

# Check-up de Acessibilidade para tomadores de decisão





**Acessibilidade digital é  
uma decisão de negócio**



Sua empresa ainda trata acessibilidade digital como obrigação? Ao final desse material, você vai mudar de ideia.

No mundo, mais de **1 bilhão de pessoas vivem com alguma deficiência**. Em nosso país, esse número é de **14,4 milhões**, o que equivale a **7,3% da população**, [segundo o IBGE](#).

Um público significativo, que consome, navega online, toma decisões e espera o mínimo: experiências digitais que funcionem.

Quando isso não acontece, o impacto é imediato. **75% das pessoas com deficiência e suas famílias deixam de fazer negócios com empresas por barreiras de acessibilidade ou atendimento ao cliente.** (Fonte: [i3digital](#))

Estima-se que isso represente cerca de **US\$ 2 bilhões por mês em oportunidades de receita perdidas.**



Ou seja, a acessibilidade não é apenas uma pauta de inclusão, é uma questão de perda ou geração de valor, que:



Amplia seu mercado  
consumidor



Aumenta conversão  
e retenção



Fortalece sua marca  
e reputação



Reduz riscos legais

A pergunta não é mais  
“por que investir?” , mas sim:



Em que nível a sua empresa  
está hoje e como evoluir para  
aproveitar esse valor?





**Check-up: qual é o nível de maturidade em acessibilidade digital da sua empresa?**



Vamos entender agora: **qual é o nível de maturidade em acessibilidade da sua empresa?**

Para isso, criamos uma árvore de reflexão bem rápida, baseada nos principais pilares da acessibilidade digital hoje!

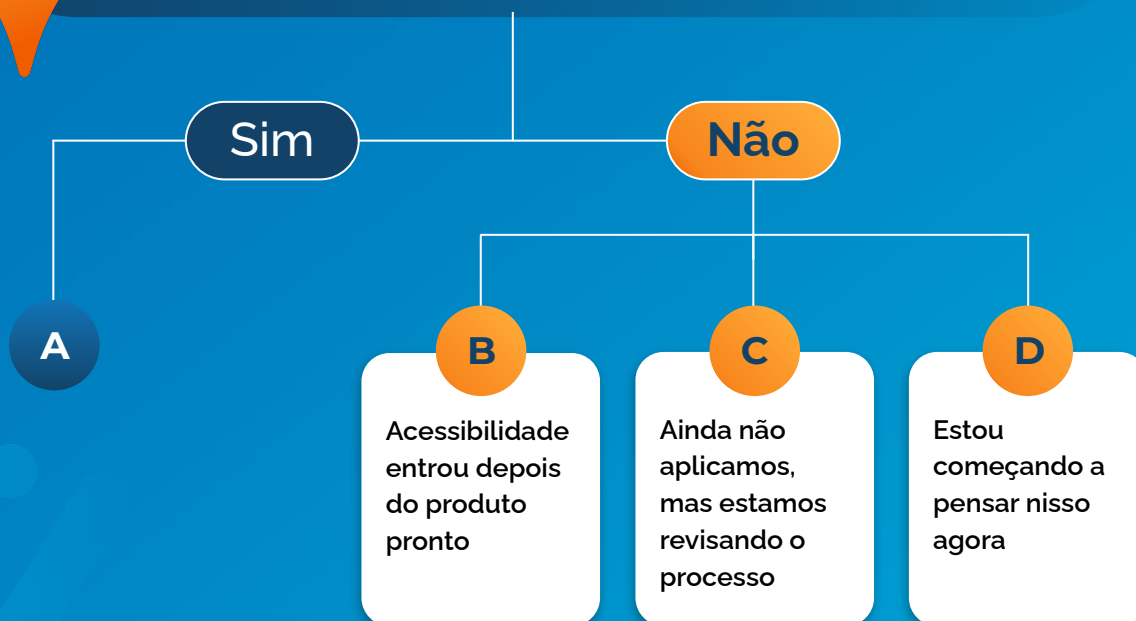
Considere cada afirmação com **sim** ou **não** e siga o fluxo indicado.

