja *Laptop* utilizándola como herramienta de estudio y trabajo. El 20% cuenta y utiliza *Tablet* por *hobby*, el 10% la utiliza para mantener música y conectarlo a algún aparato por medio de *bluetooth* o como herramienta de estudio. El 5% de las personas con discapacidad visual cuenta y utiliza *iPad* y la utilizan como herramienta de trabajo.

Todos resaltaron que, para manejar el *iPad*, *Tablet*, *Laptop*, celulares *Android* y *iPhone*, utilizan la aplicación llamada "*TalkBack*" que les apoya auditivamente en cualquier proceso.

De los siguientes aparatos tecnológicos, mencione de 1 (siendo el conocimiento mínimo), a 10 (máximo conocimiento) ¿qué tanto se le facilita utilizarlo?

GRÁFICA 13

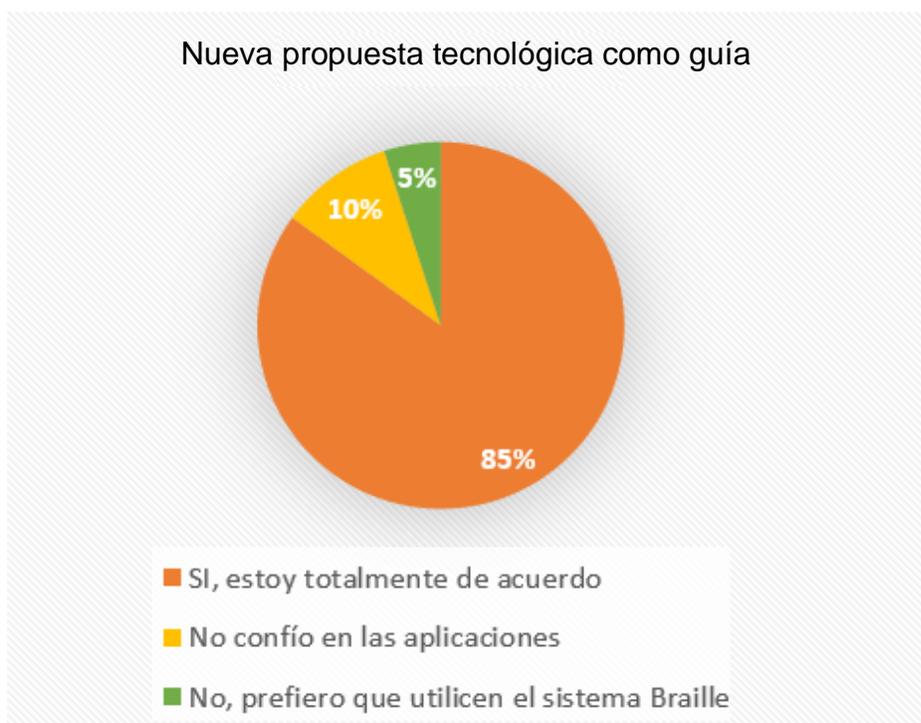


Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El porcentaje de cada respuesta es equivalente sobre el total de los 20 participantes por ser una pregunta de múltiples respuestas. El 100% de los encuestados respondieron que pueden utilizar un celular *Android* fácilmente, inclusive los que manejan *iPhone*. El 15% puede utilizar un *iPhone*, puesto que cuentan con solo este dispositivo para comunicarse. El 80% de las personas puede manejar una *Tablet*. El 55% de las personas manejan una *Laptop*. El 10% de las personas con discapacidad visual indica que puede manejar un *iPad*.

¿Estaría de acuerdo que, si se propone una comunicación completamente digital para supermercados, que pueda ser utilizada a través de un celular por medio de una aplicación, que tenga como fin poderse movilizar individualmente, que trabajaría en conjunto con guías físicas en el suelo sin necesitar apoyo de algún colaborador y además pueda utilizarse sin Wifi como a veces lo maneja la aplicación Waze?

GRÁFICA 14



Fuente: encuesta propia, febrero, 2020

El 85% de las personas con discapacidad visual están de acuerdo que exista una aplicación digital que pueda apoyarlos a moverse dentro de un supermercado solicitando el menor apoyo posible de los colaboradores que trabajan dentro de. El 10% de los encuestados comentan que están seguros de que una aplicación les pueda dar la seguridad que necesitan para moverse. Además, comentan que el aprender el uso de estos dispositivos representa una dificultad. Una persona comenta que prefiere que sea una comunicación con sistema braille en donde se pueda tocar y guiar.

## 4.2. Entrevista a Supermercados La Torre

Se obtuvo la opinión del departamento encargado de realizar propuestas de comunicación viables, con el fin de conocer las distintas de acciones y procedimientos, que han realizado a lo largo de los años para con las personas que tiene discapacidad visual.

El Licenciado Carlos Aragón quien ha laborado por 14 años en la empresa, ocupa actualmente el puesto de Jefe de Responsabilidad Social en Supermercados La Torre, quien accedió a responder la entrevista por medio de *e-mail*. Se le hizo saber al entrevistado que era libre de indicar si alguna de las preguntas que se muestran en la entrevista no deseaba responder por reglamentos que se manejen dentro de la empresa. Las respuestas fueron reforzadas por José Antonio López, Supervisor de La Torre ubicada en la 20 calle de zona 10, al momento de realizar el estudio de campo.

La siguiente infografía muestra un resumen de las preguntas y respuestas adquiridas de la presente entrevista para proceder con un respectivo análisis de la información recopilada.

Es necesario indicar que se tiene la debida autorización de colocar los nombres de las personas y respuestas brindadas de Supermercados La Torre para la realización de dicho análisis.

## ENTREVISTA SUPERMERCADOS LA TORRE

### TEMA

Evaluación de la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual que visitan los Supermercados La Torre en la Ciudad Capital



### 1. Inclusión de personas con discapacidad visual dentro del supermercado

El Jefe de Responsabilidad Social Lic. Carlos Aragón, así como el Supervisor de tienda José López, comentaron que no se ha trabajado aún en Junta Directiva alguna planificación en donde se incluya en el área laboral a las personas con discapacidad visual. En el área de clientes, el Supermercado tiene lo necesario para que un discapacitado (no específico) pueda ingresar a través de rampas físicas, elevadores, puertas automáticas, agarradores, o bien con apoyo de algún colaborador hasta donde sea posible.

