

Marketing Moderno es Marketing Accesible

Guía práctica para conectar con una audiencia diversa

Basado en el eBook original de Bing Ads / Microsoft

 Edición en español – 2025

 Traducido y adaptado por: IA

Esta guía explora cómo el marketing moderno debe incluir a todas las personas, incluidas aquellas con discapacidades visibles o invisibles. Desde entender qué es la accesibilidad hasta aplicar principios prácticos de diseño inclusivo y aprovechar las herramientas de Microsoft 365, esta obra ofrece conocimientos esenciales y pasos concretos para que profesionales del marketing lleguen más lejos, con más impacto y con propósito humano. La accesibilidad no es solo una obligación ética, sino una oportunidad de innovación y crecimiento.

Índice de contenidos

1. ¿Qué es la accesibilidad?
2. Comprensión de la discapacidad e impedimentos
3. Reconocer la exclusión impulsa la innovación
4. ¿Qué es el diseño inclusivo?
5. Principios de accesibilidad en medios y marketing
6. Marketing accesible en búsquedas (Search)
7. Comenzar fácilmente con Microsoft 365 y sus herramientas de accesibilidad
8. Otros recursos y herramientas
9. Glosario

Capítulo 1: ¿Qué es la accesibilidad?

La accesibilidad significa que los productos, servicios, entornos, medios digitales y el marketing están diseñados para que todas las personas —incluidas aquellas con discapacidades permanentes, temporales o situacionales— puedan experimentarlos plenamente. Hay una gran variedad de discapacidades que afectan la manera en que las personas acceden al marketing, incluyendo discapacidades físicas como la pérdida de movilidad, ceguera y sordera, o dificultades de aprendizaje como la dislexia. Si no diseñas para la accesibilidad, estás excluyendo a un segmento grande de la población mundial que podría ser tu clientela.

Más de **mil millones de personas** en el mundo viven con una discapacidad. Sin embargo, a menudo son excluidas de conectar con marcas y marketing digital debido a barreras de acceso. Esta exclusión nos afecta a todos. Sin las voces y contribuciones de personas con experiencias variadas, no podemos alcanzar todo nuestro potencial en proyectos, iniciativas o ideas. **La inclusión digital** ofrece oportunidades y acceso a servicios, productos, datos, información y educación para todas las personas.

Los desafíos que enfrentan las personas con discapacidad son reales. Y la **oportunidad de negocio** que representan también es enorme. Como profesionales del marketing, tenemos la oportunidad de, reconocer exclusiones, resolverlas y marcar una diferencia en la vida de muchas personas

Capítulo 2: Comprensión de la discapacidad e impedimentos

Durante la mayor parte del siglo XX, la **definición de discapacidad** fue estática. Pero en tiempos recientes, el concepto ha cambiado **radicalmente**. Es importante comprender este cambio para entender **cómo la sociedad afecta a quienes viven con discapacidades**.

Evolución del concepto:

En 1980, la **Organización Mundial de la Salud (OMS)** definía la discapacidad como “una característica del individuo”. Hoy, la define como “una falta de coincidencia entre las necesidades de una persona y un producto, servicio o estructura social”. Este cambio es **revolucionario**.

- Los **impedimentos** son condiciones que pueden dificultar que una persona haga algo.
- La **discapacidad**, en cambio, es el obstáculo adicional que crea una sociedad que trata esos impedimentos como algo “anormal”, **excluyendo innecesariamente** a las personas.

¿Por qué importa este cambio?

Porque antes se veía la discapacidad como “el problema de la persona”. Ahora se entiende como un **problema de accesibilidad** que se puede resolver **con diseño y empatía**.

El valor de la accesibilidad para los negocios, y la comunicación accesible, significa:

- Alcanzar una audiencia más amplia
- Tener mayor impacto comercial
- Cumplir con normativas legales
- Usar tecnologías de asistencia ya integradas

Un ejemplo claro

Imagina una ciudad **diseñada desde cero para personas en silla de ruedas**. Sin escaleras, con rampas, accesos automáticos...

Las personas con movilidad reducida serían tan independientes como cualquier otra. **La discapacidad no está en la persona, sino en el entorno que la rodea**.