Responda de forma sincera e genuína:

**01.**

## EXPERIÊNCIA DIGITAL

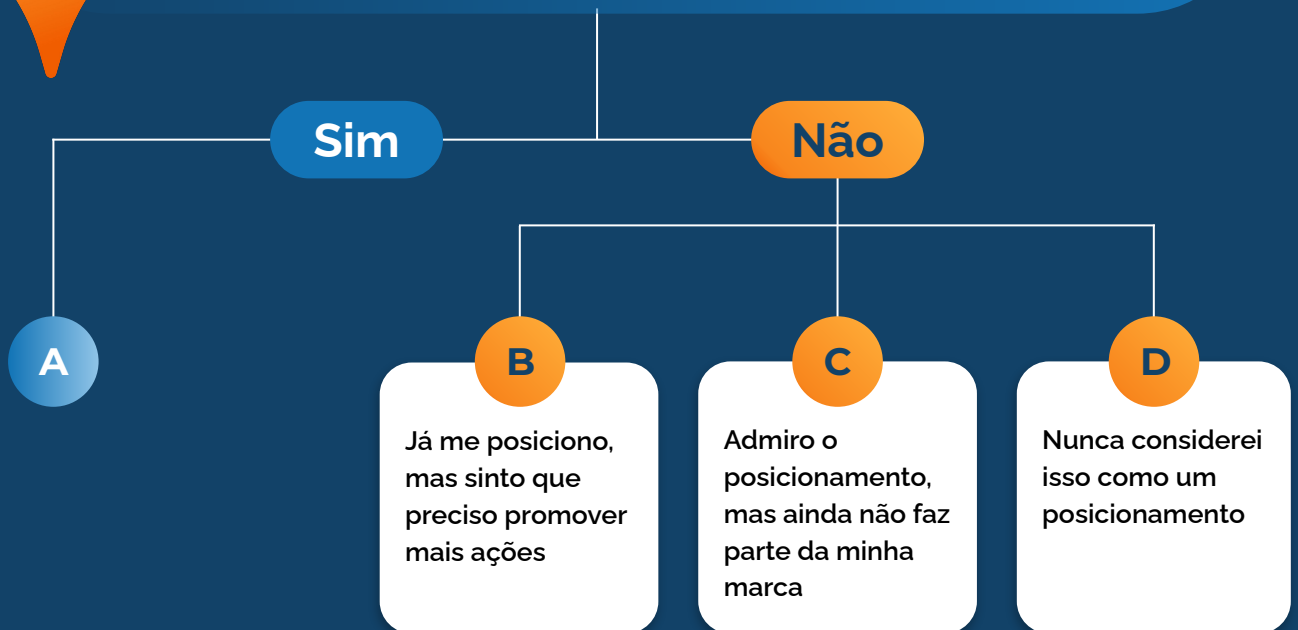
Meus produtos digitais já são projetados desde o início com acessibilidade?



02.

### MARCA

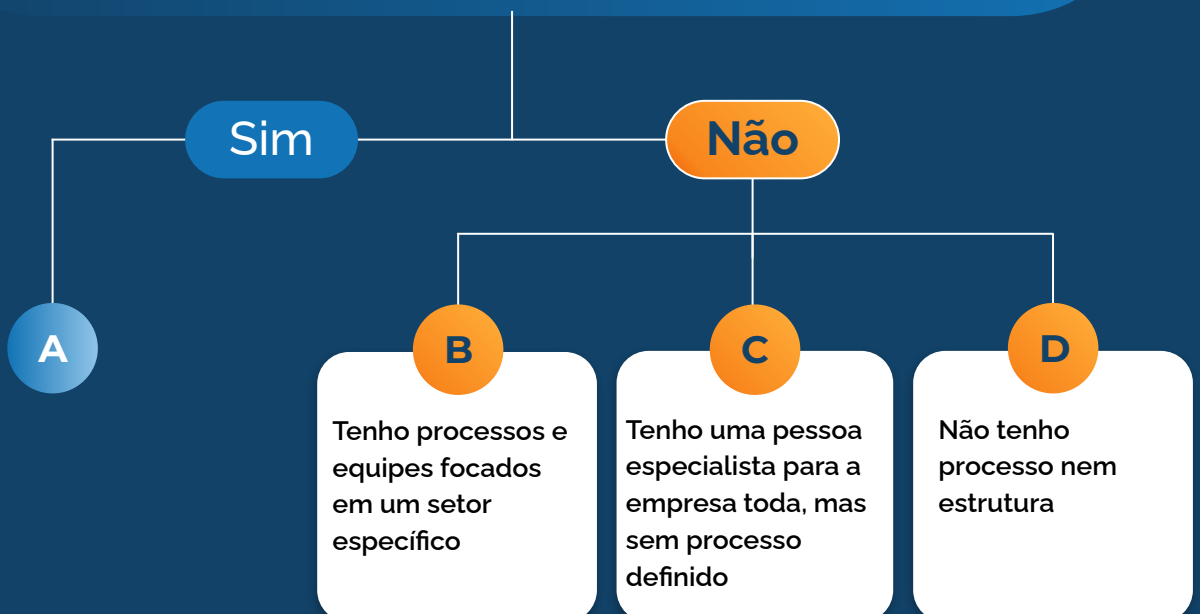
Acessibilidade faz parte do posicionamento da minha marca, com iniciativas constantes?



