Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Área de Síntesis y Evaluación Diseño Gráfico - ASE

Marcesi. Diseño Integral III

Hernández Millán, María Fernanda

2017

http://hdl.handle.net/20.500.11777/3384

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

Ma. Fernanda Hernández Millán
Diseño Integral lll
Otoño 2017

UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA
PUEBLA ®

Dedicado a mi abuela....

Gracias a todas las personas que colaboraron e hicieron posible la realización de este proyecto, en especial a:

Mónica Millán Ávila, Eric Hernández Salgado, Francisco Alarcón Jacinto, Arturo Córdova Espinosa, Dalila Ávila Merino, Alma Villar Gonzalez, Carlos Audirac Camarena y Graciela Aguilar Chacon.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 9

Metodología 10
Antecedentes del caso 13

PROBLEMÁTICA 15
Estado del arte 17
The ocean blue 20
Nicho de oportunidad 21

PROBLEMA 22
Causas y efectos 24
Supuesto 25

OBJETIVOS 25
General
Específicos

MARCO TEÓRICO 27
¿Quién es el adulto mayor? 28
Vejez, un estado vulnerable 28
Envejecimiento activo 29
Envejecimiento y calidad de vida 30
Cultura del envejecimiento 31
Retiro laboral 31
Motivación, un impulso necesario 32

INVESTIGACIÓN DE CAMPO 35

Matriz de arquetipos 36

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN 39
Method cards 39
Insights 40
Temas / Detonantes 41

PROYECTO EMPRENDEDOR 43
Supuesto 43
Golden Circle 44
Actores, mensaje y medios 45
Emisor
Mensaje
Usuarios
Medios
Conceptos

Casos análogos 46

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE MARCESI 49
Filosofía
Misión
Visión

Análisis FODA 51

IMPORTANCIA 52
Pertinencia
Relevancia
Viabilidad

Estado de arte 53
Nicho de oportunidad 55

PROYECTO DE DISEÑO MARCESI 57

OBJETIVOS 60
General
Específicos

MODELO DE NEGOCIOS 61
Business Model Canvas 62
Plan de negocios 63

MARCO TEÓRICO 67
Proyecto de vida 68
Logística de eventos 68
Guías y medios impresos 69
Sitios web 69

DESARROLLO DE LA IDENTIDAD 71
Herramientas de comunicación 72
Validación 79

CONCLUSIONES 81
DAS 82
DIFIU 82
DFP 83

REFERENCIAS 84

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de investigación nace de la preocupación del grado de vulnerabilidad en el que se encuentran los adultos mayores, tomando en cuenta que la edad no debe ser un factor que determine cómo ser tratado. El proyecto se focaliza principalmente en la falta de actividades que conlleva el hecho de residir en la vejez y en la poca planeación que se tiene cuando uno se encamina a esta etapa.

Durante el proceso de investigación, en el cual se emplearon las herramientas adecuadas para poder lograr un acercamiento con el usuario, nace **Marcesi.** Una marca que busca generar una estrategia acertada, que logre encaminar a los adultos mayores a la etapa de la vejez, posterior al retiro laboral. Revalorizando esta etapa de la vida de los seres humanos.

METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo de investigación es indispensable ejecutar una serie de pasos que engloben todo el proceso creativo que conlleven a la idea-ción y realización del proyecto. Con base en esto, se aplicará una metodología mixta, basada en el metodología de Design thinking de Tim Brown, empleando herramientas de investigación con usuarios del Human Centered Design (IDEO).

1. EMPATIZAR

Se busca lograr una solución centrada en el usuario, por lo tanto, es indispensable observar y analizar profundamente el contexto del proyecto, identificar problemáticas, comprender las necesidades del usuario, logrando así establecer problemas específicos.

1.1 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Se realizará una investigación en di-versas fuentes, como documentales, libros, periódicos, referencias digitales, etc. La intención es recopilar la mayor información posible acerca de la problemática y así conceptualizar el rumbo del proyecto.

1.2 ANÁLISIS DE CASOS ANÁLOGOS

Conocer diversas referencias que estén trabajando para promover una visión clara de la problemática. Se analiza la manera en la que buscan lograr una mejora en la calidad de vida de los adultos mayores a través de su enfoque y las características que los distinguen de la competencia.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se analizan aquellos factores implicados en el tema, generando una serie de causas - efectos que ayuden a la comprención de este. Después de encontrar patrones, será posible hallar las situaciones que conforman la problemática, seleccionando aquella que tenga mayor pertinencia y viabilidad.

2. DEFINIR

Se categorizaran los datos obtenidos anteriormente, conforme a diversos actores involucrados en el plantea-miento del problema. La intención de esto, es generar una matriz de arquetipos que brinde información valiosa sobre el usuario final. Paralelamente, se define la propuesta de valor que direccione al proyecto emprendedor y posteriormente, a un adecuado modelo de negocios.

2.1 ARQUETIPOS

A partir del análisis del problema, se realizará una matriz de arquetipos que nos permite plasmar algunas de las características, emocionales o actitudinales, más relevantes de los involucrados en el proyecto. A la par, se establecen diversos de conceptos clave que ayuden a generar tensores de la matriz, con base en los deseos, motivaciones, aspiraciones y hábitos de los supuestos usuarios.

2.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Para lograr un provechoso acerca-miento con los usuarios, se requiere la implementación de diversas herramientas, que permitan realizar una investigación profunda. Posteriormente, conforme al análisis de la información recopilada, será posible definir a quién / quienes les comunicaremos nuestro mensaje.

2.3 GENERACIÓN DE INSIGHTS

A partir de la observación y el ma-peo de la información recopilada, se obtienen ciertos descubrimien-tos que encaminen a una posible solución real, a través de diversas ideas clave para el desarrollo del proyecto.

2.4 MODELO DE NEGOCIO

Se generará un Business Model Canvas que oferte una propuesta de valor atractiva para el usuario. Por medio de esta herramienta, se conocerá la viabilidad económica del proyecto y la funcionalidad de la empresa.

3. IDEAR

A partir de la generación de puntos clave para el desarrollo del proyecto, se buscará darle forma a dichas ideas. A la par, se busca conocer cómo interactúa el usuario con lo elaborado, obteniendo información valiosa para continuar con el proyecto.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Se establecen los atributos y el discurso de la marca, los cuáles se verán plasmados en una misma línea gráfica con respecto a la comunicación visual del proyecto. Se desarrollará la identidad de la marca de marca que se aplicará en los diversos puntos de contactos.

4. PROTOTIPAR

Se desarrollarán prototipos de las herramientas de comunicación, las cuales deberán reflejar el concepto y la solución planteada. A través de dicha materialización se prueba la viabilidad del proyecto.

5. VALIDAR

Permite generar una evaluación del diseño del prototipo. En esta etapa, se garantiza la funcionalidad de las soluciones generadas. Paralela-mente, nos brinda la oportunidad de detectar posibles correcciones o debilidades, realizar ajustes o mejoras, para desarrollar la producción final.

ANTECEDENTES DEL CASO

La vejez es reconocida como la última etapa del ciclo de vida de los seres humanos. Puede definirse como un proceso de maduración o declinación, debido a que aún hay lugar para el crecimiento e incluso para el desarrollo. No debe considerarse una enfermedad, sino un estado de múltiples cambios, tanto graduales como degenerativos, determinados por factores fisiológicos, anatómicos, psicológicos o sociales, que concluyen con el cierre del ciclo de vida del hombre y la mujer.

Por otro lado, el envejecimiento es un proceso de desarrollo, maduración, desgaste, que comienza tempranamente en la vida de los seres vivos, teniendo lugar en diversos niveles. Es un proceso individual y normal, ocurren cambios progresivos en el organismo total (Padilla Nieto, 2010). El envejecimiento según Mahler, no es sólo un proceso físico, sino también una actitud mental. Se determina no sólo por el paso del tiempo o por la edad cronológica alcanzada, influyen directamente las condiciones psicológicas e incluso las condiciones sociales que ha experimentado el individuo. Está acompañado de factores determinados que influyen en cómo se asume el propio envejecimiento y la calidad de vida lograda. Con esto podemos comprender que, por vejez se entiende la etapa final de la vida que sigue a la madurez, mientras que, cuando hablamos del envejecimiento, nos referimos al proceso individual e irreversible que muestra modificaciones observables en la evolución de todo organismo vivo (Padilla, 2010).

Con el paso del tiempo, la percepción que se tiene sobre la vejez se ha visto alterada conforme la cultura, las creencias y los valores propios de cada sociedad. Estas percepciones impactan directamente en la calidad de vida de los mayores, ya que determinan la manera en la que son tratados, e incluso el rol que juegan dentro de la sociedad. Este impacto puede ser positivo, ya que se les puede brindar un status privilegiado en la escala de valoración social, o desgraciadamente, puede repercutir aumentando las condiciones de vulnerabilidad y precariedad (Gutiérrez y Giraldo, 2015). Las particularidades negativas tienden a conducir al aislamiento o a la pérdida de autonomía, generando una dependencia social, aun cuando no existen limitaciones para desarrollar actividades cotidianas de manera adecuada.

De acuerdo a Gutiérrez y Giraldo (2015), "Conceptos como la vejez y el envejecimiento son utilizados indistintamente como sinónimos para designar condiciones y características desventajosas e indeseables" (p. 31). Dichas concepciones permean diversas ideas o creencias, que derivan en estereotipos, actitudes discriminatorios e incluso situaciones de maltrato, situando al adulto mayor como un sujeto socialmente desamparado, reforzando su situación de vulnerabilidad.

Desgraciadamente, estas percepciones generan ideologías mediante las cuales "se tiende a pensar y a hacer sentir que las personas mayores ya no tienen nada que aportar, que ya cumplieron su rol en la sociedad y en su trabajo" (Rodríguez, 2006, recuperado de: http://psicopediahoy.com/proyecto-de-vida-adultos-jubilados/). Desencadenando situaciones de rechazo o resignación, al momento de encaminarse a esta etapa de la vida, sintiendo que ya no cuentan con la misma motivación e incluso con múltiples capacidades para realizar cosas como en su juventud.

La gerontología, que conforme a la RAE es "la ciencia que trata de la vejez y de los fenómenos que la caracterizan" (recuperado de: http://dle.rae.es/?id=J9WVVLH), ha demostrado que, en esta etapa de la vida existe una elevada inclinación a perder autonomía y adaptabilidad, ya que se suman fragilidades e incrementan los riesgos de pérdidas, retiros, deterioros, etc. pero depende de diversos factores, principalmente el cómo se gestionarán esas vulnerabilidades.

PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA

"Las percepciones sobre el envejecimiento impactan de manera directa el bienestar y la calidad de vida de las personas adultas mayores y determinan el trato, apoyo y cuidados que reciben de sus familiares y la comunidad"

(Marcela Agudelo Botero).

Conforme a lo mencionado anteriormente, la transición de la etapa adulta a la vejez conlleva, en diversos casos, una serie de modificaciones en el estilo de vida y en las funciones que desempeñaban en la familia o en la sociedad. Tomando en cuenta que, la calidad de vida en la vejez no sólo está relacionada con los factores biomédicos de las personas, sino conforme a la investigación realizada por Gutiérrez y Giraldo, también engloba circunstancias vinculadas con el grado de autonomía, las relaciones sociales, las condiciones económicas, el entorno urbano en el que se desarrollan, las actividades recreativas de ocio o entretenimiento e incluso en la capacidad propia en la toma de decisiones (2015).