Esto mismo aplica al marketing digital.

Datos que revelan la magnitud

- El 15% de la población mundial vive con alguna discapacidad (eso es más de **1.000 millones de personas**).
- El **doble de desempleo** en comparación con personas sin discapacidad.
- Muchos viven con **discapacidades no visibles** (como dolor crónico, , problemas cognitivos o auditivos).

No todas las discapacidades son permanentes. Casi todos experimentamos algún tipo de **impedimento temporal o situacional** a lo largo de la vida.

Tipo de impedimento	Visual	Auditivo	Motriz	Cognitivo
Permanente	Ceguera	Sordera	Amputación	Discapacidad intelectual
Temporal	Infecciones, sensibilidad...	Dolor temporal, caída, infecciones,..	Golpes por operaciones temporales	Depresiones

Capítulo 3: Reconocer la exclusión impulsa la innovación

La mayoría de las discapacidades no son visibles. Una creencia común (y errónea) es pensar que la discapacidad siempre se puede **ver**, como alguien en silla de ruedas o una persona con un bastón.

Pero la realidad es muy diferente. **El 70% de las discapacidades no son visibles.** Muchas personas viven con discapacidades invisibles como:

- Enfermedades crónicas
- Problemas cognitivos o de movilidad
- Pérdida de visión progresiva
- Trastornos neurológicos

Y como **cada vez más trabajo y comunicación se hacen a distancia**, rara vez sabemos con certeza si la persona del otro lado tiene alguna discapacidad o **qué tecnología** necesita para interactuar.

La innovación nace al reconocer la exclusión

Piénsalo así:

Si no consideras las necesidades de personas con discapacidad, **puedes estar excluyendo sin darte cuenta** a una parte importante de tu audiencia.

Como profesionales del marketing, **tenemos la oportunidad de cambiar eso.**

Crear campañas más inclusivas:

- Mejora tu alcance
- Mejora la experiencia del usuario
- Es más sencillo de lo que parece

Cuando diseñamos soluciones según nuestra propia experiencia, podemos **no considerar las barreras** que otros enfrentan. Es ahí cuando ocurre la exclusión de las personas con discapacidad sin darnos cuenta.

La clave está en **acercarse a las personas reales**, escuchar, observar, empatizar.

La cercanía genera empatía. La empatía genera ideas. Y las ideas impulsan la innovación.

¿Cómo crear soluciones verdaderamente inclusivas?

Cuando exploras la experiencia de una persona que no puede **lograr o acceder** a algo por culpa del diseño actual:

- 1. Detectas barreras**
- 2. Identificas oportunidades**
- 3. Creas soluciones humanas**

El resultado: lo que creas no solo funciona para una persona con discapacidad... **funciona mejor para todos.**

Capítulo 4: ¿Qué es el diseño inclusivo?

Diseñar con inclusión desde el principio, no como un añadido

El diseño inclusivo es una **metodología nacida en entornos digitales**, que se basa en **aprender de la diversidad humana** y crear soluciones que sirvan para todas las personas, incluidas aquellas con discapacidades o impedimentos.

Como profesional del marketing, esto significa **crear campañas, productos y servicios** que puedan ser utilizados por **todas las personas**, sin importar sus capacidades.

En Microsoft usamos tres principios clave de diseño centrado en el ser humano:

1. Reconocer exclusiones

Cada vez que alguien no puede acceder a tu contenido, producto o servicio por una barrera de diseño, se está produciendo una exclusión.

Diseñar para la inclusión **comienza reconociendo** estas barreras.

2. Solucionar para una persona, y extender a muchas

Si creas una solución pensada para una persona con necesidades específicas (por ejemplo, alguien con visión limitada), **ese mismo diseño puede beneficiar a muchas más personas**, como alguien que está usando su teléfono bajo el sol o con poca conexión.

Lo que es útil para una persona con discapacidad también puede mejorar la experiencia para toda tu audiencia.

3. Aprender de la diversidad

Cuando involucras a personas con diferentes capacidades, contextos y experiencias en tu proceso de diseño, obtienes **perspectivas únicas** que enriquecen tus ideas y soluciones.

