



AMBIENTES 04

Serviços amigos de todas as idades

Serviços que são necessários ter na comunidade/bairro para um envelhecimento saudável.

Iniciar >



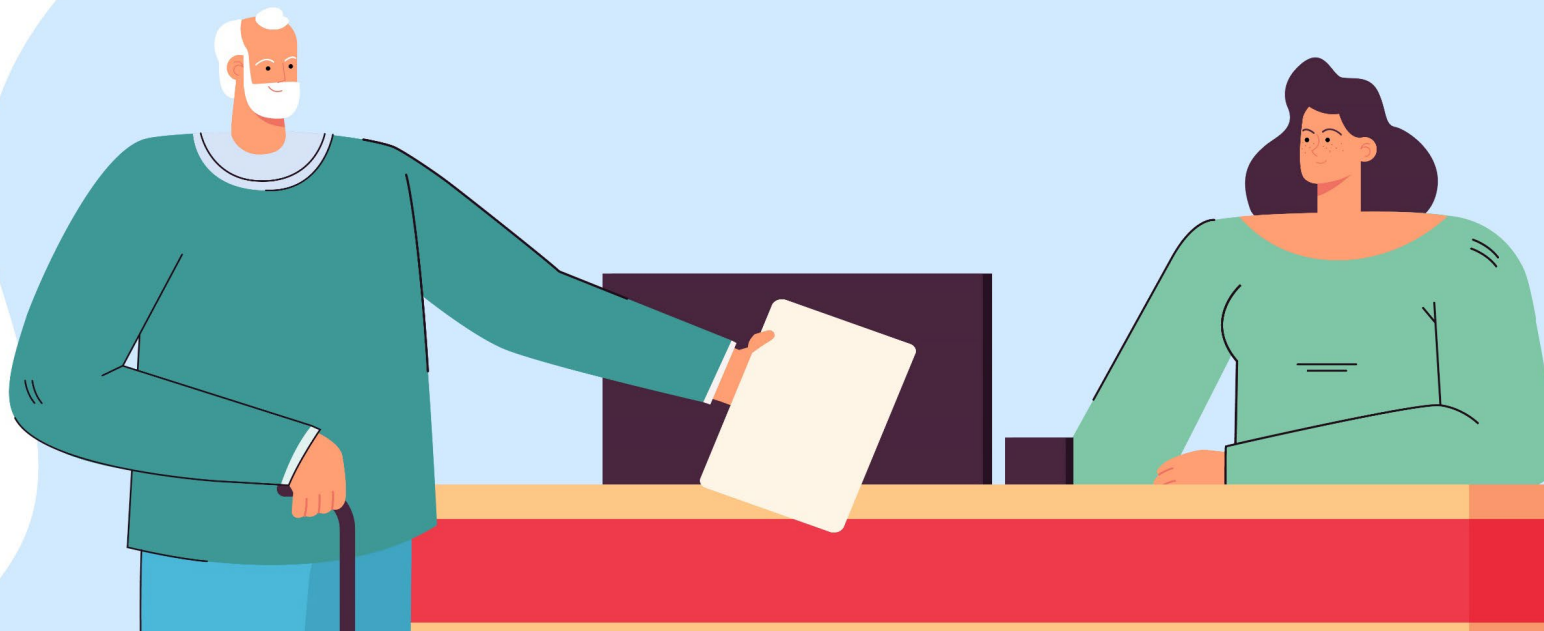
Warsaw University
of Technology



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia

O apoio da Comissão Europeia a este projeto e à produção desta publicação não constitui um consentimento quanto ao seu conteúdo, o qual reflete apenas a opinião dos autores, não podendo a Comissão ser responsabilizada por qualquer uso indevido que possa ser feito da informação contida nesta publicação.





AMBIENTES MÓDULO 4

Serviços amigos de todas as idades

Neste módulo, aprenderá sobre os serviços amigos de todas as idades, que são uma componente indispensável de uma rede de vizinhança e de proximidade amiga de todas as idades. A sua disponibilidade e acessibilidade têm um impacto muito grande na qualidade de vida de todos os seus residentes, em particular das pessoas mais velhas.

Introdução

A rede de serviços de vizinhança e de proximidade amiga de todas as idades em zonas urbanas e rurais são necessárias para manter os adultos mais velhos saudáveis e ativos. Uma das componentes básicas é um sector de negócios próspero.

As pequenas empresas locais estão diretamente ligadas às pessoas mais velhas. São mais do que apenas atividades comerciais; ajudam os adultos mais velhos a reduzir o isolamento e a solidão. Ir às compras e utilizar outras comodidades como um cabeleireiro ou cafetaria oferece ao adulto mais velho a oportunidade de conviver e conversar com outros. Muitas vezes, os lojistas ou prestadores de serviços tornam-se figuras importantes numa comunidade local, pois prestam um ouvido amigável às necessidades e problemas dos clientes mais velhos.



Porque é que os serviços devem ser amigos de todas as idade?

O número de adultos mais velhos tem vindo a crescer continuamente e espera-se que cresça substancialmente no futuro.

Apesar deste facto, muitas pessoas sentem que as empresas não veem os mais velhos como clientes e não respondem às suas necessidades.

Como prestador de serviços, tornar o seu negócio amigo de todas as idades pode ter uma influência positiva nos seus resultados, devido a:

- aumento do número de clientes
- melhor receção como um serviço amigo do cliente
- clientes mais frequentes, uma vez que as pessoas mais velhas tendem a apegar-se

Se um serviço é amigo de todas as idades, não é apenas adequado para adultos mais velhos, mas também para muitos outros, incluindo:

- grávidas,
- pais com filhos em carrinhos de bebé,
- pessoas com restrições de visão, audição ou mobilidade,
- pessoas com capacidades de comunicação restritas (por exemplo, estrangeiros que não conhecem a sua língua nacional) e
- pessoas com doença mental.

Em suma, os serviços amigos de todas as idades são bons para todos os clientes.



Sabia que?

A Economia de Prata é um novo sector económico que surgiu como resposta às necessidades do crescente grupo populacional: os adultos mais velhos.

Espera-se que a Economia de Prata Europeia se expanda aproximadamente 5% por ano e contribua com mais de 5,7 triliões de euros até 2025 para a economia da Europa.

