

RED DE COMERCIOS AMIGABLES CON LAS PERSONAS MAYORES



COMERCIO
AMIGABLE
CON LAS PERSONAS
MAYORES

INTRODUCCIÓN



COMERCIO
AMIGABLE
CON LAS PERSONAS
MAYORES

La Red de Comercios Amigables con las personas mayores nace del proceso de participación que se establece para la incorporación de Zaragoza a la Red de Ciudades Amigables con las personas mayores de la Organización Mundial de la Salud, tratando de dar respuesta a las necesidades sentidas y expresadas por este colectivo.

Se articula en el Eje de “Accesibilidad y transporte” que contempla la movilidad y seguridad de las personas mayores en el entorno de la ciudad. Uno de los espacios de convivencia en la ciudad son sus comercios que forman parte del tejido social de los barrios.

Los comerciantes junto con las personas mayores son los protagonistas de este proyecto compartido, con objetivos comunes de contribuir a una ciudad más cómoda y amable para las personas mayores y por tanto para toda la ciudadanía.

DESCRIPCIÓN GENERAL



COMERCIO
AMIGABLE
CON LAS PERSONAS
MAYORES

La finalidad de este proyecto es establecer acuerdos de mejora con **establecimientos comerciales minoristas de proximidad, con atención personalizada y especializados, sea cual sea el formato de negocio** para crear una red de comercios recomendables para las personas mayores.

Para ser considerado *Comercio Amigable con las personas mayores* se ha de cumplir una serie de condiciones en cuanto a: accesibilidad, comodidad, calidad de atención, seguridad, confianza... (Anexo 1. CARACTERÍSTICAS DE UN COMERCIO AMIGABLE CON LAS PERSONAS MAYORES)

Esta red constituida en torno al comercio de proximidad y la atención personalizada ha de servir como apoyo a la autonomía y prevención del aislamiento en las personas mayores.

ÁMBITO DE ACTUACIÓN



El ámbito de actuación es la Ciudad de Zaragoza

OBJETIVOS

Dirigidos a las personas mayores



- Mejorar la accesibilidad del comercio para las personas mayores mediante la sensibilización del sector comercial respecto a las características físicas, cognitivas o sensoriales que vienen determinadas por esta etapa del ciclo vital.
- Promover la participación activa como agentes de cambio en el acceso y mejora de los comercios de proximidad de sus barrios.

Dirigidos a los comercios



- Sensibilizar al sector comercial sobre los aspectos y medidas que pueden adoptar para mejorar la calidad de atención a las personas mayores.
- Visibilizar la labor de mejora de los comercios adheridos a la Red como aportación para mejorar la calidad de vida en la ciudad.



Para conseguir los objetivos de sensibilización del sector comercial y lograr una mejor atención en este sector a las personas mayores, el proyecto está orientado hacia tres líneas de actuación diferentes: comerciantes, personas mayores y, de manera indirecta, a la ciudadanía en general.

El tipo de comercio (Anexo 2) al que nos dirigimos es aquel establecimiento comercial minorista de proximidad, con atención personalizada y especializado sea cual sea el formato de negocio (franquicia, cadena de tiendas, etc). Con establecimiento queda implícito que el comercio es permanente y a pie de calle y que cumple los siguientes criterios:



El comercio es de proximidad, se encuentra ubicado dentro de los límites de la ciudad de Zaragoza. Las tiendas que se encuentran dentro de un centro comercial pueden formar parte de la red de comercios amigables individualmente como pequeños comercios de proximidad.



El comercio ofrece atención personalizada, dispone básicamente de personal de venta, mostrador para atender y zona de almacenaje.



El comercio es especializado, se dedica principalmente a la venta de un tipo de productos dentro de un sector comercial (electrodomésticos, ropa, calzado...)

El destinatario principal de la red es el colectivo de personas mayores que van a ver mejorada la calidad de la atención y la accesibilidad al comercio de la ciudad siendo partícipes de este proceso.

Indirectamente, toda la ciudadanía es destinataria de los resultados positivos de la creación y desarrollo de esta red de comercios amigables con las personas mayores.



COMERCIO
AMIGABLE
CON LAS PERSONAS
MAYORES

Para la incorporación de Zaragoza en la Red de Ciudades Amigables con las personas mayores fue necesaria la realización de un documento de diagnóstico sobre la amigabilidad de la ciudad. De la opinión de las personas mayores surgieron 25 propuestas para mejorar la amigabilidad de Zaragoza; entre ellas está la creación de una **red de comercios amigables con las personas mayores**.

