

ESTABLECIMIENTOS DE PROXIMIDAD AMIGABLES CON LAS PERSONAS MAYORES

Si quiere ser un establecimiento amigable con las personas mayores, la siguiente información le ayudará a ofrecer un mejor servicio en el suyo (comercio, restaurante u otros), optimizando la experiencia que presta a sus clientes, con el interés de generar relaciones satisfactorias y duraderas en el tiempo.

¿QUÉ ES UN COMERCIO AMIGABLE?

Cuando hablamos de un comercio amigable nos referimos a establecimientos que saben dar un trato y servicio adaptado a las personas.

En el caso de las personas mayores, la amigabilidad tiene que concretarse en detalles pequeños pero que resultan imprescindibles para algo muy importante: que no se produzca un rechazo ni una discriminación hacia los clientes más mayores. Es lo que llamamos, edadismo. Una discriminación, invisible muchas veces, que afecta a las personas por el simple hecho de cumplir años. Y además, se da en todos los entornos y a nivel internacional. Todos, sin excepción, lo sufriremos en algún momento y para combatirla necesitamos de tu apoyo y compromiso.

Madrid, una ciudad abierta al mundo,
no puede cerrarse a la edad.

Para este reto necesitamos contar con la ilusión y el compromiso de cada establecimiento, desde sus encargados hasta el resto de profesionales que atienden el mismo. A partir de ahora seremos un equipo con un mismo objetivo y por ello, nos permitiremos tutearte, sobre todo porque queremos que la cercanía sea el elemento para establecer esta amistad. Respeto y cercanía, cualidades clave para la amigabilidad.

Madrid quiere ser amigable con las personas mayores y entre
todos lo conseguiremos.

MADRID CON LOS COMERCIOS AMIGABLES PARA LAS PERSONAS MAYORES

Las altas cifras de esperanza de vida es uno de los hechos más fabulosos de la contemporaneidad.

El gobierno municipal es consciente de esta realidad, donde más del 20% por ciento de los habitantes de nuestra ciudad son personas mayores, y ya en el Plan de Acción “Madrid, Ciudad Amigable con las Personas Mayores” se plantean directrices para reconocer la diversidad, proteger a los más vulnerables, promover su inclusión y que estas personas contribuyan en todos los ámbitos comunitarios, incluidos los que surgen en la relación proveedor/cliente.

Ahora bien, se nos plantean algunas preguntas: ¿cuál es el futuro deseable para una clientela notablemente mayor? ¿Qué papel queremos tener en este cambio de modelo donde el servicio se adapte al cliente y no al revés?

La respuesta es que nos deberíamos centrar en el análisis de los criterios y preferencias de los clientes mayores en relación a su experiencia en vuestros establecimientos.

Por ello este documento, promovido desde el Ayuntamiento de Madrid, insta a respetar las decisiones de las personas mayores y elecciones de estilo de vida; así como anticipar y responder con flexibilidad a las necesidades y preferencias relacionadas con el envejecimiento, propio y ajeno.



La verdad, es que lo que vamos a exponer aquí es un plan de una gran magnitud. Se trata de un proyecto bueno para todas las personas, de todas las edades y de todas las habilidades, y también para las generaciones venideras. Este es el principio del diseño y la accesibilidad universal, que busca dar respuestas a todas las personas, respetando la enorme diversidad que existe en nuestra ciudad. Esta es la visión que inspira esta guía.

LAS PERSONAS MAYORES, SU HETEROGENEIDAD COMO CONSUMIDORES

Es una obviedad, pero todos somos personas y así, los que acumulan muchos años siguen siendo consumidores como lo han sido siempre. Nada fuera de lo común. Gente corriente como tú.

La mayoría de nuestros vecinos más mayores no necesitan nada especial, aunque sí es comprensible que esperen un trato humano y, como es notorio, se lo merecen y nos lo merecemos.

Existe también una minoría que precisan entornos de apoyo para compensar los cambios físicos, cognitivos y sociales asociados con frecuencia al envejecimiento. Especialmente quienes tienen más de 80 años, en los que es frecuente que presenten algunas dificultades de movilidad, alguna disminución de sus sentidos (por ejemplo, de la visión o la audición) o ciertos problemas de comprensión.

