

GUIA TELEHELP

ESTABELECIMENTO AMIGO 60+

COMO
TRANSFORMAR
O SEU NEGÓCIO
E DEIXÁ-LO
AINDA MAIS
INCLUSIVO



Edição e curadoria do conteúdo:
Daniela Saragiotto Comunicação

Jornalista responsável:
Daniela Saragiotto MTB 38.226

Revisão:
Regina Caetano

Projeto gráfico e diagramação:
Cristiane Pino e Marcos Gubiotti

Imagens:
©Freepik

Sumário

● Cenário	5
● Por que tornar seu estabelecimento amigo dos 60+?	7
● Na prática: como tornar seu estabelecimento amigo dos 60+	11
I. Marketing, promoção e oportunidades	12
II. Segurança e sinalização	13
III. Instalações, normas e acessibilidade	14
IV. Conforto e experiência	16
V. Atendimento ao cliente e comunicação	17
● Agradecimentos	19
● Fontes e referências	21






CENÁRIO

O Brasil está envelhecendo. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ao longo dos anos aumenta consideravelmente o número de pessoas com 60 anos de idade ou mais no País. Essa população, classificada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como idosa, tem seu crescimento impulsionado pelo avanço da expectativa de vida das pessoas, um fenômeno que se repete no mundo todo.

Entre 2005 e 2015, a proporção de pessoas com **60 anos de idade ou mais** no País cresceu em velocidade superior à média mundial, passando dos 9,8% para 14,3%. Isto significa dizer que, nos últimos dez anos, o Brasil ganhou 8,5 milhões de cidadãos nessa faixa etária, também chamados de 60+.

Atualmente, temos quase 30 milhões de 60+ e estima-se que em 2030 essa população ultrapasse os 41,5 milhões de brasileiros. Um mercado consumidor com enorme potencial e que quase não é explorado.

Além de mais numerosa, a população com 60 anos de idade ou mais tem sua expectativa de vida aumentada radicalmente a cada ano: se em 1940 o brasileiro vivia, em média, até os



45,5 anos de idade, hoje nossa expectativa de vida, de acordo com o IBGE, é de 75,8 anos. Diante desse cenário, é importante nos questionarmos se esse público hoje usufrui de uma qualidade de vida superior à das gerações anteriores. Entendemos que a longevidade deve ser acompanhada de bem-estar, ou do conceito do envelhecimento ativo da OMS, referenciado em programas como o São Paulo Amigo do Idoso¹, do governo do Estado, e que se baseia em conceitos como independência, participação, assistência, autorrealização e dignidade para as pessoas mais velhas. Nesse sentido, é urgente que toda a população se prepare para as mudanças já em curso e que estão alterando nossa configuração etária, cobrando medidas em nossas políticas públicas, dentro das empresas e na sociedade de maneira geral. **Precisamos encontrar meios para que os 60+ sejam, de fato, incluídos.**

Parte fundamental dessa transformação está ao nosso alcance: fazer pequenas, mas importantes modificações nos estabelecimentos comerciais, para que atendam esse público consumidor, com foco em suas necessidades e expectativas. Esse é o objetivo deste **Guia TeleHelp 60+ Estabelecimento Comercial**, que se inspira em iniciativas como o Age-Friendly NYC², um conteúdo com orientações para acolhimento deste público da cidade de Nova York (EUA). Essa é uma causa que apoiamos, como 60+ que seremos no futuro. E temos convicção de que essa mudança cultural e, principalmente, seus frutos irão beneficiar toda a sociedade brasileira.

“As pessoas com 60 anos de idade ou mais de hoje não são como as de antigamente. Elas evoluíram com as transformações sociais, possuem contato com a tecnologia, têm vida social intensa e muitas seguem desempenhando suas atividades profissionais.”



POR QUE TORNAR SEU ESTABELECIMENTO AMIGO DOS 60+?

A população idosa – ou os 60+ fazem parte de um público consumidor muito importante: eles são numerosos, muitos deles continuam trabalhando e possuem rendimento, de maneira geral, acima da média da população brasileira.

Estamos falando de quase 30 milhões de pessoas³ que hoje podem ser atraídas para seu estabelecimento comercial.

