

NEGÓCIOS & LEILÕES

ROBERTO HADDAD
Exposição
para grande
leilão



ANDRESWD/GETTY IMAGES

Representatividade.
Pessoas com
deficiência formam um
contingente expressivo
de consumidores

INICIATIVAS CAPACITAM EMPRESAS A ATENDER PCD

Negócios e serviços voltados para pessoas com deficiência requerem cuidados especiais, mas podem garantir clientela fiel e aumentar vendas e faturamento

Pessoas com deficiência precisam de cuidado especial no atendimento por parte de empresas e prestadores de serviço. No entanto, nem sempre encontram as condições físicas ideais de acessibilidade nos estabelecimentos nem pessoal devidamente preparado para recebê-las. É uma realidade que está mudando não só pela conscientização crescente quanto à inclusão, mas também devido à constatação de que essa parcela da população constitui um forte mercado de consumo.

Segundo pesquisa feita pelo IBGE em conjunto com o Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania, há no Brasil 18,6 milhões de pessoas com deficiência acima de 2 anos de idade

CONSUMO EXPRESSIVO

Um estudo de 2018 realizado pela consultoria multinacional Accenture mostrou que o potencial de consumo das pessoas com deficiência no Brasil era de cerca de R\$ 22 bilhões ao ano.

— número que representa 8,9% da população nessa faixa etária.

De acordo com o estudo, há ainda muito o que ser feito para aumentar a participação dessas pessoas no mercado de trabalho: enquanto no geral 60,7% das pessoas estão ocupadas, nesse grupo, o índice é de apenas 26,6%. Entretanto, não deixa de ser um contingente relevante de consumidores e que ganha mais importância devido ao peso dos parentes nas decisões de compra.

Esse mercado tende a ser impulsionado com iniciativas que capacitem os estabelecimentos e os profissionais para um atendimento mais adequado e que conectem melhor pessoas com deficiência e suas famílias a empresas ou empreendedores. É o caso do aplicativo Tamos Aqui, que será lançado no próximo domingo, dia 3, para marcar o Dia Internacional da Pessoa com Deficiência. A data foi instituída pela ONU em 1992, com o objetivo de melhorar a qualidade

de vida desse público, que também é consumidor.

Ana Guedes, uma das fundadoras da plataforma, explica que o aplicativo pretende não só facilitar a vida de quem busca serviços e negócios voltados para pessoas com deficiência, mas também proporcionar integração entre os grupos e troca de experiências.

O cadastramento de clientes, estabelecimentos e profissionais é gratuito, mas a iniciativa espera obter patrocinadores e doadores para cobrir os custos. A ferramenta será disponibilizada somente para aparelhos de celular com o sistema operacional Android, mas em breve também poderá ser usada por quem tem iPhone.

— A ideia é conectar as pessoas para trocar informações, compartilhar soluções, formar comunidades, gerar uma rede de apoio para quem tem necessidades especiais e seus familiares — afirma Ana.

ALIADA DA INCLUSÃO

A tecnologia tende a ser uma forte aliada da inclusão, inclusive por meio de recursos de inteligência artificial. É o que tem descoberto a Wehumans, projeto da Abai Brasil para criação de avatares realistas em 3D, também chamados de humanos digitais, que têm ajudado empresas a fazer um atendimento mais inclusivo.

Robôs podem conversar de forma mais humanizada,

facilitando o contato com pessoas que portam vários tipos de deficiência, como visual e auditiva. A inteligência artificial generativa cria expressões faciais e transmite emoções por meio de imagem e som, garantindo uma interação mais humanizada e eliminando barreiras no relacionamento. Há também a comunicação por texto, mas sem a frieza dos mais comuns *chatbots*.

Uma das vantagens desse modelo de comunicação é que o cliente define a forma como quer ser atendido, e a tecnologia consegue também gerar aprendizados à medida que cresce o número de acessos, o que também gera dados para as empresas conhecerem melhor seu público. O serviço pode ser acessado por estabelecimentos físicos que queiram instalar totens ou disponibilizar tablets para o atendimento local.

— Nossos principais clientes são empresas do setor financeiro e *fintechs*, que estão procurando captar mais clientes; e empresas de cobrança, pela facilidade no fechamento de acordos. Mas é um conceito que pode ser aplicado em diversos setores — conta o CEO, Octávio Fernandes.

Outro novo aliado das empresas na busca por um relacionamento melhor com pessoas com deficiência é o Instituto Reluz, que nasceu há alguns meses em Niterói. Estabelecimentos, inclusive do poder público, podem receber a visita de uma equipe da organização, que prepara um *checklist* com as adequações que precisam ser feitas: da acessibilidade física à capacitação dos profissionais para atendimento. Quem adere aos princípios propostos ganha um selo, o que tende a atrair mais esse público.

— Já fizemos muitas palestras e até uma peça de teatro. O diferencial é que estamos não só informando e prestando consultoria, mas também dando mais leveza ao assunto. O importante é seguir um tratamento ético, humanizado e voltado para a gentileza — diz Fabiana Leite, presidente do Instituto Reluz.