O objetivo do módulo

Este módulo foi concebido para fornecer uma visão dos serviços amigos de todas as idades. A disponibilidade de tais serviços ao nível local, ao nível da vizinhança, apoia os adultos mais velhos a permanecerem de um modo independentes e saudável por um maior período de tempo. Contribui também para uma maior integração social.

O objetivo do módulo é partilhar dicas práticas, sem custos ou de baixo custo para tornar o seu negócio mais favorável à idade.

O módulo está dividido em três capítulos. Em primeiro lugar, aprenderá sobre os serviços particularmente necessários para os adultos mais velhos. Depois, o enfoque será colocado nas suas características. Finalmente, obterá algumas dicas de como atrair clientes mais velhos.



O que irá aprender

- 1 Os tipos de serviços amigos de todas as idades.
- 2 As características dos serviços amigos de todas as idades.
- 3 Como atrair os clientes.

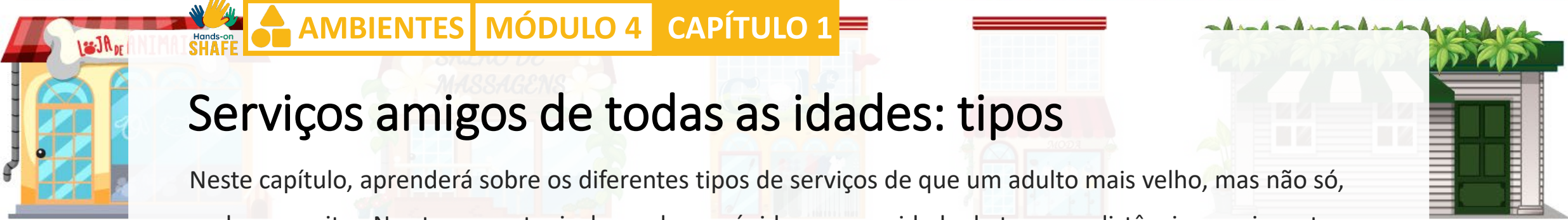


Capítulos neste módulo

1 Serviços amigos de todas as idades: tipos

2 Serviços amigos de todas as idades: características

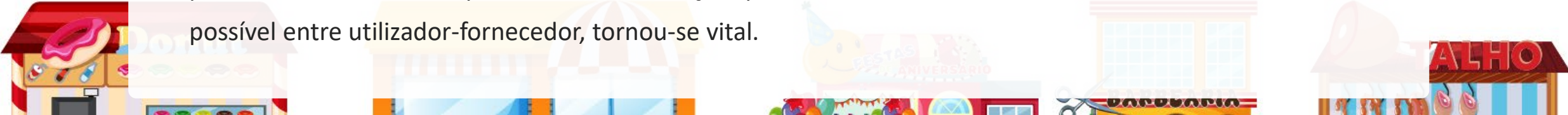
3 Como atrair clientes mais velhos



 **AMBIENTES | MÓDULO 4 | CAPÍTULO 1**

Serviços amigos de todas as idades: tipos

Neste capítulo, aprenderá sobre os diferentes tipos de serviços de que um adulto mais velho, mas não só, pode necessitar. Nos tempos atuais de mudança rápida, a necessidade de tornar a distância o mais curta possível entre utilizador-fornecedor, tornou-se vital.



O que irá aprender

- 1 | Serviços da rede de vizinhança e de proximidade.
- 2 | O poder do artesanato.
- 3 | Tipos de serviços de que os adultos mais velhos necessitam.



Introdução

Neste capítulo, aprenderá sobre diferentes tipos de serviços, particularmente necessários para os adultos mais velhos a um nível local.

Satisfazer as necessidades diárias da vida através de serviços de proximidade aumenta a qualidade de vida e ajuda os adultos mais velhos a manterem-se saudáveis e independentes por mais tempo. Sem dúvida, tem também um impacto positivo no desenvolvimento do empreendedorismo e do comércio local.

A importância do acesso direto/imediato aos serviços básicos aumentou significativamente durante o período de pandemia.



Serviços de vizinhança e proximidade

Um bairro é uma parte de uma cidade onde as pessoas vivem. Uma vila, área suburbana ou cidade pode ser composta por muitos bairros diferentes.

A casa e o bairro onde se vive tem um impacto grande na saúde e na qualidade de vida. Uma boa vizinhança pressupõe um espaço seguro e amigável, onde as pessoas se conhecem e estão prontas a dar apoio. Este forte sentido de comunidade é particularmente importante para grupos vulneráveis, tais como crianças, mulheres e adultos mais velhos.

Os bairros devem ser compactos e adaptados aos peões. Devem estar equipados com serviços básicos como mercearias ou padarias localizadas a cerca de cinco minutos a pé da sua casa. Isto perfaz um quarto de milha ou 400 metros.

Isto significa que, num bom bairro, todos devem ter acesso diariamente, dentro de cinco minutos a pé da sua casa, aos serviços necessários.

Disponibilizar serviços básicos num bairro pode influenciar positivamente a construção de comunidades. Um bairro com uma comunidade forte e com acesso aos serviços de vizinhança e de proximidade é um ótimo local para viver.

Fornecimento de alimentos

A capacidade de comprar produtos alimentares essenciais, de um modo independente, numa idade mais avançada ajuda a permanecer independente e saudável. Mesmo a compra de apenas dois artigos pode ser uma excelente oportunidade para socializar. Um acesso mais fácil a alimentos saudáveis é também uma característica importante de uma boa vizinhança.



Mercado

Os adultos mais velhos valorizam produtos alimentares de boa qualidade de fornecedores locais. Gostam muito dos mercados alimentares locais.



Mercearias locais

As pequenas lojas locais podem ajustar melhor a oferta dos seus produtos às necessidades dos adultos mais velhos. Além disso, as compras mais frequentes e em menores quantidades podem poupar dinheiro porque menos alimentos irão ser desperdiçados.



Localização

Uma mercearia ou serviço com contacto direto com o cliente deve ser localizado numa área altamente frequentada por pessoas.

Mercearia local

As lojas de maior dimensão estão frequentemente muito cheias. É fácil perder-se em tal espaço. Além disso, as caixas de serviço próprio são por vezes difíceis de utilizar pelos adultos mais velhos que preferem um contacto mais direto com o vendedor. Os adultos mais velhos gostam de mercearias mais pequenas localizadas perto de suas casas. O lojista sabe muitas vezes o nome dos seus clientes e o que estes costumam comprar. Ele ou ela pode também adaptar a sua oferta às necessidades dos clientes.