En el territorio mexicano encontramos aproximadamente "13 millones 928 mil 310 adultos mayores, representando más del 10% de la población total" (Excélsior, 2016, recuperado de http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/06/15/1098876). Enfrentándose constantemente a condiciones que repercuten directamente en su calidad de vida, condiciones que van desde el ámbito laboral, social, familiar o personal. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que, la dependencia, el declive físico mental o la improductividad no deben ser condiciones propias de los adultos mayores, ya que no se manifiestan en todo aquél que se sitúa en esta etapa de la vida. Tal visión negativamente estereotipada, ha dado lugar a que un importante número de adultos mayores experimenten terribles angustias, depresión, frustración y desesperación.

No todos los seres humanos envejecen de la misma manera, debemos recordar que, **"está bien documentado que la calidad de vida y el funcionamiento durante la vejez están relacionadas con las acciones y omisiones que cada persona realiza durante su vida"** (Secretaría de Salud, 2007,

recuperado de: http://eservicios.aguascalientes.gob.mxtransparencia/transparenciasolicitudes/solicitudes/archivos/ 00002900_0606 2008_resc.pdf). El resultado de la interacción de diversos factores, las influencias extrínsecas y la adaptabilidad de un organismo conforme el paso del tiempo, conforman el envejecimiento.

De acuerdo a Cumming y Henry, citado en Rodríguez (2006) basándose en el planteamiento de la Teoría de la desvinculación, plantea que en una determinada edad, "es normal que las personas vayan reduciendo los roles más activos, busquen otros de menor actividad, reducan la intensidad y frecuencia de las interacciones sociales y se vayan centrado cada vez más en su propia vida interior" (recuperado de: http://psicopediahoy.com/proyecto-de-vida-adultos-jubilados/), sin llegar a los extremos, ya que si la inactividad no es benéfica para los seres humanos, sin importar la edad, menos para los adultos mayores.

Conforme a lo anteriormente planteado, es verosímil concluir que, la problemática se centra en:

Las connotaciones negativas que se tienen sobre la vejez, generan un alto grado de inactividad en los adultos mayores provocando cambios considerables en su personalidad y en sus acciones, repercutiendo directamente en su calidad de vida.

ESTADO DEL ARTE

El planteamiento presentado anteriormente, engloba un tema con gran impacto a nivel mundial. Por lo mismo, alrededor del mundo existen diversas organizaciones o programas que buscan brindar un bienestar y mejorar la situación del sector de la población conformado por los adultos mayores.

"**Global Age Watch** publicó un ranking en donde se mide el bienestar de los ancianos en materia de seguridad social, salud, capacidades personales y ambiente social favorable" (2015, recuperado de: http://eju.tv/2014/10/los-10-mejores-y-peores-paises-para-ser-adulto-mayor/). Dichas cifras, colocaron a Suecia dentro de los cinco mejores países para los adultos mayores, ya que ofrece un óptimo ambiente para el desarrollo de las personas de la tercera edad. Por lo mismo, se analizaron algunas de las alternativas de atención preventiva eficaces para los adultos mayores, donde sobresalen actividades físicas, estimulación a través de las artes escénicas, actividades culturales o talleres artísticos. Dicha información se pone a disposición de los ancianos, con el objetivo de ofrecerles una vida normal e independiente.

Un segundo caso en Europa, es la **Confederación Española de Organizaciones de Mayores** (CEOMA), la cual por medio de una plataforma digital, brinda y recibe información sobre los proyectos y las actividades que ofertan o próximas a realizarse. Es un espacio activo y accesible, que sirve como referencia para todos los adultos. Conforme a los resultados del Instituto de Estudios Económicos (IEE), "para el año 2050, el 35,7% de la población española serán mayores de 65 años" (2007, recuperado de https://www.elblogsalmon.com/mundo-laboral/espana-tendra-cada-vez-mas-mayores). Por lo mismo, este sector de la población requiere de atenciones, recursos y servicios sociales en aumento.

Enfocándonos en América Latina, en Chile encontramos la **Fundación Oportunidad Mayor,** la cual tiene como misión "Articular y ejecutar en conjunto con terceros, iniciativas que promuevan el envejecimiento activo, así como el cuidado integral de las personas mayores del país" (s.f. recuperado de: http://omayor.cl/es/inicio/), además mantiene una alianza con Trabajo Senior, la única bolsa de trabajo exclusiva para los adultos mayores en Chile.

Estas alternativas tienen un gran impacto en la sociedad chilena, ya que "los adultos mayores constituyen en Chile el grupo de edad con mayor nivel de participación" por lo mismo, las organizaciones que albergan adultos mayores han tenido un aumento explosivo en los últimos años" (Servicio Nacional del Adulto Mayor, s.f. recuperado de: http://www.senama.cl/EnvejecimientoAct.html).

En Argentina, el **Ministerio de Desarrollo Social,** promueve programas de protección, cuidado y participación en las personas de la tercera edad. Fomentando diversas alternativas que fortalecen su autonomía e independencia, promoviendo estilos de vida saludables y activos, así como facilitarles el acceso a las nuevas tecnologías.

Dentro de la investigación nacional, encontramos el **Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores** (INAPAM), organismo público a favor de las personas adultas a través de diversos programas, espacios comunitarios, así como alternativas de formación y desarrollo humano. Conforme a la investigación realizada por Padilla, nos menciona que, "cuyo objetivo principal consiste en proteger, ayudar, atender y orientar a la vejez mexicana así como, estudiar sus problemas para lograr soluciones apropiadas". Proporcionando una amplia gama de servicios con diversas alternativas a posibles problemáticas" (2010, p. 53), buscando satisfacer sus demandas, necesidades e intereses. De igual forma, se encarga de emitir programas de actividades que estimulen las habilidades de los interesados.

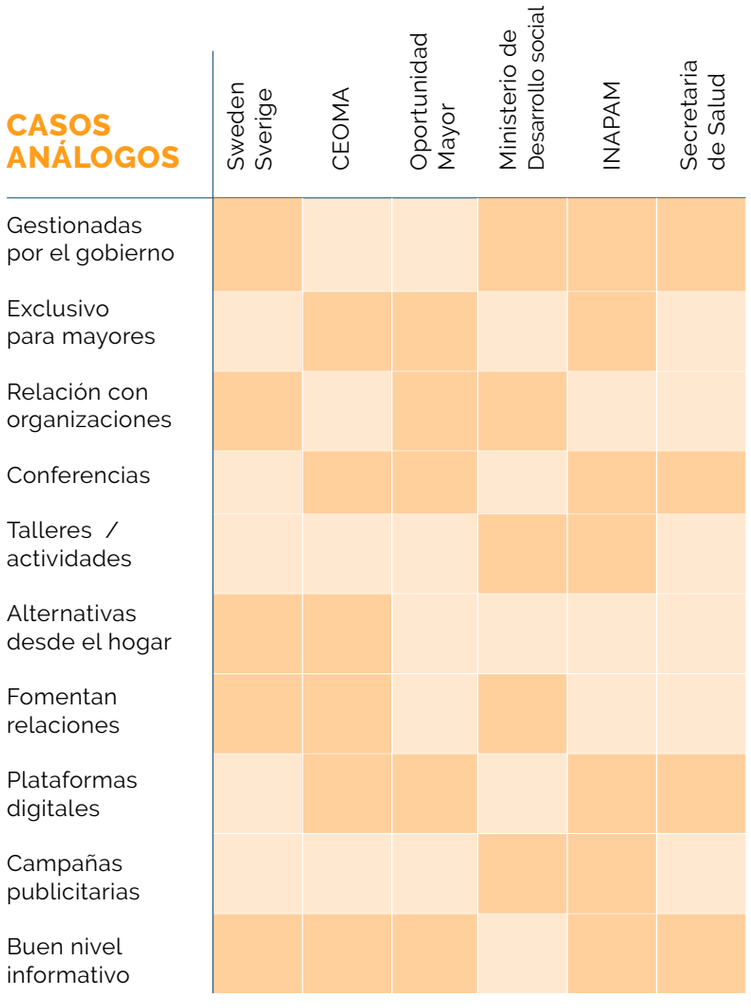
Por otro lado, encontramos el **Programa de Atención al Envejecimiento**, propuesto por la **Secretaría de Salud**. El cual tiene como objetivo "propiciar las estrategias que promuevan una mejor calidad de vida y contribuir en la prevención y control de las enfermedades de mayor prevalencia en la población, para lograr un envejecimiento activo y saludable (2007, recuperado de http://eservicios.aguascalientes.gob.mx/transparencia/transparenciasolicitudes/solicitudes/archivos/00002900_06062008_resc.pdf). Es una buena alternativa, que le brinda al adulto mayor información clave para adentrase a la etapa de la vejez, sin embargo, su contenido en una mayoría, está relacionada con la prevención de patologías.

"MIREMOS
EL POTENCIAL
Y FORTALEZA
DE LOS
MAYORES,
EN LUGAR DE
SUS LIMITACIONES"

- RICARDO IACUB

OCEAN BLUE

A continuación se presenta una gráfica que hace referencia a un análisis de los diversos casos anteriormente planteados. Visualizando las características que poseen y las alternativas que ofrecen, dejando los espacios menos saturados como nicho de oportunidad en relación a la competencia existente.



NICHO DE OPORTUNIDAD

Actualmente existen pocas iniciativas que combaten la situación de vulnerabilidad en los adultos mayores, que ayuden a este sector de la población a sentirse útiles con su nuevo ritmo de vida. Esta situación se agrava, cuando se toma en cuenta que, el aumento relativo de personas mayores de 60 años es uno de los fenómenos de mayor impacto en este siglo.

Por lo mismo el envejecimiento a nivel mundial impone mayor número de exigencias. Una posible forma de abordar al usuario, es brindarle diversas alternativas que lo motiven a continuar con su ritmo de vida, adaptándolo con el medio y las personas que lo rodean. De los casos análogos mencionados anteriormente, una minoría propone iniciativas que, además de brindar información útil para sobrellevar la vejez, también busca acompañar al adulto mayor y prepararlo en los primeros años, para esta etapa de la vida, forjando un importante nicho de oportunidad.

Este proyecto busca que los adultos mayores obtengan alternativas adecuadas que promuevan el envejecimiento activo, tomando ventaja de su conocimiento y experiencia. Analizando los casos análogos, pude percatarme que, un posible nicho de oportunidad de este proyecto se encuentra en la falta de información respecto a esta etapa de la vida. En su mayoría, los casos planteados, están destinados a un sector público que comparten intereses específicos, dependiendo de organizaciones gubernamentales. De igual forma, ofertan alternativas establecidas y no buscan generar conexiones con terceros, dejando al adulto mayor como un sujeto aislado. Al no ser servicios exclusivos para adultos mayores, no cuentan con adecuados canales de distribución, donde la información pueda ser difundida a un mayor número de personas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A medida que la expectativa de vida se prolonga, se tiende a vivir más años posteriores al retiro del trabajo y de la actividad en general. De acuerdo a Cubero (1991), el adulto mayor, llega a verse apartado de sus actividades, sin contar con alternativas para hacer uso de sus horas de ocio, lo que genera un retiro infructuoso o desesperanzador. Adicionado a esto, encontramos las diversas creencias de que los sujetos que pertenecen a esta etapa de la vida son improductivos e incapaces de seguir con el ritmo de vida que tenían siendo más jóvenes. Esto recae poderosamente en la personalidad del sujeto, manifestando no sólo diversos rasgos, sino también características que van presentándose.