O que acha da ideia? Se ainda não se convenceu, listamos mais quatro motivos que vão te fazer mudar de opinião:

- 1. Os 60+ fazem parte de um mercado em crescimento:** de acordo com o IBGE, em 2030 essa população será mais numerosa que o grupo de crianças e adolescentes com até 14 anos e é isso que os especialistas chamam de inversão da pirâmide etária;
- 2. As adaptações propostas são boas para todos os clientes:** pessoas com dificuldade de locomoção, grávidas, cadeirantes ou com carrinhos de bebês se beneficiam de corredores mais largos, sinalização

apropriada e pisos antiderrapantes, entre outras alterações. Elas tornam seu estabelecimento mais seguro e acolhedor a todos;

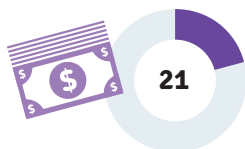
3. Você vai conquistar a sua comunidade: um estabelecimento mais inclusivo é um local que acolhe a todas as pessoas, independentemente de raça, sexo ou mesmo da idade. E é essa a mensagem que você transmite, seja para clientes, futuros clientes e para seus funcionários, ao adaptar seu negócio;

4. As mudanças são de fácil implementação e valorizam seu negócio: não é necessário fazer altos investimentos para as alterações que iremos propor nas próximas páginas. A maioria delas requer, apenas, um olhar mais cuidadoso para as necessidades das pessoas mais velhas. E isso certamente será um valioso diferencial competitivo.



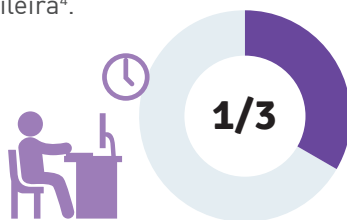
IMPORTANTE SABER:

Os 60+ fazem parte de um enorme público consumidor, mas que não se vê representado no mercado de consumo, nem nas campanhas feitas pelas marcas.



- ◆ Os 60+ detêm 21% do poder de compra de toda a população brasileira⁴.

- ◆ A população acima dos 50 anos de idade deve movimentar R\$ 1,7 trilhão neste ano de 2018⁵.

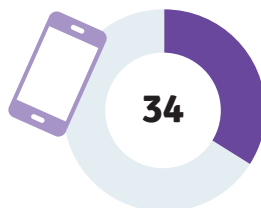


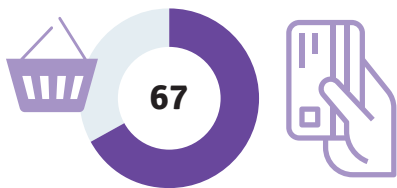
- ◆ Os trabalhadores formais com mais de 65 anos de idade possuem **remuneração 32,5% maior que a média salarial brasileira** (dado de agosto de 2017)⁶.



- ◆ **Mais de um terço dos brasileiros acima dos 60 anos de idade e aposentados no Brasil continua trabalhando**, o que corresponde a 33,9% ou 46,9% do total se considerarmos os aposentados entre 60 e 70 anos⁷.

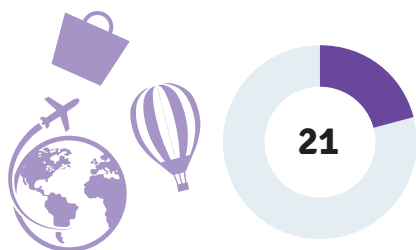
- ◆ **34% dos 60+ (3 em cada 10) afirmam sentir falta de produtos segmentados para as suas necessidades**, como celular com teclado e tela maiores⁷.





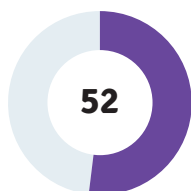
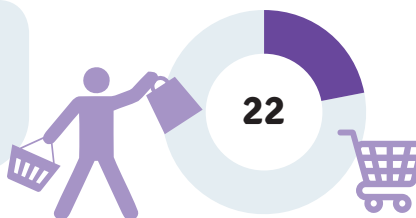
- ◆ 67% dos 60+ brasileiros são os únicos decisores de suas compras⁷.