Las personas mayores son co-creadoras de esta red participando en diferentes fases del proyecto: creación, desarrollo y seguimiento. Desde la Oficina Técnica del Mayor, un equipo de técnicos municipales llevan a cabo:

- control y supervisión de la gestión del proyecto.
- atención a los grupos de socios y socias de los Centros de convivencia que colaboran en el proyecto, transmitiendo una imagen activa y participativa, promoviendo el desarrollo de estereotipos positivos acerca de la edad y del relevante papel en la sociedad de las personas mayores.
- atención y seguimiento de los comercios.
- Desarrollo y coordinación de las acciones de difusión de la red

Será necesaria la colaboración y coordinación en diferentes momentos del desarrollo del proyecto con otros servicios municipales:

- 010
- Servicio de Prensa
- Zaragoza Dinámica
- Comunicación y marketing
- Web municipal.

PROCESO Y ACCIONES PARA LA ADHESIÓN A LA RED

Desde el siguiente esquema del proceso de adhesión de los comercios a la Red se puede entender mejor la **simultaneidad de acciones que requiere la ejecución del proyecto que se desarrollan a continuación.**

SOLICITUD DEL COMERCIOS PARA INCORPORARSE A LA RED
TELÉFONO 010 DEL AYUNTAMIENTO O @: información y registro de los comercios interesados
Cita para la visita

Colaboradores MAYORES visitan el comercio

OBSERVACIÓN Y LISTA DE CHEQUEO (ANEXO 3)

RECOGIDA DE DATOS DE LA LISTA DE CHEQUEO
ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE ACUERDO DE INCORPORACIÓN

SEGUNDA VISITA : PRESENTACIÓN AL COMERCIO
ACUERDO CON PROPUESTAS DE MEJORA



FIRMA DE ACUERDO DE ADHESIÓN
Y ENTREGA DE IDENTIFICACIÓN.
DOS AÑOS PARA REALIZAR MEJORAS



REVISIÓN DE PROPUESTA
(OFICINA DEL MAYOR Y EG)

OFICINA DEL MAYOR:
ENVIO DE CERTIFICADO
DE ADHESIÓN Y
CARTA DE BIENVENIDA



COMERCIO
AMIGABLE
CON LAS PERSONAS
MAYORES



INCORPORACION
DENEGADA

ACCIONES DE DIFUSIÓN



Será necesaria en todos los momentos del proceso y estará dirigida a todos los destinatarios: personas mayores, comercios y a la ciudadanía.

- Mailing a los comerciantes de la ciudad como invitación a formar parte de la red. Para la convocatoria de los comercios se contará con la colaboración del organismo municipal encargado de la relación con los comercios de la ciudad y por ende de las federaciones y asociaciones de comerciantes de la ciudad.

Esta difusión de la red podrá ser realizada también, puntualmente, por socios y socias de los centros de convivencia para personas mayores que estén interesados en el proyecto dirigiéndose a los comercios del barrio en el que viven y difundiéndolo en las actividades habituales de los centros de convivencia.

- Eventos a nivel ciudad en los que los comercios adheridos sean los protagonistas.
- Campañas generales en medios de comunicación (prensa, radio, circuito de mupis, autobuses, etc)
- En los Centros de Convivencia:
 - En la zona de información de los centros de convivencia se dedicará un espacio para la colocación de los materiales de difusión relacionados con la red: un vinilo con el logo identificativo, el listado de los comercios amigables resaltando los pertenecientes al distrito en que se ubica el centro de mayores y expositores para material publicitario de los comercios adheridos.
 - Información de la red de comercios, a los socios y socias, en actividades de carácter general del centro como Asambleas así como en las reuniones con la Junta de Representantes o Jornadas de Juntas.
 - Flyers dirigidos a los socios y socias de los centros de mayores.
 - En las Aulas de Informática aparece como página de inicio a internet el portal de mayores de la web municipal donde se explicará el proyecto.

<http://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/mayores/comercio-amigable.htm>

- Publicación de artículos en revistas o páginas web que trabajen en el ámbito de personas mayores.
- Distribución de folletos explicativos de la Red de comercios amigables con las personas mayores, en lugares con presencia habitual de personas mayores incluidos los comercios pertenecientes a la misma
- Portal de Personas Mayores y Redes Sociales (FB, Twitter) de la Web municipal.
- Creación de una plataforma digital de difusión a nivel nacional e internacional.

