



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**CAMPAÑA SOCIAL PARA PREVENIR EL ABUSO DE
ADULTOS MAYORES**

T E S I N A

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
OPCIÓN EN PUBLICIDAD**

P R E S E N T A:

SARAÍ OLIVA LÓPEZ ESPINO

ASESOR DE TESINA:

MTRO. EDER ANTONIO SALAMANCA FUENTES

CIUDAD UNIVERSITARIA 2014





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

El siguiente trabajo es el reflejo de todo el apoyo que me han brindado mis seres queridos.

Principalmente quiero agradecerle a mi mamá Oliva Espino Ramírez, la persona más importante en mi vida, la que siempre me ha apoyado, amado y sobre todo motivado a lograr cada uno de mis sueños. Sin ella no hubiera podido conseguir este logro tan significativo para mí, así que agradezco la fuerza y valor que siempre me ha mostrado y enseñado.

También quiero darle las gracias a mi hermana Diana López Espino, que a su pesar de la diferencia de edades o pensamientos, siempre ha estado ahí para sacarme una sonrisa.

Asimismo agradezco a la persona que admiro y le tengo un gran cariño, mi asesor Eder Salamanca Fuentes, quien me apoyó y guió en este ciclo de mi vida, ya que me brindó su tiempo, experiencia, paciencia, dedicación y gran conocimiento.

Otro pilar y motor importante en vida a quien quiero agradecer es a Sinhué Pulido Negrete, que a lo largo de casi 10 años ha estado ahí regalándome incondicionalmente todo su apoyo, cariño y sobre todo buenos consejos, los cuales han influido en la persona que soy hoy en día.

Finalmente, agradezco a mis amigos por todas las buenas historias que hemos construido y compartido todos estos años.

Índice

Introducción.....	7
1.- Adultos Mayores.....	15
1.1.- Contexto general de los adultos mayores.....	15
1.2.- Adultos mayores en México.....	19
1.3.- Problemática actual de los adultos mayores en México.....	31
1.3.1.- El maltrato hacia los adultos mayores.....	34
1.4.- Campañas sociales en pro del respeto y derecho de los adultos mayores.....	45
2.- Las OSC en México y la participación de Un Granito de Arena. A.C. en pro de los adultos mayores.....	55
2.1- Las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC).....	55
2.2- Un Granito de Arena A.C.	58
2.2.1.- Misión.....	63
2.2.2.- Visión.....	63
2.2.3.- Valores.....	63
2.2.4.- Filosofía.....	64
2.3.- Programas y/o proyectos.....	64
2.4.-Antecedentes publicitarios.....	69
3.- Propuesta de campaña social para prevenir el abuso de adultos mayores.....	75
3.1.- Causa.....	75
3.2.- Agente de cambio.....	76
3.3.- Destinatario.....	76
3.3.1.-Investigación de mercado.....	78
3.3.1.1.- Elección del método de investigación.....	79

3.3.1.2.- Diseño de la investigación.....	80
3.3.1.3.- Selección de la muestra.....	88
3.3.1.4.- Recopilación de datos, procesamiento y análisis de la información.....	89
3.4.- Marketing Mix (las 7P's).....	110
3.4.1.- Plaza.....	110
3.4.2.- Promoción.....	110
3.4.3.- Producto.....	111
3.4.4.- Precio.....	111
3.4.5.- Proceso.....	112
3.4.6.- Personal.....	113
3.4.7.- Presentación.....	113
3.5.- Estrategia creativa.....	114
3.5.1.- Plataforma creativa.....	114
3.5.1.1.- Concepto creativo.....	115
3.5.1.2.- Slogan.....	115
3.5.1.3.- Objetivo de comunicación.....	115
3.5.1.4.- Objetivo de publicidad.....	115
3.5.1.5.- Tono.....	116
3.5.1.6.- Insight.....	116
3.5.1.7.- Racional creativo.....	116
3.5.1.8.- Canales.....	116
3.5.2.- Ejecuciones.....	118
3.6.- Estrategia de Medios.....	134
3.6.1.- Racional de medios.....	134
3.6.2.- Pauta de medios.....	138
3.6.3.- Flow chart.....	139
3.6.4.- Resumen de inversión.....	140
Conclusiones.....	141
Fuentes.....	145

Introducción

En México un factor que ha provocado diversas expectativas, es el tema de la violencia intrafamiliar, el cual sin importar qué nivel socio-económico tenga la persona, la hace víctima, ya que este factor no marca alguna diferencia para que una persona sea maltratada.

Dicho suceso se ha demostrado por medio de varios estudios, donde se ha obtenido como resultado que el abuso en mayor cantidad es realizado por los mismos miembros de la familia del maltratado. De modo que en el caso de los adultos mayores suele ser más por los propios hijos, hermanos, cónyuge o compañero, familiares políticos, nietos y hasta los no familiares, como lo son aquellas personas que son contratadas para el cuidado de ellos.

Por tanto, “en la actualidad existe en nuestro país una población de adultos mayores de más de 10 millones de personas, que va en incremento debido al aumento de la esperanza de vida media en el país”.¹

Es por esto que en México si se llega a etiquetar a los adultos mayores dentro de los grupos vulnerables, dando cabida a una segregación por parte del resto de la población, que es percibida por ellos de forma evidente, ya que aproximadamente el 28% de las personas mayores de 60 años han apreciado alguna vez que sus derechos no han sido respetados por su edad. Por ende el abuso se ha presentado de diversas maneras; físico, verbal, psicológico, financiero, abandono, entre otros, lo cual degrada la estabilidad moral y social de la persona.