- ◆ Os 60+ se sentem excluídos da mídia, afirmam não possuir conexão com as marcas, nem percebem suas necessidades sendo retratadas por produtos e campanhas⁸.



- ◆ 21% dos 60+ afirmam que gastam mais comprando produtos que desejam, mesmo que não sejam itens de extrema necessidade⁹.

- ◆ 22% dessa população enxerga o ato de comprar como uma atividade de lazer⁹.



- ◆ 52% dos 60+ dão mais valor à qualidade dos produtos, mesmo que paguem mais caro por isso⁹.



NA PRÁTICA: COMO TORNAR SEU ESTABELECIMENTO AMIGO DOS 60+

Prover um estabelecimento comercial acessível e amigável aos 60+ é positivo para todos: valoriza seu negócio, posicionando-o de forma diferente dos concorrentes, e desempenha um importante papel social no bairro e entorno, uma vez que sair para fazer compras, para muitos, é uma forma de socialização. As adaptações que iremos propor nas páginas seguintes, separadas por categorias, também beneficiam outros públicos, como crianças, pessoas com deficiência ou com alguma limitação física. Lembre-se: **um ambiente inclusivo promove a democratização do seu estabelecimento, fazendo com que todas as pessoas possam frequentá-lo e usufruir dele.**



I. Marketing, promoção e oportunidades



Os 60+ são consumidores exigentes e experientes que, de maneira geral, possuem mais tempo para pesquisar produtos e serviços. Trabalhando com foco nesse público, lembre-se que eles são mais racionais e menos influenciados por tendências que os mais jovens.

- ➔ Pense nos produtos que possam despertar o interesse dos 60+ e faça promoções com esses itens. A medida certamente aumentará o interesse desse público em seu estabelecimento;
- ➔ Se costuma produzir materiais impressos como lâminas ou banners destacando promoções, use tipografia um pouco maior que a usual e entregue o conteúdo em mãos ao público 60+ explicando do que se trata;
- ➔ Ainda sobre materiais impressos, use fontes com cores vivas, sem sombra, com espaço entre as linhas do texto e um bom contraste entre a letra e a cor de fundo do material;
- ➔ Oferecer serviço de *delivery* pode ser uma excelente opção para o público que possui limitações físicas. Lembre-se de confeccionar materiais – imãs de geladeira são bons exemplos – destacando o telefone do estabelecimento e entregue aos clientes mais velhos, explicando a ação;
- ➔ Nos banners e materiais promocionais, use textos com linguagem direta e design clean, evitando poluição visual.

II. Segurança e sinalização



É importante ter em mente o conceito da arquitetura inclusiva em seu estabelecimento, que é a que respeita as diferenças entre os indivíduos, garantindo conforto, segurança e ambientes acessíveis ao maior número possível de pessoas.

- Pisos antiderrapantes são fundamentais, inclusive para outros públicos, como crianças. É essencial mantê-los sempre secos, principalmente nos dias de chuva;
- Tapetes são importantes, principalmente capachos antiderrapantes na entrada do estabelecimento. Mas atenção: eles devem estar fixados no chão com fitas adesivas, para evitar tropeções;
- As portas do estabelecimento devem estar bem sinalizadas com placas de aberto e fechado e, se possível, com iluminação de destaque;
- Marque claramente as escadas, inclinações ou qualquer alteração na elevação do piso com tinta colorida ou fita reflexiva;
- Escadas rolantes devem ter uma velocidade menor que a usual para evitar desequilíbrios na entrada e na saída;
- Se o seu estabelecimento está localizado na rua, é primordial cuidar da calçada, verificando as condições do piso e limpando-a sempre que necessário.

III. Instalações, normas e acessibilidade



O layout do seu estabelecimento deve acomodar confortavelmente o maior número possível de clientes. É indispensável, também, que os produtos estejam dispostos de maneira que os clientes consigam facilmente alcançá-los. Um bom exercício é pensar na maior diversidade possível de consumidores – pessoas mais velhas, famílias com crianças pequenas, carrinhos de bebês, pessoas com deficiência – e testar se seu negócio atende de forma satisfatória a todos eles.