Actualmente, es inútil plantear la creencia de que los adultos mayores, no pueden aprender nuevas destrezas, ya que la edad no inhabilita a una persona para aprender cosas nuevas, si bien, con el paso del tiempo el funcionamiento cognitivo presenta variaciones, pero esto no significa una limitación para desarrollarse. Rodríguez menciona que, **"quienes disminuyen lentamente sus actividades son quienes tienen una imagen más positiva y alentadora de su futuro, son a quienes se les han brindado más oportunidades… sin ver opacado su desempeño por decisiones de su entorno cercano"** (2006, recuperado de recuperado de: http://psicopediahoy.com/proyecto-de-vida-adultos-jubilados/). Como sociedad debemos comprender que, los cambios que se presentan en la última etapa, no deben considerarse como una discapacidad para enfrentar la realidad y seguir continuando nuestra vida.

La edad no debe ser un impedimento para aprender y plantearse diversos desafíos, "Diversas experiencias latinoamericanas… Promovido por la Red Latinoamericana de Gerontología, demuestran que, cuando los mayores disponen de oportunidades y de un entorno favorable… incrementan la confianza en sus capacidades, comparten y reelaboran conocimientos y aprendizajes" (Romero, 2010, recuperado de: http://www.demayores.com/2010/12/12/ser-adulto-mayor-no-significa-ser-pasivo-inactivo-inculto-e-improductivo/).

Según sostienen especialistas, en la actualidad, las personas no se preparan para envejecer, ya que no proyectan más allá de la jubilación o en ocasiones ni eso (El día, 2007). Es desconcertarte, observar que sujetos destacados después de un periodo de tiempo, pierden las fuerzas y la motivación por continuar su ritmo de vida. Se debe reflexionar sobre diversos aspectos del envejecimiento mediante los cuales, el adulto mayor pueda hacer una lectura de su realidad, esto es clave para afrontar a este sector de la población, ya que uno de los problemas que repercuten en las personas de la tercera edad es precisamente eso, que no se prepararon para envejecer.

Tomando como base las investigaciones de Iacub, reforzándolo con la aplicación de 20 entrevistas realizadas a adultos mayores de 60 a 78 años de edad en la ciudad de Puebla, la vejez es considerada como una etapa de cumplimiento de aquellos deseos o metas postergados, siempre y cuando, el sujeto crea en sus capacidades, factor que está directamente relacionado con las condiciones que le brinde la sociedad. "Antes de esta generación la cultura era retirarse de la vida… hoy la gente mayor quiere seguir presente. Es la lógica de ser viejo y querer ser dueño de tu destino" (2015, recuperado de: http://www.ricardoiacub.com.ar/redes-de-apoyo-social-son-basicas-para-empoderar-al-adulto-mayor/).

Conforme a esto, se manifestó el siguiente planteamiento, el cuál será cuidadosamente trabajado a lo largo del proyecto:

Los adultos mayores próximos al retiro laboral en México, no cuentan con alternativas adecuadas que faciliten adaptarse adecuadamente a esta etapa de la vida.

CAUSAS Y EFECTOS

CAUSAS	EFECTOS
Actualmente, en la sociedad mexicana persisten percepciones negativas en la etapa de la vejez.	Prevalece un alto grado de vulnerabilidad en diversos ámbitos sociales.
El envejecimiento está estrechamente relacionado a la pérdida de capacidades físicas y mentales.	Debilitan la posibilidad de sostener una vida digna, reforzando los pensamientos de debilidad y de incompetencia.
La percepción que se tiene se ve distorsionada dependiendo la cultura y el contexto actual.	Determina el trato, e incluso el rol que sostiene el adulto mayor dentro de la sociedad que lo rodea.
Los adultos mayores, prevalecen expuestos a estancarse en el modelo antiguo de la vejez inactiva.	Representan un cierre anticipado de la vida. No buscan seguir participando en la sociedad que los rodea.
Los adultos mayores no se preparan para envejecer, no proyectan planes o acciones a futuro.	Pierden las fuerzas y la motivación por continuar con su ritmo de vida.
No existe suficiente información sobre las posibles alternativas que podrían realizarse en esta etapa de la vida.	El sujeto está más expuesto a convertirse en un sujeto inactivo. Se refuerzan los pensamientos de inutilidad e ineficiencia.

OBJETIVOS

SUPUESTO

Conforme al avance de la investigación, se busca generar en la ciudad de Puebla un proyecto estratégico que ofrezca a los adultos mayores diversas alternativas que lo acompañen a encarar los cambios que se producirán en la etapa de la vejez. Con esta iniciativa se busca proponer herramientas de comunicación visual que proporcionen los recursos necesarios para lograr fomentar / fortalecer la autonomía y la independencia de los adultos mayores próximos al retiro laboral. Se generarán productos o servicios que logren motivar al usuario a participar dentro la sociedad, ayudándolo a identificar expectativas, motivaciones e intereses.

GENERAL

Encaminar adecuadamente al adulto mayor a la etapa posterior al retiro laboral, a través de una estrategia que favorezca la calidad de vida del usuario.

ESPECÍFICOS

Determinar cuáles son los factores que los adultos mayores toman en cuenta para recurrir a una adecuada adaptación posterior al retiro laboral.

Intensificar las connotaciones positivas que conlleva el residir en la etapa de la vejez. Posicionando al adulto mayor como un sujeto lleno de sabiduría y conocimiento.

Implementar herramientas de comunicación visual que impulsen el envejecimiento activo y paralelamente, que impulsen la participación con terceros.

MARCO TEÓRICO

Fue necesario establecer diversos temas de exploración, necesarios a profundizar para enriquecer el trabajo de investigación, logrando desarrollar una propuesta viable, funcional y pertinente.

Los temas son los siguientes:

1. ¿Quién es el adulto mayor?
2. Vejez, un estado vulnerable
3. Envejecimiento activo
4. Envejecimiento y calidad de vida
5. Cultura del envejecimiento
6. Retiro laboral
7. Motivación, un impulso necesario

1. ¿QUIÉN ES EL ADULTO MAYOR?

El término de adulto mayor o persona de la tercera edad, se emplea para aquellos seres humanos que tienen más de 60 años de edad y han alcanzado diversas características que se han adquirido con el paso del tiempo, cambios biológicos (de orden natural), sociales (relaciones interpersonales) e incluso psicológicos (experiencias o eventualidades presentes a lo largo de su vida). De igual forma, son considerados como símbolo de estatus, prestigio y sabiduría, por lo que deben ser tratados con respeto, identificándolos como maestros o consejeros, producto de su gran trayectoria. Esta situación se ve directamente influenciada de cada cultura, dependiendo de la época y el contexto social que lo rodea. En el caso de México, se ha establecido de manera convencional u oficial, una edad de ingreso al umbral de la vejez a partir de los 60 años en las mujeres y 65 años en los hombres.

2. VEJEZ, UN ESTADO VULNERABLE

La falta de información, conciencia y preparación acerca de la vejez y el envejecimiento, así como la diversidad de mitos o estereotipos sobre esta etapa del ciclo de vida, generan posturas donde prevalece el miedo, el rechazo, la confusión, etc. Estas posturas hacia el hecho de envejecer, pueden estar relacionadas con actitudes discriminatorias procedentes de los propios familiares o de la sociedad, la falta de oportunidades que los impulse a satisfacer sus necesidades, la negativa de empleo o el retiro anticipado, voluntario o forzoso, la ausencia de garantías jurídicas al igual que sociales que fomenten la protección, la atención y compresión a este sector de la población. De acuerdo a Padilla (2010), en cierto número de adultos mayores no cabe la realidad del envejecimiento, difícilmente aprueban su apariencia física, así como los cambios funcionales, e incluso estructurales en los que se encuentran.

La vejez debe entenderse como un proceso natural y no como una etapa de inutilidad, enfermedad e improductividad. Tal visión negativa y estereotipada, ha dado lugar a que un importante número de adultos mayores experimenten terrible depresión, frustración, e incluso desesperación. La gerontología ha demostrado que, en esta etapa de la vida existe una alta inclinación a perder autonomía y adaptabilidad.

"En las distintas fases de la vejez se incrementan los riesgos de:

a) **Pérdida de capacidades.**

b) **Disminución de roles familiares.**

c) **Retiro del trabajo y la actividad general.**

d) **Deterioro de la salud**".

(p-p. 14 - 18).

3. ENVEJECIMIENTO ACTIVO

Miremos el potencial y fortaleza de los mayores, en lugar de sus limitaciones.
(Ricardo Iacub)

"Durante mucho tiempo se creyó que había una tendencia al ostracismo en la vejez, una especie de cierre del relato personal" explica Iacub. Actualmente, sabemos que esta ideología ha ido disminuyendo.

Como ya mencionamos, el volverse adulto mayor no debe implicar un retroceso, sino una reformulación para encontrar descubrimientos e incluso alcanzar un desarrollo. Las propuestas de vida de las personas de la tercera edad han sufrido modificaciones significativos en los últimos años. Antes encontrábamos imágenes donde se observaba la vejez como una etapa excluida y diferenciada de las demás etapas de la vida, englobando situaciones de inactividad, poco contacto con el exterior y como ícono emblemático "el anciano calmo y sentado en la mecedora…antiguo y desactualizado" (2017, recuperado de https://www.clarin.com/opinion/vidas-plenas-alla-edad_0_B1lW5Ihhe.html). Sin embargo, hoy en día encontramos una nueva propuesta que recibe el nombre de: envejecimiento activo.

El término envejecimiento activo, se refiere al proceso de optimizar diversas oportunidades para lograr un bienestar no sólo físico, sino también mental e incluso social, para mantener un adecuado nivel de vida durante los próximos años. Paralelamente, es de gran importancia mantener las relaciones con terceros, fortaleciendo la participación social, que son factores efectivos para el bienestar de los mayores. Convertirse en un sujeto activo implica recorrer un sin fin de posibilidades, ligando lo social, lo afectivo, lo físico, al igual que lo mental. Constituyendo un nuevo ideal de vida, asociándolo con la autonomía, la relación personal y la búsqueda renovada de objetivos, motivaciones e intereses.

Estudios sostienen que, **"el desarrollo de actividades significativas y las experiencias educativas se asocian positivamente con la preservación de la memoria y las capacidades físicas, la calidad de vida y el mejor estado de ánimo".** (Iacub, 2016, recuperado de https://www.clarin.com/sociedad/alla-anti-aging-envejecimiento-positivo_0_4kqdnezMW.html). Aquellos que sustituyan progresivamente sus actividades, centrándose en roles periféricos, familiares, comunitarios y personales, llegan a mantener una imagen positiva de ellos mismos.

De acuerdo a la investigación realizada por Gutiérrez y Giraldo (2015), para los adultos mayores es indispensable realizar una actividad productiva, ya sea para su propia supervivencia o para continuar sintiéndose activos e integrados a la sociedad que los rodea.

4. ENVEJECIMIENTO Y CALIDAD DE VIDA

Desde un punto de vista biológico, la Organización Mundial de la Salud, menciona que "el envejecimiento es la consecuencia de la acumulación de una gran variedad de daños moleculares y celulares a lo largo del tiempo" generado un descenso significativo de las capacidades físicas y mentales, riesgo de enfermedades y finalmente la muerte. Se sabe que, dichos cambios no son completamente lineales, ya que encontramos ciertos extremos, desde los adultos mayores que actualmente disfrutan de una excelente salud, logrando desenvolverse correctamente, hasta aquellos que son frágiles y vulnerables, necesitando de ayuda considerable.

Paralelo a esta situación, el envejecimiento también es asociado con diversas transiciones de la vida, como es el retiro laboral, el traslado a viviendas de asistencia, la muerte de cercanos, entre otros. **Es importante y pertinente, no sólo tomar en cuenta las pérdidas asociadas a esta etapa de la vida, sino también aquellos factores que puedan reforzar la adaptación, el desarrollo y el crecimiento.**

Buhler (1961), menciona dos aspectos necesarios que se deben tomar en cuenta en el proceso de envejecimiento: el deseo de descansar o relajarse ahora que han concluido su etapa laboral y desear permanecer activos dentro de la sociedad, sobre todo si cuentan con las habilidades para serlo.

