

RECOMENDACIONES PARA EL FOMENTO DE LA AMIGABILIDAD CON LAS PERSONAS MAYORES EN MERCADOS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE MADRID

“Para conocer una ciudad hay que conocer sus mercados
y las personas que por allí transitan”



El mercado es un punto estratégico del barrio, es el mejor exponente del comercio urbano de proximidad.

QUÉ ES UN MERCADO AMIGABLE

Las personas mayores son grandes consumidoras que premian el buen servicio con fidelidad y lealtad.

Los mercados municipales tienen la gran oportunidad de liderar la amigabilidad con las personas mayores poniendo en marcha el concepto de **establecimiento amigable con las personas mayores**, entendida como una relación directa donde se debe de primar la visión de los consumidores de más edad que presentan unas necesidades y demandas específicas y considerarlos una fortaleza para su negocio.

Estas prácticas son buenas para todas las personas, de todas las edades y de todas las habilidades, y con impacto en las generaciones venideras. Éste es el principio del diseño y la accesibilidad universal, que busca dar respuestas a la enorme diversidad que existe en nuestra ciudad. Ésta es la visión que inspira estas recomendaciones.

MERCADOS MUNICIPALES AMIGABLES CON LAS PERSONAS MAYORES

LOS MERCADOS son grandes superficies comerciales con alguna particularidades, pues son considerados como conjunto de establecimientos independientes, con criterio de unidad, cuyo tamaño, mezcla comercial, servicios comunes y actividades complementarias, están relacionadas con su entorno, su barrio, y que dispone de una imagen y gestión unitaria.

Los mercados municipales como espacios públicos ofrecen como ventajas competitivas frente a otras grandes superficies comerciales, ser establecimientos con impronta urbana por la cercanía con los habitantes, el trato personalizado, y la huella que marca en las zonas adyacentes del barrio donde asienta, además de ser centros de reunión de vecindad.

A partir de estas ventajas, la creación y transformación del mercado municipal en un espacio de amabilidad con las personas mayores, es un reto que aporta muchísimas ventajas.

Enlace a:

[Establecimientos de proximidad amigables con las personas mayores](#)

Recuerda: Si trabaja en algún equipamiento con estas características y quiere ser un espacio amigable con las personas adultas mayores, la siguiente información le ayudará a optimizar la experiencia que presta a sus usuarios o clientes con el interés de generar relaciones satisfactorias y longevas en el tiempo.

AMIGABILIDAD EN LOS MERCADOS MUNICIPALES CON LAS PERSONAS MAYORES

Cuando hablamos de amabilidad nos referimos a lugares que saben dar un trato y servicio adaptado a las personas. En el caso de las personas mayores, la amabilidad 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 usuarios más mayores. Es lo que llamamos, el edadismo. Una discriminación, invisible muchas veces, que afecta a las personas por el simple hecho de cumplir años.

Enlace a:

[Fomento de la amabilidad con las personas mayores](#)

La amabilidad entraña conocer la diversidad de las
personas mayores

PERSONAS MAYORES COMO CLIENTES DIVERSOS

El 20% por ciento de la población son personas mayores, la visión emergente de esta realidad se debe centrar en el análisis de los criterios y preferencias de los usuarios mayores en relación a su experiencia en vuestros mercados.

En la heterogeneidad de ciudadanos que engloban el grupo de personas mayores, también existe una minoría que precisan entornos de apoyo para compensar los cambios físicos, cognitivos y sociales asociados con frecuencia al envejecimiento. Especialmente las personas de más de 80 años, en la que es más frecuente la presencia de algunas dificultades de movilidad, alguna disminución de sus sentidos (por ejemplo, de la visión o la audición) o ciertos problemas de comprensión. Con estas personas, debemos tener una especial sensibilidad y una mayor implicación.

Lo primero que necesitaremos es saber identificar las
peculiaridades de la persona mayor para poder así

cimentar nuestro servicio en una relación personal, emocional y racional.