### 2. Experiencias de convivencia con discapacitados visuales

José López Supervisor de tienda confirmó que ha convivido con personas no videntes, no en el ámbito laboral, pero sí con clientes.

El supervisor realizó una observación muy importante, indicando que casi siempre está en el área supervisando cada movimiento de los colaboradores, por falta de experiencia los colaboradores no saben como abordar a una persona con discapacidad por inseguridad, pero siempre está él para apoyar y para que vean como lo hace por si se les presenta una experiencia igual. José López está consciente que no sabe un 100% como debe ser guiado el no vidente, pero siempre le pregunta a la cliente para obtener mayor conocimiento.

### 3. Existencia de propuestas de comunicación para las personas con discapacidad visual

El Lic. Carlos Aragón confirmó que no ha existido una propuesta de comunicación hasta el momento o que esté dentro de la planificación 2020 que sea específicamente para las personas con discapacidad visual.



### 4. Proceso de atención hacia las personas con discapacidad visual

El Lic. Carlos Aragón y José López comentaron que no tienen ningún proceso específico o reglamento por escrito de parte de la empresa en donde se aclare que se debe de hacer al momento de atender a una persona con discapacidad visual, ellos tiene claro que cada persona reacciona diferente y que si desea el cliente que se le acompañe, lo harán con mucho gusto. Para ellos es muy sencillo que si la persona tiene alguna discapacidad se aboque a servicio al cliente y se le apoye en lo que necesite. Además se debe saber que el discapacitado puede ingresar con cualquier accesorio de guía o incluso con perros lazarillos.

### 5. Comunicación de procesos para el ingreso de una personas con discapacidad visual en un supermercado

Como no existe un procedimiento específico, no se puede brindar información alguna que pueda servir a las personas con discapacidad visual o a las Instituciones, para que sepan que deben hacer o con quien se deben de dirigir al momento de ingresar al supermercado.

## 6. Capacitación especial para la atención hacia las personas con discapacidad visual

El Lic. Aragón comentó que el proceso de acompañamiento no requiere de una capacitación especial, todos saben que cualquier cliente no importando su condición pueden ser acompañado por cualquiera de los colaboradores en el proceso que necesitan.

## 8. Alianzas con Instituciones que apoyen a las personas con discapacidad visual

El Departamento de Responsabilidad comentó que no han contemplado dentro de su planificación del año 2020 trabajar con alguna institución como lo trabajan con Margarita Tejeda y Hermano Pedro. No se cierran a las posibilidades de que se posible crear alianzas específicas, pero por el momento no lo incluyen.



## 7. Propuestas de comunicación externas

Supermercados La Torre no ha recibido ninguna propuesta de comunicación externa con el presente tema. Sin embargo, están totalmente abiertos a recibir propuestas que apoyen a mejorar la atención de todos sus cliente.

El Lic. Aragón informó que, si existiera una propuesta que se desee presentar, la evaluarán en equipo para saber si es viable o no; además de analizar el presupuesto estimado que esta podría tener.

## 9. Opinión de la inclusión de las personas con discapacidad visual dentro de un supermercado

En la opinión del Lic. Aragón menciona que toda institución abierta al público debe tener la accesibilidad mínima para atender a la mayor parte de personas con necesidades especiales. Cada comercio revisará temas de costo-beneficio para tener atención a necesidades específicas.

Con supermercados es un tema del modelo de negocio como lo es el autoservicio, entendemos que las personas con discapacidad visual tendrán dificultades al elegir el producto, leer los precios, o leer la descripción de los mismos; en este caso una persona de la tienda puede acompañar a quien lo solicite, los animales de apoyo como perros lazarillos son bienvenidos en todas las tiendas. sin embargo no otra ayuda tiene apoyo como lo es el sistema braille, lectores auditivos u otros dispositivos para considerarlos, se debe de analizar el tema y viabilidad del proyecto

Fuente: elaboración propia, abril 2020

### 4.2.1. Análisis

De acuerdo con las respuestas adquiridas por parte del Departamento de Responsabilidad Social de Supermercados La Torre, encargado de llevar temas como la inclusión de las personas con discapacidad, se pueden destacar 3 puntos importantes:

- El Departamento de Responsabilidad Social de Supermercados La Torre no toma como prioritario, por el momento, la comunicación especial que se debe de tener para las personas con discapacidad visual. Esto no quiere decir que ellos no velen por la necesidad de sus clientes no importando su condición física, ya que, desde el punto de vista del supermercado, tienen lo necesario o lo mínimo, como bien mencionan en una de las respuestas, para atender a un cliente que tenga discapacidad visual, como por ejemplo: brindar la opción del acompañamiento si es necesario. Sin embargo, no han pensado en una comunicación en donde las personas con discapacidad visual puedan acceder directamente a las promociones, precios, marcas, incluyendo una guía que no sea un colaborador para la ubicación de pasillos con productos.
- Los colaboradores del supermercado y que tienen contacto directo con el cliente, no están capacitados para guiar o abordar a personas que tenga discapacidad visual. Se tiene claro que no se necesita alguna especialización en el conocimiento de cómo guiar a una persona con dicha discapacidad para realizar alguna compra, pero se debe de tomar en cuenta que los procesos o reglamentos por escrito facilitan a cualquier empresa y hacen sentir más seguros a los colaboradores.

Las personas con discapacidad visual necesitan apoyarse en las personas para caminar, necesitan que les lean los productos, precios, para esto, se debe de tener el conocimiento de saber cómo responder al momento que el cliente tenga alguna inquietud.

- Los supermercados tienen variedad de góndolas y pasillos llenos de productos que pueden ser llamados "obstáculos" desde el punto de vista de las personas con discapacidad visual que quieran comprar un producto y quieran moverse "libremente". Ninguna góndola tiene una ubicación permanente. Se sabe que estratégicamente los productos varían de posición constantemente, los precios no se mantienen y hay promociones que son realmente funcionales para los consumidores, pero en el caso de los discapacitados visuales, se pierde la comunicación ya que nada está hecho para ellos directamente.