Con ellas y con ellos, debemos tener una especial sensibilidad y una mayor implicación.

En ocasiones, podrás encontrarte con situaciones asociadas a la soledad que muchas de estas personas viven. Un sentimiento que, si bien es personal, en muchísimas ocasiones no es deseado. Ciudadanos, especialmente mujeres, que pueden acudir a tu lugar de trabajo esperando que alguien les escuche y atienda sus inquietudes.

Recuerda: Ser sensibles a esta realidad de la vida de las personas, que a menudo no vemos, es muy oportuno para generar relaciones de buen trato y amigabilidad con las personas mayores.

EL COMERCIO AMIGABLE DE PROXIMIDAD

El comercio de proximidad es un importante eje económico y social, vertebrador de nuestra ciudad, que además de crear riqueza y empleo, ofrece servicios que permiten satisfacer con comodidad las necesidades de bienes y productos de sus vecinos, y hacerla así, más habitable.

Además, en base a las relaciones que en estos lugares se generan, permite a los ciudadanos más mayores seguir haciendo lo que siempre han hecho, siendo protagonistas activos de ese tejido socioeconómico, basado en el consumo de bienes y servicios.

No es extraño pues, que la mayoría de los vecinos de más edad prefieran comprar en su barrio, en los establecimientos que les son más próximos en lo físico pero también en lo emocional, donde los comerciantes les conocen y donde se sienten acogidos.

Si estás al frente de un negocio a pie de calle y quieres ofrecer un mejor servicio, deberías plantearte estas cuestiones previas y de paso, incorporar unas medidas para que la edad no sea un dato excluyente para la prosperidad de tu proyecto empresarial. Como el resto de la población, las personas mayores siguen comprando y exigen, porque no se jubilan de sus derechos ni de sus necesidades y placeres consumistas.

Estar al frente de un establecimiento amigable con las personas mayores y por ende, ser un profesional capaz de entender y atender la diversidad, además de satisfactorio es una oportunidad de generar empleo y prosperidad para tu negocio.

Recuerda: Para ello, tienes que saber ofrecer un servicio personalizado y significativo.

Cuidado con los comportamientos paternalistas, bajo la idea de que por ser mayor las personas tienen menos capacidades y necesitan de protección, como si fuese una relación padre/madre e hijo/a, incluso con la mejor intención, causan daño a las personas, pues las minusvalora y humilla y ello dificulta que se sigan sintiendo como lo que son, personas adultas.

Tú -vosotros-, desde vuestro establecimiento, podéis ayudar mucho a que los vecinos más mayores de vuestro barrio continúen sintiéndose felices y orgullosos de los años que tienen. Cada vez que no eres sensible a esta realidad o ignoras cómo se sienten los clientes con un trato rutinario o mediocre, puedes estar perdiendo la fidelidad depositada en tu negocio de antiguos clientes o no ganar otros potenciales, y ello puede ser aprovechado por tu competencia.

¿Te animas a diferenciarte de otros establecimientos que dispensan un trato insípido y despersonalizado?

Recuerda: La amigabilidad te ayuda a conocer a tus clientes, entender sus peculiaridades y darles apoyo con un servicio que asegure su satisfacción y el éxito del negocio.

VENTAJAS DE SER UN ESTABLECIMIENTO AMIGABLE

A priori, será un mejor comercio, reconocido en el barrio por ser un espacio accesible donde, además, sus trabajadores comprendan y acepten la singularidad de todos los clientes, y donde se disfrute de un servicio que reconoce esta singularidad y proporciona un trato individualizado. Más cálido y memorable.

Ser un establecimiento amigable te va a posibilitar ser un agente aún más activo en tu comunidad, porque haciendo la vida más fácil a personas como tú, favoreciendo que los vecinos más mayores puedan continuar viviendo en él, hacemos el tejido económico y social del barrio más fuerte y más vivo.

