

## 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 hemiplejia.
- 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 altura<sup>1</sup> 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?

---

<sup>1</sup> 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)*