## 4.2.2. Análisis del proceso comunicativo en las instalaciones del supermercado La Torre

A continuación se analiza y describe cómo sucede el proceso de comunicación al momento que una persona con discapacidad visual visita las instalaciones en un supermercado; para el efecto, se visitó el supermercado La Torre de la 20 calle, zona 10, para observar, documentar y analizar la experiencia desde el punto de vista de las personas con discapacidad visual; así como de la persona que atiende dentro del supermercado, con el fin de identificar las ventajas, desventajas, dificultades y la modalidad de desarrollo de la comunicación en interacción en el proceso de compra.

Toda la documentación es propia y autorizada por ambos lados para la recolección de datos.



**FOTOGRAFÍA No.1**

### Ingreso al supermercado y solicitud de apoyo

Gerson Navas quien es una persona afiliada a la Asociación de Ciegos de Guatemala se ofreció como voluntario para poder realizar el estudio de campo al momento que un discapacitado visual visita un supermercado. José López, Supervisor de tienda, se ofreció guiar a Gerson durante su compra. En este momento Gerson le indica al Supervisor qué era lo que deseaba comprar primero y que lo tomará del hombro para que le sea más fácil caminar



**FOTOGRAFÍA No.2**

### Guía hacia los pasillos

El Supervisor de Tienda le guía hacia el pasillo en donde se encuentran tres de los productos que Gerson estaba solicitando mientras lo llevaba del brazo para no utilizar su bastón y no toparse con nada.

### FOTOGRAFÍA No.3



#### Seguridad y confianza

Durante el transcurso de la visita, el Supervisor de tienda hizo sentir a Gerson muy cómodo indicándole que le acompañará en todo el recorrido de su compra. Hablaron sobre si él como guía caminaba muy rápido, que se lo comentara, además de preguntarle a Gerson qué información exacta necesitaba saber del producto que deseaba para estar preparado.

### FOTOGRAFÍA No.4



#### Información de marcas y precios

Gerson preguntó todo lo que necesitaba saber para guiar al Supervisor y le leyera todo lo necesario. Hablaron de marcas precios, inclusive de carbohidratos. Así fueron con cada producto, comprando cinco productos al final. La duración del recorrido fue de 45 minutos aproximadamente.

### FOTOGRAFÍA No.5



#### Pago de productos

Se observa el momento de pago en donde el Supervisor le indicaba el total de la compra, así como también la cajera de turno. Gerson pago en efectivo puesto que sabía el monto del billete que llevaba. El Supervisor de la tienda le llevo hasta la salida para guiarlo por la rampa y Gerson pudiera sostenerse de los agarradores mientras él salía.

Fuente: elaboración propia, abril 2020

### **4.2.3. Análisis del proceso de comunicación**

Previo a la documentación presentada es importante mencionar que para su logro, se solicitó autorización al Departamento de Responsabilidad Social para no tener ningún inconveniente con la toma de fotografías.

La visita al supermercado fue realizada el miércoles 12 de febrero del presente año, a las 10 am. Al ingresar, se informó el motivo de la visita y se explicó lo que se debía documentar, se le solicitó apoyo al Supervisor de tienda para que se le asignara una persona de servicio al cliente a la persona con discapacidad visual. Lo peculiar fue que el mismo supervisor se ofreció a guiar durante el proceso de compra, esto generó duda por parte de la persona con discapacidad visual al no atenderle alguien del departamento de servicio al cliente como debía ser. Se debe mencionar que por el día y el horario la afluencia de clientes era poca.

Durante el recorrido del proceso de compra de la persona con discapacidad visual, quien ejerció el papel de persona receptora y el supervisor, quien fue la persona emisora y representante del supermercado La Torre ubicado en la 20 calle de zona 10, se observó desde el primer momento la cordialidad y hospitalidad por parte del emisor al momento de recibir la visita de una persona con discapacidad visual. Ambos al tener la primera conversación, cumplieron con los elementos de comunicación debidos, reflejando empatía y comprensión.

La persona receptora (persona con discapacidad visual) consultó al supervisor si ya había atendido con anterioridad a una persona con discapacidad visual para guiarlo en el proceso de compra, por lo que el supervisor informó que era la primera vez, a partir de ese momento la persona con discapacidad visual tomó el papel como emisor guiando al supervisor con respecto a lo que debía hacer para que el no pudiera tropezar en ninguna góndola. El emisor mantuvo su mano derecha apoyada en el hombro del supervisor y en la mano izquierda sostuvo su bastón para su seguridad.

En el transcurso se observó desenvolvimiento por ambos, generando una conversación con ética alcanzando el entendimiento y se propició un ambiente agradable para los actores del proceso de comunicación. El emisor indicó, de manera detallada, qué era lo que necesitaba, en total eran cinco artículos. El código utilizado durante el proceso fue el lingüístico (palabra hablada) generando una comunicación interpersonal en un contexto situacional.

A medida que el emisor indicaba los productos requeridos, él preguntaba acerca de precios, marcas, incluso calorías puesto que para la persona con discapacidad visual una de sus prioridades es comer saludable.

El tiempo estimado de la elección de cinco artículos fue de 45 minutos, finalizando el acompañamiento en el área de caja. Los artículos fueron cancelados en efectivo con el conocimiento del efectivo que llevaba, la cajera le reforzó la información del billete con el que estaba pagando para su seguridad.

La actitud de ambos fue de una manera asertiva; lo anterior se deduce que es debido a la responsabilidad de representar a una entidad en el caso del Supervisor de supermercados la Torre y por otro lado el compromiso y congratulación de la persona con discapacidad visual por la atención recibida.

### **4.3. Propuesta de comunicación**

#### **Introducción**

La inclusión digital es democratización del acceso a las tecnologías de la información y la comunicación para permitir la inserción de todos en la sociedad de la información. Existen en la actualidad dispositivos digitales que permiten descargar aplicaciones o plataformas que facilitan de cierta manera la vida diaria de una persona con discapacidad visual.

La propuesta de comunicación, que se plantea, está orientada a mejorar el flujo de información y comunicación entre las personas con discapacidad visual y el supermercado La Torre. La propuesta se desarrolla con base en las experiencias planteadas por las personas con discapacidad visual, así como tomando en consideración los resultados obtenidos en la investigación con el tema: Análisis de la comunicación dirigida a las personas con discapacidad visual en supermercados en la ciudad de Guatemala.

La propuesta es una aproximación para que los interesados en ella puedan tomar como base el planteamiento, los objetivos, el concepto y la idea central toda vez que es un producto basado o como resultado de investigación documental.