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 establecimiento esperando que alguien les escuche y atienda sus inquietudes. 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.

Enlace a:

[Atendiendo a la pluralidad: prácticas amigables](#)

Recuerda: Como el resto de la población, las personas mayores siguen consumiendo y exigen, porque no se jubilan de sus derechos ni de sus necesidades y placeres consumistas.

LAS PERSONAS MAYORES Y SUS MERCADOS

Las personas mayores conocen y son reconocidas en su mercado debido a su concepción de servicio público, distinguiéndose estos establecimientos de otras grandes superficies por una serie de atributos importantes, como son:

- ✓ Referentes de la identidad local
- ✓ Fomentan la vida comunitaria
- ✓ Son parte del orden social y del paisaje urbano
- ✓ Preservan manifestaciones culturales y gastronómicas
- ✓ Son núcleo vivo de la convivencia intergeneracional

Muchos usuarios se han ido haciendo mayores en su barrio y, habiendo utilizado el mercado como lugar de abastecimiento de los alimentos y productos que consumen a diario, cuando llegan a más edad pueden encontrar que su mercado se ha convertido en un lugar poco amigable si no estamos atentos a sus cambios físicos, funcionales y cognitivos.

Sin duda las distancias a recorrer en estas grandes superficies, asociadas a la dificultad de no encontrar fácilmente "vías de solución" a situaciones frecuentes como cansarse y querer parar a descansar, o necesitar salir del establecimiento o

ir al aseo, son situaciones que influyen en algunas personas para sentirse incomodas.

Estos espacios congregan a multitudes y esto puede generar cierta inseguridad física por miedo a empujones, suelos resbaladizos y caídas. Además, esta desagradable situación puede agravarse cuando hay mucho barullo o se teme no encontrar a alguien que ayude. Todo ello dificulta la percepción de control y seguridad, algo imprescindible para volver.

Cada vez que ignoramos cómo pueden sentirse estas personas o les proporcionamos un trato rutinario podemos estar perdiendo la fidelidad depositada de antiguos usuarios o no ganar otros clientes potenciales.

La amabilidad te ayuda a conocer a tus clientes y sus cambios, entender sus peculiaridades y darles apoyo con un servicio que asegure su satisfacción y el éxito de tu negocio o entidad.

VENTAJAS DE SER UN MERCADO AMIGABLE

A priori, será un mejor lugar, reconocido en la ciudad por ser un espacio accesible, confiable y amable donde además sus trabajadores comprenden y aceptan la singularidad de todos los usuarios,

Como bien entenderás, todo ello, son activos que, aunque intangibles, consiguen consumidores satisfechos y felices, y por lo tanto, más constantes y leales. ¿No es eso lo que quiere tu establecimiento? ¿No es lo que quiere un profesional como tú?

Por otro lado, los mercados públicos respecto a otros conjuntos comerciales tienen como ventaja el día a día, son los que suelen abastecer de la compra diaria a sus clientes mayores y por tanto son grandes aliados en las necesidades y cambios que se producen en sus clientes, en su entorno, en su salud, y ser impulsores de políticas de buen trato y amabilidad.

Tu establecimiento, tu mercado, será un agente activo para hacer un Madrid mejor que haga la vida más fácil a todas las personas mayores.

Dentro de esta política de atención valiosa a las personas mayores de la ciudad de Madrid, el Ayuntamiento dispone de una serie de instrumentos y recursos para ayudarte a desarrollar la amigabilidad de tu espacio.

Toda esta información puede ser consultada a través de la web municipal www.madrid.es.

En un futuro próximo se contempla la posibilidad de otorgar un *Sello de Establecimiento Amigable* a todos las entidades que quieran adherirse a este movimiento de promoción de la cultura de los buenos tratos a las personas mayores en los comercios de los que sois responsables.

Enlace a:

[¿Te atreves a cambiar hacia un comercio amigable con las personas mayores?](#)

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