Con lo anteriormente mencionado, nos damos cuenta que los mayores buscan el descanso, pero a la vez sentirse útiles, activos, sentirse bien con ellos mismos y con las nuevas actividades que realizan. Otro aspecto importante que debemos tomar en cuenta en este apartado, es la calidad de vida, la cuál de acuerdo a Dorsh, citado en Espinosa (2004, p.21), puede definirse como "el criterio a través del cual se juzga en qué medida las circunstancias de la vida aparecen como satisfactorias o insatisfactorias y necesitadas de mejora". A continuación se presentan las ocho áreas fundamentales para determinar la calidad de vida de los adultos mayores:

- Intelectual
- Emocional
- Física
- Familiar
- Social
- Económica
- Laboral
- Espiritual.

La Asociación Canadiense de Salud Mental (CMHA) recomienda que, es de suma importancia aceptar la realidad, ya que el negar los cambios que se presentan en esta etapa, genera una situación desfavorable. Por otro lado, mantener una actitud positiva, ya que en la mayoría de los casos, los mayores aún cuentan con las capacidades necesarias para realizar actividades diversas. Se debe ser paciente y dedicarle el tiempo que esto requiera.

5. CULTURA DEL ENVEJECIMIENTO

Nuestro país carece de una cultura que asimila el envejecimiento, incluso las personas buscan prolongar la llegada a esta etapa de la vida o simplemente se niegan a aceptarla, esto como resultado de que no existe una planeación previa, la cuál le ayudaría a generar una estabilidad emocional por el resto de su vida.

"No nos preparamos para envejecer ya que desde edad temprana deberíamos entender qué es el envejecimiento y prevenir su llegada" (Vergara, 2017, recuperado de: https://www.uv.mx/prensa/reportaje/mexico-carece-de-una-cultura-para-asimilar-la-vejez/). La Doctora Vergara, reconoce que las personas deben plantearse cómo se quieren ver después de los 60 años, cómo se visualizan a los 70, qué quieren y cómo quieren vivir esta etapa de vida y comenzar a trabajar en ello para lograr alcanzarlo.

El Instituto para la Atención de los Adultos Mayores (IAAM), tiene como uno de sus objetivos, fomentar una cultura de la vejez y el envejecimiento, en la cual los adultos mayores se consideren sujetos socialmente activos y logren percibir el envejecimiento como un proceso normal que es parte del ciclo de vida de los seres humanos.

6. RETIRO LABORAL

El retiro laboral es una situación socioeconómica que incide poderosamente en la personalidad de los adultos mayores. Conforme las investigaciones de Cubero, menciona que "a medida que las expectativas de vida se alargan, los procesos de producción se mejoran y exigen menos aporte humano, se tiende a una jubilación más temprana" (2001, p. 16). Los mayores se ven apartados de la estructura en la que se desarrollaban y desgraciadamente, la sociedad no les ofrece alternativas para continuar con su ritmo de vida.

En esta etapa de la vida, podemos encontrar sujetos con atributos opuestos; aquellos que hacen lo posible por conservar sus relaciones, dedicando su tiempo libre en tareas adecuadas a sus capacidades e intereses. Mientras que, por otro lado encontramos a aquellos que se arrinconan y no buscan continuar con su ritmo de vida, convirtiéndose más propensos a la depresión e introversión, presentando un envejecimiento menos saludable.

En nuestro país, la edad oficial para acudir al retiro laboral es de 65 años, pero conforme a Animal Político, resulta que en algunas ocasiones, los adultos mayores mexicanos no dejan de trabajar hasta los 69 años en el caso de las mujeres y 72 años en el caso de los hombres. Colocando a México "como el país dentro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), como el nivel de edad de retiro efectivo más alto en el caso de los hombres". (2011, recuperado de: http://www.animalpolitico.com).

En ocasiones, el retiro laboral **"es pensado como un vacío para el cual la persona no se encuentra preparada y deja al sujeto sin nada qué hacer".** Por lo tanto, en diversos casos existen adultos mayores que ven el retiro laboral como la oportunidad de comenzar a disfrutar su tiempo libre, evitando así las tensiones y los esfuerzos que implicaba el trabajo que anteriormente realizaba. Mientras que para otros, puede significar un momento de estrés, ya que les connota diversas pérdidas.

De acuerdo a Iacub, la adaptación a esta etapa de la vida, implica diversas perspectivas, tanto dinámicas como multidimensionales, ya que no sólo es un proceso que depende solamente del individuo, sino también de una serie de factores tanto sociales, como familiares o económicos. Por lo tanto, es una situación que repercute directamente en diversos niveles de la vida. Paralelamente, este hecho contempla una transición del rol personal, el ser una persona trabajadora al ser una persona jubilada, esto genera una percepción negativa al considerarse como un sujeto desvalorizado e improductivo, reduciendo las posibilidades de crear un nuevo rol.

"Un estudio holandés (2008) investigó que el impacto de lo voluntario de la jubilación a nivel de la salud durante los 6 años posteriores…sugiriendo que, aquellos que viven la jubilación como algo elegido tienden a adoptar un estilo de vida más saludable" (https://www.clarin.com/opinion/impacto-jubilacion-salud_0_EyzV9Unje.html).

Ya que, cuando cesan las actividades laborales, los niveles de exigencia intelectual se reducen e incrementan los niveles de depresión, generando una pérdida de recursos cognitivos. Por lo tanto, es indispensable contar con diversidad en actividades nuevas y tareas cognitivas, que puedan incrementar su potencial y mejorar su desempeño personal (Ricardo Iacub, 2016).

7. MOTIVACIÓN, UN IMPULSO NECESARIO

"Quien tiene un por qué para vivir, encontrará casi siempre el cómo"
(F. Nietzsche).

Para lograr un óptimo envejecimiento, es necesario que los mayores encaren este proceso, forjando diversas motivaciones que los ayuden a sobrepasar esta etapa de la vida. De acuerdo a Moragas, citado en Maina, S. **"las motivaciones son los impulsos que mantienen en acción a los seres humanos".**

Por lo tanto, desde una orientación psicosocial, se han encontrado diversas variables que pueden orientar la motivación en los adultos mayores:

a) Necesidad de afiliación

Buscando el contacto con terceros, compartiendo características en común. Esta necesidad está relacionada con el deseo de continuar vinculado con la sociedad actual, manteniendo e incluso fortaleciendo las relaciones establecidas.

b) Altruismo

Definido como el conjunto de conductas que buscan ayudar a terceros, sin que la persona que realice la acción espere obtener algún beneficio. Es importante mencionar que en la vejez, el sujeto cuenta con la experiencia y la sabiduría para aportar conocimiento, ratificando así su presencia en la sociedad que lo rodea. Esto, por medio de acciones que demuestren sus capacidades, al igual que, los ayude a sentirse útiles.

c) Necesidad de logro

Considerada por Murray, citada en Maina, S. como una de las 20 necesidades básicas del individuo, se define como "un conjunto de deseos asociados con solucionar cualquier dificultad, dominar, manipular u organizar ideas, objetos físicos o personas, competir con los demás y superarlos y conseguir una alta autoestima". Esta necesidad es representativa en los mayores, que durante etapas anteriores han ejercido roles más activos que otros.

"LAS MOTIVACIONES SON LOS IMPULSOS QUE MANTIENEN EN ACCIÓN A LOS SERES VIVOS"

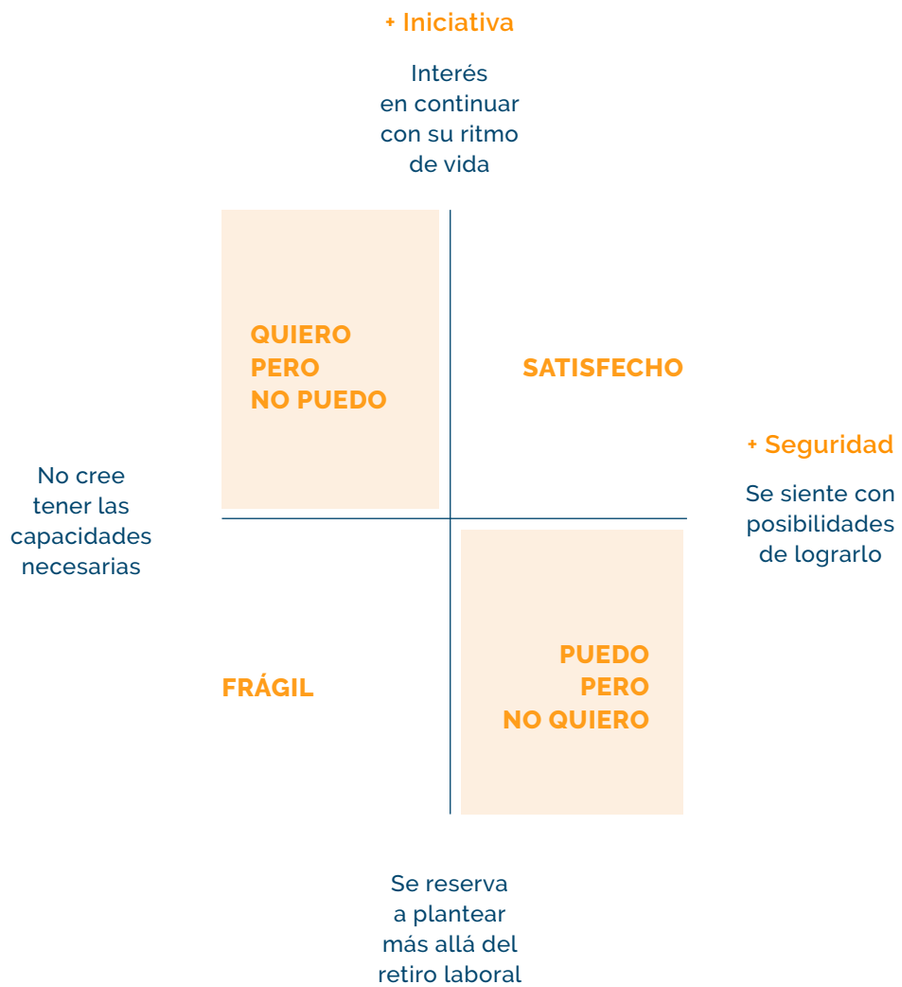
- SILVIA MORAGA

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Para complementar la información recopilada en diversas fuentes bibliográficas, fue necesario realizar un segundo acercamiento con los usuarios, estableciendo una relación empática con ellos. Esto con la intención de proponer un sistema de solución centrado en sus necesidades, atendiendo el problema anteriormente planteado.

MATRIZ DE ARQUETIPOS

La matriz de arquetipos es una herramienta que nos ayuda a comprender el comportamiento de los usuarios, a través de características determinadas. Partiendo de dos conceptos y sus opuestos, se generan cuatro arquetipos diferentes. A continuación se presenta la matriz de arquetipos conforme al supuesto planteado:



SATISFECHO

Tiene planes posteriores al retiro laboral, dichos planes los realiza jerarquizando sus prioridades, tomando en cuenta tanto su experiencia, como sus motivaciones. Está consciente de sus intereses, por lo tanto busca información relacionada a estos. Tiene confianza en sí mismo, considera que la edad no es un obstáculo para intentar cosas nuevas y cumplir sus sueños, es perseverante. Disfruta relacionarse con terceros estableciendo o fortaleciendo sus relaciones.