¹ s/a, *Encuesta Nacional sobre Discriminación en México. Enadis 2010, Resultados sobre personas adultas mayores*, [En línea], México, 2010, Dirección URL: <http://www.conapred.org.mx/redes/userfiles/files/Enadis-2010-PAM-Accss.pdf> [Consulta: 23 de junio de 2012].

Cabe mencionar que el creciente interés que se ha originado en los últimos años hacia este fenómeno tiene que ver, principalmente, por el progresivo envejecimiento de las poblaciones, la creciente sensibilización respecto de los derechos humanos de hombres y mujeres y a su vez por la necesidad de acabar con las diferencias de género que se aprecian de manera importante en la población; lo cual ha vuelto vulnerables a ciertas personas.

Ahora bien, el giro y cambio en torno al tema de los adultos mayores también se debe a las variaciones socio-culturales, como por ejemplo cuando años atrás los adultos mayores eran respetados y considerados en cierto modo como personas totalmente sabias, mientras que ahora simplemente son vistos como estorbo o personas sin utilidad alguna.

Es por esto que hoy en día el maltrato hacia las personas adultas es y se ha vuelto un tema importante y de preocupación pública, justicia penal y de estudio, debido a que son más los casos de abuso en adultos mayores en la Ciudad de México y Zona metropolitana que se han observado e identificado por medio de diferentes medios, dentro de los cuales están las denuncias realizadas por parte de los afectados.

Un claro ejemplo de los estudios realizados fue “el interés por desarrollar la Encuesta sobre Maltrato a Personas Adultas Mayores (EMPAM-DF), que se constituye como la primera encuesta representativa sobre este tema en América Latina. La EMPAM-DF contó con el apoyo financiero del Gobierno del Distrito Federal, a través de un Convenio de Colaboración para el levantamiento de dicha encuesta.

Asimismo, contó con el apoyo técnico del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (IIS-UNAM) y la supervisión de la Dra. Verónica Montes de Oca, Secretaría Técnica del IIS-UNAM y miembro junto con el Lic. Pablo Yanes Rizo de la Comisión especial para la evaluación y seguimiento del proyecto”.²

² Martha Lilibiana Giraldo Rodríguez, *Encuesta sobre Maltrato a Personas Adultas Mayores en el Distrito Federal 2006 (EMPAM-DF)*, [En línea], México, Dirección URL: www.sideso.df.gob.mx/documentos/analisi_estadistico_sobre_maltrato_a_adultos_mayores.pdf [Consulta: 15 de agosto de 2012].

Por lo tanto, debido a resultados arrojados por parte de estudios similares al mencionado, surge la necesidad de crear programas y organismos realizados y diseñados por parte del gobierno para enfrentar dicha situación, y poder lograr un cambio, en el cual se implemente la importancia y valor que tienen los adultos mayores en nuestro país.

De modo que la INAPAM (Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores) “es otro organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía técnica y de gestión para el cumplimiento de sus atribuciones, objetivos y fines”.³

Dentro de este tipo de organismos que se especializan en los temas de adultos mayores, también se encuentra el Instituto para la Atención de los Adultos Mayores en el Distrito Federal (IAAM-DF), el cual es un órgano del Gobierno de la Ciudad de México que se encarga de promover el bienestar de las personas adultas mayores en el Distrito Federal, proporcionando así una mejor calidad de vida para estos.

Al igual que estos organismos, también se encuentran diversas asociaciones que apoyan esta problemática, lo cual lo único que buscan es poder ofrecer servicios totalmente gratuitos o en su defecto con algún costo que cubre todas o la mayoría de las necesidades de la persona que ingresa a estos lugares. Un ejemplo es *Un granito de Arena A.C.*

Cabe mencionar que también ha existido un incremento en la apertura de este tipo de asociaciones, debido a lo ya mencionado, sin embargo, es muy interesante conocer a fondo la verdadera funcionalidad y labor de éstas, ya que en el caso de las asociaciones civiles que no cobran ningún costo por brindar sus servicios, se enfrentan al hecho de que algún día tengan que dejar de ayudar; simplemente por no contar con apoyo de forma voluntaria por parte de personas interesadas al

³ Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, *Conoce INAPAM-¿Qué es?*, [En línea], México, 25 de julio de 2012, Dirección URL: http://www.inapam.gob.mx/es/INAPAM/Conoce_INAPAM [Consulta: 12 de agosto de 2012].

tema, o por el hecho de que aumente de forma excesiva o acelerada el número de personas que requieran ingresar.

Es por esto que es muy importante saber el papel que jugamos todos: Gobierno, asociaciones, programas u organismo y sociedad en general, para poder tocar temas tan delicados y que han cambiado de forma drástica con el paso del tiempo. Por ende se deben realizar propuestas de campañas sociales que logren hacer de forma efectiva que las personas se concienticen, informen o sensibilicen sobre algún tema, como lo es en este caso; el abuso de adultos mayores.