ACCIONES DIRIGIDAS A LAS PERSONAS MAYORES COLABORADORAS



FASE DE INCORPORACIÓN AL PROYECTO

Primera toma de contacto

Mediante entrevista individualizada por parte de los técnicos que gestionan los Centros de Convivencia. Se guiará por los criterios definidos en el anexo 4 (*Perfil de las personas mayores colaboradoras y Guía de Entrevista*)

Reunión grupal de las personas mayores interesadas

Se trata de una primera reunión de motivación y toma de contacto, en la que el personal técnico municipal responsable del proyecto, explican con mayor detalle:

- el proyecto “Comercio Amigable con las personas mayores” y su repercusión para la ciudad, a qué comercios nos dirigimos y los criterios de amigabilidad.
- las tareas concretas que tendrán que llevar a cabo y el manejo de los instrumentos de registro.
- el calendario previsto y aspectos organizativos

Formación inicial de las personas mayores colaboradoras

La formación será impartida por profesionales expertos en habilidades sociales y en el trabajo con personas mayores, con una metodología activa y participativa, orientada a profundizar en las habilidades sociales y de comunicación necesarias y en el trabajo en

equipo. Esta formación incluye la realización de visitas prácticas a comercios con los grupos que ya tienen experiencia en el proyecto. Los nuevos participantes en el proyecto firman el compromiso de colaboración y se incorporan a un equipo de colaboradores.



COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL EQUIPO

Una vez incorporados al proyecto realizarán, en equipos constituidos por 3 ó 4 personas, las visitas a los comercios interesados en adherirse a la red, informándoles de los aspectos que se valoran para ser un comercio amigable. A las personas mayores colaboradoras se les proporcionarán los instrumentos necesarios para observar y valorar la amigabilidad de los comercios (anexos 1 y 3)

Reunión por equipos

Posteriormente a cada visita uno o varias de las personas que forman el equipo se entregan la información recogida en cada uno de los comercios. Esta información sirve de base para la redacción del documento con las propuestas de mejora.

Reuniones globales

Estas reuniones tienen como finalidad informar, coordinar y motivar a las personas mayores colaboradoras de todos los equipos contribuyendo a la evaluación y mejora del proyecto. Los contenidos de estas reuniones serán contenidos atractivos, lúdicos y con metodología participativa. La frecuencia dependerá del momento en que se encuentre el grupo y el calendario del proyecto.

ACCIONES DIRIGIDAS A LOS COMERCIOS PERTENECIENTES A LA RED



COMERCIO
AMIGABLE
CON LAS PERSONAS
MAYORES

Información al comercio en el momento de la firma del acuerdo de adhesión

En este momento se le informará de cuáles son sus compromisos para la mejora continua que se concretan en:

- realizar las modificaciones necesarias en su comercio
- exponer el distintivo en un lugar visible
- asistir al menos a una charla anual de formación especializada.

La duración de este compromiso sera de dos años, fecha en que se revisará y renovará si procede.



COMERCIO
AMIGABLE
CON LAS PERSONAS
MAYORES

Atención a comercios adheridos

Para la atención de los comercios adheridos a la red, se pone a su disposición un teléfono de contacto, dirección de e-mail y dirección de correo postal.



COMERCIO
AMIGABLE
CON LAS PERSONAS
MAYORES

Información mensual

Con el fin de que los comercios integrantes de la red dispongan de información actualizada sobre la repercusión y expansión de ésta, se enviará un mail mensual con informaciones relevantes como número de comercios adheridos, acciones de comunicación emprendidas (radio, cartelería, flyers, mupis, web municipal...), sesiones formativas etc.



COMERCIO
AMIGABLE
CON LAS PERSONAS
MAYORES

Sesiones Senior-Marketing

Dirigidas a los profesionales del comercio de proximidad, se trata de acciones de formación e información que pretenden servir de ayuda y orientación para mejorar la atención del colectivo de mayores. En estas sesiones se abordan temas como los perfiles de clientes senior, las necesidades y preferencias de los clientes y clientas mayores o las acciones de marketing dirigidas al colectivo de personas

mayores, impartidas por personal experto en la materia.