De facto, ir às compras pode ser uma atividade que alivia a solidão e que é considerada como uma das principais causas da depressão.



Loja sobre rodas

A disponibilidade de alimentos em algumas zonas rurais pode ser baixa, fazendo com que alguns adultos mais velhos que vivam nessas zonas tenham dificuldade em comprar produtos alimentares.

Neste caso, uma grande solução parece ser uma "loja sobre rodas" que possa chegar a todos os locais.

Em muitos países, marcas de franchising com "lojas sobre rodas" são muito frequentes.

Se tem conhecimento de que na sua região existem bairros onde uma "loja sobre rodas" seria necessária, talvez seja uma ideia de negócio a considerar..



Locais de refeição e convívio

É verdade que quanto mais frequentemente as pessoas partilham o momento da refeição com outras, mais se sentem felizes e satisfeitas com a sua própria vida. No passado, os momentos das refeições tornavam-se eventos em que toda a vila ou aldeia se juntava. Foi assim que surgiu o conceito de comunidade forte. Do mesmo modo, hoje em dia, a possibilidade de fazer refeições com outras pessoas é importante não só para nós como indivíduos, mas também como comunidade.



Para socializar

Não tem de ser uma grande refeição, pode ser apenas um café/chá ou um lanche.



Para celebrar

Há alguns momentos na vida que requerem uma celebração especial. O jantar num restaurante pode ser uma boa opção.



Para comer de forma acessível

As cantinas locais e os quiosques de alimentação são locais onde se pode comer de forma mais barata e, mais importante, também saudável, ao contrário do que acontece nas cadeias de fast food.

Beleza e bem estar

Todas as pessoas têm o direito a cuidar da sua aparência, independentemente da idade ou género.

Cabeleireiros locais, estúdios de unhas e salões de beleza são também necessários em bairros com uma população mais velha. Além disso, cortar o cabelo é uma necessidade básica e não um luxo.

Visitar tais locais é também uma excelente oportunidade para se encontrar e conversar com outras pessoas.





Sabia que?

O barbeiro é uma das profissões mais antigas? Até recentemente, o barbeiro tem sido considerado como quase uma profissão extinta.

Hoje em dia, a profissão está a viver um renascimento, como resultado de uma moda de estilo artístico.

O poder do artesanato

A produção industrial em massa levou-nos quase a esquecer os produtos feitos à mão que são adaptados às necessidades específicas de cada um. Com o processo contínuo de envelhecimento da população que resulta numa maior diversidade de necessidades, a produção de bens por artesãos deveria tornar-se mais acessível.

Os adultos mais velhos valorizam a alta qualidade e o serviço direto. Podem ser clientes dedicados ao artesanato local.

O artesanato também é bom para o ambiente, pois produz menos resíduos e utiliza menos energia do que uma produção industrial típica.



Alimentação

A qualidade dos alimentos é essencial para nos manter em boa saúde. Infelizmente, muitos produtos alimentares oferecidos nas grandes lojas de retalho são produzidos industrialmente. Estão cheios de produtos químicos e fabricados com componentes de má qualidade. Ainda que possam ter um bom sabor, são prejudiciais à nossa saúde.



Padaria

O pão é um dos produtos básicos que gostamos de consumir diariamente. As padarias locais que oferecem pão saboroso e saudável serão muito apreciadas, particularmente pelos adultos mais velhos.



Pastelaria

É também agradável ter uma boa pastelaria nas proximidades. À medida que o número de diabéticos cresce, a procura de bolos sem açúcar irá aparecer e isto requer algumas habilidades.



Talho

Devemos geralmente reduzir o consumo de carne. Se decidirmos comer carne, devemos ter acesso a um talho de boa qualidade.

Artesanato de roupa, calçado e acessórios

Os adultos mais velhos são muitas vezes muito apegados aos seus pertences e preferem consertá-los em vez de deitá-los fora. Infelizmente, muitos bairros carecem de artesãos que o possam fazer.



Alfaiate

Instead of buying new clothes, many older adults would rather remake the old ones or make new ones by a tailor.



Sapateiro

Shoemaker is a disappearing profession nowadays. A local shoemaker is important for older adults as he can repair the old shoes but also adjust the new ones to specific feet needs.



Artesão de couro

Uma alça rasgada da sua bolsa de couro favorita ou um cinto onde é necessário acrescentar buracos? É com este tipo de concertos que o Artesão de couro lida.

Acessórios

Os adultos mais velhos são muito apegados a coisas com as quais a memória está associada, tais como joias ou relógios. A possibilidade de os reparar, se necessário, seria muito bem-vinda numa vizinhança amiga de todas as idades.



Joalheiro

Um anel que se tornou demasiado apertado ou uma corrente quebrada? Isto é algo de que o joalheiro local pode resolver.



Relojoeiro

Embora os relógios tradicionais não sejam tão populares hoje em dia como antes, serão necessários alguns especialistas com habilidades específicas para os reparar.



Oculista

Um oculista local é também muito necessário num bairro. Não só os adultos mais velhos, mas também os mais jovens precisam de usar óculos.

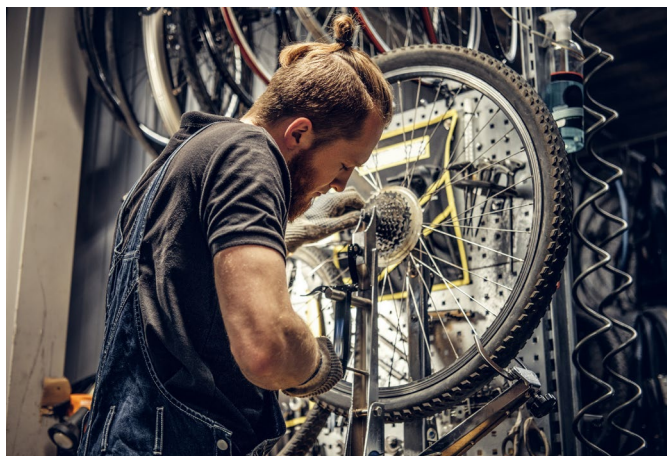
Prevalência da mulher

As mulheres tendem a viver mais tempo do que os homens. Diz-se frequentemente que o processo de envelhecimento populacional, destaca-se a feminização da velhice, ou seja, o predomínio de mulheres na população mais velha. Este facto vale a pena considerar quando se pensa em serviços necessários no seu bairro.