Invierte tiempo elaborando su proyecto de vida.

PUEDO PERO NO QUIERO

Está consciente de la disposición de tiempo que conlleva el retiro laboral, sin embargo, no cuenta con la información necesaria y desconoce cómo invertir dicho tiempo libre. Carece no sólo de preparación, sino también de reflexión, por lo tanto no tiene motivaciones e intereses concretos, actúa por actuar. No jerarquiza prioridades al momento de llevar a cabo sus acciones, es indiferente ante la rutina.

No existe motivación que logre generar una acción.

QUIERO PERO NO PUEDO

Tiene motivaciones e intereses concretos, sin embargo, no busca intentar cosas nuevas y los hace a un lado. Actúa con desconfianza en sí mismo limitándose, es inseguro. Dicha inseguridad posiblemente esté ligada a ciertos miedos o prejuicios por falta de información y permanecer en el modelo antiguo y conservador de la vejez. Cree no contar con los recursos necesarios para llevar a cabo futuros planes. Se le complica la relación con terceros, no dice lo que piensa o siente, es reservado.

Considera que la creación de un proyecto de vida es para jóvenes.

FRÁGIL

Se ve envuelto en un desgaste físico que puede llegar a limitar sus capacidades, encaminándolo a un estado de inactividad. Actúa con desconfianza en sí mismo limitándose constantemente, es inseguro. Dicha inseguridad posiblemente esté ligada a ciertos problemas de salud o problemas familiares. Se le complica la relación con terceros, no dice lo que piensa o siente, es reservado.

Es el arquetipo extremo al satisfecho.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Se seleccionaron diversas herramientas de IDEO (method cards), para lograr una investigación y un acercamiento con los usuarios potenciales más certero. Esto con el objetivo de conocer cómo perciben los usuarios el tema. De esta manera, se logrará conocer el punto desde el cuál se puede abordar con mayor facilidad el problema específico y encaminarnos al sistema de solución más adecuado para cumplir con el objetivo anteriormente planteado.

Los method cards que se emplearon, fueron las siguientes:

1. A day in the life
2. Personal inventory
3. Card sort
4. Collage / Predict next year's headlines

INSIGHTS

Quiero seguir preparándome, porque así me mantengo dentro del contexto, pero no sé exactamente qué puedo hacer.

Me propongo ciertas metas, porque tengo las posibilidades de alcanzarlas, pero prefiero que no sean demasiado utópicas.

Buscaré realizar diversas actividades, porque me ayudará a sentirme activo, pero siempre y cuando sean de mi interés.

Disfruto estar sola, porque me ayuda a reflexionar y meditar, pero no quiero que se convierta en un hábito.

Quisiera diferenciar entre los diversos tipos de ocio, porque no sé a cuál pertenezco, pero no cuento con la información necesaria para hacerlo.

Realizo diversas actividades, porque forman parte de mi día a día, pero no me aportan nada a mi crecimiento como persona.

La familia es indispensable, porque le da un sentido a mi vida, pero no convivo con mis seres queridos como quisiera.

La tecnología es indispensable hoy en día, porque facilita la vida de las personas, pero me encuentro un poco alejada a esta.

La tecnología es un medio accesible, porque brinda información de manera rápida, pero los materiales físicos generan mayor identificación y apropiación.

Estoy interesado en asistir a eventos, porque te brindan conocimiento y experiencias, pero pocas veces sé dónde y cuándo se van a llevar a cabo.

Me considero una persona activa, porque realizo diversas actividades a lo largo del día, pero ya se convirtieron en una rutina.

Quiero convivir con jóvenes, porque me interesa el intercambio de ideas entre generaciones, pero no quiero parecer anticuado.

Desconozco qué hacer después del retiro laboral, porque no he reflexionado ni organizado mi futuro, pero me gustaría emplear la experiencia que tengo.

Tengo diversos retos en un futuro, porque busco intentar cosas nuevas, pero me da miedo el fracaso.

TEMAS / DETONANTES

INFORMACIÓN

Encamíname a esta etapa de la vida.

¿Cómo intensificar las connotaciones positivas?
¿Cómo mostrar consecuencias de la inactividad?
¿Cómo disminuir los miedos?

MOTIVACIÓN

Ayúdame a reflexionar. ¿Qué busco hacer en un futuro próximo?

¿Cómo dirigir a la persona a la acción?
¿Cómo reestablecer intereses y motivaciones?
¿Cómo eliminar la idea "un proyecto de vida es para jóvenes"?

PLANEACIÓN

Bríndame la oportunidad de establecer proyectos a futuro.

¿Cómo realizar un proyecto de vida?
¿Cómo llevar un seguimiento de mis días?
¿Cómo seguir formando parte de una estructura?

ACCIÓN

Apóyame a dirigir el rumbo de mis acciones.

¿Cómo llevar a cabo mis planes?
¿Cómo actualizarme sobre lo que está ocurriendo a mi alrededor?

PARTICIPACIÓN

Facilítame la interacción con terceros.

¿Cómo puedo seguir interactuando con terceros?
¿Cómo fortalecer mis relaciones?

DEFINICIÓN DEL PROYECTO EMPRENDEDOR

Este proyecto comprende la generación de una empresa dedicada a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, intensificando las connotaciones positivas que suscita la etapa de la vejez. A través de la oferta de diversas herramientas, empleando contenido específico de acuerdo a las necesidades y expectativas del usuario al que está dirigido.

El desarrollo del proyecto surge por la poca preparación que se tiene ante la etapa de la vida posterior al retiro laboral, ya que actualmente las personas no proyectan más allá de la jubilación o ni eso.

SUPUESTO

Pretende encaminar a los adultos mayores a la etapa de la vejez, a través de la planificación y organización de futuras acciones. Propiciando la introspección, así cómo el crecimiento personal de los mayores, tomando en cuenta sus motivaciones e intereses.

GOLDEN CIRCLE

WHY

Si existe una preparación previa al retiro laboral, es posible que los adultos mayores continúen con un ritmo de vida activo y adecuado.

HOW

A través de la creación de un proyecto estratégico que compense la disminución de oportunidades que se presentan en esta etapa.

WHAT

Diseñando una marca que ofrece diversas herramientas, facilitando la planificación y realización de futuras acciones.

ACTORES, MENSAJE Y MEDIOS

EMISOR

La empresa busca mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, próximos al retiro laboral. Brindándole diversas herramientas prácticas y útiles que encaminen al sujeto a esta etapa de la vida, suscitándole un impacto positivo a este hecho.

MENSAJE

Creemos que la edad no inhabilita el aprendizaje, ni el crecimiento personal de los adultos mayores.
El retiro laboral se debe considerar como una oportunidad de emprender aquello que los motiva e interese, a través de actividades con las cuales puedan continuar con su ritmo de vida.

USUARIO

Hombres o mujeres mayores de 60 años, con un nivel socioeconómico medio, medio – alto, residentes en la ciudad de Puebla. Se encuentran próximos al retiro laboral y desconocen cómo enfrentarse a esta etapa de la vida. Como se mencionó anteriormente, se creó una matriz de arquetipos. El proyecto abordará los siguientes:

Quiero pero no puedo
Puedo pero no quiero

MEDIOS

Conferencias.
Libro guía.
Página web.

CONCEPTOS

Dinamismo
Perseverancia
Fortaleza

CASOS ANÁLOGOS

A continuación, se presenta un tabla comparativa de diversos casos análogos, que comparten características relacionadas a la planificación u organización de un evento o acción determinada. También, se incluyeron aquellas que impulsan la auto reflexión e introspección del sujeto. A pesar de que los casos planteados no exponen estrategias relacionadas con la tercera edad, se busca realizar un análisis que comprenda aciertos en la estrategia que plantean, conociendo desde el funcionamiento de los medios, hasta el modelo de negocios que proponen para satisfacer las necesidades del usuario.

CASOS ANÁLOGOS	PUNTO DE CONTACTO	PRODUCTO - SERVICIO	USUARIO	MODELO DE NEGOCIO	ESTILO GRÁFICO	TIPOGRAFÍA
PASSION PLANER	Medios impresos Página web	"Más que un simple planificador"	Estudiantes Emprendedores Artistas / Atletas Viajeros	**Venta unitaria** $285 - $670	Limpio Sobrio Estandar Clasificado	Tipografía: Sans Serif Fantasía
EVERNOTE	App Página web	Aplicación que permite la organi-zación personal.	Estudiantes Emprendedores Empresas	**Suscripción:** Basic - gratis Business - $144 Plus - $199 año Premium	Limpio Ordenado Jerarquizado Ilustraciones Fotografías	Tipografía: Sans Serif Slab
PICK ME UP	Medio impreso	Diario no lineal.	Público jóven	**Venta unitaria** $200	Juvenil Sobrio Ilustraciones	Tipografía: Caligráfica
CÓMO SER FELIZ	Medio impreso	Libro guía	Público jóven	**Venta unitaria** $275	Breve Interactivo Limpio	Tipografía: Sans Serif Caligráfica
DICE	Página web	"Is designed to make going out easy"	Público jóven interesados por la música	Gratuita	Ordenado Limpio Contraste Fotografías	Tipografía: Sans Serif Brush

DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO

Con base en el problema anteriormente planteado, en la investigación documental y de campo realizada, nace **Marcesi;** una empresa que busca encaminar a los adultos mayores a la etapa de la vida posterior al retiro laboral. Surge como orientación para aquellos que se sienten inseguros, desmotivados o desinformados. Marcesi busca aceptar y revalorizar la etapa de la vejez, no rechazarla.

FILOSOFÍA

REVALORIZAR ESTA ETAPA DE LA VIDA.

Consideramos que en la etapa posterior al retiro laboral, los adultos mayores no deben sentirse inhabilitados al desarrollo personal o social, pues todavía tienen las posibilidades de aprender, compartir y disfrutar hasta los más pequeños detalles de la vida.

MISIÓN

Lograr que los adultos mayores se encaminen adecuadamente a la etapa de la vejez, posterior al retiro laboral. Promoviendo la creación de un plan de vida acorde a la realidad propia del usuario.

VISIÓN

Ser una marca reconocida a nivel nacional, que logre generar diversos beneficios a los usuarios, quienes aceptan y viven la vejez como una etapa más de su vida, considerándola como una oportunidad de emprender aquello que los motive.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

Uso de herramientas del Human Centered Design que permiten la comprensión de las necesidades y expectativas del usuario.

Relación directa con el usuario.

Los alcances del proyecto abordan una problemática social específica.

OPORTUNIDADES

Aumento significativo en la población de adultos mayores.

Escaso número de proyectos similares, no existe competencia directa.

Posibilidad de costear el proyecto a través de una fondeadora.

DEBILIDADES

Poca experiencia en la realización de proyectos emprendedores.

Conocimientos escasos de programación y negocios.

Referencias escasas de proyectos similares.

AMENAZAS

Presupuesto limitado.

Carga de trabajo excesiva para la realización del proyecto.

IMPORTANCIA DEL PROYECTO

PERTINENCIA

La pertinencia de este proyecto se centra en el aumento de población de adultos mayores. Conforme a las proyecciones del Consejo Nacional de Población (CONAPO, s.f.) reveló que, debido a la esperanza de vida y a la disminución de la tasa de fecundidad, la población mayor a 60 años de edad en México, será el sector poblacional que presentará un mayor crecimiento en los próximos años, ya que para el 2020, el número de adultos mayores será superior al de niños menores de cinco años (Organización Mundial de la Salud, 2015, recuperado de http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs404/es/). Por otro lado, en la actualidad es un tema que no recibe la importancia y atención que se requiere para lograr la disminución de la problemática, por lo que no existen herramientas adecuadas que orienten a la población de adultos mayores a encaminarse a esta etapa de la vida.