Visitas de seguimiento

Se llevarán a cabo visitas de seguimiento de los comercios adheridos a lo largo del año, para observar las mejoras en el comercio desde el momento de la adhesión y para valorar el grado de cumplimiento de los “acuerdos de adhesión”.

EVALUACIÓN

Se realizarán reuniones de seguimiento del equipo técnico al menos una vez al mes para evaluar la respuesta de los comercios, la participación de las personas mayores colaboradoras y en general los resultados de las acciones de difusión y captación de comercios que se hayan puesto en marcha.

Hay acciones de evaluación específicas como son las reuniones por equipos y reuniones globales con las personas mayores colaboradoras con una frecuencia al menos bimensual.

Para la evaluación cuantitativa del proyecto se establecen dos metas a alcanzar en 3 años. Este periodo coincide con la duración del Plan de Amigabilidad de la ciudad de Zaragoza. Las metas e indicadores son:

- Creación de una red de comercios amigables con al menos 300 comercios



Indicador: Número de comercios adheridos/300

- Que entre todos los comercios de la red al menos 90 hayan realizado acciones de mejora del comercio para las personas mayores



Indicador: nº de comercios que han realizado acciones de mejora /90



ANEXOS

ANEXO 1- CARACTERÍSTICAS DE UN COMERCIO AMIGABLE CON LAS PERSONAS MAYORES.

ANEXO 2 - TIPO DE COMERCIO QUE SE PUEDE INCORPORAR A LA RED

ANEXO 3- LISTADO DE CHEQUEO

ANEXO 4- PERFIL DE LAS PERSONAS MAYORES COLABORADORAS. GUÍA DE LA ENTREVISTA

ANEXO 5- INFORMACIÓN PARA SENSIBILIZAR A LOS COMERCIOS

ANEXO 6. CAUSAS DE BAJA EN LA RED

ANEXO 1

CARACTERÍSTICAS DE UN COMERCIO AMIGABLE CON LAS PERSONAS MAYORES

1. El trato es cercano y amable con los mayores e incluye el asesoramiento necesario que dé seguridad y confianza.
2. El personal está sensibilizado e informado en la atención a las personas mayores, respecto a las características físicas, cognitivas o sensoriales que vienen determinadas por esta etapa del ciclo vital.
3. El ruido ambiental, incluida la música de fondo, es suave de manera que no distorsione la comunicación.
4. Los productos de las estanterías son fácilmente accesibles, bien directamente o con la ayuda del personal.
5. El establecimiento está iluminado adecuadamente.
6. El etiquetado es claro y legible para las personas mayores o bien el personal puede leerlo a la persona que lo necesite
7. El establecimiento garantiza el fácil acceso, directamente o con ayuda del personal y no hay obstáculos en suelos y zonas de paso
8. Dispone de asiento para descansar, en caso necesario



El distintivo supone un sello de calidad, reconociendo el establecimiento como socialmente responsable, comprometido con las necesidades de las personas mayores y que contribuye a hacer una ciudad más amable



ANEXO 2

TIPO DE COMERCIO QUE SE PUEDE INCORPORAR A LA RED

Debe ser un **establecimiento comercial minorista de proximidad, con atención personalizada y especializado sea cual sea el formato de negocio** (franquicia, cadena de tiendas etc). Con “establecimiento” queda implícito que el comercio es permanente y a pie de calle.

Con establecimiento queda implícito que el comercio es permanente y a pie de calle y que cumple los siguientes criterios:



El comercio es de proximidad, se encuentra ubicado dentro de los límites de la ciudad de Zaragoza. Los que se encuentran dentro de un centro comercial pueden formar parte de la red de comercios amigables individualmente como pequeños comercios de proximidad.



El comercio ofrece atención personalizada, dispone básicamente de personal de venta, mostrador para atender y zona de almacenaje.



El comercio es especializado, se dedica principalmente a la venta de un tipo de productos dentro de un sector comercial (electrodomésticos, ropa, calzado...)

Pertenecer a esta red implica la firma de un acuerdo de adhesión en el que el comercio se compromete a llevar a cabo una serie de mejoras entre las que se incluye la asistencia a sesiones formativas sobre temas relacionados con la atención al público mayor.

La actitud del comercio deberá materializarse en un proceso de mejora continua en la atención a las personas mayores como pueden ser iniciativas particulares de las que se pueden beneficiar como: servicio a domicilio, precios reducidos...