Serviços de reparação

Os adultos mais velhos, mas não só, são muitas vezes incapazes de realizar reparações numa variedade de artigos domésticos. Seria ótimo se uma pessoa tivesse acesso a estes serviços em 15 minutos.



Reparação de bicicletas

Andar de bicicleta é recomendado para quase todos e está a tornar-se cada vez mais popular. Por conseguinte, são necessários serviços locais de manutenção de bicicletas.



Reparação de eletrodomésticos

A reparação de eletrodomésticos é uma alternativa à opção de deitar fora. É essencial haver alguém, no bairro onde vive, que o possa fazer.



Reparação de dispositivos eletrónicos

Este é um serviço bastante novo, e a procura está a crescer continuamente.

Serviços ao Domicílio

Neste caso em concreto, um serviço ao domicílio poderá incluir o conserto de um eletrodoméstico, ou de problemas com a luz, ou ainda cuidar do jardim. Este tipo de serviços são muito bem recebidos pelos adultos mais velhos, particularmente aqueles com alguns problemas de saúde.



Serralheiro e canalizador

A procura destes serviços é particularmente frequente em edifícios antigos, que muitas vezes são habitados por adultos mais velhos.



Estofador

Os adultos mais velhos estão também vinculados ao seu mobiliário. Por vezes basta mudar o tecido dos estofos, e o mobiliário será novamente agradável e útil.



Carpinteiro

A restauração de mobiliário antigo está a tornar-se cada vez mais popular não só entre os adultos mais velhos.

Serviços de Limpeza

Por último, mas não menos importante, os serviços de limpeza são cruciais num bairro com população mais velha. Não se trata apenas de serviços de limpeza doméstica, mas também de lavar e pendurar cortinas, e limpar estofos ou janelas.



Actividade 1


Dê um passeio pelo seu bairro. Tente observar que serviços existem. Faz falta mais algum?

Pense naqueles que seriam necessários.



Quiz

Click the **Quiz** button to edit this object

 **AMBIENTES** **MÓDULO 4** **CAPÍTULO 1** Serviços amigos de todas as idades: tipos

Que serviços são necessários num bairro amigo de todas as idades?

- Uma mercearia
- Um serviço de bicicletas
- Uma padaria
- Um clube noturno
- Uma fábrica
- Um grande centro comercial

Resumo do capítulo

1

Aprendeu sobre o conceito de serviços de vizinhança e proximidade

2

Aprendeu sobre a importância crescente do artesanato na adaptação de um produto às necessidades específicas de cada um.

3

Tomou conhecimento de diferentes serviços de que os adultos mais velhos, em particular, podem necessitar.

Capítulo concluído!

Parabéns! Completou este capítulo com sucesso!

Resumo das competências adquiridas

1

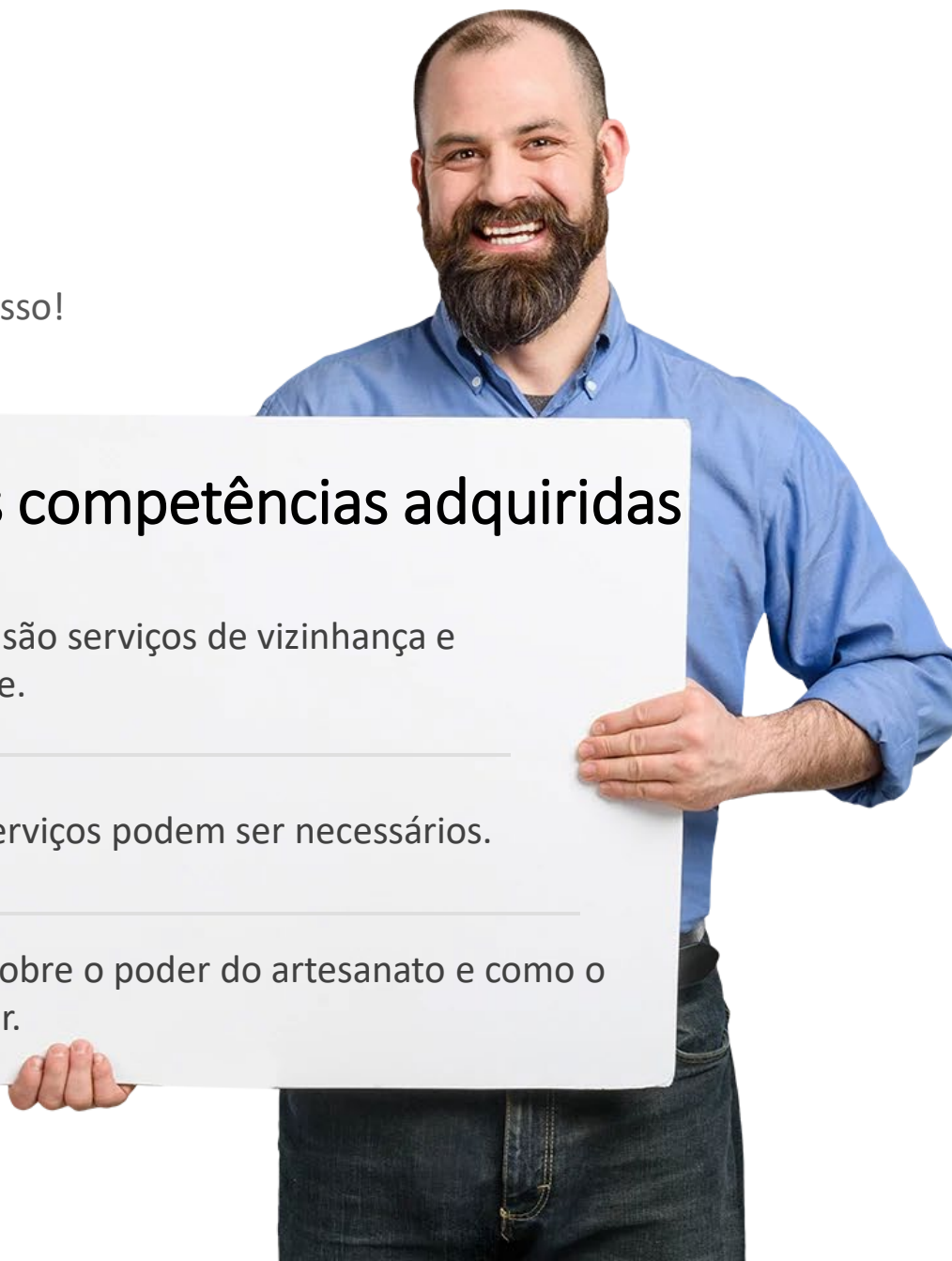
Sabe o que são serviços de vizinhança e proximidade.