Conseguir consumidores satisfechos y felices y, por lo tanto, más constantes y leales. ¿No es eso lo que quiere un profesional como tú para su negocio?



APRENDAMOS AMIGABILIDAD CON LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES

Mercedes enviudó hace un año. Desde entonces, es ella quien debe hacerse cargo de todo y también, de la compra. Aunque esta tarea no le gusta, se ha acostumbrado a hacerlo diariamente por consejo de su médica. Así, baja a la calle, pasea y saluda a las vecinas. Para el matrimonio asiático que regenta el puesto de frutería ya es como una amiga. Conversan poco pero el lenguaje gestual lo hace todo. Ellos le ofrecen abanico, asiento o cargar con las bolsas según la situación y doña Mercedes le devuelve estos detalles con fidelidad, agradecimiento y magdalenas caseras.

A partir de este sencillo caso, vemos la grandeza de la atención al público mayor. Las relaciones que establecemos en comunidad nos hablan de interdependencias. En eso sí que somos todos iguales, ya seamos el empleado o el consumidor, pues todos en cualquier momento, podemos tener necesidad de ayuda o depender de otras personas.

La historia que acabas de leer es sólo un caso concreto de entre otros muchos que te encontrarás a diario. Otras personas solas, sin compañía alguna, acudirán con el deseo o la necesidad de una *relación humana*, de hablar y ser escuchadas; y esto no debería extrañarte. No lo olvides.

Recuerda: Un establecimiento amigable con las personas mayores debe facilitar experiencias positivas, oportunidades para que puedan continuar decidiendo, disfrutando, invitando y comprando lo que quieran para quienes quieran. Esto es lo que deseamos: establecer intercambios amables donde todos ganemos.

ASPECTOS A CONSIDERAR PARA SER UN ESTABLECIMIENTO AMIGABLE

1. El factor humano: *de persona a persona*

Uno de los aspectos más importantes que los consumidores más mayores consideran valioso es la calidad de la relación con los gerentes del comercio o los profesionales que los atienden.

Existen una serie de características básicas que facilitan el ofrecimiento de una mejor atención al cliente, y todas son de sentido común: amabilidad; cercanía; respeto; capacidad para comunicarse con el cliente adaptándose a su ritmo, con un lenguaje claro y capacidades para comprender lo que expresa, le preocupa o necesita. Otros aspectos igualmente importantes son la discreción, la paciencia, el agradecimiento, la diligencia o la empatía.

Recuerda: No hay segundas oportunidades para una buena primera impresión.

Además, será importante que los empleados del establecimiento dispongan de tiempo y herramientas de formación para comprender y atender, con calidad y calidez, a personas que por cualquier circunstancia o enfermedad tengan más dificultades, o bien por tener cierto deterioro cognitivo, movimientos más lentos, problemas para comprender nuestro idioma o para expresarse con claridad.

Las siguientes indicaciones te ayudaran a mejorar el trato en el servicio que ofrezcas a tu cliente mayor:

- Dirígete con amabilidad y claridad al interlocutor. Respetuosamente, manteniendo las normas habituales de cortesía.
- Adáptate al cliente, con paciencia y sin prisas.
- Evita siempre un trato demasiado familiar o usar frases excesivamente entrañables que puedan derivar en una comunicación infantilizada.
- Cuida que las conversaciones sean privadas y que no se enteren otras personas o clientes, si la persona así lo requiere.
- Identifica y responde a las personas mayores con necesidades especiales aunque tengan depresión, Alzheimer, ceguera o hemiplejía.
- Conoce cómo actuar en situaciones especiales, poco frecuentes o de emergencia (como puede ser que la persona esté desorientada, que no se encuentre bien físicamente, que necesite usar el aseo, que se haya golpeado o sufrido una caída) o en conflictos como discusiones, robos o peleas.

2. El entorno físico

Cuando hablamos de amigabilidad de los comercios necesariamente hay que prestar atención al espacio físico para mejorar su accesibilidad, comodidad, visibilidad y seguridad. Todo esto no tiene por qué ser costoso y, sin embargo, siempre es beneficioso para todos.

Veamos cada aspecto.