## Medios

En la actualidad existen soluciones en los supermercados para mejorar la comunicación y guía para las personas con discapacidad visual, como por ejemplo:

- La asistencia directa que acompaña a las personas con discapacidad visual durante el recorrido deseado.
- La compra por medio de *whatsapp* o llamada telefónica.

Las personas con discapacidad visual utilizan medios como la radio, la televisión y los celulares con lectores de pantalla para mantenerse informados. Es decir, que los medios que requieren el sistema auditivo son los frecuentes y a través de los cuales también consumen publicidad.

Dentro de las experiencias y opiniones en la que la mayoría de las personas con discapacidad visual coinciden, es la siguiente:

*Las personas con discapacidad visual, como consumidores, debemos de conocer, elegir y comprar en los supermercados de grandes superficies; sabemos que no podemos con mismas condiciones que el resto de la ciudadanía, pero si deseamos una comunicación que va más allá del acompañamiento, que nos facilite conocer la variedad de artículos, las ofertas o promociones actualizadas, los ingredientes de los productos o la fecha de caducidad de lo que nos llevamos a casa.*

## Proceso de compra en un supermercado

A continuación, se describen los pasos esenciales en el proceso de compra de un supermercado.

- Ingresar a un supermercado a través de puertas eléctricas, elevadores, gradas o rampas.
- Tomar una carreta o canasta para llevar los productos.
- Buscar los productos entre pasillos, observando precios, marcas y si hay promociones. Se interactúa con ellos, con los documentos promocionales, se comparan precios, se elige calidad, se toman aromas, y aquellos productos que estén en excelentes condiciones.
- Selección de productos según interés o hábitos de consumo y compra de las personas.
- Pagar los productos en la caja y dejar la canasta o carreta tomada. En este punto se eligen modalidades de pago; tarjetas de crédito, *giftcard*, dinero en efectivo; bono de gobierno a través del DPI u otras formas.

Los puntos descritos son de utilidad para comprender la comunicación necesaria o idónea para la realización de la presente propuesta.

## **Objetivo general**

Proponer una asistente virtual, como guía y comunicación, para las personas con discapacidad visual que quieran encontrar de manera sencilla y rápida los productos de su preferencia dentro de un supermercado.

## **Objetivos específicos**

1. Proponer el diseño de una aplicación que sea utilizada como un asistente virtual para las personas con discapacidad visual cuando visitan un supermercado.
2. Guiar a las personas con discapacidad visual, a través de una comunicación virtual, dentro de un supermercado.
3. Facilitar, a las personas con discapacidad visual el reconocimiento de productos, marcas y precios e informarse de las promociones vigentes; todo lo anterior en tiempo real.

## Diseño de la aplicación

Nombre de la aplicación: **TE GUÍO;**

### Descripción:

Te guío, es una aplicación amigable, fácil de utilizar, minimalista, diseñada para guiar y comunicar a las personas con discapacidad visual que visitan un supermercado.

### Gestión de la aplicación

LÍNEAS DE ACCIÓN	GESTIÓN	BENEFICIO
Crear un programa para la enseñanza de la aplicación a través de una capacitación o un videoaudio, llegando a través de los medios de comunicación que son factibles para la mayoría de personas con discapacidad visual que tengan un celular ya sea Android o Iphone y que deseen realizar sus compras en un supermercado, evitando la solicitud de apoyo de alguien mas.	Tanto las Instituciones sin fines de lucro, supermercados o marcas existentes podrán apoyar en la comunicación de esta nueva aplicación, facilitando la viralidad de la información. Con el fin de dar a conocer la inclusión y la mejora de servicio al cliente para las personas con discapacidad visual.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comodidad y fluidez en las compras.</li><li>• Manejo de tiempo al momento de visitar cualquier supermercado favorito.</li><li>• Lista de compras predefinidas: toda vez se tenga acceso a los productos de los supermercados, los clientes podrán crear su lista de compras o solicitar un producto desde su casa.</li><li>• Sugerencias de compra: poder ofrecer a los usuarios productos similares de diferente precio, marca y presentación.</li><li>• Mejora la experiencia de compra: brindar una nueva y cómoda experiencia de compra con una asistente virtual.</li><li>• Reducción de costos: se puede reducir costos de operación al tener un asistente virtual en manos.</li></ul>

Fuente: Diana Rodas

## Prototipo de la aplicación

- **Logotipo:** simulación de un ojo que se abre y cierra, siendo la vista que guiará un recorrido. (creatividad propia)
- **Diagramación:** iconos vectores.
- **Icono principal:** búsqueda por voz que sustituye a la escritura.
- **Tipografía:** arial.
- **Gama de colores:** turqueza, anaranjado, azul, blanco, amarillo y fucsia. Colores planos que reflejan alegría para quienes lo puedan ver. Cabe resaltar que para las personas con discapacidad visual lo más importante es la información mediante la voz.

- **Asistente virtual:** voz femenina en español (Guatemala). Asistente personal (Cada ventana tendrá un guion que responderá las posibles preguntas del emisor) así como también indicará en que pantalla se encuentra.
- **Audio:** sonido suave al cambiar de pantalla
- **Cámara:** para escanear los productos (en todos los supermercados existe una base de datos con códigos de barra de los productos, estos deben ser incluidos en la aplicación para leer la información necesaria, precios, caducidad, etc.).
- **Ubicación:** pasillos y productos (GPS utilizado).
- **No. de ventanas:** contendrá cinco ventanas que deben ser deslizadas hacia el lado izquierdo y se podrá regresar hacia el lado derecho. Se tendrá la posibilidad de agregarle más ventanas si fuera necesario.
- **Información en tiempo real:** la aplicación se estará actualizando y enviará notificaciones por medio de voz mientras esté siendo utilizada. Si el usuario lo permite, se podrá notificar cada cierto período información importante o promociones que el supermercado tenga que anunciar por medio de la pantalla de notificaciones del celular.

#### Propuesta de logotipo y gama de colores para la aplicación TE GUÍO



Fuente: elaboración propia, abril 2020

## Estructura de la aplicación

### VENTANA 1



**Inicio:** tendrá una ventana con el logotipo, siendo el representante y el apoyo total de la aplicación y un interlocutor (Asistente virtual) que servirá de guía durante las consultas para los clientes con discapacidad visual.