- As vagas para as pessoas com 60 anos de idade ou mais nos estacionamentos são obrigatórias e sua quantidade deve respeitar a legislação municipal. É essencial que elas estejam localizadas mais próximas possíveis da entrada do estabelecimento, de preferência evitando que o 60+ transite pelo estacionamento;
- É importante checar se seu estabelecimento está cumprindo as normas de acessibilidade conforme a NBR 9050/2015. Se você abriu ou reformou seu comércio antes de 2015, vale conferir se ele ainda está atendendo a todas as especificações, uma vez que o texto foi revisado pela ABNT nesse ano;
- Os sanitários devem ter fácil acesso. Caso estejam localizados no fundo do estabelecimento, deve haver sinalização para que o público mais velho consiga se orientar de forma rápida;

- ➔ É fundamental ter uma cópia do Estatuto do Idoso (Lei 10.741/03) em local visível e de fácil consulta pelo público. No Estado do Rio de Janeiro já é obrigatório e, em julho de 2017, a Comissão de Defesa dos Direitos da Pessoa Idosa aprovou a obrigatoriedade para todo o Brasil, sob pena de multa de até R\$ 2 mil. A matéria tramita em caráter conclusivo e será analisada pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC);

- ➔ Os corredores devem ser largos para que possibilitem a passagem de duas pessoas confortavelmente, sendo uma delas com bengala, andador, cadeiras de rodas ou cadeiras motorizadas.



IV. Conforto e experiência



A iluminação e o som adequados são componentes essenciais para tornar a experiência do cliente agradável. À medida que as pessoas envelhecem, muitas sofrem redução na audição e mudanças na visão: uma em cada três pessoas com 60 anos ou mais possui deficiência auditiva em ambos os ouvidos. Os 60+ precisam, também, de três vezes mais luz do que quando eram mais jovens. Ter em mente essas alterações fisiológicas ajuda a projetar o melhor ambiente para o seu estabelecimento, melhorando a experiência de todos os clientes.

- Evite música alta, pois isso pode incomodar os 60+. Para o som ambiente, caso haja, busque uma seleção que contemple músicas de todos os estilos e gerações;
- Controle do ruído externo também é importante: use forros ou mesmo janelas próprias;
- Providencie assentos no interior da loja e cadeiras para espera no atendimento ou nos caixas;
- Providencie, também, um banco ou área de estar na parte externa do seu negócio para descanso;
- Disponha os produtos nas prateleiras em locais onde os 60+ possam acessar facilmente e instrua seus funcionários a oferecer ajuda ao público mais velho;
- Para a iluminação, use cores mais intensas, pois as imagens podem ficar borradas com a idade avançada;
- Entrada, saída e corredores também devem receber iluminação adequada, mais clara.

V. Atendimento ao cliente e comunicação



Falhas de comunicação ou mau atendimento são fatores que podem prejudicar a experiência de qualquer cliente. Pesquisa realizada pelo Datafolha, em 2017, revela que 31% dos 60+ brasileiros já sofreram preconceito pela idade. Lembre-se: uma boa experiência de compra fideliza, enquanto as ruins podem fazer com que um estabelecimento perca um cliente para sempre.

- A comunicação com os 60+ deve ser clara e direta: use frases curtas e objetivas e tratamento respeitoso como “senhor” e “senhora”;
- Se perceber um cliente com alguma dificuldade auditiva, aproxime-se e fale olhando para ele. Se isso não for suficiente, eleve um pouco o tom da voz;
- Todo o time de funcionários deve ser orientado a não discriminar clientes com base na idade: nesse contexto, lembre-se que oferecer respeitosamente ajuda aos 60+ nunca será ofensivo;
- Forneça treinamento básico aos funcionários para que saibam como lidar com incidentes, como quedas, por exemplo. O ideal é que o estabelecimento tenha um protocolo para situações desse tipo, com um passo a passo indicando como proceder; plano que deve ser do conhecimento de todo o time;

→ Em dezembro de 2016, a lei que regulava o atendimento prioritário mudou. Passou a ser obrigatório disponibilizar atendimento prioritário nos setores público e privado. De acordo com as novas regras, têm direito a prioridade as pessoas com mais de 65 anos e com limitações perceptíveis, além de grávidas, deficientes e os acompanhantes de criança de colo com idade igual ou inferior a 2 anos. Se houver várias pessoas naquelas circunstâncias na mesma fila de espera, o atendimento é feito por ordem de chegada;

→ Alguns estabelecimentos, como, por exemplo, supermercados, já destinam caixas exclusivos para clientes prioritários. No entanto, se o seu estabelecimento possui apenas um caixa, deve haver uma sinalização sobre a prioridade para os clientes 60+. Além disso, os funcionários devem ser treinados para sugerir de forma educada que os mesmos passem na frente caso haja fila.