- **Accesibilidad, comodidad, visibilidad y seguridad**

La sociedad, en general, tiene el deber de facilitar la accesibilidad al medio de todos los ciudadanos y especialmente aquellos que dispongan de un establecimiento público. Por otra parte, huelga decir que los poderes públicos deberán garantizar que así sea, con el fin de favorecer la calidad de vida de todas las personas, incluidas todas aquellas que presentan más dificultades por su movilidad, capacidad cognitiva o diversidad sensorial.



A continuación, te ofrecemos una serie de preguntas que te ayudarán a reflexionar acerca de cómo es tu establecimiento amigable desde el punto de vista del entorno físico:

En relación a la llegada del cliente:

- ¿Sabes si existe un parking público o parada de transporte público en las cercanías?
- ¿Están los bordillos rebajados para facilitar el acceso a la acera?
- ¿Están las aceras limpias y despejadas, por obras en la vía pública, ocasionadas por inclemencias climatológicas o incluso por elementos dispuestos por tu propio negocio?

En relación al acceso al local:

- ¿La entrada dispone de rampa de acceso -de obra o portátil-?
- ¿Te parece que las puertas son sencillas de abrir?
- ¿Los sensores de las puertas automáticas funcionan correctamente?
- ¿Existen pasamanos o asideros a la entrada?
- ¿El espacio es suficiente como para moverse con facilidad las personas que acudan con silla de ruedas, andadores y carritos de la compra o de niños?
- ¿El pavimento es seguro?
- ¿Es antideslizante?

En relación a la experiencia en tu establecimiento:

- ¿Sabes si la altura¹ del mostrador es funcional y se adapta al estándar propuesto para mejorar la accesibilidad?
- ¿Existen alfombras y están bien sujetas al suelo?
- ¿Hay asientos disponibles para los tiempos de espera?
- ¿La iluminación es suficiente, amable e idónea para evitar deslumbramientos? ¿La temperatura interior es agradable?
- ¿Los escalones están debidamente identificados?
- ¿Las señales en el establecimiento son legibles, comprensibles y bien visibles?
- ¿Existen cestas ligeras y carros cómodos para su uso en el interior?
- ¿Disponen de gafas de aumento para la lectura de la carta de un bar, por ejemplo?

¹ Un mostrador accesible tendrá dos alturas o dos zonas distintas de atención al visitante: una parte a la altura usual (110 cm) para atender a quienes prefieran permanecer de pie, y otra parte a una altura entre 75-85 cm, accesible a usuarios de silla de ruedas.



Recuerda: Alguna de las buenas prácticas para ser comercio amigable serían disponer de aseos para los clientes, asientos, apoyo en la carga de bolsas y paquetes, probadores cómodos y accesibles, servicio de entrega a domicilio,...

- **Información y comunicación**

Todos sabemos lo importante que para las personas es disponer de la información que necesitamos en relación a los servicios o productos que vamos a consumir. Para ello, y sabiendo que con la edad perdemos agudeza visual u otras destrezas funcionales, es importante revisar y valorar si nuestro comercio facilita en todo lo posible que las personas puedan informarse o relacionarse de manera eficiente mientras están en el mismo.

A continuación, te damos una serie de recomendaciones:

Favorecer la comunicación/conversación:

- Evitando ruidos molestos o estridentes, reduciéndolos con materiales que mejoren el aislamiento y acondicionamiento acústico.
- Valorando el impacto de la música o del sistema de megafonía para la comunicación y las conversaciones en tu establecimiento. Si optas por su uso, mantén un volumen adecuado, no muy alto.

Informar de forma adecuada:

- Disponiendo de carteles que puedan leerse bien, anuncios con apoyo de imágenes o dibujos, etc.
- Rotulando los textos (de estantes con precios o etiquetas) con letras grandes y bien contrastadas del fondo. Por ejemplo, texto en color oscuro sobre fondo claro.
- Proporcionando además, material impreso (como folletos) de fácil lectura con especial atención al diseño de la letra, el tamaño, el fondo, etc.
- Ofreciendo la tecnología como un aliado para la información y la comunicación con el cliente, pero sin obligarle a su uso (ofrecer varias alternativas a la elección del cliente mayor).