2

Sabe que serviços podem ser necessários.

3

Aprendeu sobre o poder do artesanato e como o pode utilizar.



O que vem a seguir?

Agora pode repetir este capítulo ou seguir a nossa recomendação para continuar a aprendizagem, clicando num dos botões abaixo:

[Reiniciar](#)[Seguinte](#)



AMBIENTES | MÓDULO 4 | CAPÍTULO 2

Serviços amigos de todas as idades: características

Neste capítulo, aprenderá sobre as características dos serviços amigos de todas as idades. Lembre-se de que tornar o seu serviço mais amigo de todas as idades é bom não só para os seus clientes mais velhos, assim como os outros.

O que irá aprender

- 1 Características dos serviços amigos de todas as idades que respondem às limitações típicas dos adultos mais velhos.
- 2 Sobre o Design Universal.



Amigo de todas as idades

A maioria das pessoas mais velhas são indivíduos saudáveis e independentes. No entanto, com o avançar da idade, ocorrem algumas mudanças, e estas podem levar a restrições físicas. Estima-se que:

- 1/3 dos adultos mais velhos têm problemas auditivos
- 2/3 deles precisam de usar óculos
- muitos deles têm alguns problemas de mobilidade com intensidade diferente (que podem também ser influenciados pelo clima e de outras circunstâncias).

Felizmente, a maioria das mudanças no seu negócio local podem ser facilmente introduzidas para que se tornem favoráveis a todas as idades.



Amigo da demência

Estima-se que mesmo um terço de nós irá desenvolver demência na idade mais avançada. Quanto mais tempo vivemos, mais provável se tornará a demência. Pode aprender mais sobre demência nos seguintes módulos:

Vida Saudável 05 Comprometimento Cognitivo e Demência e **Ambientes 03 Casa Amiga da Demência**.

Ir às compras é uma das atividades preferidas das pessoas mais velhas e das pessoas com demência. Por conseguinte, estes locais devem ser adaptados às suas necessidades para lhes permitir permanecer ativos e independentes por um maior período de tempo.



VIDA SAUDÁVEL

AMBIENTES

Introdução

Neste capítulo, iremos focar-nos nas características dos serviços amigos de todas as idades e que atendem às limitações típicas ligadas às mesmas:

- Mobilidade
- Visão
- Audição

Referimo-nos também à demência, bem como à comunicação visual e sonora. Finalmente, o Design Universal como abordagem recomendada para a conceção de espaços, produtos e serviços será apresentada.



Mobilidade

Lembre-se de que se disponibilizar o seu serviço ou produto apenas para os jovens, exclui os mais velhos. No entanto, se o tornar disponível para os mais velhos, incluirá todos e alargará a gama dos seus clientes.



Portas de abertura fácil

As portas pesadas podem constituir uma verdadeira barreira. Tenha em atenção para que sejam fáceis de abrir. Se for particularmente pesada e difícil de mover, pode considerar a instalação de um mecanismo elétrico de porta.



Cadeira com braço de apoio

Os adultos mais velhos, se tiverem alguma limitação de mobilidade, podem precisar de cadeiras com braço de apoio quando estão sentados ou em pé. As cadeiras ou lugares sentados não devem ser demasiado baixos ou demasiado moles.



Piso antiderrapante

O chão/piso deve ser antiderrapante mesmo quando molhado.

Mobilidade

É verdade que tornar um local totalmente acessível, por exemplo, a um utilizador de cadeira de rodas pode ser irrealista devido a limitações financeiras ou simplesmente a um espaço limitado.

No entanto, existem outras medidas e menos dispendiosas que pode introduzir para reforçar segurança dos seus clientes.

Pense sobre:

- a entrada: existem escadas? É possível fazer menos escadas?
- os caminhos estão desimpedidos e permitem a deslocação com um andarilho?



Mobilidade: balcão e prateleiras

Preste atenção ao nível/altura do balcão, que deve estar disponível para os utilizadores de cadeira de rodas. A altura recomendada é de 90cm.

Muitos adultos mais velhos têm problemas de mobilidade, com os seus braços. É por isso que tentam evitar prateleiras com mais de 150 cm de altura.



Visão

Para pessoas com deficiência visual, uma boa iluminação é essencial. Como sabe, através do módulo **Ambientes 02 Casa Amiga de todas as idades**, os adultos mais velhos precisam de mais luz do que os mais jovens. Requerem o triplo da luz para verem em relação às pessoas mais jovens. O local deve ser iluminado uniformemente, evitando a acumulação de sombras ou cantos escuros.

Os efeitos e superfícies não devem produzir brilho, uma vez que os adultos mais velhos são muito sensíveis a ele.

Grandes janelas e iluminação natural são bem-vindas, mas se o sobreaquecimento se tornar um problema, instalar algumas sombras.



AMBIENTES

Visão

Muitas lojas, incluindo as locais, introduzem lupas para ajudar os seus clientes a ler descrições de alimentos em letras pequenas.

Tal lupa pode ser fixada numa prateleira de alimentos.



Comunicação Visual

A comunicação visual utiliza elementos visuais para comunicar informações ou ideias. É muito importante para os adultos mais velhos e para aqueles com alterações cognitivas. Deve ser facilmente reconhecível e bem visível.



Sinalética exterior bem visível

Certifique-se de ter um bom sinal para o seu negócio que seja fácil de ver e ler. Verifique se existem regulamentos locais referentes a sinais e banners.



Sinais reconhecíveis

Por vezes não é necessária uma descrição verbal e os símbolos são suficientes. Certifique-se de que são compreensíveis.



Descrições de produtos

Quando utilizar algum texto, certifique-se de que a fonte é suficientemente grande, forma simples, e de que existe contraste suficiente entre a fonte e o fundo.

Comunicação visual e demência

A sinalização bem reconhecida ao nível dos olhos é particularmente importante para as pessoas com demência, que podem perder-se ou desorientar-se facilmente.

Não só as casas de banho devem ter sinalização clara, mas também verificar a sinalização de Saída e outros elementos essenciais do local.

As pessoas com demência podem ser confundidas por padrões no chão, elementos brilhantes e tapetes ou tapetes que têm uma cor diferente da do resto do chão (podem percebê-lo como um buraco e ter receio dele). Tente colocar um tapete na zona de entrada com uma cor semelhante à do resto do pavimento.