ANEXO 3

LISTA DE CHEQUEO

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:

PERSONA DE CONTACTO:

DIRECCIÓN:

TELÉFONO:

SECTOR COMERCIAL:

		Observaciones
ACCESIBILIDAD	<input type="checkbox"/> Entrada accesible. Sin escalones. Posible entrar con silla de ruedas. <input type="checkbox"/> No hay obstáculos en la entrada (alfombras, maceteros, paragüeros, etc.) <input type="checkbox"/> Iluminación exterior del comercio suficiente <input type="checkbox"/> Puertas fáciles de abrir (Puertas automáticas señalizadas, etc.) <input type="checkbox"/> Pasillos con anchura suficiente <input type="checkbox"/> Pasillos libres de obstáculos	
INFORMACIÓN y ATENCIÓN	<p>Comunicación oral:</p> <input type="checkbox"/> Se utilizan palabras sencillas y familiares, en oraciones cortas y claras <input type="checkbox"/> Tono amigable <input type="checkbox"/> Trato respetuoso <p>Comunicación escrita:</p> <input type="checkbox"/> Se utilizan palabras sencillas y familiares, en oraciones cortas y claras <input type="checkbox"/> La señalización con fuentes legibles y con contraste suficiente	

	(carteles, indicaciones, etc.) <input type="checkbox"/> Los materiales impresos con fuentes legibles y con contraste suficiente (recibos, folletos, etc.) <input type="checkbox"/> Etiquetado y marcado de productos y precios visible con fuentes legibles y contraste suficiente Atención: <input type="checkbox"/> Actitud facilitadora (lectura de etiquetas, etc.)	
SONIDO	<input type="checkbox"/> Sonido ambiental con volumen adecuado	
ILUMINACIÓN	<input type="checkbox"/> Interior del establecimiento bien iluminado	
COMODIDAD	<input type="checkbox"/> Dispone de asiento para descansar <input type="checkbox"/> Ofrece medios para facilitar el transporte del producto sin coste (bolsas, etc.)	
SERVICIO DOMICILIO	A <input type="checkbox"/> Dispone de servicio a domicilio	

VALOR AÑADIDO PARA PERSONAS MAYORES

	Observaciones	
<input type="checkbox"/> Se realizan descuentos para Personas Mayores		
<input type="checkbox"/> Dispone de servicio a domicilio gratuito para Personas Mayores		
<input type="checkbox"/> Dispone de atención telefónica para la realización de pedidos para personas mayores		

ANEXO 4

PERFIL DE LAS PERSONAS MAYORES COLABORADORAS

GUÍA DE ENTREVISTA



ENTREVISTA DE VOLUNTARIO/A...	
CENTRO DE CONVIVENCIA :	DENOMINACIÓN DEL PROYECTO: RED DE COMERCIOS AMIGABLES CON LOS MAYORES
AREA DEL VOLUNTARIADO: Proyecto de ciudades amigables	
PERFIL: <ul style="list-style-type: none"> • Capaz de transmitir una imagen positiva de las personas mayores de la ciudad • Comportamiento equilibrado, habilidades sociales y de comunicación • Habitado a comprar • Se valora que su actividad laboral haya estado relacionada con el comercio • Capacidad de desarrollar una labor en equipo 	
DISPOSICION NECESARIA Número de sesiones al mes:	Una mañana o tarde a la semana
Número de horas por sesión	3 horas
Duración: (Anual, trimestral...)	Hasta evaluación del proyecto en 2016
AMBITO DE ACTUACIÓN: CIUDAD DE ZARAGOZA Preferiblemente alejado de su domicilio	REFERENCIAS:
OBSERVACIONES: Valoración del personal técnico a la entrevista previa:	
TAREAS: Participar en la formación inicial Formar parte de un equipo de tres personas Realizar visitas programadas a comercios Cumplimentar una lista de chequeo en cada visita Transmitir la información recogida en los comercios a la entidad gestora Colaborar en la elaboración de las propuestas de mejora Participar en las reuniones de coordinación	

ANEXO 5

¿PUEDO AUMENTAR MI NÚMERO DE CLIENTES Y CLIENTAS? ¿PUEDO AUMENTAR MIS VENTAS?

La población de la ciudad de Zaragoza se sitúa en los 702.123 habitantes, según los datos del Observatorio Municipal de Estadística a 21 de marzo de 2016. De acuerdo a la edad, el grupo que comprende a los mayores de 65 años, es un 19,53% del total. Las personas mayores constituyen un colectivo social de referencia, con capacidad para generar actividad económica, derivada de su estabilidad económica y social.