*“Es indispensable desarrollar mayores campañas sociales (Gray Social Marketing- por referirse a la gente con canas de color gris, gray en inglés), que fomenten la cultura necesaria para dignificar a este importante segmento de la población y que según los datos demográficos, tendremos pronto una población invertida, es decir, con más adultos que jóvenes, puesto que actualmente son muchos jóvenes que no esperan tener hijos (...).”*⁴

Si bien, la elaboración de estas campañas es de gran ayuda e importancia debido a lo que menciona Kotler y Roberto en su libro *Marketing Social*; “la publicidad social es un esfuerzo organizado, dirigido por un grupo (el agente de cambio) que intenta persuadir a otros (los adoptantes objetivo) de que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas”.⁵ Objetivo primordial que se busca al realizar el proyecto ya mencionado anteriormente: Campaña social para prevenir el abuso de adultos mayores en el Distrito Federal.

La importancia de abordar el tema de la prevención del abuso de adultos mayores se basa principalmente en el hecho de que existen pocas campañas acerca de éste, y a su vez poca orientación y difusión de lugares a los que las personas afectadas pueden acudir para recibir apoyo.

⁴ s/a, “Gray Social Marketing, campañas sociales sobre adultos mayores”, [En línea], México, *Merca 2.0.*, 4 de septiembre de 2009, Dirección URL: <http://www.merca20.com/gray-social-marketing-campanas-sociales-sobre-adultos-mayores/> [Consulta: 19 de junio de 2012].

⁵ Philip Kotler, Eduardo L. Roberto, *Marketing Social*, Madrid, Díaz de Santos, 1992, pp 467.

Si bien, al igual que cualquier otro grupo, este requiere de un trato especial donde se le brinden los programas, políticas y normas adecuadas para cubrir sus necesidades, así como la atención que requiere cualquier otra persona basándose sobre todo en el sentido común, la aceptación y la igualdad.

El propósito de este trabajo es exponer a la sociedad el trato que hoy en día muchas familias les dan a los adultos mayores, así como promover el respeto de estos, por tanto el fin de esta campaña es hacer comprender a las personas (ciudadanos) cuales son las dificultades a las que se enfrentan los adultos mayores debido a todos los cambios socio-culturales en los que nos encontramos.

Es por esto que considero que el aporte social que existe en la elaboración de este proyecto es de gran importancia, ya que en todo momento estamos relacionados con adultos mayores, e independientemente de que hoy en día algunos de nosotros no contemos con ellos en casa, no significa que esto siempre será así, debido a que en algún momento nosotros mismos llegaremos a esa etapa de la vida, donde si aún no existen programas o una sensibilización acerca de estos temas, podríamos llegar ser víctimas de algún abuso.

Asimismo, dicha propuesta es porque diversos estudios han mostrado esta problemática, la que en parte, ha salido más a la luz por medio de diversos programas y leyes contra este hecho, los cuales lo único que buscan es brindar una mejor calidad de vida, tratando de proporcionar las necesidades fundamentales y básicas para los adultos mayores que carecen de estas, con el fin de que vaya disminuyendo este problema social.

Igualmente, es importante abordar este tema, porque conforme pasan los años el número de población aumenta (adultos mayores), por tanto es momento de ir solucionando este hecho, para que en un futuro no se salga de control y llegue a un punto donde no se pueda combatir.

De manera que, me parece trascendental realizar un proyecto el cual además de darme la oportunidad de ejecutar los conocimientos adquiridos a lo largo de mi trayectoria universitaria, será con un fin que se base principalmente en lograr un avance en la forma en la que la población aprecia a este grupo segregado, donde es necesario e imperativo un cambio paulatino de la forma de pensar del resto de

la población, para lograr gradualmente su inclusión de forma funcional en cualquier ámbito.

El presente proyecto se divide en tres capítulos, el primero se enfoca y trata acerca de todo el estudio y análisis de la situación que se debe realizar para conocer bien el tema y dificultades a las que se enfrentan los adultos mayores en México, quienes muchas veces por la edad o enfermedades llegan a ser víctimas de abuso de cualquier tipo, principalmente; psicológico, físico, económico y abandono.

Si bien, en este primer apartado también se habla y analiza las acciones sociales que hablen de los adultos mayores, con la finalidad de poder identificar las diferentes labores aplicadas para lograr un supuesto cambio en el tema y que no se ha obtenido.

El segundo capítulo nos ayuda a comprender la labor de un agente de cambio, quien en este proyecto es Un Granito de Arena A.C. que brinda, hospeda y da las atenciones necesarias a los adultos mayores que se encuentren en situaciones como el abandono, por lo tanto, este apartado explica la historia y el surgimiento de la asociación, así como la misión, visión, filosofía y valores de los que está compuesta, elementos clave e importantes por el hecho de ser la voz y representación de toda la campaña.

En el tercer capítulo se desarrolla toda la propuesta de campaña para prevenir el abuso de los adultos mayores en la que se apliquen todos los conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera, con el fin de lograr un proyecto completo y eficaz, el cual genere un cambio en la forma de pensar y actuar de los jóvenes, público objetivo elegido tras la realización de toda una investigación de mercados explicada en el primer capítulo.

Por ende, en este último apartado es donde está definido el objetivo de comunicación y de publicidad, así como el tono que se requirió para la campaña, elemento clave que logra la atracción e interés de nuestro target.

Una vez definido lo antes mencionado, otro factor importante que ayudan a que la campaña que sea la adecuada para nuestro público objetivo, son los medios seleccionados por el hecho de ser los que "rodean/ocupan" aquellos lugares o sitios a los que suele acudir nuestro target, haciendo que la campaña sea percibida.