Audição

Os adultos mais velhos, mas também as pessoas com autismo, preferem estar em lugares sossegados/calmos. O espaço ruidoso fá-los sentir desconfortáveis e por vezes até irritados.

Se houver muito ruído no seu local, pode considerar a instalação de alguns painéis acústicos em paredes ou tetos. Além disso, os móveis estofados pendurados em tapeçarias e cortinas podem ter um impacto positivo no conforto acústico do seu local de espetáculo.

Uma área mais tranquila pode ser feita num restaurante (através de paredes divisórias) onde as mesas poderiam ser dedicadas principalmente a clientes mais velhos.



Comunicação sonora

O som é importante porque nos informa de um modo que os elementos visuais não fazem. Também tem impacto na forma como percebemos um determinado espaço e se nos sentimos bem nele.



Volume adequado e agradável

O som não deve ser demasiado alto e dinâmico. Isto não se refere apenas à música, mas também aos sons produzidos pelos equipamentos dos restaurantes que são por vezes fortes.



Horas sem som

Dependendo das necessidades dos seus clientes, poderá querer introduzir horas sem som, que poderiam ser apreciadas por alguns adultos mais velhos, pessoas com autismo e pessoas com demência.

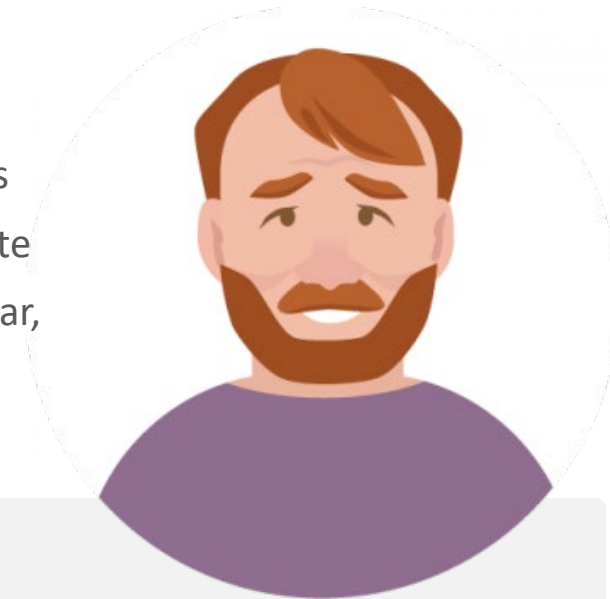


Música para todos

Se quiser colocar alguma música no seu local, pense naquela que combine com os gostos dos jovens e dos adultos mais velhos.

Faça a tarefa!

Lembra-se de Nicolau? Ele dirige uma pequena loja local com produtos diários para os seus clientes. Conhece-os muito bem e sente-se vinculados a eles também. São maioritariamente pessoas mais velhas e Nicolau notou que alguns deles começaram a ter problemas em andar, ouvir ou ver. Ele está realmente preocupado com isso e gostaria de tornar a sua loja mais amiga de todas as idades.



- ✓ Conheça e fique a conhecer Nicolau. Pode encontrar mais sobre ele [aqui](#).
- ✓ Pode dar-lhe algumas dicas para melhorar a mobilidade?
- ✓ Pode dar-lhe algumas dicas ao nível da comunicação visual?
- ✓ Pode dar-lhe algumas dicas sobre som e acústica?

Design Universal

Se quiser tornar o seu serviço ou produto amigo de todas as idades, deve estar por dentro das orientações do Design Universal e dos seus princípios.

O termo Design Universal foi criado e publicitado pelo arquiteto Ronald Mace nos anos 90. No entanto, a própria ideia de tratar as pessoas com deficiência de igual modo na sociedade é recente. Foi gradualmente desenvolvida ao longo do século XX, quando as pessoas viviam durante mais tempo, e a esperança média de vida das pessoas com deficiências severas estava a aumentar.

Além disso, um grande número de veteranos de guerra com deficiências obrigou os governos a introduzirem legislação de igualdade de direitos e anti-discriminação.

Design Universal é o desenho e composição de um ambiente para que possa ser acedido, compreendido e utilizado na maior medida possível por todas as pessoas, independentemente da sua idade, altura, capacidade ou deficiência.

O Design Universal não é uma abordagem de medida única. Na realidade, concentra-se nas necessidades dos utilizadores com deficiências e características diversas. Mas, o desenho resultante é acessível, utilizável e atrativo para todos os utilizadores, incluindo os que não têm qualquer deficiência.

Consequentemente, um produto, serviço ou ambiente de conceção universal torna-se disponível a um número mais elevado e a uma gama mais vasta de potenciais clientes.



Sabia que?


A Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência foi adotada a 13 de Dezembro de 2006 pelas Nações Unidas. A Convenção inclui a definição de Design Universal.

A convenção já foi aprovada por 185 países em todo o mundo. Além disso, a União Europeia já a assinou.

O conceito de Design Universal está a ser introduzido na legislação dos países signatários.

Quiz

Click the **Quiz** button to edit this object

**AMBIENTES** | **MÓDULO 4** | **CAPÍTULO 2** Serviços amigos de todas as idades: características

Se conceber um produto ou um serviço para pessoas mais velhas seguindo uma abordagem de Design Universal, então estará disponível para um número mais elevado e uma maior variedade de potenciais clientes.

- Verdadeiro
- Falso



Resumo do capítulo

1

Ficou a conhecer as características de um serviço amigo de todas as idades relacionado com a limitação de mobilidade.

2

Tomou conhecimento das características de um serviço amigo de todas as idades relacionado com a deficiência visual.

3

Tomou conhecimento das características de um serviço amigo de todas as idades relacionado com a deficiência auditiva.

4

Aprendeu sobre o Design Universal.

Capítulo concluído!

Parabéns! Completou este capítulo com sucesso!

Resumo das competências adquiridas

1

Conhece as características básicas de um serviço amigo de todas as idades.

2

Sabe o que fazer para tornar o seu local mais adequado a todas as idades.

O que vem a seguir?

Agora pode repetir este capítulo ou seguir a nossa recomendação para continuar a aprendizagem, clicando num dos botões abaixo:

[Reiniciar](#)[Seguinte](#)



AMBIENTES | MÓDULO 4 | CAPÍTULO 3

Como atrair clientes mais velhos

Neste capítulo, obterá dicas sobre como atrair clientes para o seu serviço amigo de todas as idades. Centrar-nos-emos nos clientes mais velhos que podem necessitar de abordagens diferentes das pessoas mais jovens.