AGRADECIMENTOS

Este Guia TeleHelp 60+ Estabelecimento Comercial é resultado da colaboração de diversos especialistas, que dedicaram seu tempo à causa nobre da inclusão das pessoas com 60 anos de idade ou mais em nossa sociedade. Nossos agradecimentos especiais são para:

MARÍLIA VIANA BERZINS

Assistente Social, Especialista em Gerontologia pela Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia (SBGG) e Mestre em Gerontologia Social pela PUC/SP. Doutora em Saúde Pública pela Faculdade de Saúde Pública/USP e membro da Diretoria do Observatório da Longevidade Humana e Envelhecimento (OLHE). Coordenadora do Curso de Formação de Cuidador de Idosos do OLHE e Consultora Técnica da TeleHelp.

MARLY CORTEZ

Secretária Executiva do Programa Estadual São Paulo Amigo do Idoso. Ex-Presidente do Conselho Estadual do Idoso CEI/SP e Especialista em Direitos Humanos pela Escola Superior da Procuradoria Geral do Estado.

FLAVIA RANIERI

Formada em Arquitetura e Urbanismo pela UFMG. Em 2014 iniciou seus estudos voltados para os 60+ e realizou a Jornada do idoso – Design Thinking, com a empresa Service Sprints. Pós-graduada em Gerontologia pelo Albert Einstein – Sociedade Beneficente Israelita Brasileira.

FONTES E REFERÊNCIAS

1. *Programa São Paulo Amigo do Idoso criado pelo Decreto 58047/12, do governo do Estado de São Paulo*
2. *Age-Friendly NYC – Business Resource Guide, de 2014, publicação feita em parceria com o Gabinete do Prefeito de Nova York, o Conselho Municipal de Nova York e a Academia de Medicina de NYC*
3. *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)*
4. *Data Popular e Instituto Opinião, 2014*
5. *Pesquisa Grey Power 0 Brasil 50+ do Instituto Locomotiva*
6. *Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)*
7. *Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL)*
8. *Pesquisa “60+, Um Novo Paradigma”, feita por Eureka, Itaú, Nestlé e Natura*
9. *SPC Brasil e portal Meu Bolso Feliz*

SOBRE A *tele*help

A TeleHelp é a primeira e maior empresa de teleassistência do Brasil. Foi fundada em 2004 com o objetivo de oferecer ao público 60+ a possibilidade de viver de forma mais independente e segura, dentro e fora de suas casas.

O serviço de teleassistência consiste no monitoramento contínuo, automático e remoto de emergências em tempo real, acompanhando as mudanças de estilo de vida ao longo do tempo e gerenciando, dessa forma, os riscos associados a uma vida autônoma, principalmente para as pessoas mais velhas.

Possibilitar aos 60+ uma vida mais autônoma e segura é a principal missão da TeleHelp e é para isso que a empresa dedica esforços todos os dias, seja no aperfeiçoamento de seus processos e tecnologias ou mesmo oferecendo novos serviços para esse público.

A TeleHelp trabalha para que a inclusão dos 60+ em nossa sociedade seja um movimento consistente e que resulte em transformações sociais, como nas políticas públicas, e em uma necessária mudança cultural.

Nossa intenção é que este **Guia TeleHelp 60+ Estabelecimento Comercial** seja uma de nossas contribuições na construção de um futuro mais inteligente e inclusivo, alinhado ao mundo em que vivemos. E seja um passo para conquistarmos a sociedade que desejamos: um local capaz de explorar totalmente as potencialidades de seus indivíduos, onde a longevidade deve ser acompanhada de respeito e de qualidade de vida.



 0800 014 2001 | 11 3585-2000

 11 96601.0349