Asimismo, el diseño es otro de los factores clave para obtener resultados deseados de una campaña, ya que este debe ser lo suficiente atractivo para el target, para que se sienta atraído e identificado en el mensaje, el cual deberá tener la tipografía y color indicado para que este se aún más llamativo.

Para finalizar, con toda la información recopilada y analizada de este proyecto, se busca demostrar cómo no basta sólo con querer o implementar leyes, sino se trata de aplicarlas y saberlas comunicar de la mejor forma con buenas estrategias de comunicación para que el público en general logre comprenderlas, lo cual indique a las personas afectadas que no están solas y que se encuentran lugares, como lo es en esta campaña Un Granito de Arena A.C. a los que puedan acudir para asesoría o ayuda de cualquier tipo, con el fin de buscar una solución a sus problemas.

Capítulo 1. Adultos Mayores.

“El sentido que los seres humanos atribuyen a su vida y su total sistema de valores son los que definen el significado y el valor de la vejez. En contraposición, es la manera como una sociedad se comporta hacia los ancianos como se descubre la verdad desnuda y muy frecuentemente oculta de sus principios y aspiraciones”.

Simone de Beauvoir “La Vejez”

1.1.- Contexto general de los adultos mayores.

Cuando se habla de las personas de la tercera edad, adultos mayores o también conocidos como la generación de las canas, en muchos casos pareciera ser que únicamente ésta etapa de la vida (la vejez) tiende a relacionarse y clasificarse por medio de estereotipos que se han formado con el paso de los años, como por ejemplo: Dependientes, confundidos mentalmente, solitarios, de actitud rígida, quejumbrosos, entre otros, los cuales únicamente hacen ver a éste tipo de personas como un ser molesto y que causará problemas dentro de los núcleos familiares.

“La imagen de la vejez y del envejecimiento traduce muchas veces una esquematización o generalización abusiva de hechos que no se apoyan en un conocimiento científico válido. El uso de estereotipos se conoce como viejismo, el cual consiste en definir a la persona de edad avanzada a través de una serie de calificativos negativos que resumen no solamente las actitudes negativas, sino las reacciones hostiles del

*individuo de cualquier edad, pero que se le imputan al viejo, a la vejez o al envejecimiento*⁶.

Lo antes mencionado es un claro ejemplo de la falta de información que se tiene en torno a éste sector de la población, el cual se encuentra en la última fase que forma parte del ciclo de vida de cualquier ser humano (nacer, crecer y morir). Por lo que no necesariamente se refiere a un lapso o momento que provoque incomodidades a los demás, razón por la que siempre se trata de evitar tanto la vejez de uno mismo o el simple hecho de tener que lidiar con alguna persona con estas características que aparentemente las describe.

Retrocediendo un poco en la historia podremos percatarnos de que estos estereotipos se fueron dando debido al cambio drástico que ha habido en nuestra sociedad, el cual modifica hasta cierto punto nuestros valores y costumbres, marcando una gran diferencia entre el actual significado de la vejez y el de nuestro pasado.

Por lo que, Simone de Beauvoir en su libro *La Vejez* expresa que “tanto el sentido que los hombres dan a su existencia como su sistema global de valores son los que definen la estimación y el valor de la ancianidad. A la inversa, por la forma en que una sociedad se comporta con sus viejos descubre, sin equívoco, la verdad (a menudo, cuidadosamente enmascarada) de sus principios y fines”.⁷

Ejemplificando lo mencionado anteriormente, es cuando en culturas antiguas la longevidad era motivo de orgullo para el clan, comunidad o grupo, y esto se debía principalmente porque estas personas, denominados los “viejos o ancianos”, eran los encargados de depositar el saber, es decir; la memoria que conectaba a la comunidad con los antepasados, considerándolos como verdaderos intermediarios entre el presente y el más allá, por tanto no era nada inusual que los brujos y chamanes fuesen hombres mayores, quienes también ejercían labores de sanación, de jueces y educadores.

⁶ Ortiz de la Huerta D, *Aspectos sociales del envejecimiento*, México, Publicación original. Departamento de Salud Pública. Facultad de Medicina, UNAM: 2006, pp 12.

⁷ De Beauvoir, Simone., *La vejez*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1970.

“La figura del anciano no sólo se manifestó en el sistema de creencias apoyado en los rituales o en la magia, sino que también condicionó la interacción comunal basada en la pedagogía y los códigos morales de pertinencia; incluso el anciano fue figura emblemática de acontecimientos épicos. En ese sentido, la importancia y utilidad de hombres y mujeres de edad avanzada fue fundamental en el orden y la organización comunal (...). El individuo de edad avanzada llamado Huehuetque, era el forjador de las generaciones, pues en él se encarnaba el valor, poseía la sabiduría de la vida y era portador de la fuerza, no en el sentido físico sino de temperamento, y de la memoria histórica”.⁸

De modo más simple y preciso, es importante mencionar que la palabra vejez representaba la sabiduría, debido a que estas personas eran el archivo histórico de la comunidad. Por tanto en las sociedades antiguas, alcanzar edades avanzadas significaba un privilegio, una hazaña que no podía lograrse sin la ayuda de los dioses. De esta manera, la longevidad equivalía a una recompensa divina otorgada a los justos.

Sin embargo, debido a los cambios sociales que hemos presenciado, hoy en día esos conceptos fueron quedando rezagados con el paso del tiempo y es por eso que actualmente existen diversos términos para definir la vejez y a su vez el envejecimiento, los cuales se relacionan entre sí.