O que irá aprender

- 1 O que pode ser feito ao nível local nos bairros para atrair clientes mais velhos.
- 2 O que pode ser feito especificamente num local para atrair clientes mais velhos.



Introdução

Provavelmente, a melhor estratégia de marketing para o serviço amigo de todas as idades é o marketing boca-a-boca. As pessoas falam umas com as outras, e partilham as suas experiências obtidas com um determinado serviço.

Neste capítulo, analisaremos o que pode ser feito ao nível local nos bairros para tornar os serviços mais acessíveis aos adultos mais velhos e às pessoas com demência. Depois, centrar-nos-emos em partilhar algumas dicas que um lojista ou prestador de serviços pode introduzir.



Localização, localização e localização

É geralmente afirmado que o sucesso de uma loja ou qualquer local de serviço é determinado por três fatores: localização, localização e localização.

Se uma rua ou uma praça da cidade for muito frequentada por peões, as instalações situadas ao seu redor terão muitos clientes. Tais ruas e praças são os pontos fulcrais do bairro. Servem não só como oportunidades de compras, mas também como espaços de encontro e convívio para os habitantes.

Ao escolher um local para o seu negócio, preste atenção à sua acessibilidade em termos de design arquitetónico (por exemplo, entrada sem escadas), mas também em termos de design urbano, quer este local seja alcançado por muitas pessoas.

Como já sabe, permitir que as pessoas com demência façam compras de forma independente é essencial para as manter saudáveis e apoiar os seus prestadores de cuidados.

Como mencionado no módulo **Geral 01 Eu e a SHAFE** estão a ser criadas em toda a Holanda rotas/percursos de compras amigas das pessoas com demência e que podem ser percorridas a pé. Em Roterdão, dois percursos marcados com amarelo e verde podem ser seguidos. Estes percursos formam dois circuitos separados onde as pessoas com demência podem andar a pé. Fazem parte da rua principal, onde se encontram as principais comodidades. Cada laço inclui blocos de edifícios adjacentes, onde se encontram alojamentos. Desta forma, os habitantes com demência podem aceder facilmente ao percurso. Eles não se perdem e podem chegar confortavelmente à loja e regressar em segurança.

GERAL

Que tal pintar uma rota de compras amiga da demência no seu bairro?

Consegue lembrar-se que divertido era desenhar com giz no chão quando era criança?

Pintar o percurso de compras no chão com os seus vizinhos e colegas também pode ser divertido. Pode ter a forma de uma linha ou flores como num grande projeto de Sanne Janssen e Gerjanne van Gink:

<https://vergeetmijnietpad.nl/>.

Antes de começar, informe as autoridades locais sobre a ideia. Podem estar interessadas em promover a sensibilização para a demência e podem estar dispostas a apoiá-la. Além disso, outros comerciantes e prestadores de serviços do bairro poderão estar dispostos a participar.



Dicas sobre a criação de percursos pedestres amigos da demência

Se reuniu alguns interessados dispostos a participar na criação de percursos de compras amigos da demência, deve considerar:

- **A data**

Uma excelente oportunidade para criar o tal percurso é o Dia Internacional da Doença de Alzheimer, a 21 de Setembro. As autoridades locais poderão estar mais interessadas em aderir à iniciativa se a data for significativa.

- **Desenho cuidadoso do percurso**

Lembre-se que deve ter a forma de um laço e não ser muito longo. O tempo de caminhada deve ser de cerca de 15 minutos, o que perfaz 1,2 km. Incluir no percurso lugares importantes para os adultos mais velhos: lojas, uma farmácia, mas também um parque, uma igreja, etc.

- **Ideias de outros**

Idealmente, o percurso seria concebido durante um workshop com as partes interessadas. No entanto, isto nem sempre é possível. Por conseguinte, é possível realizar colocando a ideia e a proposta de conceção nos meios de comunicação social.

- **Usando tinta lavável**

É a solução mais simples e também a mais barata. Pode também funcionar como parte do processo de consulta de conceção do percurso. Os utilizadores podem querer alterar o percurso da rota. Desta forma, a rota final será mais adequada às necessidades dos utilizadores.

Um quadro de cortiça com pinos

Um quadro de cortiça com pinos pode ser pendurado num centro retalhista local ou numa mercearia. Os clientes podem colocar lá os seus anúncios ou encontrar anúncios referentes às suas necessidades (como serviços de limpeza).

Alguns eventos locais podem ser anunciados desta forma.

Um quadro de cortiça com pinos ainda tem um amplo alcance. Especialmente entre os adultos mais velhos, continuam a ser um importante meio de comunicação sobre atividades e eventos locais.



Compras de alimentos

Tornar as compras de alimentos acessíveis aos adultos mais velhos e particularmente às pessoas com demência, é cada vez mais importante. A investigação mostra que é fundamental para as pessoas mais velhas fazerem as suas próprias compras de alimentos, para assim manterem a sua independência e o sentimento de pertença a uma comunidade. Além disso, é também relatado que muitos adultos mais velhos estão em risco de subnutrição.

Para além de tornar o local mais acessível em termos físicos, como apresentado no capítulo anterior, podem ser tomadas algumas outras medidas para melhorar as compras de alimentos pelos adultos mais velhos.



Receitas numa mercearia

O lojista pode encorajar os seus clientes a preparar refeições refletindo a estação do ano e as frutas e legumes disponíveis da época.

Pode colocar uma receita escolhida (em letras grandes) num local visível e também fazer cópias mais pequenas para serem levadas para casa.

Isto pode inspirar os clientes a experimentar receitas que talvez nunca tenham experimentado antes. As receitas podem ser alteradas todas as semanas ou duas vezes, dependendo da disponibilidade dos produtos.

Lembra-se da receita de bolo de abóbora portuguesa do módulo **Vida Saudável 02 Estilos de Vida Saudável?**

Isto pode ser um bom começo!



VIDA SAUDÁVEL



Sabia que?

A incontinência urinária é uma queixa comum e angustiante de muitos adultos mais velhos. Muitos deles demitem-se de caminhar para fora por causa disso.