RELEVANCIA

Se busca que los adultos mayores enfrenten la realidad que los rodea, continuando con su ritmo de vida, evitando un envejecimiento inactivo que repercuta directamente en su calidad de vida. Paralelamente, se intensificarán las connotaciones positivas que conlleva el residir en esta etapa, resaltando que los mayores son capaces de proponerse y realizar tareas nuevas, rompiendo paradigmas que sostienen que la edad inhabilita el desarrollo e incluso el aprendizaje. Conforme a la naturaleza del ser humano, cada uno de nosotros estamos destinados a esta etapa del ciclo de vida.

VIABILIDAD

Existe la disposición para participar en proyectos sociales que generen un bienestar para sectores determinados de la población. En cuanto al usuario, se comprobó a partir de tres validaciones de diferentes MVP, mínimo producto viable, que existe el interés y la disposición de invertir en alternativas que fomenten el envejecimiento activo.

ESTADO DEL ARTE

En la actualidad, existen diversas plataformas que buscan la organización y planificación de nuestro día a día a través de sitios web o medios impresos.

A nivel mundial, una de las mayores herramientas que ofrece una estructura adecuada y necesaria para planificar todos nuestros pensamientos, nuestras acciones, etc, es **Passion Planner**. "Más que una agenda; es una herramienta que te ayudará a fragmentar tus metas a corto y largo plazo, e incorporarlas a tu día a día" (Trinidad, A. 2017). Busca que el usuario reflexione sobre su pasado, piense en su futuro y actué en su presente, por medio de un producto en el cual transfiera la información que existe en su mente. Fue un proyecto exitoso que alcanzó gran posicionamiento en el mercado internacional, debido a su lanzamiento y gran aceptación en la plataforma de Kickstarter. Su público objetivo son los jóvenes estudiantes, emprendedores, atletas, deportistas o viajeros que sienten cierto grado de incertidumbre sobre qué quieren hacer con su vida. Debido al usuario meta, Passion Planner emplea una arquitectura de información clara, e incluso clasificada por diversos rubros. La información puede consultarse tanto en inglés como en español. Además del medio impreso, también cuenta con un sitio web, que permite a los clientes potenciales conocer cómo se comunica de manera digital, brindándole datos concretos sobre las características, los beneficios, el precio, etc. del producto.

Otra empresa que brinda servicios similares es **Evernote.** Un organizador de notas creado por Stepan Pachikov el 23 de junio de 2008. Contraria a la anterior, este caso análogo sólo ofrece servicios a través de plataformas digitales, como son un sitio web y una aplicación para dispositivos móviles. Ambas, tienen como objetivo principal "la organización de información personal mediante el archivo de notas" (Evernote, s.f). En dicha plataforma se puede almacenar desde notas, fotos, documentos completos, archivos de audio, entre otros recursos gráficos. A lo largo del tiempo, Evernote ha logrado posicionarse en el mercado internacional, a tal grado que en la actualidad están disponibles diferentes versiones de su servicio, desde la personal hasta la empresarial. A pesar de dirigirse a un público meta que engloba más allá del sector poblacional de jóvenes.

Con un enfoque un poco diferente, encontramos el libro **"Cómo ser feliz o mínimo menos triste".** Fue creado por Lee Crutchley en Brasil y constade 160 páginas, las cuales engloban diversidad de preguntas divertidas e instrucciones sorprendentes. "Ayuda a los lectores a ver la vida con nuevos ojos y redescubrir los placeres simples que traen alegría" (Crutchley, s.f.). El objetivo del libro, es que el lector intente encontrar motivaciones que puedan guiarlo, continuando así con su ritmo vida. La diagramación del libro es muy sencilla, incluye interiores de texto concretos e ilustraciones que refuerzan el objetivo de las actividades. El tamaño del impreso es adecuado para poder cargarlo con facilidad y aplicándolo a su vida cotidiana.

Como último caso, **Pick me up**. Uno de los muchos libros que ha realizado el diseñador gráfico neoyorquino Adam J. Kurtz. Autodenomina su material impreso como "perfecto para cualquier persona que ama explorar ideas, pensamientos y sentimientos.. capturar esos momentos fugaces pero sorprendentes de la vida cotidiana". El funcionamiento del libro se basa en lo no lineal, ya que el contenido no lleva una secuencia específica, dándole al usuario la libertad de poder abrir el libro en cualquiera de sus páginas. Pick me up contiene diversidad de ilustraciones sencillas, poca cantidad de texto ,una maquetación limpia y concreta. Un diseño pensado en el usuario potencial al que está dirigido, englobando un público joven.

NICHO DE OPORTUNIDAD

Posterior al análisis de casos análogos, es pertinente identificar como nicho de oportunidad la creación de una marca que proporcione diversas herramientas que brinden tanto información, como los recursos necesarios para orientar al adulto mayor en esta etapa de la vida.

En la actualidad, encontramos diferentes materiales impresos o plataformas digitales, que a través de la planificación e incluso, autorreflexión personal, buscan acompañar al usuario en su día a día. Sin embargo, están destinadas en una gran mayoría a un público joven. Paralelamente, en la actualidad los proyectos que abordan dicha problemática y tienen como usuario potencial a los adultos mayores son escasos, mientras que los existentes se desarrollan bajo el mismo enfoque, la prevención, lo que intensifica las connotaciones negativas que se tienen hacia la vejez.

DEBIDO A ESTO, EL ELEMENTO DIFERENCIADOR DE MARCESI: **PROMOVER LA AUTONOMÍA Y LA FORTALEZA DE LOS ADULTOS MAYORES. INVITÁNDOLOS A LA ACCIÓN.**

Como ya se mencionó anteriormente, la población mayor a 60 años de edad en México, será el sector poblacional que presentará un mayor crecimiento en los próximos años. Por lo tanto, la población debe prepararse para esta etapa de la vida, evitando así consecuencias que repercutan directamente en su calidad de vida.

PROYECTO DE DISEÑO MARCESI

Como se mencionó anteriormente, Marcesi tiene la función de encaminar al usuario en la etapa de la vejez, enfocándose principalmente en aquellos que se encuentran próximos al retiro laboral.

Por lo que es necesario la planificación y realización de diversas herramientas, para lograr convertir al usuario desinformado o desmotivado en un usuario satisfecho, que considera tener las capacidades para lograr continuar con su ritmo de vida.

Marcesi propone como proyecto emprendedor, la creación de productos y servicios centrados en las necesidades del usuario. En la siguiente página, se menciona brevemente las tres herramientas que engloba la marca:

1. Conferencia
¿Cómo enfrentar el retiro laboral?

2. Libro – guía

3. Página web

1. CONFERENCIA
¿CÓMO ENFRENTAR EL RETIRO LABORAL?

El objetivo de realizar una conferencia con dicha temática, es contribuir a través de la información y la reflexión a que los adultos mayores próximos al retiro laboral, puedan sentirse preparados para aceptar las modificaciones que se producirán en su ritmo de vida, a partir del cese de las funciones laborales. Para la realización de la conferencia, es necesario una adecuada planeación, así como la correcta difusión y contratación de personal profesional que esté calificado para impartir el contenido de la conferencia. La suscripción a la conferencia incluye un libro – guía y diversos promocionales que el usuario podrá llevarse a su casa terminada la conferencia.

2. LIBRO - GUÍA

Es un artículo con gran importancia en Marcesi, ya que busca generar identificación y apropiación con el usuario, el cuál conforme a los descubrimientos recopilados en el diseño de investigación, consideran que necesitan una herramienta en la cual puedan realizar una planeación personal de sus días, **"es importante tener una estructura propia, incluyendo mis motivaciones e intereses…no perder en mente aquello que me gusta y valora"** (Audirac Carlos, Universidad Iberoamericana, 2017). A diferencia de las agendas o los diarios tradicionales, el libro – guía que se propone engloba diversos ejercicios de autorreflexión para adaptarse de manera más adecuada a las necesidades de los adultos mayores. Esto será posible a través de contenido lineal, que impulse al usuario a retomar aquello que no pudieron llevar a cabo en un pasado. Para que posteriormente, busquen u organicen actividades de su propio interés. Por lo tanto, el medio impreso estará divido en dos sesiones, la primera relacionada a la reflexión e introspección y la segunda a la organización y planificación. Como ya se mencionó anteriormente, el libro – guía viene incluido en la suscripción a la conferencia, sin embargo, también podrá adquirirse por medio de la venta unitaria.

3. PÁGINA WEB

Basándose en la investigación y acercamiento con el usuario, se concluyó que una gran mayoría de adultos mayores están conscientes de lo indispensable que es la tecnología hoy en día. Por lo tanto, otra de las herramientas que ofrece Marcesi es un sitio web, el cuál funcionará como una base de datos que le proporcione al usuario información que pueda complementar el contenido del libro – guía. Dicho sitio web ofrecerá contenido concreto y valioso sobre diversas actividades, talleres, exposiciones, recomendaciones etc. próximos a realizarse en la ciudad de Puebla, esto para darle cierto ritmo al usuario invitándolos a participar. El ingreso a la página web será gratuito.

"NO PERDER EN MENTE AQUELLO QUE **ME GUSTA Y VALORO"**

- CARLOS AUDIRAC

OBJETIVOS

GENERAL

Promover la reflexión y la planificación de futuras acciones. Tomando en cuenta las expectativas, motivaciones e intereses de los adultos mayores.

ESPECÍFICOS

Recopilar la información y el contenido necesario para la realización de las diferentes herramientas de comunicación visual.

Fomentar la autorreflexión en los adultos mayores, que permita orientar al usuario hacia futuras acciones.

Diseñar los puntos de contacto necesarios, conforme a las necesidades y expectativas del usuario.

MODELO DE NEGOCIOS

Como ya se mencionó anteriormente, para poder acceder a la conferencia es necesaria la suscripción a esta, dicha inversión incluiría el libro – guía, un kit de herramientas necesarias para la organización y planificación de futuras acciones, así como promocionales que el usuario podrá llevarse al concluir el evento. En la primera fase del proyecto sólo se planea la realización de dicha conferencia, la cual se impartirá mínimo dos veces al año. En un futuro se busca implementar más conferencias que aborden temáticas diferentes pero relacionadas a la problemática anteriormente planteada, generando ingresos mayores para la empresa.

En cuanto al libro – guía, para aquellos que no deseen asistir a la conferencia o necesiten un segundo producto, podrán adquirirlo a través de la venta unitaria, si así lo consideran pertinente. Se espera una posible distribución en diversos puntos de venta, como pueden ser, tiendas departamentales, librerías y módulos de información destinados al adulto mayor.

Por último, el ingreso a la página web es totalmente gratuito.

BUSINESS MODEL CANVAS

El modelo de negocio próximo a plantearse describe la lógica de cómo crear una empresa, su funcionamiento y cómo demostrar la propuesta de valor ante futuros clientes. Se emplea como plantilla de gestión estratégica y tiene como principal objetivo, visualizar en una sola hoja las diversas actividades que lleva a cabo la empresa, así como también visualiza la posible generación de ingresos.

SOCIOS CLAVE

Impresor

Encuadernador

Programador

Agente de ventas

Organizaciones no gubernamentales

RECURSOS CLAVE

Psicólogo

Contenido

Material de producción

Herramientas de organización

Computadora

ACTIVIDADES CLAVE

Conferencias
Organización y planificación
Recopilación del contenido
Promoción
Libro guía
Recolección de información
Maquetación del contenido
Producción en serie
Distribución y ventas
Sitio web
Recopilación del contenido
Actualización semestral

ESTRUCTURA DE COSTOS

Costos fijos
Costos de producción
Costos de contratación
Difusión y publicidad
Dominio y hosting
Sueldos
Impuestos

PROPUESTA DE VALOR

Para el adulto mayor que se siente desorientado e incluso desmotivado, ofrecemos diversas herramientas que lo ayuden a encaminarse a la etapa posterior al retiro laboral.

