



MÉRIDA
AYUNTAMIENTO



COMERCIO AMIGABLE

CON

LAS



PERSONAS MAYORES

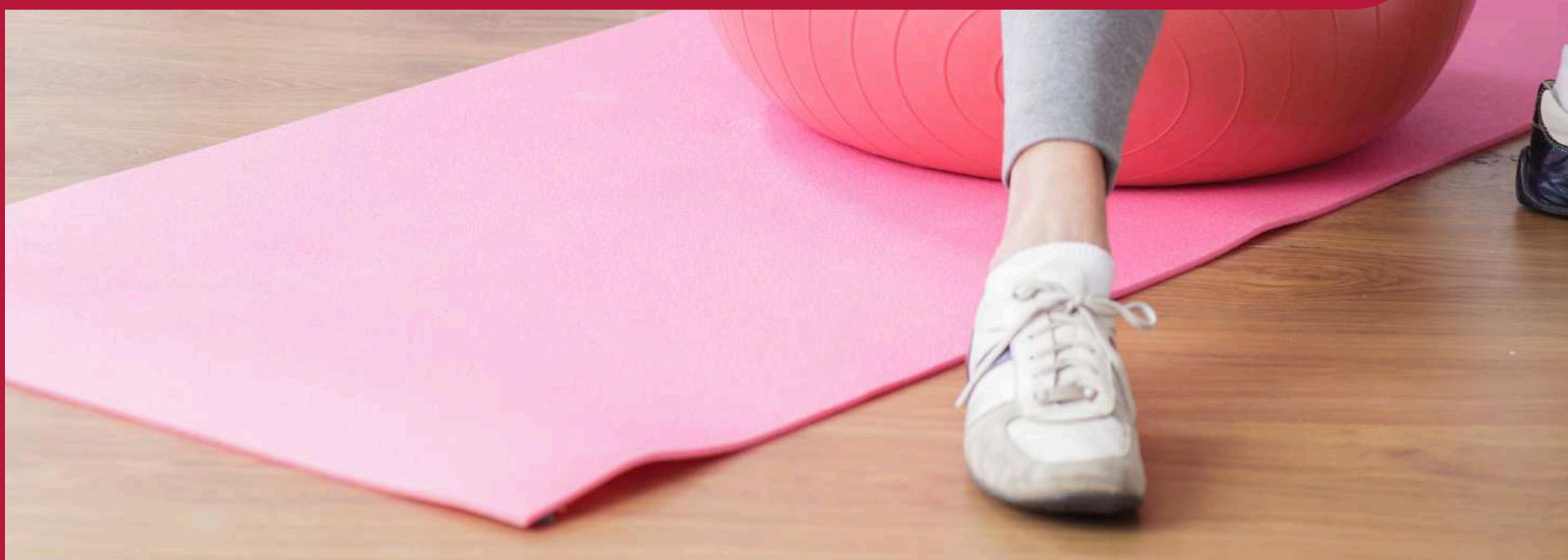




Edita: Ayuntamiento de Mérida
Delegaciones de Comercio y Mayores



**TU COMERCIO ES EL CORAZÓN DEL BARRIO;
AYÚDANOS A CUIDARLO JUNTOS**





Introducción

España vive un proceso de envejecimiento acelerado, consecuencia de dos factores principales:

- El incremento de la esperanza de vida, una de las más altas del mundo.
- El descenso de la natalidad, con tasas muy por debajo del reemplazo generacional.

Más del 20,5% de la población española tiene 65 años o más (más de 10 millones de personas). La esperanza de vida es de 85,8 años para mujeres y 80,9 años para hombres.

Esto supone una gran transformación en todos los ámbitos sociales: salud, vivienda, transporte, tecnología y, por supuesto, el consumo y el comercio.

Envejecimiento en Mérida: la capital extremeña ante el reto

Mérida, capital de Extremadura, no escapa a esta realidad. De hecho, presenta indicadores similares o incluso superiores al resto de la región.

- Población total: 60.823 habitantes.
- Personas mayores de 65 años: alrededor de un 20% del total.
- Más de 4.000 personas tienen 80 años o más.
- Cerca del 40% de los hogares con personas mayores están compuestos por una sola persona.

Este fenómeno convierte a Mérida en una ciudad donde es imprescindible adaptar espacios, servicios y comercios a las necesidades del envejecimiento.

