

## Design



**Emílio Moretti**  
emiliomoretti@uol.com.br

"Se o tempo envelhecer o seu corpo mas não envelhecer a sua emoção, você será sempre feliz".

Augusto Cury

# Design para a Terceira Idade

Na Europa e nos Estados Unidos a oferta de produtos voltados para a terceira idade é um nicho que não para de crescer.

## Produtos que precisam de maior atenção

Três em cada dez idosos sentem falta de produtos voltados para a terceira idade, mostra SPC Brasil e CNDL.

Quando a terceira idade chega, o que os brasileiros mais esperam é conseguirem aproveitar melhor o tempo livre. Em alguns casos, ir às compras acaba se tornando a atividade de lazer preferida dos idosos.

Será que o mercado está preparado para atender às necessidades desse público?

Pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em todo o país mostra que: 67% dos idosos são os únicos decisores sobre as compras que fazem. Mas três em cada dez (34%) afirmam sentir falta de produtos para a terceira idade.

67% dos brasileiros acima de 60 anos são os únicos decisores das compras que fazem, mas 34% sentem falta de produtos e serviços específicos, como celulares e roupas. 33% deixam de consumir por falta de crédito

Entre estes produtos e serviços, os mais citados pelos entrevistados são:

- ▶ o celular com teclado e telas maiores (13%),
- ▶ locais para diversão (12%) e
- ▶ roupas (11%).

Com relação às roupas, 17% concordam que é difícil comprar, uma vez que encontram peças ou para pessoas muito idosas ou muito jovens. E não são somente os produtos que os idosos têm reclamações.

Sobre as empresas e pontos de venda, também há melhorias que precisam ser feitas para 70% dos entrevistados, sendo:

- ▶ um bom atendimento (37%),
- ▶ rótulos mais fáceis de serem lidos (34%),
- ▶ ter bancos para descanso (29%),
- ▶ sinalizações com letras maiores (27%) as mais mencionadas."

## Produtos Alimentícios, um problema de comunicação

Segundo pesquisas muitos idosos não conseguem encontrar produtos que satisfaçam necessidades especiais de alimentação (45%). Segundos os idosos, embalagens que contenham porções menores de alimentos (44%) ou que tragam informações nutricionais claras na embalagem (43%) também são pontos não atendidos. Metade dos entrevistados critica as embalagens, entre outros motivos, porque é difícil encontrar rótulos de produtos que sejam fáceis de ler, e 43% têm dificuldade para encontrar aquelas que sejam fáceis de abrir.

Além disso, a comunicação também tem sido fa-

lha: 46% acha a propaganda essencial para conhecer as marcas e outros 23% para ter mais informações, no entanto, mais da metade (51%) não se sente representado na publicidade.

## Saúde e design



Duplo uso: gancho serve para pegar objetos e na hora de se vestir. Foto: Welcomemobility.co.uk/Divulgação

Considerando que quase metade dos adultos acima de 65 anos tem artrite, atividades simples como abotoar uma camisa, escrever um bilhete ou escovar os dentes podem ser de difícil realização. No entanto, o comércio ainda está a anos-luz de distância desse público. No Brasil esse é um segmento que ainda está acoplado a lojas de artigos médicos.

## Segurança na cozinha

O design pode transformar a cozinha num local mais seguro: luvas resistentes a cortes de faca, protetores para as grelhas do forno, abridores de tampas que não exigem esforço, adaptador para pegar e girar botões de aparelhos elétricos - como forníhos ou micro-ondas - e por aí vai. Há idosos que

simplesmente abrem mão de usar a cozinha por causa da dor que pequenas tarefas provocam. Outros passam a se sentir desajeitados ao derrubar objetos - quando não são repreendidos pelos parentes.



Protetor do forno: mais segurança para cozinhar. Foto: DrLeonards.com/Divulgação



Tubos de espuma tornam mais fácil o manuseio de talheres, canetas ou escovas de dente. Foto: HDIS.com/Divulgação

## Brinquedos para treinar a memória

### Brinquedos para a 3ª idade...

Mesmo empresas até pouco tempo distantes do consumidor idoso estão olhando para ele. A fabricante de brinquedos Estrela lançou, neste ano, a linha "Academia da mente", que tem quatro jogos voltados para pessoas com mais de 45 anos e foco principal na terceira idade. Os produtos "Cara a cara", "Um a um", "Foco" e "O que é diferente?" foram desenvolvidos com a ajuda de profissionais do Hospital das Clínicas. Os jogos propõem desafios de linguagem, atenção e memória...

O jogo "Um a Um", da Estrela, faz parte da linha "Academia da mente", voltada para a terceira idade. O jogo propõe exercícios de matemática: lógica, percepção numérica, cálculo e solução de problemas.



## Solução Alemã

▶ O supermercado alemão Kaiser's, por exemplo, criou em 2005 o "Generation Market", em Berlim, uma loja personalizada para atender às necessidades dos 60+. Nela, os corredores são mais amplos, existem botões de ajuda instalados nas gôndolas, trilhos antiderrapantes no chão, óculos que ampliam o preço dos produtos e até carrinhos com espaço para descanso. Além disso, o supermercado oferece a consultoria de nutricionistas, um serviço de táxi e áreas de relaxamento em pontos estratégicos do espaço. Mais do que a mídia espontânea gerada para a marca, a personalização da experiência de compra aumentou em 30% os lucros daquela loja, em comparação com as outras unidades da cadeia.



Adaptador para girar botões: aliado de quem tem artrite. Foto: Completecareshop.co.uk/Divulgação