Además:

- Las personas mayores compran para ellos y para otras personas.
- Frecuentan más los comercios de proximidad para sus compras.
- Son clientes fieles que además disponen de tiempo para ir de compras .
- Un comercio amigable con las personas mayores es también amigable con el resto de la población, con lo que la posibilidad de aumentar el número de clientes aún es mayor.

Otros beneficios intangibles de pertenecer a la red de comercios amigables de las personas mayores:

- Mi comercio gana en fiabilidad y confianza respecto a toda la población.
- Mi comercio será visibilizado como un negocio con “responsabilidad social”. Esto es publicidad de calidad.
- Al contribuir a hacer una ciudad más amable con las personas mayores mi comercio adquiere una identidad más fuerte al ser reconocido como tal.

Todo lo anterior viene a favorecer la pervivencia del comercio de proximidad que tanto aporta a la ciudadanía y al tejido de la ciudad.

El proyecto “**Comercios Amigables de las Personas Mayores**” propone a los comerciantes de la ciudad un Catálogo de Buenas Prácticas, de forma que puedan ser incluidos en la relación de establecimientos que será difundida y promocionada entre las personas mayores de la Red de Centros de Convivencia del Ayuntamiento de Zaragoza.

Estas son algunas recomendaciones para hacer de su comercio un comercio amigable:

ENTORNO FÍSICO

Uno de cada tres mayores sufre una caída al menos una vez al año. La mitad de estos percances se producen en un mismo nivel y por tropiezo, como afirma el informe de Detección de Accidentes Domésticos y de Ocio del Instituto Nacional de Consumo. Un 58% de los accidentes ocurren en el propio hogar, pero el resto ocurren en el entorno.

El miedo a la caída se puede superar **aumentando la seguridad**. Muchos de los accidentes serían evitables si el entorno estuviera adaptado a las necesidades de las personas mayores, ya que los principales factores de riesgo son la mala iluminación, la presencia de obstáculos en el suelo, los muebles con ruedas o los asientos sin reposabrazos.

Cómo reducir los riesgos: Prevenir caídas

Medidas sin coste

- Comprobar que el suelo de su negocio está libre de obstáculos y es suave (pero no resbaladizo) y nivelado.
- Coloque los artículos al alcance del brazo y asegúrese de que el personal ayuda a las personas mayores a coger los productos.

Mejoras de bajo coste

- Retirar las alfombrillas ya que podrían enredarse en los pies y causar caídas. Si las necesita, fijelas al suelo del establecimiento.
- Instale luces potentes, especialmente en las entradas y escaleras.

Accesibilidad y confort del establecimiento

Medidas sin coste

- Asegúrese de que las puertas interiores y el suelo son amplios y espaciosos.
- Si en su negocio es necesario que la clientela se siente, asegúrese de que hay un espacio para que las personas en silla de ruedas puedan ubicarse. El mínimo de espacio en el suelo necesario para colocar una silla de ruedas parada es de 75 cm por 122 cm.

Mejoras de bajo coste

- Incluir lugares para sentarse (ej. una silla o banco en una zona de espera cómoda). En caso de que su entrada no esté a la altura adecuada, tenga en cuenta la posibilidad de instalar una rampa portátil que mejore el acceso de las personas en silla de ruedas o andador.
- Considere la posibilidad de instalar puertas automáticas o de sensibilizar al personal para que abra las puertas a las personas mayores que no puedan hacerlo por ellas mismas.

Ofrecer un servicio de entrega a domicilio

La opción de entrega a domicilio es conveniente para las personas mayores con dificultades para desplazarse. En caso de que su negocio no pueda ofrecer un servicio de entrega a domicilio, tenga en cuenta la posibilidad de hacerlo sólo a clientes mayores.

Lavabos

Para las personas mayores es necesario tener posibilidad de acceso al baño en los establecimientos, debido a las frecuentes situaciones de necesidad de uso urgente.

Mejoras de bajo coste

- Instalar dispensadores de papel de baño fáciles de alcanzar
- Instalar una iluminación potente
- En el cuarto de baño, la sencilla instalación de un asidero evitará resbalones que, a menudo, acaban con lesiones.

VISIBILIDAD

Una manera de atender mejor a las personas mayores es ofrecer folletos adaptados así como anuncios, menús, etiquetas, precios, carteles y páginas web utilizando las siguientes directrices.