La bienvenida tendrá guion corto de introducción para que sepan de lo que se trata y una descripción breve de los pasos para poder utilizar la aplicación.

### VENTANA 2



**Crear cuenta:** se debe crear una cuenta personal con datos básicos: nombre y apellido, edad, No. de teléfono. Para ingresar los datos se puede hacer a través de una red social ya creada o una cuenta de Google. Esto ayudará a obtener una base de datos y medir la utilización de la aplicación.

La ventana tendrá dos opciones: escrito (esto si una persona puede apoyar) o también pueden utilizar el ícono "escuchando".

### VENTANA 3



**Selección del supermercado:** "TeGuio" tendrá la opción de seleccionar el supermercado y la zona del que se desee visitar.

Se tendrán las flechas interactivas para pasar las zonas opcionales. Para seguir se deberá tocar nuevamente la zona elegida y automáticamente abrirá la pantalla 4.

### VENTANA 4



**El mapa del supermercado:** a través de GPS, el mapa del supermercado guiará a la persona de acuerdo con su ubicación. En la parte superior de la pantalla siempre se encontrará el ícono de "escuchando" para que las personas puedan decir que es lo que desean encontrar, ejemplo:

- Hola (nombre del usuario) ¿Qué deseas buscar?
- Dime ¿En qué pasillo te encuentras?

En base a ese tipo de preguntas se hace un recorrido y obtenemos una respuesta inteligente.

- Camina hacia el pasillo 3, sección de bebidas

#### **Se tomará en cuenta lo siguiente:**

Si los supermercados deciden mover de lugar algún punto de góndola, algún producto, o modificar algún precio, este debe de adaptarse automáticamente para comunicar al oyente, esto quiere decir que se debe de actualizar constantemente.



## VENTANA 5

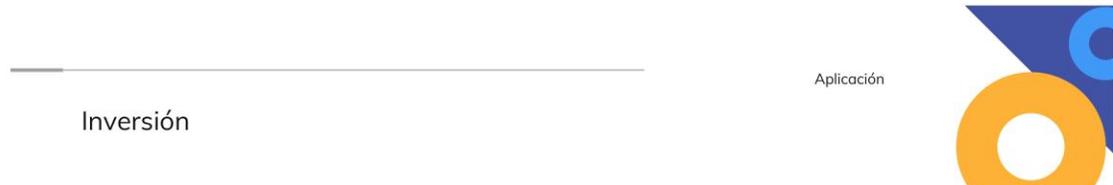
**Scanner:** toda vez ubicado en la góndola o pasillo deseado, la aplicación podrá leer el código de barras de los productos y mostrar información relevante como precio, productos relacionados, etiqueta nutricional, etc.

## Secuencia de la aplicación



Fuente: elaboración propia, abril 2020

## Inversión



The diagram shows a horizontal line with 'Inversión' on the left and 'Aplicación' on the right. A large orange circle is positioned below the line, overlapping the 'Aplicación' label. To the right of the circle is a blue square containing a white circle.

Modulo	Inversión
Programación Front End y Diseño	\$ 900.00
Gestor de Contenido Web responsiva a tablet. Con ingreso de tiendas, productos, clientes.	\$ 1,000.00
Aplicación Android	\$ 1,700.00
Aplicación iOS	\$ 1,900.00
<b>Total Inversión:</b>	<b>\$ 5,500.00</b>

Fuente: elaboración propia, abril 2020

Con relación a la inversión, es importante tomar en consideración que es posible incluir otros aspectos fundamentales dentro de la aplicación según la situación específica que requiera un supermercado o cadena de supermercados; por lo que el costo que se presenta es aproximado y está sujeto a los cambios.

En la actualidad, el uso de aplicaciones es común para la gestión de la comunicación virtual de las organizaciones. Para los intereses de la aplicación TE GUIO, la inversión se justifica en el sentido que es una herramienta necesaria y efectiva para las personas con discapacidad visual que realizan sus compras de manera personal y autónoma en los supermercados.

## Lineamientos técnicos

Aplicación



### Líneamientos técnicos

La aplicación será 100% confiable el cual expertos se harán cargo de su desarrollo

1. Aplicación AndroidNativo, versiones desde 5.0 .
2. Aplicación iOSNativo, versiones desde 11.0 .
3. Interfaz sencilla y amigable.
4. Reconocimiento de voz por frases cortas.
5. Inteligencia artificial que nos guiará de manera general al producto buscado.
6. Scanner para leer información de productos.
7. Licencia en Google-play y App-store.
8. Administrador para cargar la información que el App necesitare, como productos, precios, etc.
9. Capacitación y guía de usuario 48 hrs

Se garantiza el correcto uso de la información proporcionada en la plataforma y empresas afiliadas, utilizando la siguiente tecnología en el desarrollo de la plataforma.

1. Servidor de aplicaciones NGINX.
2. Php 7.4.2 ,MySQL 8.0.19.Framework.
3. de trabajo Codeignater MVC.
4. Diseño amigable y adaptado a dispositivos móviles.
5. Aplicación Nativa Android e iOS.
6. Todo software utilizado es de licencia libre para evitar costos de terceros.

Fuente: elaboración propia, abril 2020

Los lineamientos técnicos presentados son para referencia de la propuesta, para la credibilidad que esta puede ser realizada, garantizando la información descrita anteriormente.

**NOTA:** Se recomienda al receptor para la utilización de la aplicación, el uso audífonos por el sonido ambiente que pueda existir dentro del perímetro del supermercado, esto para no tener ninguna barrera de comunicación.

## Conclusiones

1. Se determinó que en supermercados La Torre no existen protocolos de atención que creen uniformidad en el servicio, así como también la falta de comunicación inclusiva dirigida a personas con discapacidad visual al momento de su visita.
2. Se estableció que la opinión de las personas con discapacidad visual está orientada a expresar sus experiencias y las dificultades en el proceso de compra dentro de un supermercado. La tendencia de las experiencias descritas es negativa, es decir, que, debido a la falta de comunicación idónea entre el supermercado y la persona con discapacidad visual, se traduce en experiencias negativas de usuarios, para las personas con discapacidad visual. La opinión de la mayoría de los usuarios con discapacidad visual coincide en que una aplicación específica para ellos les facilita la interacción, movilidad y reconocimiento de marcas y productos en un supermercado.
3. Se determinó que las principales limitaciones y dificultades de comunicación entre los supermercados La Torre y las personas con discapacidad visual son:
  - a) Carencia de desarrollo de procesos o protocolos de atención a personas con discapacidad visual.
  - b) Falta de capacitación para la atención a personas con discapacidad visual.
  - c) Ausencia una comunicación inclusiva que no permite que una persona con discapacidad visual se pueda guiar de manera independiente, así como también que pueda tener el conocimiento de marcas, precios y promociones vigentes dentro del supermercado.