“La vejez se ubica al final de la existencia es la última etapa de la vida. Socialmente se ha señalado que se inicia a la edad de la jubilación, ya que a partir de este evento la persona, a pesar de que biológicamente su cuerpo funciona adecuadamente, experimenta una serie de cambios en su vida de tipo físico, psicológico y social a los cuales tiene que

⁸ García Ramírez José Carlos, *La vejez: el grito de los olvidados*, México, Plaza y Valdés Editores, 2003. p. 62.

adaptarse. Se considera, por tal motivo, que esta etapa inicia a los 60 o 65 años, según lo determine cada nación”.⁹

En lo que respecta al envejecimiento humano, se dice que es la vida misma que abarca todo el curso de la vida, desde la concepción hasta el cierre con la muerte. Dicho envejecimiento va relacionado con la vejez, de modo que si estos coinciden, nos estaríamos encontrando con una persona plena, la cual habría concretado todos sus ciclos de vida. Es por esto que el envejecimiento es un proceso universal, irreversible y que tiene un efecto acumulativo a través del tiempo en cualquier ser humano.

Por tanto, en ambos conceptos tienen que ver aspectos biológicos y sociales para que sean concluidos de forma correcta, donde más allá de lo genético está el entorno del individuo. Es decir, todos los factores sociales, ambientales, afectivos y conductuales que van determinando nuestro envejecimiento y la calidad de vida que tendremos en la vejez.

Es así como podemos percatarnos que una persona vieja (término creado por nuestra sociedad moderna), en nuestros días es menos valorada, y esto se debe a que la cultura actual privilegia y sobrevalora a la juventud, mientras que a los primeros en algún momento se les excluye de ciertas actividades, incluyendo sus servicios y derechos.

Por lo que hoy en día nos encontramos en una época que desprecia y desvalora lo viejo, lo cual hasta cierto punto es obsoleto, despreciable y condenado por inútil. En consecuencia por las razones ya mencionadas, se han ido buscando nuevos términos para hacer referencia a este segmento, por ejemplo: adultos mayores, el cual es un término menos despectivo, sin embargo, el uso de este no quiere decir que vaya a cambiar el trato que se les da a este grupo de personas.

⁹ Ortiz de la Huerta D., *Introducción*. En. Ortiz de la Huerta y Montes de Oca V. Módulo IV Vejez. En Ciencias de la Salud en prensa, México, Mc Graw Hill Interamericana. 2007, pp 52.

Ahora bien, si se hace referencia de la jubilación desde el punto de vista social, se puede observar como muchos adultos mayores carecen de ella, y es por eso que optan por aceptar ayuda económica por parte del gobierno o en su defecto, únicamente de los familiares, convirtiéndose totalmente en personas dependientes, quedando así vulnerables ante los demás.

1.2.- Adultos mayores en México.

En nuestro país de forma más formal y estricta “las personas adultas mayores son aquellas personas que cuenten con sesenta años o más de edad y que se encuentren domiciliadas o en tránsito en el territorio nacional”.¹⁰

Es así como mediante estas características que marca la Ley General de Derechos de las Personas Adultas Mayores comienzan a haber diversas definiciones, donde generalmente se denomina un adulto mayor como “una persona que ha entrado en el sexto decenio de la vida (...) desde el punto de vista económico, una persona mayor es aquel individuo que se encuentra jubilado y, por lo tanto deja de ser considerado como sujeto productivo (...) desde una perspectiva familiar se identifica a los adultos mayores con la salida del último hijo del hogar o con la llegada de los nietos”.¹¹

Ahora bien, en cuanto al escenario social que existe hoy en día, cabe señalar que se encuentra dentro de una condición de crisis, y se debe principalmente a que las generaciones actuales viven una etapa que se caracteriza por el cambio permanente de condiciones, valores, modas, organizaciones familiares y sociales, entre otras.

¹⁰ *Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores*, [En línea], México, 25 de abril de 2012
Dirección URL: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/245.pdf> [Consulta: 19 de septiembre de 2012].

¹¹ Cerejido Marcelito, et al., *El envejecimiento: sus desafíos y esperanzas*, México, Siglo XXI Editores, 1999, pp 90.

Y en consecuencia a todos estos cambios se originan condiciones de dificultad a muchos grupos sociales, como al de los adultos mayores, quienes tratan de ir sobreviviendo el ritmo acelerado con el que hoy en día vivimos.

Si bien, “en la actualidad existe en nuestro país una población de adultos mayores de más de 10 millones de personas, que va en incremento debido al aumento de la esperanza de vida media en el país”.¹²

De igual modo, este creciente número de adultos mayores que hoy en día radican en nuestro país, ha vivido y experimentado la nueva concepción de la vejez, que más allá de ser sólo cuestiones biológicas, pasa a situaciones donde la soledad, tristeza y abandono crea en los adultos mayores una percepción no del todo buena, por lo que en ocasiones se llegan a escuchar comentarios asimismo o por parte de terceros, que son personas viejas e inútiles debido a que ya no cuentan con la misma vitalidad y fuerza que de jóvenes.

Por ello, ante situaciones como las mencionadas, es que comienza a despertar un interés en el gobierno y en diversos grupos de la sociedad el tema de los adultos mayores, el cual va ligado al progresivo envejecimiento de las poblaciones, así como la creciente sensibilización respecto a los derechos humanos de hombres y mujeres.