03.

### ESTRUTURA

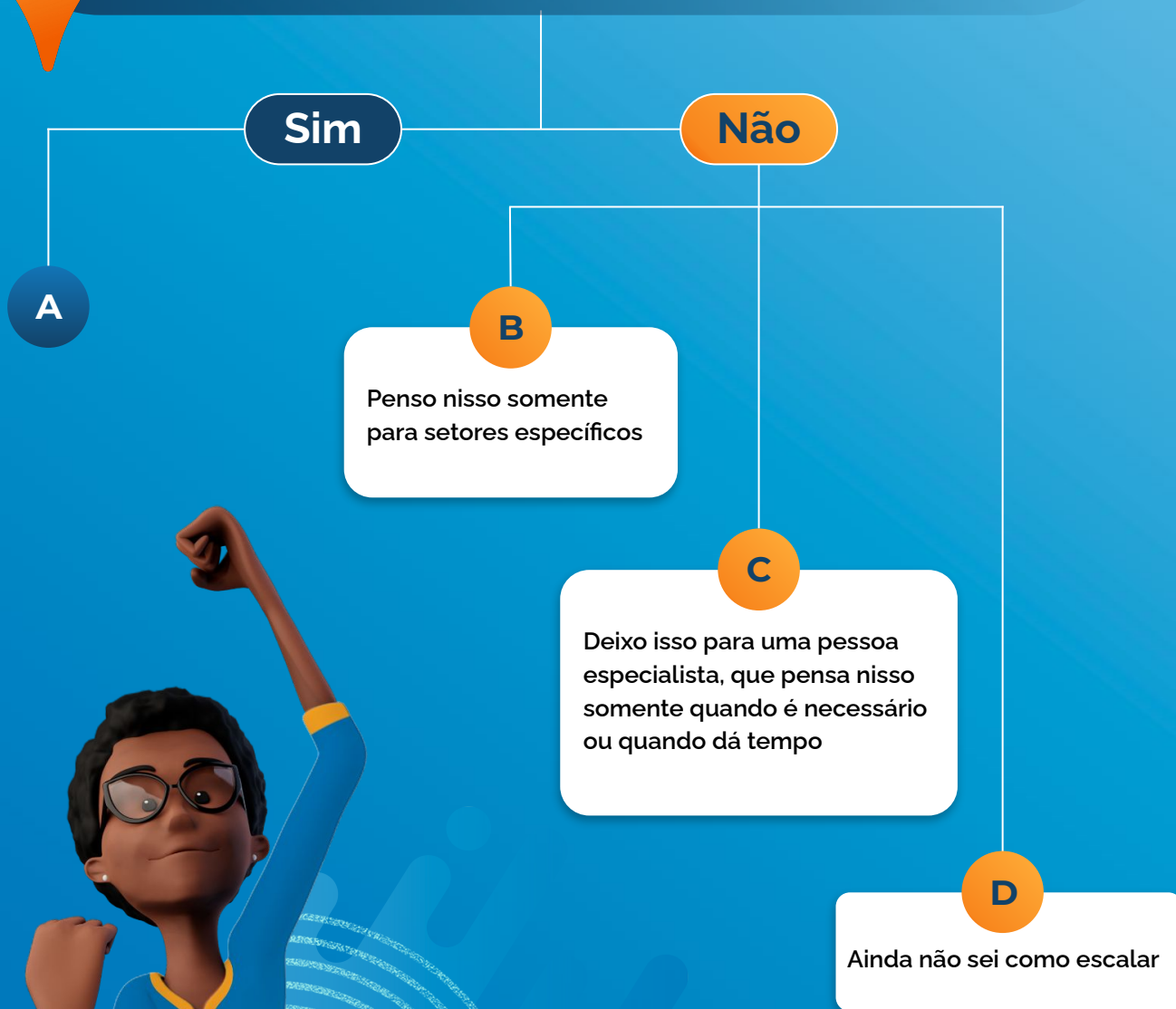
Tenho processos e equipes focados em acessibilidade em vários setores da minha empresa?