CANALES

Conferencias

Puntos de venta (librerías o tiendas departamentales)

Sitio web

RELACIONES CON CLIENTES

Comunicación con el usuario.

Redes sociales

Mailing

SEGMENTOS DE CLIENTES

Adultos mayores: Ambos sexos, que se encuentren próximos al retiro laboral.

PLAN DE NEGOCIOS

Fue necesario desarrollar un adecuado plan de negocios para traducir a números lo planteando en el Business Model Canvas y así confirmar la viabilidad económica del proyecto.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

APLICACIÓN	COSTO
PÁGINA WEB	$25,000
LIBRO GUÍA	$65,000
PAPELERÍA BÁSICA	$3,200
KIT DE CONFERENCIA	$5,400
PUBLICIDAD	$5,000
DOMINIO	$3,000
INVERSIÓN INICIAL TOTAL	**$106,600**

DEUDA TOTAL	$106,600
APORTACIÓN MENSUAL	$4,440
IMPREVISTOS (5%)	$1,250

TABLA DE AMORTIZACIÓN

	APORTACIÓN MENSUAL	PAGO ACOMULADO
MES 1	$4,440	$4,440
MES 2	$4,440	$8,880
MES 3	$4,440	$13,320
MES 4	$4,440	$17,760
MES 5	$4,440	$22,200
MES 6	$4,440	$26,640
MES 7	$4,440	$31,080
MES 8	$4,440	$35,520
MES 9	$4,440	$39,960
MES 10	$4,440	$44,400
MES 11	$4,440	$48,840
MES 12	$4,440	$53,280
MES 13	$4,440	$57,720
MES 14	$4,440	$62,160
MES 15	$4,440	$66,600
MES 16	$4,440	$71,040
MES 17	$4,440	$75,480
MES 18	$4,440	$79,920
MES 19	$4,440	$84,360
MES 20	$4,440	$88,800
MES 21	$4,440	$93,240
MES 22	$4,440	$97,680
MES 23	$4,440	$102,120
MES 24	$4,440	$106,600

COSTO DE OPERACIÓN

COSTOS FIJOS	$6,160
COSTOS DE OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN	$14,00
IMPREVISTOS	$1,1220
CONSUMIBLES	$1,1220
	$3,000
MONTO MENSUAL	**$25,600**
MONTO ANUAL	**$307,20**

MARCO TEÓRICO

Fue necesario establecer diversos temas de exploración, necesarios a profundizar para enriquecer el trabajo de investigación, focalizándonos en la solución que responda a las necesidades y expectativas del usuario.

Los temas son los siguientes:

1. Proyecto de vida
2. Logística de eventos
3. Guías y medios impresos
4. Sitios web

1. PROYECTO DE VIDA

Pensar en un proyecto de vida, es esencial para presentar direccionalidad en nuestras futuras acciones. Es importante tomar en cuenta que nunca es tarde para establecerse objetivos y metas a futuro, aun cuando se está en una edad avanzada del ciclo de vida. **"Plantearse proyectos de vida consolida al hombre como un ser viviente, activo y constructor de un proyecto social y a su vez permite la inserción en nuevas comunidades de aprendizaje"** (Arzuaga, 2015, p. 157).

La creación de un proyecto de vida es de gran importancia, ya que se ven inmersos las cualidades, fortalezas, intereses, motivaciones y percepciones en la toma de decisiones del usuario. Se cree que, el tener una visión clara y determinada del futuro establece una posición de fortaleza e impulso para la superación de los diversos obstáculos de la vida, empleando una actitud optimista y perseverante. El proyecto de vida en la etapa de la vejez no sólo consti-tuye la reconfiguración de aquellos planes postergados, sino también ayudan a definir un sentido de vida como expresión de sus necesidades, aspiraciones y motivaciones, dependiendo el contexto social en el que se desarrollen.

"Se configura sobre la base de un pasado pensado por los adultos mayores, un presente que se vive en dependencia de las condiciones que se posean y un futuro que por lo general es bastante incierto".

Además, es una herramienta me-diante la cual el adulto mayor incrementa su conocimiento y experiencias, ya que su desarrollo personal está en constante transformación al buscar adoptar actitudes y actividades nuevas en esta etapa.

2. LOGÍSTICA DE EVENTOS

Una vez que se ha definido organizar un evento que engloba una temática determinada, es de gran importancia aterrizar todo lo que se necesita para la planeación del mismo. Existen diversas herramientas que permiten una adecuada realización de estos y nos aseguran un desarrollo exitoso de lo planeado.

Es de suma importancia tomar en cuenta que una conferencia, demanda un alto número de participantes, por lo mismo para una óptima organización no debe olvidarse ninguno de los detalles que rodean al evento y lograr transmitir a los asistentes el mensaje correcto.

De acuerdo a Universia, existen seis pasos fundamentales para emprender esta tarea:

a) Escribir metas y la agenda del evento.

b) Desarrollar un presupuesto.

c) Elegir la sede.

d) Seleccionar un menú.

e) Preparar al personal.

f) No te quedes fuera.

3. GUÍAS Y MEDIOS IMPRESOS

En la actualidad existen diversos medios impresos, los cuáles exponen propiedades y contenidos específicos. Comprenden desde los diarios, las revistas, los periódicos, los libros, etc. Específicamente, se hablará de los libros guías, los cuales exponen alguna técnica, conocimiento o método para mejorar algún aspecto de la vida personal del lector.

Existen aquellos que buscan alentar la autorreflexión o promueven la limpieza emocional, entre otros. Su objetivo es brindarle al usuario el acceso a aquello que está buscando interiormente. Es importante tomar en cuenta, que el libro no hará todo el trabajo, que sólo es una herramienta que orienta a las personas a la acción.

El libro – guía estará basado en diversos ejercicios de la psicología gestáltica, ya que la escritura dirigida hacia esta rama busca brindar la información necesaria para que el usuario pueda darse cuenta de lo que siente y tome contacto con aquellas emociones no liberadas. Siento el medio impreso una herramienta muy útil para orientarnos a restaurar sentimientos y emociones bloqueados en el interior del sujeto.

4. SITIOS WEB

Un sitio web "es un espacio virtual en Internet. Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web (WWW)" (s.f. recuperado de: https://definicion.de/sitio-web/).
Son plataformas que pueden incluir documentos HTML (lenguaje de marcas de hipertexto), imágenes, fotografías o ilustraciones, sonidos, videos, animaciones y todo tipo de contenido que pueda compartirse en línea. Se recomienda comenzar por la raíz del sitio para obtener una correcta navegación, dicha raíz se encuentra en la homepage o también conocida como portada, esta genera el acceso a las demás páginas del sitio mediante el uso de hipervínculos o enlaces.

De acuerdo a Asuntos Digitales (2014), existen diferentes clasificaciones de páginas web, considerando su funcionalidad:

a) Transaccionales o *e–commerce.*

b) Orientadas al servicio.

c) Dirigidas a la construcción de una marca.

d) De contenido.

e) Comunidades, Foros o Redes Sociales.

DESARROLLO DE LA IDENTIDAD

marcesi

La palabra **Marcesi** es un derivado de "inmarcesible" que significa **que no puede marchitarse**.

Consideramos que, los adultos mayores al igual que las plantas, necesitan de atenciones o alternativas específicas para poder adaptarse a las condiciones que los rodean. Y que, a pesar de los cambios que puedan presentárseles, como es el retiro laboral en esa etapa, no es la consumación absoluta, sino es sólo una modificación de su ritmo de vida.

En cuanto a la creación del isotipo, muestra la abstracción de una especie de planta suculenta, perteneciente al género de las siempre vivas.

Las cuales se caracterizan por su capacidad de adaptación y su resistencia a la sequía, relacionándose adecuadamente con el nombre anteriormente mencionado, reforzando la filosofía, misión y visión de la marca

DESARROLLO DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Para el desarrollo de las herramientas de comunicación, se definieron los atributos de la marca, los cuales son la continuidad, la fortaleza y el optimismo. Paralelamente, se comenzó a diseñar una identidad que lograra representarlos mediante el uso de información concreta y los recursos gráficos necesarios, que permitan comunicar correctamente el mensaje al usuario.

Marcesi busca que los adultos mayores revaloricen la etapa de la vejez y lograr que sea real la comparación de ser como las siempres vivas, capaces de adaptarse a los cambios y resistirse a la sequía.

PAPELERÍA INSTITUCIONAL

Tarjeta de presentación

Programa del evento

Sobre institucional

KIT DE CONFERENCIA

Previamente del inicio de la conferencia, los participantes recibirán un kit de bienvenida, el cual incluirá como principal herramienta de organización y planificación el libro guía. Además encontrarán el programa del evento, una pluma institucional, un gafete para personalizar y diversas plantillas de estampas.

Bolsa para la conferencia

Planilla de estampas

Gafete para los participantes

Pin institucional

LIBRO GUÍA

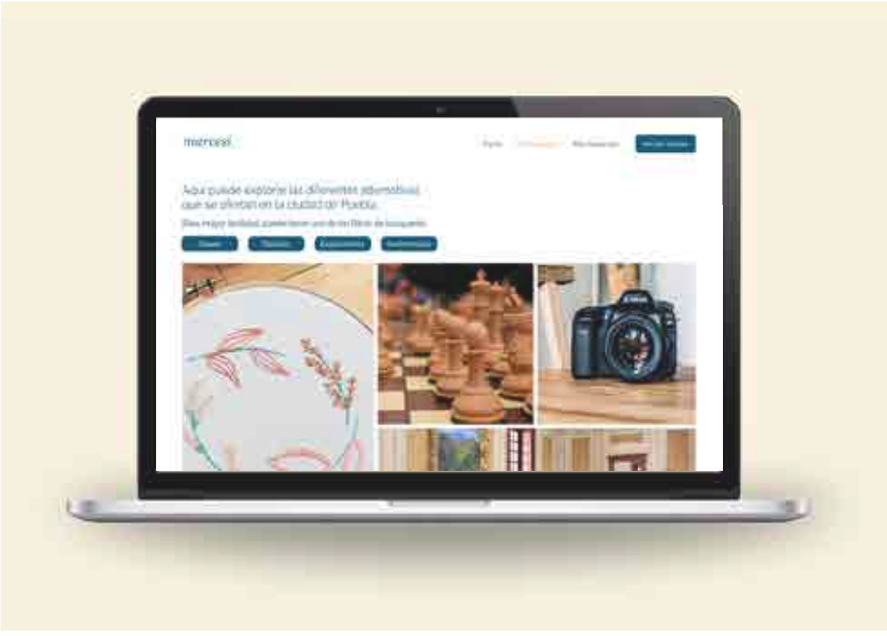
Como ya se mencionó anteriormente, el libro – guía es la herramienta principal en Marcesi. El cuál emplea un lenguaje gráfico limpio y estructurado. Se encuentra divido en dos secciones, la primera que incluye contenido relacionado a la reflexión personal a través de diversos ejer-cicios basados en la psicología gestáltica, mientras que la segunda parte engloba relacionado a la planificación y organización de su vida cotidiana. Se utilizaron fotografías a color que mostraran adultos mayores satisfechos o realizando algún tipo de actividad específica, ya que el objetivo de este recurso es generar empatía con el usuario, comunicando que la edad no inhabilita el hecho de seguir disfrutando de la vida.