Asimismo, el envejecimiento de la población es uno de los fenómenos sociales de mayor impacto en este siglo, y esto se debe a que en México y en general en algunos otros países ha traído consigo problemas sociales y de salud que son de suma importancia para este grupo social.

“México vive una transformación demográfica sin precedentes, donde el envejecimiento de la población nos lleva a la necesidad de generar respuestas institucionales y sociales para encarar los desafíos presentes y futuros. Es por esto que la cultura del envejecimiento se ha convertido en una prioridad que nos encamina a fortalecer los lazos

¹² Op. Cit. s/a, *Encuesta Nacional sobre Discriminación en México. Enadis 2010, Resultados sobre personas adultas mayores.*

solidarios entre las generaciones e impulsar la revaloración de los adultos mayores, estimulando su plena inserción en la vida familiar, social, comunitaria, económica y política del país”.¹³

Actualmente “para la sociedad es cada vez más importante que sus miembros alcancen una edad avanzada de forma saludable, lo que hace necesario potenciar la educación y la prevención de las enfermedades como mecanismos indispensables que garanticen mayor conocimiento del fenómeno de la vejez”.¹⁴ De modo que México, la sociedad civil y el gobierno cuentan con un reto por el cual se tienen que esforzar para poder enfrentar el problema del envejecimiento.

“La transición de perfiles demográficos predominantemente jóvenes a otros caracterizados por el predominio de la población adulta y de edades avanzadas es un fenómeno que comenzó a ocurrir, en la mayoría de los países en desarrollo, con el descenso de la fecundidad, en la segunda mitad del siglo XX, y que adquirirá su mayor intensidad en la primera mitad del siglo XXI”.¹⁵

Cabe mencionar que, “uno de los fenómenos asociados al avance de la transición demográfica en México es el rápido aumento de la población de adultos mayores. Por un lado, el declive de la mortalidad da origen a un progresivo aumento de la esperanza de vida (...). Por el otro, la caída de la fecundidad se refleja a la larga tanto en una cantidad menor de nacimientos, como en una reducción sistemática de la proporción de niños y jóvenes en la población total”.¹⁶

¹³ Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, *Por una cultura del envejecimiento*, [En línea], México, 2010, Dirección URL: http://www.inapam.gob.mx/work/models/INAPAM/Resource/Documentos_Inicio/Cultura_del_Envejecimiento.pdf [Consulta: 12 de agosto de 2012].

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ Zúñiga, García, *El envejecimiento demográfico en México. Principales tendencias y características*, México, s/ editor, pp 93.

¹⁶ *Ibidem*.

Por lo que al observar dicha combinación de las dos vertientes antes mencionadas, da como resultado un aumento considerable de la edad media de la población, así como el ritmo acelerado de los adultos mayores, lo cual se irá observando en mayor cantidad con el paso de los años.

Un aspecto interesante e importante es que “la vejez en México está formada mayoritariamente por mujeres (...). La esperanza de vida de las mujeres en 2050 será de 83.6 años y de 79 años en hombres”.¹⁷

Población total por grupos de edad según sexo 2000

Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	97 483 412	47 592 253	49 891 159
Menores de 15 años	32 586 973	16 514 754	16 072 219
15 a 29 años	27 221 012	13 074 730	14 146 282
30 a 59 años	28 673 169	13 716 737	14 956 432
60 años y más	6 948 457	3 252 357	3 696 100

NOTA: El total incluye a la población con edad no especificada.

FUENTE: **INEGI**. XII Censo General de Población y Vivienda, 2000. Tabulados Básicos.

¹⁷ Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, *Ejes rectores de la política pública nacional a favor de las personas adultas mayores*, [En línea], México, 2010, Dirección URL: http://www.inapam.gob.mx/work/models/INAPAM/Resource/Documentos_Inicio/Libro_ejes_rectores.pdf [Consulta: 12 de agosto de 2012].

**Esperanza de vida a los 60 años de edad
por año según sexo
1930-2000**

Año	Hombres	Mujeres
1930	12.6	13.3
1940	13.0	13.7
1950	15.1	16.0
1960	17.1	17.8
1970	17.8	18.9
1980	18.5	20.5
1990	19.5	21.6
2000	20.2	22.1

FUENTE: CONAPO. Tablas de mortalidad por sexo para la República Mexicana, 1930-2050.

Asimismo, cabe aclarar que al hablar de un aumento en la esperanza de vida no siempre es un indicador de que las condiciones de vida de las personas adultas mayores hayan mejorado. En los países de nuestra región, dicho proceso está sucediendo en contextos socioeconómicos débiles, los cuales cuentan con altos niveles de pobreza, crecientes desigualdades sociales y económicas, así como en problemas no resueltos de inequidad en el acceso a los servicios de salud, el cual es de suma importancia para la calidad de vida de los adultos mayores.

Por tanto, “en aras de salvaguardar el ejercicio efectivo de los derechos de las personas adultas mayores en nuestro país, así como de disminuir las condiciones de vulnerabilidad a las que están expuestos e impulsar su participación e inclusión en la sociedad, en 2002 se aprobó la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores, la cual fue creada por la Cámara de Diputados y el Instituto Nacional de las Personas en Plenitud (Inaplen) para afrontar los nuevos desafíos que supone la transición demográfica tendiente al envejecimiento de la población y con el propósito de mejorar la calidad de vida de las personas adultas mayores en México”,¹⁸

¹⁸ Ibidem.