Pode disponibilizar a utilização da casa de banho a pessoas mais velhas no seu local de trabalho. Em muitos países, tais locais recebem designações apropriadas. A sua experiência tem sido muito positiva, uma vez que o número de clientes aumentou significativamente.

Um local para sentar

Para além da falta de casas de banho, outra barreira que desencoraja os adultos mais velhos de caminharem para o exterior é a insuficiência de lugares sentados.

Se for lojista ou prestador de serviços, tente colocar uma cadeira/sofá/cadeirão no seu local onde uma pessoa cansada possa sentar-se e descansar durante algum tempo.

A experiência mostra que os locais que ofereciam um local para sentar também aumentavam as suas receitas, e eram vistos como muito amigos do cliente.



Restaurantes e cantinas

Um restaurante ou cantina amigo de todas as idades, deverá ter refeições de baixo teor de gordura e com baixo teor de sal. Além disso, vale a pena considerar porções menores oferecidas a preços mais baixos.

Os pratos ou bases devem contrastar com a superfície da mesa e minimizar o risco de queimaduras. Também devem ser moldadas para ajudar a apanhar os alimentos com uma colher ou garfo. Talheres especiais e mais pesados, dedicados a pessoas afetadas pela doença de Parkinson, também merecem ser considerados. Tais pessoas acham frequentemente embaraçoso comer com as mãos trémulas em público.



Obter opiniões

Pode pedir aos seus clientes que partilhem consigo a sua opinião sobre o seu serviço. Por exemplo, pode colocar uma caixa de opiniões com pequenos pedaços de papel na entrada da loja/restaurante. Pode também consultar as opiniões publicadas na Internet e nas redes sociais.



Design vintage

Os adultos mais velhos sentem-se bem num ambiente que conhecem bem. Não é necessariamente necessário um design ultra-moderno e na moda para um local de serviço amigo da idade. Os adultos mais velhos, particularmente aqueles com alguma perda de memória, podem desfrutar de espaços que se assemelham, em certa medida, àqueles de que se recordam da sua juventude.

A forma da fonte, design de interiores ou detalhes (como cartazes) pode relacionar-se com os anos 60 ou 70, os anos da juventude dos adultos mais velhos de hoje.

Surpreendentemente, este estilo é também muito apelativo para os jovens de hoje em dia.



Comunicação

A forma como um adulto mais velho é abordado pelo prestador de serviços é vital. O pessoal deve falar claramente enquanto olha diretamente para uma pessoa. Também deve haver papel e caneta no balcão de atendimento para proporcionar opções de comunicação. O pessoal deve também saber como ajudar os clientes com deficiências visuais ou auditivas.

Aprenda mais sobre comunicação, incluindo linguagem clara, no módulo **GERAL 02: Técnicas de apresentação e comunicação.**



GERAL

Comunicação e demência

As pessoas com demência são frequentemente afastadas da comunidade devido a uma falta de compreensão. Podem deixar a loja sem pagar porque se esquecem de pagar. Podem ser consideradas como roubos, o que é muito doloroso para elas e para os seus prestadores de cuidados. Por vezes, demasiado barulho pode fazê-las ficar ansiosas. É importante que aprenda mais sobre demência (ver o módulo **Vida Saudável 05 Comprometimento Cognitivo e Demência**) para saber como abordar os seus clientes com alterações cognitivas.



VIDA SAUDÁVEL

Fique marcado!

Se o seu serviço é amigo de todas as idades e está constantemente a trabalhar para ser ainda mais adaptado, informe os seus clientes sobre isso. Coloque uma placa ou aviso mostrando que o seu serviço satisfaz as necessidades dos clientes mais velhos.

Na Polónia, a empresa "Ok Senior" oferece auditorias e esquemas de certificação para produtos e serviços dedicados aos adultos mais velhos. Lojas, prestadores de serviços, centros desportivos e muitas outras instalações podem ser assinados com o crachá "OK Senior", se cumprirem os requisitos necessários.

Mais informação, visite: www.oksenior.pl.



Resumo do capítulo

1

Tomou conhecimento da importância da localização do seu local de negócios e do trajeto mais adaptado à demência.

2

Aprendeu que a compra de alimentos é essencial para os adultos mais velhos.

3


Aprendeu que tornar as casas de banho e lugares sentados mais disponíveis incentiva os adultos mais velhos a sair a pé. Os serviços que oferecem um lugar sentado e que disponibilizam a utilização de casas de banho aumentam os seus lucros.

4

Aprendeu que a comunicação com os clientes mais velhos é essencial e que é necessário aprender e ter mais conhecimento sobre as alterações cognitivas.

Quiz

Click the **Quiz** button to edit this object

 **AMBIENTES** | **MÓDULO 4** | **CAPÍTULO 3** Como atrair clientes mais velhos

Serviços e lojas amigas de todas as idades não são necessárias nos bairros locais.

Verdadeiro

Falso

Capítulo concluído!

Parabéns! Completou este capítulo com sucesso!

Resumo das competências adquiridas

1

Sabe que os clientes mais velhos precisam de algumas abordagens específicas, que podem ser apreciadas pelos clientes mais novos.

2

Sabe que pode tomar algumas medidas ao nível local dos bairros para tornar os serviços mais favoráveis a todas as idades e à demência.

O que vem a seguir?

Agora pode repetir este capítulo ou seguir a nossa recomendação para continuar a aprendizagem, clicando num dos botões abaixo:

[Reiniciar](#)[Seguinte](#)

Resumo do módulo

- 1** Tomou conhecimento de diferentes serviços de que os adultos mais velhos podem necessitar nos seus bairros.

- 2** Tomou conhecimento das características dos serviços amigos de todas as idades que respondem às limitações comuns dos adultos mais velhos.

- 3** Aprendeu que as compras são uma das atividades favoritas dos adultos mais velhos e que as lojas devem ser ajustadas às suas necessidades.

- 4** Aprendeu como atrair clientes mais velhos para o seu local de serviço e que os adultos mais velhos gostam muito de artesanato.

Módulo completo!

Parabéns! Concluiu este módulo com sucesso!

Resumo das competências adquiridas

- 1** Sabe o que é um serviço amigo de todas as idades.

- 2** Sabe como criar um.

- 3** Sabe como são importantes os serviços amigos de todas as idades para os adultos mais velhos.

O que vem a seguir?

Agora pode repetir este módulo ou seguir a nossa recomendação para continuar a aprendizagem, clicando num dos botões abaixo:

[Reiniciar](#)

[Seguinte](#)