Recuerda: Contempla la importancia en la diversificación y especialización en la comunicación con tus clientes para llegar a todas las necesidades de los consumidores.

3. Un establecimiento orientado a la satisfacción y el buen trato a cada persona

En un comercio amigable, al fin y al cabo, lo que pretendemos es estar más cerca de las personas que ya son o queremos que sean nuestros clientes. Es estar lo más orientados a ofrecer situaciones satisfactorias y agradables en nuestro establecimiento, lo que implica que los clientes perciban un trato de respeto, buenas maneras y consideración.



Si tu negocio realiza actividades con una misión de responsabilidad social, puedes contar con la participación generosa y voluntaria de personas mayores, en campañas como “operación kilo”, recaudaciones con fines sociales, eventos en favor de la comunidad, etc.

Por último, pero no menos importante, debes saber actuar ante cualquier apuro o conflicto. Así, si te enfrentas ante una situación imprevista: que una persona se caiga, que se encuentre mal o tenga un ataque de pánico, actúa con tranquilidad y recurre a ayuda sanitaria lo antes posible. La serenidad proporcionada a la persona y la urgencia con la que reacciones facilitará la mejor resolución de la situación. Recuerda que en Madrid, ante cualquier emergencia hay que llamar al teléfono gratuito 112.

Existen un montón de medidas para mejorar tu experiencia de atención directa en tu establecimiento desde la globalidad del servicio.

- Facilita la comunicación y las compras por teléfono.
- Identifica de forma sencilla a los clientes habituales con su nombre y sus preferencias de consumo.

- Facilita compras por internet (accesibilidad y sencillez en el uso de la página web).
- Proporciona ayuda en la zona de cajas de autopago.
- Ofrece servicio a domicilio gratuito o muy económico.
- Crea un despacho de atención al cliente para escuchar sus propuestas de mejora y recoger las reclamaciones, etc.
- Menús diversos, en el caso de la restauración, para distintas situaciones de restricciones dietéticas.
- Políticas de descuento en el precio de servicios o productos para las personas mayores.

Recuerda: Y si hablamos de amistades, no podemos dejar de hablar de las mascotas queridas de las personas mayores. Es posible que si dieras la bienvenida a los mejores amigos de los clientes más mayores de tu establecimiento, tu servicio se distinguiría y sería más amigable... Piénsatelo.

(Art. 13 de la Ordenanza Reguladora de la Tenencia y Protección de los Animales de 26/07/2001)

AMIGABILIDAD ATENDIENDO LA DIVERSIDAD DE LAS PERSONAS MAYORES

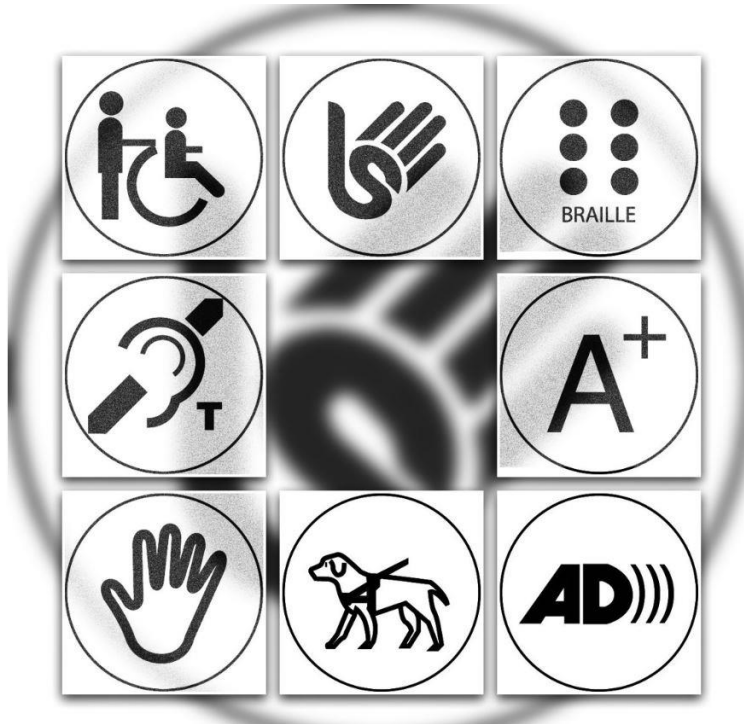
Como ya indicábamos en la introducción, personalizar cada relación, contemplando la singularidad de cada persona y respetando la diversidad, siempre genera vínculos fuertes y valiosos entre las personas.