## Recomendaciones

1. Para los supermercados se recomienda que creen procesos de atención y comunicación al momento de recibir a una persona con discapacidad visual para que exista uniformidad en el servicio, utilizando los recursos internos existentes como la utilización del altoparlante, plataformas digitales y revistas promocionales. Asimismo, capacitar al personal que labora dentro de los supermercados para que los colaboradores puedan guiar, hablar, transmitir seguridad y comodidad al momento de recibir la visita de una persona con discapacidad visual.
2. Para los supermercados se recomienda tomar en consideración la propuesta de la aplicación TE GUIO, planteada en este informe, toda vez que son mecanismos inclusivos y que facilitan la comunicación entre instituciones y las personas con discapacidad visual.
3. Para las Instituciones que apoyan a las personas con discapacidad visual se recomienda fortalecer las relaciones públicas y la comunicación con supermercados con la finalidad de generar acuerdos interinstitucionales, políticas, propuestas y programas que contribuyan a los procesos de compra, de manera autónoma y personal, de las personas con discapacidad visual.
4. Al Consejo Nacional para la Atención de las Personas con Discapacidad CONADI y la Asociación Nacional de Ciegos de Guatemala se recomienda continuar con actividades en las que se permita obtener la expresión y la opinión de las personas con discapacidad visual con la finalidad que en programas, políticas o propuestas se formulen con base en las necesidades puntuales de las personas con discapacidad visual.

5. Que las personas con discapacidad visual expongan sus inseguridades a las Instituciones que los apoyan al momento de visitar un supermercado, para que puedan crear en conjunto programas de manejo de autoconfianza y que tengan un conocimiento amplio con respecto a sus derechos dentro de un comercio.
  
6. A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, investigadores, centros de investigación y estudiantes que realicen procesos de investigación se recomienda tomar como líneas de investigación y temas relacionados con la comunicación para las personas con discapacidad visual ya que se contribuye a partir de la especialización e investigación en incidir en esta problemática cuyo impacto social es alto en Guatemala.

## Referencias

### Bibliografías

1. Castro, G. K. (2011). *Caracterización del internet como canal, medio o herramienta de comunicación/información*. Guatemala.
2. CENADOJ. (2008). Decreto Número 16-2008. *Ley de Aprobación de la Política Nacional en Discapacidad y Plan de Acción*. Guatemala: Centro Nacional de Análisis y Documentación Jurídica.
3. De León Kroell, D. A. (2014). *Los profesionales con discapacidad visual y su incorporación al mercado laboral en los medios de comunicación social*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
4. Escobar Sarti, C. (2007). *Nuestra Historia CONADI 10 años de camino*. Guatemala: Primer edición.
5. Escuela de Trabajo social. (2013). *Situación actual de los derechos Humanos de las personas con discapacidad visual en Guatemala*. Guatemala.
6. García Mayorga, C. A. (2008). *Efecto financiero de las variaciones en el inventario de mercadería de un supermercado*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
7. Garcia Montugar, M. I. (2007). *La falta de políticas por parte del estado, el incumplimiento de los preceptos constitucionales y la falta de aplicación del convenio 159 de la organización internacional del trabajo (OIT) suscrito y ratificado por Guatemala, a favor de la reincorporación*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
8. Interiano, C. (2001). *Semiología y comunicación* (9a edición ed.). Guatemala, Guatemala: Editorial Estudiantil Fenix. Recuperado el 20 de Mayo de 2017
9. Ley de atención a las personas con discapacidad. (s.f.). *Principios Generales*. Guatemala, Guatemala.
10. López Girón, C. P. (2012). *Auditoria tributaria del impuesto al valor agregado a un supermercado propiedad de una persona individual, por destrucción de*

- inventario no pedecederero y su efecto en el impuesto sobre la renta. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.*
11. Matute, M. R. (1972). *El problema social de la ceguera*. Guatemala : Universitaria, Guatemala .
  12. Montaña, M. P. (2009). *Propuesta de servicios de información para los usuarios con discapacidad visual*. BOGOTÁ D.C.
  13. Ongallo, C. (2007). *Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson S.L.
  14. Rollán, M. E. (2013). *La aptitud lingüística en estudiantes ciegos*. Madrid.
  15. Terue, D. S. (2013). *Inclusión como clave de una educación para todos*. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*.
  16. Toledo Sebastian, S. (2009). *Análisis de estrategias de comunicación de las organizaciones de personas con discapacidad visual en Guatemala*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
  17. Zamora Hernández, C. M. (2004). *Contacto de las personas con deficiencia visual con el medio de comunicacion audiovisual: Televisión*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