04.

## ESCALA

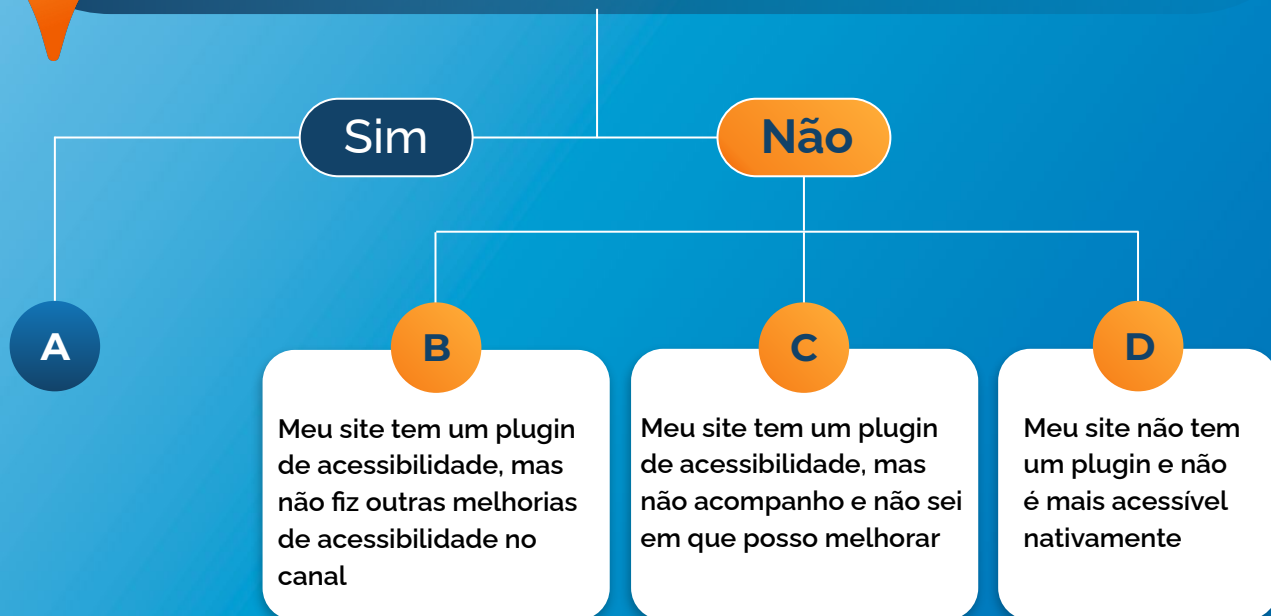
Eu e a minha equipe pensamos em escalar a acessibilidade?



05.

## PLUGIN DE ACESSIBILIDADE

Meu site conta com um plugin de acessibilidade que é acompanhado, e também segue as recomendações da NBR 17225 e WCAG 2.2?



## Veja o que cada resultado significa



### Mais letra A:

Avançado em acessibilidade.

Ela está no DNA da sua empresa!  
Agora, só é preciso evoluir e liderar.

### Mais letra B:

Maduro.

Sua empresa aplica acessibilidade,  
mas pode adotar uma postura mais  
proativa e menos reativa. Hora de  
ganhar consistência.

### Mais letra C:

Em construção.

Sua acessibilidade depende de  
pessoas ou esforços isolados. O  
próximo passo é estruturar e engajar  
mais times.

### Mais letra D:

Inicial.

Falta clareza e direção. A boa notícia:  
dá para começar agora, e a gente  
pode ajudar!



## Níveis de maturidade em acessibilidade



## Agora, é hora da ação!

Levar em consideração seu nível de maturidade antes de executar é essencial para uma construção estável, ritmada e com decisões assertivas.