Una atención que contempla y busca dar una respuesta a la singularidad y a la enorme heterogeneidad que existe en una ciudad como Madrid, es una gran oportunidad. Esta heterogeneidad, que puede ser generacional, cultural, étnica, sexual, funcional, religiosa, lingüística... es a priori, sin duda, un reto; pero es también una oportunidad para conquistar el corazón y el bolsillo de los clientes. Si logras que estos se sientan cómodos y valiosos, vas por el buen camino.

Un importante número de vecinos pueden presentar algún tipo de diversidad funcional (física, intelectual o sensorial), es decir, que tengan capacidades diferentes a las de la mayoría para su vida cotidiana. Esto es absolutamente normal, tanto por la enorme variabilidad de personas que convivimos en esta ciudad, como por el hecho de que, en un momento dado, cualquiera de nosotros puede verse con dificultades de este tipo. Y sea por la causa que sea (genética, por enfermedad, accidente o lesión, etc.) ninguno de nosotros queremos renunciar a disfrutar de nuestra vida en nuestra ciudad, ¿verdad?

Igual que tu negocio no puede disponer de una talla única o un estricto menú, así debes entender que, en la medida de lo posible, muchas veces será tu servicio el que tendrá que adaptarse a estas diversidades, así como a las preferencias y necesidades de cada cliente, incluidos los más mayores.

Queremos hacer una ciudad para todos sus habitantes
en la que podamos disfrutar desde ya y en el futuro.



Veamos a continuación algunas ideas que pueden ayudarnos a conocer, comprender y atender a aquellos clientes mayores que pueden presentar estas particularidades o diversidades.

1. Amigables con los adultos mayores en situación de discapacidad física

Seguramente te habrás fijado en que algunos vecinos mayores tienen una forma de caminar más lenta o una marcha más inestable o que les cuesta subir y bajar las escaleras. Otros pueden utilizar algún tipo de bastón, y cada vez más, veremos más personas que utilizan andadores o sillas de ruedas para desplazarse por la ciudad. Todas estas personas presentan una dificultad para desenvolverse e interactuar con el entorno, lo que termina generando más aislamiento y soledad.

Quizá notes la ausencia de algún cliente mayor que acostumbraba ir a tu negocio. Puede ser por varios motivos: puede haber fallecido, puede que ya no necesite tus servicios o puede que tu negocio no se adapte a las demandas de su nueva condición funcional o de mayor fragilidad. Sabemos que las condiciones de los lugares por donde se desenvuelven las personas influyen mucho en su seguridad. En la medida de lo posible, valora adaptar tu establecimiento para ofrecer el mayor confort a estas personas y será otro motivo para retener a tus clientes de más edad. Elimina las barreras físicas para evitar caídas y males mayores.

Anteriormente, ya hemos abordado aspectos concretos que mejoran la accesibilidad, comodidad y seguridad del entorno físico. Dada su importancia, queremos recordar las **ideas más importantes** que van a hacer más amigable cualquier establecimiento, especialmente a las personas con diversidad funcional.

Buenas prácticas:

1. Evitar barreras arquitectónicas, tanto en el acceso al inmueble, como en la movilidad interior: sustituir las escaleras de acceso por rampas utilizables por personas usuarias de sillas de ruedas. Proveer de ascensores para la movilidad vertical.
2. Comprobar la comodidad y seguridad de las puertas de acceso.
3. Asegurar la existencia de espacios que permitan la movilidad de las personas en sillas de ruedas en aseos, probadores, salas de espera, etc.