Por todo ello, el Ayuntamiento de Mérida decidió adherirse a la Red de Ciudades Amigables con las Personas Mayores de la OMS, que tiene como finalidad la promoción del envejecimiento activo

Algunas ciudades pertenecientes a esta Red, conscientes de la necesidad de crear entornos más amigables, han establecido que apostar por el comercio amigable no solo mejora la calidad de vida de las personas mayores, sino que fortalece el comercio de proximidad, mejora la cohesión social y dinamiza la economía local.

Apostar por una **Mérida amigable con las personas mayores** es una apuesta por el respeto, por la inclusión, y por un modelo de ciudad más justo para todas las edades.

¿Es importante ser un comercio amigable con las personas mayores?



Este cambio demográfico se traduce en una transformación del perfil de consumidores: más personas mayores, con nuevas necesidades físicas, sensoriales y cognitivas, siguen comprando en el comercio local. Por tanto, adaptar los negocios no es opcional: es responder a una realidad social y económica inminente



Sí, porque las personas mayores son **consumidores leales y activos**

Aunque a menudo se piensa lo contrario, las personas mayores compran con frecuencia, muchas veces a diario, especialmente en comercio de proximidad.

Tienen poder adquisitivo, compran tanto para sí mismas como para familiares (nietos, personas dependientes, etc.).

Valoran la cercanía, el trato humano y la confianza, cualidades típicas del comercio local.

Son consumidores leales: si se sienten bien tratados, regresan siempre. Y además, recomiendan los negocios a su entorno.



Sí, porque mejora la **calidad de vida** de las **personas mayores**

Para muchas personas mayores, salir a comprar es su única actividad social diaria. Ir a la panadería o a la tienda del barrio no solo es un trámite: es una ocasión para hablar, ser reconocidas, sentirse útiles.

Un comercio amigable reduce barreras físicas y sociales: mejora la accesibilidad, minimiza frustraciones y fomenta la autonomía.

Con ello se combate el aislamiento, se promueve la autoestima y se construyen relaciones más humanas

¿Es importante ser un comercio amigable con las personas mayores?



Sí, porque **fortalece el comercio local**

Adaptarse a las personas mayores no significa excluir a otros públicos. Al contrario: las mejoras benefician a todos (familias, personas con movilidad reducida, embarazadas...).

Un comercio accesible, comprensible y empático es más atractivo para toda la comunidad.

Además, al obtener el distintivo de “Comercio Amigable”, el negocio gana visibilidad, reputación y confianza, lo cual lo diferencia frente a grandes cadenas impersonales.



Sí, porque impulsa una **economía más inclusiva y sostenible**

Apostar por un comercio amigable con los mayores es abrazar una economía del cuidado, donde no se busca solo el beneficio económico inmediato, sino el bienestar social y el impacto positivo en la comunidad.

Este enfoque se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, especialmente el ODS 11: “Ciudades y comunidades sostenibles”.



Sí, porque refleja los **valores de una sociedad que se cuida**

Un comercio que cuida de las personas mayores refleja una sociedad más empática, solidaria e inclusiva.

Las personas mayores son parte esencial de nuestras ciudades: tienen experiencia, historia, sabiduría y necesidades propias.

Hacer que se sientan respetadas y bienvenidas es un deber ético, no solo una buena práctica empresarial.

Actuaciones para que el comercio de Mérida sea mas amigable



Accesibilidad física y movilidad

Eliminar barreras arquitectónicas y facilitar el acceso físico a los establecimientos.

Entrada sin escalones ni obstáculos

Siempre que sea posible, instalar rampas o nivelar el acces

Puertas ligeras o automáticas

con apertura fácil para personas con poca fuerza

Pasillos anchos y sin obstáculos

para que puedan circular personas con bastón, muletas o andadores

Asientos de descanso

dentro del local o en la entrada para esperar cómodamente.

Mostradores a distintas alturas

accesibles desde una silla o para personas de baja estatura.

Buena iluminación

sin reflejos ni sombras que dificulten la orientación.

Carteles visibles

indicando zonas de acceso, aseos (si los hay), o servicios específicos.

Visibilidad y comprensión

Facilitar la identificación de productos, precios, secciones y elementos del local para personas con dificultades visuales o cognitivas.