Iluminación adecuada

Mejoras sin coste

- Las personas mayores necesitan tres veces más de luz que los jóvenes pero son más sensibles a los reflejos. Una buena iluminación invita a entrar en una tienda.

- Cuando una persona mayor no tiene luz suficiente, el ojo debe trabajar más para lograr una imagen más clara. Un ambiente bien iluminado permite descansar los ojos.
- Ofrecerse para leer la información en voz alta o ayudar a las personas mayores con dificultad para leerla.

Información fácil de ver

- **Espaciado:** dejar un margen de 2,5 cm y espacio entre las líneas de un texto.
- **Tipo de letra:** utilizar un tipo de letra limpio y sin elementos decorativos, como Helvética, Verdana, Arial..., al contrario del tipo Times New Roman que sí que los tiene.
- **Tamaño:** utilizar un tamaño grande de fuente para que cualquiera lo pueda leer. Utilice un tamaño de fuente de 12 puntos o más.
- **Color:** Utilizar colores que contrasten de manera efectiva.
- **Diseño:** utilizar diseños sencillos con fuertes contrastes y evitar los fondos con dibujos.

Internet

- Diseñe sitios de internet que sean fáciles de ver, comprender y utilizar.
- Incluir un número de teléfono fácil de encontrar en el sitio web y en el que conteste una persona y no una máquina.
- Incluir instrucciones fáciles de localizar para usuarios que tengan menos conocimiento de informática.
- Incluir una opción "aumentar la vista del texto" que sea sencilla

RUIDO Y MÚSICA

Se puede conseguir que su negocio resulte más cómodo y atractivo para las personas mayores, quienes padecen con más frecuencia esta carencia, realizando unas modificaciones baratas o sin coste.

Comunicación verbal clara

Mejoras sin coste

- No tenga miedo a repetirse; una persona mayor puede desear repetir una pregunta pero puede sentir vergüenza de pedirlo.
- Conseguir la atención de la persona mayor antes de hablar. Dé golpecitos ligeros a una persona mayor en el hombro o “disculpe señor/a” al dirigirle la palabra.
- Hable con claridad, pero gritar tampoco ayudará a una persona mayor a que oiga, ni el emplear palabras simples.
- Algunos sonidos agudos son difíciles para las personas mayores.

Música

Mejoras sin coste

- La música alta y la acústica dura desanimarán a la mayoría de clientes mayores.
- Si desea llegar a sus clientes de mayor edad, puede reproducir la música que pueden conocer.
- La música de fondo a menudo resulta ser “ruido de fondo”: tenga en consideración el impacto de la música en la capacidad de mantener una conversación con personas mayores en su negocio. Se pueden ofrecer ciertas horas libres de música.

Reducción y absorción de ruido

Mejoras sin coste

- Si usted no puede silenciar su entorno de negocio, puede considerar la localización de las zonas tranquilas tales como mesas específicas que pueden ser reservadas para los clientes de mayor edad.
- Los sonidos de fondo a menudo predominan sobre las conversaciones debido a que son de tono más bajo.

Mejoras de bajo coste

- Si usted realiza un proyecto de construcción, incluya la absorción del sonido y tome medidas de reducción.

ANEXO 6 CAUSAS DE BAJA EN LA RED

El Ayuntamiento de Zaragoza establece una serie de propuestas para que los comercios mejoren su amigabilidad con las personas mayores. El plazo para su realización es de dos años, debiendo asistir en este plazo al menos a una sesión informativa anual sobre diversos temas relacionados con el comercio y las personas mayores. La pertenencia en la red implica la obligatoria colocación de un distintivo identificativo en un lugar visible del comercio.

Será motivo de baja en la red:

- La no colocación del distintivo que acredita la incorporación a la red en una zona visible del comercio.
- La no realización de al menos una sesión informativa anual de las organizadas por el Ayuntamiento de Zaragoza.
- El no cumplimiento de las propuestas de mejora recogidas en el acuerdo de incorporación en el plazo de dos años.
- La baja voluntaria de la red de comercios amigables.
- No facilitar la realización del seguimiento que se lleve a cabo del cumplimiento de los acuerdos.

El Ayuntamiento de Zaragoza podrá solicitar en cualquier momento el grado de realización de las mejoras propuestas así como realizar cuantas visitas de seguimiento sean necesarias.