2. Amigables con los adultos mayores con deterioro intelectual o cognitivo

Sin entrar en las causas que originan este tipo de discapacidad o diversidad intelectual, estate alerta para identificar qué personas se encuentran en estas circunstancias y saber atenderlas de forma correcta y respetuosa.

En relación a la amigabilidad, lo más importante es querer y saber cómo ayudarles a utilizar todas sus potencialidades personales para favorecer una experiencia gratificante y positiva de sí mismos a pesar de la dificultad.

Si bien hay muchas posibles causas de la diversidad cognitiva o intelectual en las personas mayores, la demencia es, sin duda, la más frecuente. Es por ello, que consideramos necesario aclarar algunas ideas que aún no son bien conocidas por la población general. Comprenderles mejor para servirles.

La demencia afecta a cada persona de manera diferente: dependiendo del impacto de la enfermedad y de sus características, de las habilidades y personalidad del sujeto antes de empezar a padecerla, del momento de desarrollo de la enfermedad; es decir, que no hay dos personas con demencia iguales.

En tu relación diaria puedes encontrarte despachando a personas con demencia en etapas iniciales y quizá no les acompañe nadie. Como la evolución de esta enfermedad es lenta, es fácil que pase desapercibida para la propia persona o para su entorno. A continuación, te ayudamos a identificar estos posibles casos:

- Tener olvidos, fallos de memoria.
- Tener despistes, perder la noción del tiempo.
- Tener errores al pagar o manejar el dinero.
- Perderse o desorientarse en lugares conocidos.

Si ello le sucede a un cliente habitual, te será mucho más fácil atender estas dificultades. Y si no lo es, tendremos que saber estar atentos si observamos estos comportamientos para identificar cómo y cuánto debemos ayudar a la persona. Tan malo es ser indiferente como pasarte de sobreprotección. Vigila las formas, para que esta relación comercial y amigable se haga desde el respeto y la comprensión, evitando siempre que la persona se sienta mal.



En una etapa más avanzada de la enfermedad, podrás observar los siguientes comportamientos:

- Olvidos frecuentes, no saber a qué venía, qué quería comprar, dónde está...
- Dificultad para expresarse y comunicarse con fluidez: no le sale la palabra correcta, mezcla ideas, etc.
- Comportamiento o comentarios inadecuados, mayor impaciencia, irritabilidad o tal vez apatía.
- Grandes dificultades para manejar el dinero y pagar.

Pueden entrar en tu establecimiento personas acompañadas por la persona encargada de sus cuidados. O que vayan acompañados por sus compañeros de la residencia o centros de día del barrio, dentro de un programa de participación en el entorno. Este tipo de visitas son muy valiosas para la persona mayor, pues le devuelve a la normalidad, a lo que hace otra persona de su entorno y edad que no tiene esas dificultades.

A continuación, presentamos algunas **recomendaciones importantes**, en general válidas para relacionarse con cualquier persona con estas dificultades. Lo primero y más importante es mostrar una actitud positiva, cordial, tranquila y más concretamente, prestaremos atención a:

1. Acercarte a la persona, situándote frente a ella y mirándola a los ojos, pues así le demostraremos que estamos atentos, tratando de ayudarla y también, respetándola.
2. Trata de conocer su nombre de pila, así como el de su cuidador o familiar. Utilízalos.
3. Trata a la persona con sencillez y naturalidad, usando un tono de voz amable, sin reproches y con paciencia, dándole información clara y de forma sencilla, eligiendo decir lo importante, pero teniendo cuidado con no infantilizar la relación.

Y, ¿sabrías cómo actuar en el caso de que tu cliente se encuentre desorientado o confuso? Primero, pregúntale si le parece bien que contactemos con alguna persona de su confianza y ofrécele localizarles por teléfono. Si estuviera muy desorientado y no supiéramos a quién llamar, llamaremos al teléfono 112, donde expondremos la situación y ellos enviarán a los profesionales que consideren oportunos.

3. Amigables con los adultos mayores con disfunción sensorial

La diversidad sensorial puede ser una característica de tus clientes, y son la vista y el oído, los sentidos que suelen tener más afectados las personas mayores.