Diseñar para los márgenes impulsa la innovación

En lugar de diseñar para el “usuario promedio”, el diseño inclusivo propone lo siguiente:

“Diseña para los extremos. Así abarcarás a todos.”

Por ejemplo:

- Si diseñas un producto pensando en personas con **problemas de movilidad**, probablemente sea **más cómodo y ergonómico para todos**.
- Si haces tu contenido web accesible para lectores de pantalla, también **será más fácil de usar en celulares**.

“Si no diseñas para la accesibilidad, es como decirle a cada persona que entra por tu puerta: ‘No quiero tu negocio’.”

— *Bert Floyd, Líder de Tecnologías Asistivas, TD Bank, Canadá*

Capítulo 5: Principios de accesibilidad en medios y marketing

En este capítulo se presentan **10 principios clave** para hacer que tu contenido y campañas de marketing sean más accesibles desde el inicio. Estos principios se han desarrollado con base en la experiencia de Microsoft y su Cumbre de Accesibilidad.

Cada uno de estos puntos ayuda a que más personas —incluidas las que viven con discapacidades— puedan acceder, comprender y disfrutar tu contenido.

1. Redacción de contenido y estructura

- Usa una estructura clara y lógica: títulos, párrafos, listas y citas correctamente marcadas.
- Usa etiquetas de encabezado `<h1>` a `<h6>` de forma jerárquica.
- Es crucial para usuarios de lectores de pantalla y para personas con discapacidades cognitivas o de aprendizaje.

2. Enlaces y descripciones de texto

- Evita textos genéricos como “haz clic aquí”.
- Usa enlaces descriptivos:
 - Mejor: “Consulta el pronóstico del clima hoy”
 - Peor: “Haz clic aquí”
- Esto facilita la navegación para usuarios con visión limitada.

3. Legibilidad del texto

- Alinea el texto a la izquierda (excepto títulos breves).
- Evita justificar el texto al centro o a la derecha.
- No uses todo en mayúsculas.
- Usa frases claras y cortas.

4. Tipografías accesibles

- Usa fuentes **sans-serif** como Arial, Calibri, Segoe o Franklin Gothic.
- Evita fuentes con adornos o muy decorativas.
- Usa tamaño mínimo de fuente de **12 puntos**.
- Asegúrate de tener buen contraste entre texto y fondo.

5. Imágenes y video

- Añade **texto alternativo (Alt)** a todas las imágenes con significado.
- Las imágenes decorativas pueden tener alt="".
- Usa **subtítulos** para todos los videos.
- No uses reproducción automática de video o audio.
- Ofrece transcripciones descargables de podcasts o audios.

6. Color, contraste y formas

- No uses el color como única forma de transmitir significado.
- Añade **texto o íconos** junto con los colores (ej: “en riesgo” junto con rojo).
- Usa contraste mínimo de **4.5:1 para texto normal y 3:1 para texto grande**.
- Usa herramientas como webaim.org/contrastchecker para verificar.

7. Navegación con teclado

- Todo el sitio debe poder usarse sin mouse, solo con teclado.
- Usa la tecla Tab para moverse entre elementos.
- Asegúrate de que el enfoque (focus) sea visible (como un borde alrededor del elemento activo).

8. Campos de formulario y etiquetas

- No reemplaces las etiquetas de los campos por texto de marcador (placeholder).
- Usa etiquetas claras y visibles.

- Evita texto claro sobre fondo claro.
- No todos los lectores de pantalla pueden leer los placeholders.

9. Botones de llamada a la acción (CTA)

- Asegúrate de que los botones incluyan una descripción adecuada en el atributo **aria-label**.
- Por ejemplo, un botón que dice “Enviar” debería tener aria-label="Enviar mensaje de contacto".

10. Espacios y registro de eventos

- El lugar del evento debe tener:
 - Acceso para sillas de ruedas
 - Puertas automáticas
 - Elevadores
 - Baños accesibles
 - Señalización en braille
- En el registro, incluye una frase como:

“Si necesitas alguna adaptación por discapacidad, contáctanos a [nombre] en [correo] antes del [fecha].”