Carteles con letras grandes y tipografía legible

(Arial, Verdana, etc.).

Contrastes adecuados de color

entre fondo y texto (evitar combinaciones confusas como rojo sobre negro).

Buena señalización

de zonas, precios y ofertas.

Evitar la sobrecarga visual

no saturar con demasiada información o decoración.

Organización clara

del espacio y los productos, agrupando por categorías lógicas.

Etiquetado claro y en español

con explicaciones sencillas (por ejemplo: "leche semidesnatada" en lugar de solo "light").

Actuaciones para que el comercio de Mérida sea mas amigable



Sonido ambiental y confort auditivo

Evitar el estrés sonoro y permitir una comunicación clara con personas con audición reducida.

Evitar música de fondo elevada

ruidos de aparatos, o megafonía estridente.

Espacios con buena acústica

sin eco o reverberaciones.

Atención personalizada en tono claro y pausado

sin gritar ni hablar demasiado rápido.

No hablar desde lejos o con mascarillas opacas

ya que muchas personas leen los labios.

Evitar conversaciones cruzadas entre empleados cerca de la caja o zona de atención

que puedan distraer o confundir.

Atención y trato personalizado

Crear un ambiente de respeto, confianza y cercanía con el cliente mayor.

Saludar y despedir siempre

usar un tono amable y respetuoso.

Trato con paciencia

sin prisas ni interrupciones.

Ofrecer ayuda sin infantilizar

por ejemplo: "¿Le ayudo a llevar esto?" en lugar de "¿Se apaña sola?".

Llamar por el nombre si se conoce

especialmente si es una persona habitual.

No tutear si no se tiene confianza previa.

Tener en cuenta su ritmo

dejando tiempo para pensar o buscar el dinero.

Actuaciones para que el comercio de Mérida sea mas amigable

Diseño digital amigable (para comercios con página web o redes sociales)

Reducir la brecha digital y ofrecer canales de comunicación o compra comprensibles.

Diseño web claro y sencillo

con letra grande y sin necesidad de registrarse para ver precios.

Navegación directa

con pocas secciones y botones visibles.

Ofrecer posibilidad de encargar por teléfono o WhatsApp

si no quieren o no pueden usar Internet.

Información actualizada en Google Maps, redes sociales o sitio web

(horarios, dirección, productos disponibles).

Incluir fotos reales

de productos o del interior del local, para que lo reconozcan fácilmente.

Información, autonomía y participación

Fomentar que las personas mayores se sientan capaces, informadas y tenidas en cuenta.

Explicar bien las promociones o condiciones especiales

(por ejemplo, si hay descuento para pensionistas)

Incluir mensajes que refuercen la autonomía

"Puede servirse usted mismo",
"Avíseme si necesita ayuda".

Aceptar distintos medios de pago


incluyendo efectivo sin limitaciones.

Promover el boca a boca

entregar tarjetas o folletos para que recomienden el comercio a otras personas.

Escuchar sugerencias de los clientes mayores

por ejemplo mediante encuestas o conversaciones.



Con los negocios que cumplan los requisitos, se dará un distintivo de “Comercio Amigable con las Personas Mayores”

Reconocer públicamente a los comercios que adoptan estas buenas prácticas.

Actuaciones:

- Crear un sello local de comercio amigable promovido por el Ayuntamiento de Mérida y Consejo Local de personas mayores.
- Visibilizar este reconocimiento con pegatinas o placas en la entrada del establecimiento.
- Incorporar al comercio en una guía online o mapa de comercios amigables.
- Difundir su ejemplo en medios locales, redes sociales y campañas de sensibilización.

Con todas estas actuaciones conseguiremos:

- Mayor fidelización del público mayor.
- Mejora de la imagen del negocio.
- Más confort para todos los públicos (embarazadas, personas con carritos, movilidad reducida).
- Contribución al bienestar social de Mérida.
- Diferenciación frente a grandes cadenas impersonales.

Si quieres formar parte de la Red de Comercios Amigables con las Personas Mayores, deberá ponerse en contacto con nosotros



924 38 01 00



comercio@merida.es



GRACIAS
POR FORMAR PARTE

RED DE COMERCIOS AMIGABLES

CON LAS PERSONAS MAYORES