PROMOCIONALES

Para los promocionales de la marca, Marcesi se comunica a través de copys que impulsen al usuario a la acción, brindándole una connotación positiva en todo momento a esta etapa de la vida. Los cuáles son aplicados en diversos puntos de contacto.

Carteles publicitarios

LOOK AND FEEL DE SITIO WEB



VALIDACIÓN

A lo largo del proyecto, se validó la propuesta de valor con diversos MVP (mínimo producto viable).

Como primera propuesta, se vendieron postales de 10x15 cm, las cuales se abordaron como una invitación, que buscaba que los adultos mayores realizaran una actividad específica. Este mínimo producto viable se vendió a $15 e incluso existieron diversos usuarios que llegaron a pagar $20, siempre y cuando el producto fuera personalizado.

Como segunda alternativa, se ofertó la suscripción a una serie de talleres. Como primera idea, era que terceros los ofertaran, sin embargo, los usuarios se ofrecieron a ser ellos mismos los que compartieran sus conocimientos con los demás. Se decidió concentrar en una área determinada de la Ciudad de Puebla, como lo es la zona del centro histórico. Este servicio se ofreció en $150 (que incluía el primer taller y los materiales a utilizar en este).

Una vez que, se concretaron las herramientas que forman parte de la marca, se validaron con los usuarios potenciales. Esto para garantizar la funcionalidad de las soluciones generadas y detectar posibles correcciones o ajustes para desarrollar la producción en serie. Las herramientas propuestas lograron generar un impacto positivo con el usuario, ya que se sintieron atraídos hacia el diseño y la funcionalidad de estas. De igual manera, se validó que, la tipografía, la gama cromática, así como el lenguaje gráfico empleado, fueran los acertados, cumpliendo con las expectativas del usuario.

CONCLUSIONES

Desafortunadamente, vivimos en un mundo inmerso de necesidades, de las cuales podemos formar parte directa o indirectamente. Durante el proceso de desarrollo del proyecto me percaté que, como diseñadores gráficos tenemos la responsabilidad de contribuir a mejorar el contexto que nos rodea, a través de proyectos significativos que logren un impacto positivo en aquellos a los que se dirige.

Con los resultados obtenidos en la última etapa de la metodología, se afirma que el proyecto abordó una problemática pertinente, logrando proponer una solución relevante que mejore la calidad de vida de los adultos mayores.

No me resigno a que, cuando yo muera, siga el mundo como si yo no hubiera vivido. - Pedro Arrupe.

DIMENSIÓN DE ARTICULACIÓN SOCIAL (DAS)

A lo largo de la carrera, tuve la oportunidad de vivir diversas experiencias mediante las cuáles reiteré mi compromiso con la sociedad que nos rodea. Gracias a esto, logré comprender la pertinencia que tiene el diseño gráfico y la estrategia para lograr mejorar la calidad de vida de las personas, a través de proyectos significativos que generen un impacto positivo en aquellos a los que se dirigen. Estoy consciente que, **actualmente el diseño es una herramienta de cambio social, siempre y cuando, la solución esté centrada en el usuario.** Los diseñadores, tenemos la responsabilidad social y ética de elaborar proyectos que satisfagan necesidades reales y no por el contrario contribuir a una sociedad consumista. Si comenzamos por cambiar nuestra manera de pensar y actuar, podemos promover esa ideología y llevándolo a la acción lograr un bienestar mayor.

DIMENSIÓN DE FORMACIÓN INTEGRAL UNIVERSITARIA (DIFIU)

Estudiar en la Universidad Iberoamericana me permitió continuar con la educación jesuita que he recibido en los últimos 18 años de mi vida. Fortaleciendo la filosofía y el pensamiento ignaciano que busco aplicar en mi día con día. El **"ser para los demás"** me permite descubrir realidades ajenas al contexto que me rodea y me impulsa a formar una mirada crítica ante esto a partir del diseño.

Estoy consciente que se debe aplicar el conocimiento adquirido al servicio de los demás, con la finalidad de mejorar la sociedad actual. Comprometiéndome a ofrecer la mejor versión de mí, como persona y como profesionista. Agradezco firmemente a la universidad por brindarme todas las herramientas para potencializar y concluir con mi desarrollo profesional, siendo la filosofía ignaciana uno de los mayores pilares de mi vida.

DIMENSIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL (DFP)

MEJORAR EL CONTEXTO QUE NOS RODEA, **ES MI CONSTANTE BÚSQUEDA**

A lo largo de mi formación como diseñadora gráfica, pude comprender que el diseño es un proceso que tiene la posibilidad de generar soluciones a problemáticas reales. Esto me permitió ampliar la visión que tenía de la carrera, cuestionarme y explorar diversidad de alternativas mediante las cuales diseñe estrategias visuales que satisfagan las necesidades del usuario. Busco adoptar el diseño como un estilo de vida, actuando de manera consciente y responsable, asumiendo el compromiso que tenemos con la sociedad, buscando el equilibrio entre lo que haríamos como diseñadores y como seres humanos. Me veo en mi vida laboral como una diseñadora que, a través de la estrategia y el diseño de información, busca trabajar en conjunto con equipos multidisciplinarios, elaborando propuestas innovadoras que generen un impacto en la sociedad que nos rodea.

REFERENCIAS

ABRA. (2011). Jubilación y Calidad de vida en la Edad Adulta Mayor. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de: http://www.revistas.una.ac.cr/abra

Asuntos digitales. (2014). Recuperado el 31 de Octubre de 2017, de http://www.asuntosdigitales.com/tipos-o-clases-de-paginas-web/

Arzuaga, M. (2015). Proyecto de vida y tercera edad. Una experiencia comunitaria. Cuba.

Ayala, A. (2015). Con la edad llegan también el desempleo y el abandono. Recuperado el 07 de Septiembre de 2017, de http://ladobe.com.mx/2015/07/con-la-edad-llegan-tambien-el-desempleo-y-el-abandono/

Càmpora, L. ¿Qué es un libro de autoayuda?. Recuperado el 31 de Octubre de 2017 de, http://www.lucianacampora.com/libros-de-autoayuda.html

CEOMA. (2015). Confederación Española de Organizaciones de Mayores. Recuperado el 06 de Septiembre de 2017, de http://ceoma.org

Couttolenc, J. (2017). México carece de una cultura para asimilar la vejez. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de https://www.uv.mx/prensa/reportaje/mexico-carece-de-una-cultura-para-asimilar-la-vejez/

Cubero, M. (2001). La animación sociocultural: Una alternativa para la tercera edad. (Primera edición ed.). España.

El blog Salmón. (2007). España tendrá cada vez más mayores. Recuperado el 06 de Septiembre de 2017, de https://www.elblogsalmon.com/mundo-laboral/espana-tendra-cada-vez-mas-mayores

El día. (2017). Prepararse para ser adulto mayor, clave en un sociedad que envejece. Recuperado el 24 de Septiembre de 2017, de http://www.eldia.com/nota/2017-8-26-2-57-12-prepararse-para-ser-adulto-mayor-clave-en-una-sociedad-que-envejece-informacion-general

Espinosa, M. (2004). El Adulto Mayor. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lar/dionne_e_mf/capitulo_1.html

Excélsior. (2016). Más del 10% de la población en México, mayor de 60 años. (2016). Recuperado el 24 de Agosto de 2017, de http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/06/15/1098876

Fundación Oportunidad Mayor. Recuperado el 06 de Septiembre de 2017, de http://omayor.cl/es/inicio/

Henao, F. J. (2004). Los adultos mayores: Un reto para la sociedad. Recuperado el 01 de Septiembre de 2017, de http://www.gerontologia.org/portal/information/showInformation.php?idinfo=122

Iacub. R. (2016). Más allá del anti – aging: el envejecimiento positivo.. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de https://www.clarin.com/sociedad/alla-anti-aging-envejecimiento-positivo_0_4kqdnezMW.html

Iacub. R. (2016). ¿Cuál es el impacto de la jubilación en la salud?. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de https://www.clarin.com/opinion/impacto-jubilacion-salud_0_EyzV9Unje.html

Iacub. R. (2017). Psicología y Asesoría en Mediana Edad y Vejez. Recuperado el 24 de Septiembre de 2017, de http://www.ricardoiacub.com.ar

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). Encuesta Intercensal. México.

Instituto para la Atención de los Adultos Mayores. (s.f.) ¿Quién es la persona mayor?. Recuperado el 16 de Octubre de 2017, de http://www.adultomayor.cdmx.gob.mx/index.php/quien-es-el-adulto-mayor

Gobierno de México. Inapam. Recuperado el 06 de Septiembre de 2017, de https://www.gob.mx/inapam

Gutiérrez, Robledo, L.M. y Giraldo, Rodríguez, L. (2015). Realidades y expectativas frente a la nueva vejez. (Primera edición ed.). México.

Merino, J. (2011). México es el país con la edad de retiro laboral más alta de OCDE. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de http://www.animalpolitico.com/2011/03/mexico-es-el-pais-con-la-edad-de-retiro-laboral-mas-alta-de-la-ocde/

Ministerio de Desarrollo social, Presidencia de la Nación. (2003 – 2007). Adultos mayores. Recuperado el 06 de Septiembre de 2017, de http://www.desarrollosocial.gob.ar/adultosmayores

Organización Mundial de la Salud. (2015). Envejecimiento y Salud. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs404/es/

Padilla, E. (2013). Vejez, Envejecimiento y Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las personas Adultas Mayores en México (Primera edición ed.). México.

Pami. (2017). Recuperado el 24 de Septiembre de 2017, de: http://www.pami.org.ar/index.php

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la Lengua Española 23a ed. Recuperado el 6 de Septiembre de 2017, de http://dle.rae.es/?id=J9WVVLH

Rodríguez, R. (2006). ¿Cuál es el proyecto de vida de los adultos jubilados? Un estudio descriptivo. Recuperado el 23 de Septiembre de 2017, de http://psicopediahoy.com/proyecto-de-vida-adultos-jubilados/

Romero, X. (2012). Ser adulto mayor no significa ser pasivo, inactivo, inculto e improductivo. (12 de Diciembre de 2010). Recuperado el 01 de Septiembre de 2017, de http://www.demayores.com/2010/12/12/ser-adulto-mayor-no-significa-ser-pasivo-inactivo-inculto-e-improductivo/

Ruíz, J. (2014). Los 10 mejores y peores países para ser adulto mayor. Recuperado el 06 de Septiembre de 2017, de http://archivo.de10.com.mx/mas-seguros/2014/los-10-mejores-y-peores-paises-para-ser-adulto-mayor-19238.html

Secretaria de Salud. (2007-2012). Programa de Atención al Envejecimiento. Recuperado el 25 de Agosto de 2017, de http://eservicios.aguascalientes.gob.mx/transparencia/transparenciasolicitudes/solicitudes/archivos/00002900_06062008_resc.pdf

Servicio Nacional del Adulto Mayor. Recuperado el 06 de Septiembre de 2017, de http://www.senama.cl/EnvejecimientoAct.html

Sweden Sverige. (2013). Elderly Care in Sweden. Recuperado el 06 de Septiembre de 2017, de https://sweden.se/society/elderly-care-in-sweden/

(s.a). (2015). Definición de Adulto Mayor. Recuperado el 16 de Octubre de 2017, dehttp://conceptodefinicion.de/adulto-mayor/

Tribuna. (2017). Adultos mayores enfrentan abandono y maltrato: DIF. Recuperado el 28 de Agosto de 2017, de http://tribunacampeche.com/local/2017/09/04/adultos-mayores-enfrentan-abandono-maltrato-dif/