- Asegura que haya espacio en pasillos, rampas al escenario, iluminación adecuada y **subtitulación en vivo** si es posible.

Conclusión del capítulo:

Aplicar estos 10 principios no solo mejora la accesibilidad para personas con discapacidades, sino que también **mejora la experiencia de usuario para todos**.

Capítulo 6: Marketing accesible en búsquedas

En esta sección encontrarás formas sencillas de optimizar la accesibilidad en cuatro categorías principales de campaña:

1. Material en PDF y PowerPoint
2. Campañas de compras (Shopping)
3. Búsqueda orgánica
4. Video

1. PDF y PowerPoint

Hay muchas formas de hacer que tus archivos PDF y presentaciones PowerPoint sean más accesibles:

- Usa **nombres de archivo claros y amigables**.
- Protege los documentos contra escritura para evitar ediciones no deseadas.
- Agrega **títulos optimizados con palabras clave**.
- Añade **etiquetas ALT** a imágenes y gráficos.
- Completa el campo de **descripción** (esto se muestra en los resultados de búsqueda).
- Añade el nombre de la empresa en el campo de “Autor”.
- Completa los campos de **metadatos adicionales** (como en Adobe Acrobat).
- Asegúrate de que el documento esté **vinculado desde tu sitio web** y que reciba **backlinks con palabras clave**.

Más información: aka.ms/PDFAccessibility

2. Campañas de compras (Shopping)

Optimizar los contenidos de tus feeds de productos mejora tanto la accesibilidad como la clasificación en buscadores:

- Haz la optimización del feed a nivel **producto por producto**.
- Incluye un **título claro** y detalles del producto.

- Usa **descripciones relevantes**, empezando por la información más importante.
- Añade características como **tamaño, color y patrón** cuando sea aplicable.

3. Búsqueda orgánica

Estas son algunas formas de hacer que tu contenido orgánico sea más accesible:

- Usa campos de **texto alternativo (Alt Text)** en imágenes y videos.
- Optimiza las **URLs** y nombres de archivos de imagen.
- Añade **datos estructurados** (schema markup) en tu página, imágenes y videos.
- Esto también mejora el “fragmento destacado” (featured snippet), que puede ser leído en voz alta por asistentes virtuales.

4. Video

El contenido de video bien optimizado es más accesible y también **mejora el SEO**:

- Crea y proporciona **transcripciones precisas** del video en la misma página.
- Usa **subtítulos abiertos o cerrados**.
- Asegúrate de que el archivo de texto de subtítulos esté **adjunto al reproductor de video** para que los motores de búsqueda puedan leerlo.

Conclusión del capítulo

Optimizar tu contenido no solo hace que llegue a más personas, sino que también lo hace más **comprendible, accesible y visible** en los motores de búsqueda.

Tu contenido accesible **beneficia a todas las personas**: clientes con discapacidades, usuarios móviles, adultos mayores, y más.

Capítulo 7: Cómo comenzar fácilmente con las funciones de accesibilidad de Microsoft 365

Microsoft 365 (antes Office 365) es un ejemplo claro de cómo la accesibilidad puede integrarse desde el inicio para apoyar a personas con distintas capacidades alrededor del mundo.

Las **funciones de accesibilidad** permiten crear contenido más accesible desde el principio, lo cual mejora la productividad, la creatividad y la inclusión para todos.

Muestra de funciones de accesibilidad en Microsoft 365.

Estas son algunas de las funciones disponibles:

Visión

- Narrador (lector de pantalla)
- Modo alto contraste
- Filtros de color
- Seeing AI (inteligencia artificial para personas con baja visión)
- Lupa

Audición

- Notificaciones visuales
- Subtítulos
- Audio mono
- Microsoft Translator
- Stream (para subtítulos automáticos)

Aprendizaje

- Lector inmersivo
- Sugerencias de texto
- Vista de lectura
- Modo de enfoque
- Editor

Salud mental

- OneNote y Outlook con reglas automáticas
- Vista de lectura
- Horarios tranquilos

Neurodiversidad

- Desactivar notificaciones
- Modo lectura
- Investigación con IA

Movilidad

- Teclado en pantalla
- Control ocular (eye tracking)
- Dictado por voz
- PowerPoint Designer
- Teclas de filtro, adhesión o alternancia

Microsoft Translator

Permite traducir texto y añadir **subtítulos en vivo** en presentaciones de PowerPoint, en más de 60 idiomas. Útil tanto para personas con pérdida auditiva como para quienes hablan otros idiomas.