## E-grafías

1. sociade. (2017). *Sistema de Comunicación alfabético*. Obtenido de Asociación de Sordociegos de España: <http://www.asocide.org/personas-sordociegas/sistemas-de-comunicacion/>
2. Barraga, N. (1992). *Asociación doce*. Obtenido de Desarrollo sensorio-perceptivo: <https://asociaciondoce.com/clasificaciones-en-torno-a-la-discapacidad-visual/>
3. Benemérito Comité Pro-Ciegos y sordos. (2014). *Título y dignidad de Benemérita Institución*. Obtenido de Benemérito Comité Pro-Ciegos y sordos de Guatemala: <https://prociegossordos.org.gt/QuienesSomos.php>
4. Carceller, I. (07 de 04 de 2017). *Los ojos de ipatía*. Obtenido de <https://losojosdehipatia.com.es/educacion/integracion-o-inclusion/>
5. Chen, C. (2006). *Elementos de la comunicación*. Obtenido de <https://www.significados.com/elementos-de-la-comunicacion/>
6. CONADI. (2 de junio de 2015). *CONADI*. Obtenido de <http://conadi.gob.gt/web/category/organizaciones/>
7. CONADI. (9 de noviembre de 2016). Obtenido de <http://conadi.gob.gt/web/2016/11/09/construccion-de-propuesta-de-ley-de-perros-guia-y-perros-de-asistencia/>
8. CONADI. (s.f.). Recuperado el 29 de marzo de 2017, de <http://conadi.gob.gt/web/que-es-conadi/>
9. Discapnet. (2004). *La sordoceguera. Un análisis multidisciplinar*. Obtenido de [http://www.discapnet.es/Castellano/areastematicas/Accesibilidad/accesibilidadcomunicacion/lenguajebraille/Documents/Guias/Braille/alfabeto\\_braille\\_2.htm](http://www.discapnet.es/Castellano/areastematicas/Accesibilidad/accesibilidadcomunicacion/lenguajebraille/Documents/Guias/Braille/alfabeto_braille_2.htm)
10. Equipo, D. (29 de 10 de 2013). *Doble equipo*. Obtenido de <https://www.dobleequipovalencia.com/inclusion-e-integracion-10-diferencias/>
11. Escobar, G. (3 de diciembre de 2019). *usac.edu.gt*. Obtenido de <http://iips.usac.edu.gt/wp-content/uploads/2019/11/IIPS-Opina-No.-37-Segundo-Semestre-2019.pdf>

12. Guterres, A. (s.f.). *Naciones Unidas*. Recuperado el 29 de marzo de 2017, de <https://www.un.org/es/observances/day-of-persons-with-disabilities>
13. Maldonado, J. (09 de diciembre de 2018). *Publinews*. Obtenido de <https://www.publinews.gt/gt/noticias/2018/12/09/falta-inclusion-del-sistema-lectura-braille-restaurantes-lugares-publicos-2018.html>
14. Ola, A. L. (29 de enero de 2019). Guatemala invierte poco en población con discapacidad. *Prensa Libre*, págs. <https://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/guatemala-invierte-poco-en-poblacion-con-discapacidad>
15. Opend Mind BBVA. (15 de ABRIL de 2015). *Opend Mind BBVA*. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/tecnologia/innovacion/tecnologia-para-invidentes-mas-alla-del-braille/>
16. Ortega, C. E. (2013). *Diagnóstico y propuesta para mejorar la comunicación interpersonal entre docentes y alumnos de primer ingreso*. Guatemala.
17. Paiz. (s.f.). *Paiz*. Obtenido de <http://www.paiz.com.gt/>
18. Penn, A. (Dirección). (1962). *El milagro de Ana Sullivan* [Película]. Obtenido de <http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/temaskeller.htm>
19. Pitán, E. (30 de Septiembre de 2016). *País carece de regulación para no videntes*. Recuperado el 18 de Mayo de 2017, de Sitio web de Prensa Libre: <http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/pais-carece-de-regulacion-para-no-videntes>
20. Salud, O. M. (11 de octubre de 2018). *Ceguera y discapacidad visual*. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/blindness-and-visual-impairment>
21. Todos Somos Uno. (16 de abril de 2013). *Historia del Braille*. Obtenido de Todos somos uno: <http://todossomosuno.com.mx/portal/index.php/historia-del-braille/comment-page-209/>
22. Torre, L. (s.f.). *La Torre*. Obtenido de <http://www.supermercadoslatorre.com/suplemento/>

23. Unidas, N. (s.f.). *Declaración Universal de Derechos Humanos: Resolución de la Asamblea General*. Recuperado el 28 de marzo de 2017, de <<http://www.derhumanos.com.ar/legislacion/declaracion%20universal%20de%20odd%20hh.htm3>>
24. Zeizz. (16 de octubre de 2017). *¿Qué es una deficiencia visual?* Obtenido de <https://www.zeiss.es/vision-care/mejor-vision/entender-la-vision/que-es-una-deficiencia-visual.html>

## Anexos

### Modelo de encuesta para personas con discapacidad visual.

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Enero 2020



La presente encuesta forma parte de la recolección de datos e información para la tesis **“Análisis de la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual en los distintos supermercados en la ciudad de Guatemala”**. Gracias por responder con objetividad y según su percepción del tema. Dudas sobre la investigación comunicarse al siguiente correo electrónico: [diana29.owe@gmail.com](mailto:diana29.owe@gmail.com). Las respuestas serán utilizadas con fines de investigación académica.

El tiempo de la encuesta es de aproximadamente 30 a 45 minutos.

Datos generales:

Nombre: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Institución a la que pertenece: \_\_\_\_\_

1. ¿Existe algún programa digital especial que usted utilice al momento de visitar lugares públicos?

Sí

No

**Si su respuesta es positiva indique ¿Qué procedimiento maneja?**

2. Dentro de los programas que han realizado en su institución ¿Ha recibido alguna instrucción tecnológica que le sirva de ayuda para movilizarse en un lugar público?

Sí

No

**Si su respuesta es positiva indique mencione ¿Qué tecnología?**

3. ¿Visita algún supermercado de la ciudad en especial?

**Sí**

**No**

3.1 ¿Qué supermercado visita?

4. Al ingresar un supermercado ¿Le es fácil encontrar la ubicación de pasillos, así como también los productos que necesita comprar?

**Si**

**No**

**Si su respuesta es negativa indique ¿Por qué? Y ¿Qué hace para comprar productos básicos?**

5. ¿Necesita de alguna guía para ingresar a cualquier supermercado y encontrar los artículos que necesita?

**Si**

**No**

**Si su respuesta es positiva indique ¿En qué momento necesita apoyo?**

6. Al momento de ingresar al supermercado y solicitar apoyo ¿Le atienden con amabilidad las personas que laboran dentro del mismo?

**Si**

**No**

7. En cuanto a su discapacidad visual, ¿Cómo se siente al momento de solicitar apoyo en el supermercado para comprar un producto?

8. Al momento de comprar un producto ¿Cómo hace para saber la marca y su precio?

9. ¿Qué medio utiliza para enterarse de las promociones dentro de un supermercado?

10. ¿Considera usted que los supermercados han incluido un estilo de comunicación especial para las personas con discapacidad visual o tienen servicios especiales con personal capacitado para atenderlo al momento de solicitar apoyo en un supermercado por su condición?