## Jornada da acessibilidade





## Maduro

Expandir a acessibilidade para todos os canais digitais

Medir, testar e otimizar

Revisar dashboard do plugin de acessibilidade e conferir se está atendendo às expectativas

Ao chegar aqui, recalcule seu nível



## Avançado em acessibilidade

Revisar tudo o que já foi lançado

Identificar gaps e evoluir soluções

Disseminar conhecimento e boas práticas

Compartilhar como o plugin de acessibilidade traz benefícios para a marca





## Como avançar



Agora que você já sabe o nível de maturidade, é hora de avançar!

Evoluir em acessibilidade é, antes de tudo, uma decisão de prioridade e, principalmente, de **como o tema entra na lógica do negócio**.

Empresas mais maduras não tratam acessibilidade como um projeto, mas como **critério de decisão**.

Mas é claro que isso não acontece da noite para o dia. Por isso, temos três movimentos principais:

### ▶ Começar

O ponto inicial não é técnico, é estratégico: entender onde a falta de acessibilidade já afeta o negócio.

- *Quais experiências hoje excluem usuários?*

- *Onde isso pode estar afetando sua conversão, retenção ou percepção de marca?*

Isso significa olhar para:



Experiências com maior volume de usuários



Jornadas críticas



Pontos de abandono ou fricção

Corrigir o básico é o movimento que conecta acessibilidade ao resultado e traz o tema para a pauta interna.

Mas é importante reconhecer: **implementar não resolve o problema por si só, apenas inicia o processo.**

## Estruturar

Aqui, o principal gargalo deixa de ser técnico e passa a ser **organizacional**. Afinal, sem estrutura, acessibilidade depende de esforço individual e, por isso, não escala.

A decisão então passa a ser:

**o tema vai competir com outras prioridades ou vai fazer parte delas?**

É preciso garantir que a acessibilidade:



Tenha governança



Esteja presente nos fluxos de produto, design e desenvolvimento



Seja considerado desde a concepção, não apenas na correção

É isso que transforma esforço reativo e correções em **capacidade interna e prevenção**.



 Escalar

No estágio mais avançado, acessibilidade passa a operar em outro nível. Ela deixa de responder a demandas e começa a **influenciar decisões**.



## Isso significa:



Orientar o desenho de experiência.

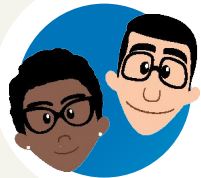


Impactar como a marca se posiciona.



Acompanhar o crescimento e a complexidade do digital

Neste ponto, acessibilidade não é mais uma simples frente operacional, é parte do padrão de qualidade e da cultura da empresa.



No fim, avançar em acessibilidade não é sobre implementar soluções, mas sobre **incorporar o tema na forma como a empresa prioriza, decide e evolui**.



## Próximos passos



Se tem algo que a prática demonstra é: **acessibilidade dificilmente avança por falta de diagnóstico, ela trava por falta de prioridade e decisão.**

A partir daqui, o mais estratégico não é tentar resolver tudo, mas entender **onde é possível gerar impacto mais rápido no seu contexto, e começar daí.**

Se você é a pessoa responsável por tomar as decisões, passe por essas três perguntas:



Onde a experiência atual pode estar limitando conversão ou engajamento?



Quais ativos digitais são críticos para o negócio hoje?



O que pode ser feito com baixo esforço e alto impacto imediato?

Esse tipo de leitura ajuda a sair do discurso e entrar em ação com critérios definidos.

Outro ponto importante: você não precisa (e nem deve) fazer tudo só.



Acessibilidade envolve diferentes frentes: marketing, design, experiência, produto, gestão de pessoas... **E contar com um time multidisciplinar pode reduzir tempo, esforço e retrabalho.**

Também existem formas de acelerar esse processo com o apoio de tecnologia e de parceiros especializados, principalmente quando o objetivo é ganhar escala sem aumentar a complexidade.

A **Hand Talk** entra nesse contexto como **referência em soluções que ajudam empresas a transformar a acessibilidade digital**. Nosso **plugin de acessibilidade para sites** é um facilitador, trazendo dezenas de recursos assistivos e uma tecnologia de tradução para Línguas de Sinais proprietária e exclusiva no mercado. Tudo de forma integrada, plug and play e sem exigir mudanças estruturais profundas.



### Conhecer o Hand Talk Plugin

O mais importante é não parar no diagnóstico. A acessibilidade evolui com movimento, e quanto antes ela entra na sua operação, mais valor ela gera ao longo do tempo.



**GAAD** A inclusão digital  
cresce quando  
todos participam

 *handtalk*