Control ocular en Windows 10

Las PC con Windows 10 pueden controlarse **con la mirada**, mediante una cámara Tobii (~160 USD). Esto permite a personas con movilidad limitada (como ELA o cuadriplejía) navegar, escribir y hablar mediante texto a voz.

Accessibility Checker: La herramienta más importante

El **Comprobador de accesibilidad** está disponible en Word, Excel, PowerPoint, Outlook y más. Te ayuda a detectar errores de accesibilidad **mientras creas contenido**, ofreciendo sugerencias para mejorar.

¿Cómo funciona?

1. Ve a la pestaña “Revisar”.

2. Haz clic en “Comprobar accesibilidad”.
3. Recibe sugerencias automáticas para solucionar problemas.

Incluye mejoras como:

- Detección de contraste de color
- Verificación de encabezados
- Sugerencias de texto alternativo (alt text) automáticas
- Mejor lectura en PowerPoint

Correos electrónicos accesibles en Outlook

- Usa **HTML con etiquetas y estilos**, no texto plano.
- Añade ALT a las imágenes.
- Usa títulos, listas y estructura semántica.
- Usa el comprobador de accesibilidad antes de enviar.

PowerPoint accesible

- Soporte total para teclado y lectores de pantalla.
- Contraste alto, revisión, comentarios y coautoría.
- Videos sobre diseño para dislexia: aka.ms/AccessiblePPTforDyslexia

Excel accesible

- Usa **plantillas accesibles predefinidas**.
- Diseña gráficos con etiquetas ALT.
- Facilita la navegación con teclado.

Plantillas: aka.ms/AccessibleExceltemplate

Microsoft Stream y transcripciones automáticas

Stream permite:

- Subtítulos automáticos

- Búsqueda por texto hablado
- Interacción accesible con el video

También puedes usar **transcripción automática** para audio y video con más de 320 formatos compatibles.

Texto alternativo automático (Alt Text)

Usando IA, Microsoft analiza imágenes y sugiere descripciones automáticamente.

Puedes revisar y editar ese texto desde el menú contextual de la imagen.

Recuerda: las imágenes decorativas pueden tener alt="".

Conclusión del eBook

Resumen de acciones inmediatas:

Empieza a usar el **comprobador de accesibilidad** en todos tus documentos

Aplica los **10 principios de accesibilidad**

Conviértete en una **persona embajadora de la accesibilidad** dentro de tu organización

“Si no estás construyendo con accesibilidad desde el principio, probablemente la estés dejando fuera.”

— Jenny Lay-Flurrie, Directora de Accesibilidad en Microsoft

Recursos y herramientas:

- - Aplicar los 10 principios.
 - Promover la accesibilidad en tu entorno de estudio o futuro profesional.

Recursos para profundizar:

- [Proyecto A11y](#)
- [WebAIM](#)
- [Accesibilidad de Microsoft](#)

Glosario de términos clave

Término	Definición breve
Accesibilidad	Diseño que permite que todos interactúen con igual facilidad.
Alt Text	Descripción textual de una imagen para lectores de pantalla.
Diseño inclusivo	Creación que considera toda la diversidad humana.
ARIA	Atributos para mejorar la accesibilidad en HTML.
Comprobador de accesibilidad	Herramienta que detecta errores de accesibilidad en documentos.
Subtítulos cerrados	Texto visible del audio en videos, accesible para sordos.
Contraste de color	Diferencia de luminancia entre texto y fondo.
Etiqueta de formulario	Texto visible que describe un campo en un formulario.
Discapacidad invisible	Condición que no es evidente visualmente, como dislexia o enfermedad crónica.