**Si**

**No**

11. Para su conveniencia ¿Tiene alguna idea de qué le ayudaría a usted a mejorar la movilidad dentro de un supermercado, así como también a facilitar la compra de un producto sabiendo marcas y precios?

12. ¿Cuál de los siguientes aparatos tecnológicos ocupa diariamente?

- Celular
- Tablet
- iPad
- Computadora
- Otros

13. De los siguientes aparatos tecnológicos, mencione de 1 (mínimo conocimiento) a 10 (máximo conocimiento) ¿qué tanto se le facilita utilizarlo

- Celular
- Tablet
- Ipad
- Computadora
- Otros

14. ¿Estaría de acuerdo que, si se propone una comunicación completamente digital para supermercados, que pueda ser utilizada a través de un celular por medio de

una aplicación, que tenga como fin poderse movilizar individualmente, que trabajaría en conjunto con guías físicas en el suelo sin necesitar apoyo de algún colaborador y además pueda utilizarse sin Wifi como a veces lo maneja la aplicación Waze?

## Modelo de entrevista para el Departamento de Responsabilidad Social de Supermercados la Torre.

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Enero 2020



La presente entrevista forma parte de la recolección de datos e información para la tesis **"Análisis de la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual en supermercados en la ciudad de Guatemala"**. Gracias por responder con objetividad y según su percepción del tema. Dudas sobre la investigación comunicarse al siguiente correo electrónico: [diana29.owe@gmail.com](mailto:diana29.owe@gmail.com). Las respuestas serán utilizadas con fines de investigación académica.

El tiempo de la interacción y diálogo con el entrevistado es de aproximadamente 30 a 45 minutos.

Datos del entrevistado:

Nombre:

Supermercado en el que labora:

Tiempo laborando en el supermercado:

En necesario indicar que mucha de la información de supermercados La Torre se puede encontrar en la siguiente página web: <https://www.supermercadoslatorre.com/>.

**Nota:** El entrevistado es libre de indicar si no desea responder alguna de las preguntas que se muestran en la siguiente entrevista por reglamentos que se manejen dentro de la empresa. Siéntase libre de sugerir o agregar contenido de valor que puede reforzar el tema de interés.

1. A través de la página web se conoce que Supermercados La Torre trabaja con la inclusión de las personas con Síndrome de Down ¿Existe también la inclusión de las personas con discapacidad visual tanto en el área laboral, como Atención al Cliente para atenderlos como clientes si llegan a comprar?

Si

No

2. Durante el tiempo que ha laborado en el Supermercado ¿Ha convivido con una persona que tenga discapacidad visual tanto en el área laboral como con una persona que los visite como cliente?

Si

No

**Si su respuesta es positiva indique ¿Cómo ha sido su convivencia? ¿Sabía cómo comunicarse con la persona?**

3. De acuerdo con el Depto. al que pertenece dentro de la empresa ¿Ha habido alguna propuesta especial para mejorar la comunicación y movilidad de la persona con discapacidad visual para facilitar la compra de productos?

**Si**

**No**

**Si su respuesta es positiva indique ¿Cuál fue la propuesta de comunicación? ¿La ponen en práctica?**

4. Dentro de los reglamentos del Supermercado, ¿Existe algún proceso para atender a las personas con discapacidad visual que quieran comprar algún producto?

**Si**

**No**

**Si su respuesta es positiva, ¿Puede indicar el proceso que manejan?**

5. Si se maneja un proceso para atender a una persona con discapacidad visual dentro del supermercado, ¿Este mismo ha sido comunicado a través de algún medio, Institución o Asociación para que la persona con discapacidad visual sepa dicho proceso y sienta la confianza de ingresar al supermercado?

**Si**

**No**

**Si su respuesta es positiva indique, ¿A través de qué medio lo comunican?**

6. Si se maneja un proceso para atender a una persona con discapacidad visual dentro del supermercado ¿Le capacitan para atender a las personas con discapacidad visual?

**Si**

**No**

**Si su respuesta es positiva indique, ¿Trabajan con alguna Institución? ¿Le capacitan solo al Depto. de Servicio al Cliente o a todo el personal?**

7. ¿Cree que en el supermercado que labora, además de manejar un proceso de atención a discapacitados visuales, están abiertos a recibir propuestas de comunicación externas, para mejorar la comunicación de precios, marcas, promociones, pasillos existentes, etcétera, de una distinta manera?

**Si**

**No**

8. ¿Está dentro de los planes del supermercado trabajar con alguna institución que apoye a las personas con discapacidad visual, así como lo hacen con Margarita Tejada y Hermano Pedro?

**Si**

**No**

**Si su respuesta es positiva indique, ¿Qué Institución?**

9. ¿Qué opina de la inclusión de las personas con discapacidad visual que visitan un supermercado para comprar un producto de primera necesidad?

## Modelo de Guía de observación

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Abril 2020



La presente guía de observación forma parte de la recolección de datos e información para la tesis **“Evaluación de la comunicación dirigida a personas con discapacidad visual que visitan los distintos supermercados en la ciudad de Guatemala”**.

No.	Acciones para evaluar	SI	NO	Observaciones
1.	Al momento de recibir una visita de una persona con discapacidad visual, ¿Algún colaborador aborda al cliente?		x	
2.	La persona con discapacidad visual ¿Debe de buscar a un colaborador para que le apoye en lo necesario?	x		
3.	Al momento de que una persona con discapacidad visual indica su solicitud de apoyo como, por ejemplo: solicitar guía durante su recorrido, ¿El colaborador sabe cómo guiarlo?		x	
4.	¿El colaborador transmite seguridad a la persona con discapacidad visual al momento de brindar la información solicitada?	x		De acuerdo con la acción evaluada No, 4 se debe reconocer que no todos los colaboradores son extrovertidos en ese sentido, por lo tanto, pueden llegar a

				transmitir inseguridad a las personas con discapacidad visual.
5.	¿El colaborador acompaña a la persona con discapacidad visual durante todo el recorrido hasta dejarlo en la caja para realizar el pago correspondiente?	x		
6.	¿Existe otro tipo de comunicación ya sea escrita o auditiva que apoye a la persona con discapacidad visual para el conocimiento de marcas, precios o promociones vigentes?		x	
7	¿Existe otra herramienta que funcione como guía para la persona con discapacidad visual al momento de recorrer los pasillos o saber dónde se encuentran las góndolas para no toparse con alguna?		x	