En relación a las personas con disminución de su función visual, lo más habitual es que tengan limitado su campo y agudeza visual o que tengan mayores dificultades para percibir el color y el contraste. Por ello, hemos añadido propuestas para mejorar la iluminación, el confort, la seguridad y el acceso a la información en tu establecimiento y así, facilitarles la experiencia.

También es muy frecuente que las personas mayores padezcan de sordera, esto implica una mayor dificultad en la comunicación en ambientes ruidosos. Considerando lo anterior, valora si tu negocio cumple con estos estándares de calidad en este aspecto.

Ofrecer un entorno físico seguro y que facilite la orientación y la experiencia de las personas con alguna diversidad sensorial es clave y para ello, considera los siguientes aspectos:

1. Asegúrate de que haya una adecuada y suficiente iluminación del espacio.
2. Si existen escalones, deben estar bien identificados.
3. Todos los textos (cartelería, menús, precios, etc.) serán de un tamaño considerable. Ofrece gafas de aumento o lupas.
4. Comprueba que el hilo musical es suave y no dificulta la comunicación de los clientes.

Incorpora medidas que posibiliten la relación comercial pero también la interpersonal para que se establezcan relaciones que satisfagan a ambas partes.



Todo lo expuesto anteriormente acerca de las especiales necesidades de ciertos grupos de personas mayores no puede llevarnos a creer que la gran mayoría de las personas mayores precisan estas medidas. No, no debemos confundirnos. Tan malo es pensar que nadie las necesita como que todas lo hacen. Esta es la realidad, tenemos que aprender a comprender y actuar ante esta gran heterogeneidad de clientes mayores.

Recuerda: Ser responsable de un establecimiento amigable es acoger la diversidad, ofreciendo un trato humano, comprensivo y solidario.

Un servicio respetuoso, sereno y amable, marca la diferencia y genera riqueza. Los profesionales que atienden el comercio deben conocer las peculiaridades de la población mayor y respetar sus derechos como consumidores.

REVISANDO CÓMO ES MI ESTABLECIMIENTO DE AMIGABLE

Estos son los puntos para desarrollar un buen plan de amigabilidad en un establecimiento.

1) LLEGAR A CONOCER QUÉ OPINAN Y VALORAN TUS CLIENTES MAYORES

- ¿Sabes lo que opinan de tu establecimiento? ¿Qué echan de menos? ¿Qué les gustaría encontrar que no tienen ahora?
- ¿Qué es lo que mejor valoran en el trato de su personal? ¿Y lo que menos?

2) CONOCER EL GRADO DE AMIGABILIDAD DE TU COMERCIO O SERVICIO

- Identifica, gracias a las recomendaciones y al cuestionario de comprobación de amigabilidad, cómo se encuentra tu establecimiento en relación a los diferentes elementos o las situaciones relacionadas con la amigabilidad con las personas mayores.

3) ELABORAR UN PLAN PARA MEJORAR LA AMIGABILIDAD DE TU ESTABLECIMIENTO

- Piensa y valora por dónde puedes empezar. Te recomendamos que comiences por lo más sencillo de aplicar o por aquello que proporcione mejores resultados en la experiencia de tus clientes mayores.

4) DESARROLLAR TU PLAN DE MEJORA DE AMIGABILIDAD

- ¿Necesitas de algún apoyo técnico por parte de los profesionales del Ayuntamiento? No te preocupes, cuentas con el apoyo de profesionales en la materia.

5) VALORAR LOS RESULTADOS DE ESTE PLAN DE AMIGABILIDAD DESARROLLADO Y PREGUNTÁNDOSE CÓMO PUEDE CONTINUAR MEJORANDO

- ¿Ha supuesto mucho costo económico o de recursos humanos su desarrollo?
- ¿Qué mejoras se han realizado y se han valorado positivamente (dicho por los clientes u observado por el personal)?
- ¿Por dónde podrías seguir mejorando?
- ¿Cómo continuar implicando a tu personal?

¿Te atreves a cambiar?