Es importante destacar que dentro de la ayuda que ofrece el Gobierno Federal hacia los adultos mayores también se encuentran diversos programas, los cuales en su gran mayoría son a nivel Estatal en lugar de Federal, provocando así un desequilibrio dentro de la protección social de éstos, lo que a su vez se ve reflejado en el porcentaje, mayor o menor, del abuso o maltrato de las personas de edad avanzada.

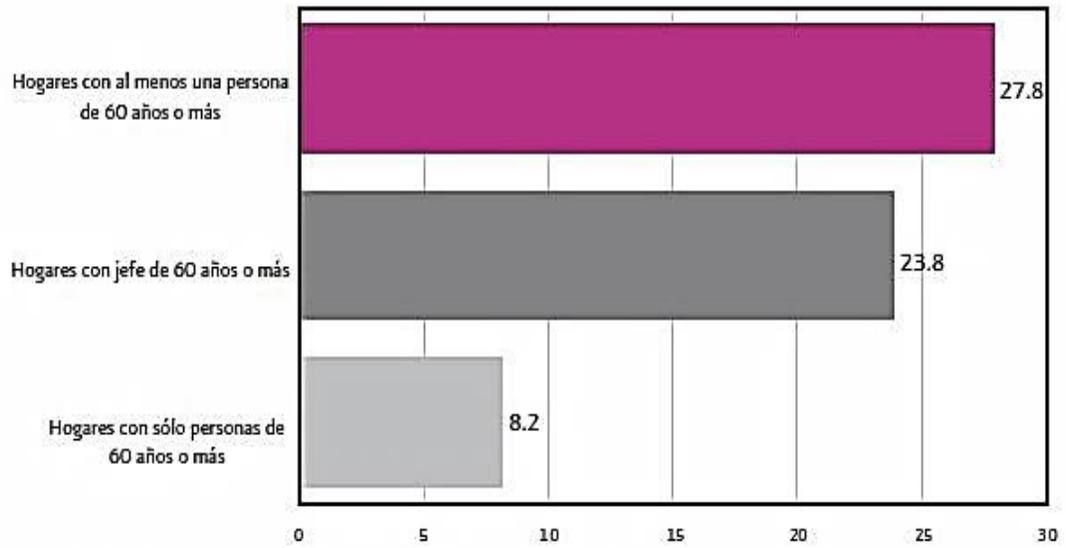
El único programa a nivel Federal es “70 y más”, el cual como su nombre lo indica, va dirigido a las personas que cumplan con ese rango de edad, para así poderles brindar apoyo económico de \$500 mensuales y acciones que aminoren el deterioro de su salud física y mental, así como el fomento de una protección social

Dicho programa es el que hoy en día una gran cantidad de adultos mayores trata de conseguir y con el que algunos ya cuentan, ya que con éste logran cubrir parte de sus gastos o necesidades. Si bien, esta ayuda económica también consigue que las personas de edad avanzada puedan ayudar y aportar dinero a sus hogares como cualquier otro miembro de la familia, convirtiéndolas en personas más productivas, quienes sin importar la edad que tengan siguen ayudando y viendo por sus familiares.

Dentro de la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica, (CONAPO, 2009), “se reporta que en México una cuarta parte de los hogares cuenta con al menos un miembro de 60 años o más. Asimismo, uno de cada cinco hogares es dirigido por un adulto mayor y ocho de cada 100 están conformados sólo por adultos mayores, tendencia que, se espera, irá en aumento”.¹⁹

¹⁹ Ibidem.

Proporción de los hogares con características específicas en México, 2005



Fuente: Estimaciones del CONAPO con base en INEGI, II Censo de Población y Vivienda, 2005.

Como resultado, las familias que se encuentran integradas por tres o cuatro generaciones se han transformado en un fenómeno común, lo que al mismo tiempo puede ser resultado de tres factores: 1.- La escasez de recursos, 2.- El progresivo deterioro de las condiciones de salud de las personas adultas mayores, que impide que puedan vivir de forma independiente, y/o 3.- Los problemas económicos de los hijos, los cuales los obligan a continuar en el hogar de sus padres.

Por su parte, estos nuevos hogares exigen la formulación de políticas públicas que atiendan a la protección de los adultos mayores en estos nuevos entornos familiares, que hoy en día influyen en el maltrato de estos, volviendo así a este segmento vulnerable el cual depende totalmente de las acciones gubernamentales, la cohesión social y de sus derechos humanos.

Es importante señalar que en respuesta a este panorama demográfico, actualmente se han implementado nuevas leyes, así como nuevos programas dirigidos a este sector de la población.

También como resultado, diversos organismos de carácter gubernamental y no gubernamental han abierto sus puertas para brindar apoyo a los adultos mayores, sin importar cuál sea su necesidad, ya que el objetivo primordial es lograr una sensibilización en la población para que comprenda de forma clara cuál es el verdadero valor y trato que hay que ofrecer a los adultos mayores, lo cual a su vez traiga consigo la reivindicación y valoración de éstos.

El Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM) “Es un organismo público, rector de la política nacional a favor de las personas adultas mayores, teniendo por objeto general coordinar, promover, apoyar, fomentar, vigilar y evaluar las acciones públicas, estrategias y programas que se deriven de ella, de conformidad con los principios, objetivos y disposiciones contenidas en la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores”.²⁰

Si bien, el “Censo de Población y Vivienda del INEGI en el 2010, se registró 10.1 millones de personas adultas de más de 60 años, quienes corren el riesgo constante de sufrir las consecuencias negativas de percepciones prejuizadas, cuyas consecuencias van del desempleo al abandono y la negación de oportunidades y derechos fundamentales”.²¹

De modo que al observar esta situación, la labor de los organismos gubernamentales y no gubernamentales implica en llevar a cabo campañas de sensibilización social en favor de una cultura del envejecimiento, las cuales manejen como objetivo mejorar las condiciones de vida de los adultos mayores en

²⁰ Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, *Conoce INAPAM-¿Qué es?*, [En línea], México, 25 de julio de 2012, Dirección URL: http://www.inapam.gob.mx/es/INAPAM/Conoce_INAPAM [Consulta: 12 de agosto de 2012].

²¹ Op. cit. s/a, *Encuesta Nacional sobre Discriminación en México. Enadis 2010, Resultados sobre personas adultas mayores*

la sociedad, de combatir la violencia y el maltrato de este grupo en los hogares donde existe una convivencia intergeneracional.

No obstante se continúa trabajando y tratando de dar solución al continuo desafío de generar políticas públicas que concilien las necesidades e intereses de los adultos mayores con todos los demás grupos para avanzar hacia la construcción de una sociedad con lugar para todos, donde las personas, sin importar su edad o diferencias sociales, cuenten con las mismas oportunidades para llevar a cabo el respeto y uso de sus derechos humanos y libertades primordiales, ya que el envejecimiento activo y saludable necesita de ellas.

En cuanto a las acciones y programas que conforman la protección social para los adultos mayores, está como objetivo primordial, garantizar sus necesidades: salud, alimento, abrigo y vivienda, con el fin de mejorar su bienestar, especialmente de quienes se encuentran en condiciones de vulnerabilidad o desventaja social, por ejemplo: pobreza, enfermedad, indefensión, abandono, invalidez y discriminación,

Dentro de los derechos humanos se señala que la necesidad de un sistema de protección social integral viene de la existencia de inseguridades y vulnerabilidades originadas por la precariedad de los mecanismos de protección establecidos por los estados, que da como resultado que una parte considerable de la población adulta mayor no ejerza los derechos que por ley le corresponden: seguridad social, servicios de salud o servicios básicos.

Un dato importante en cuanto al sector de salud, según el INEGI y el Instituto Nacional de Salud Pública, “la cobertura de los servicios de salud en la población con 65 años o más es limitada, ya que en 2006 sólo el 43.9 por ciento registraba ser derechohabiente en alguna institución de salud. Ante esta inquietante situación, el Gobierno Federal implementó en años recientes el programa Seguro Popular, que tiene como objetivo otorgar servicios médico-quirúrgicos, farmacéuticos y hospitalarios a todos aquellos que carecen de seguridad social.

No obstante, dicho programa no ha logrado cubrir en su totalidad a la población de los adultos mayores sin derechohabiencia.”²²

Cobertura de servicios de salud de la población

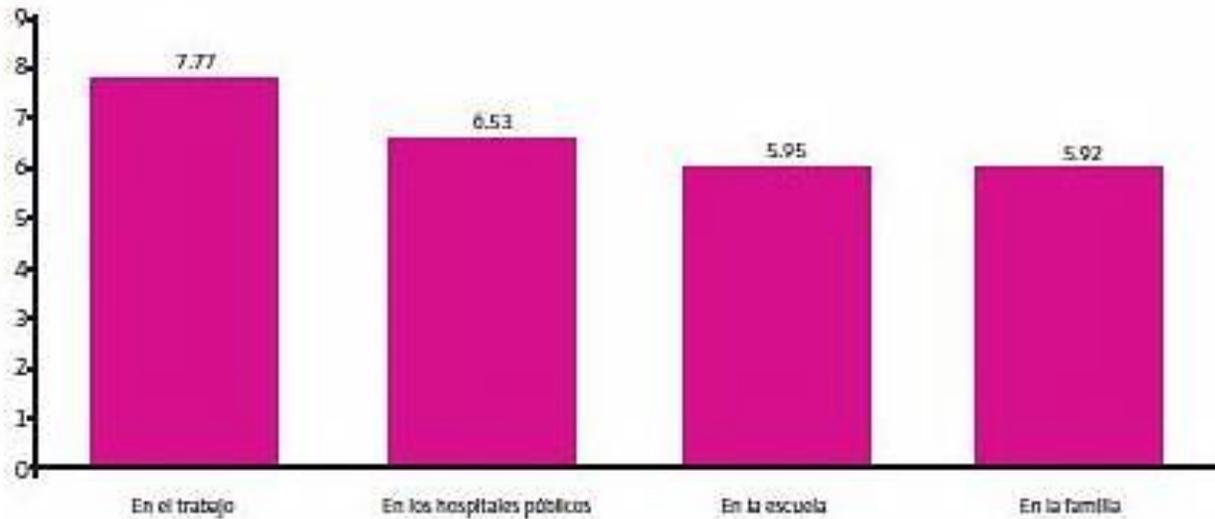
	Total	Grupo de edad			Sexo	
		65 a 74	75 a 84	85 ó más	Hombres	Mujeres
Derechohabientes	43.9	42.0	44.9	52.4	56.3	57.4
IMSS	66.3	67.0	65.8	62.7	67.1	65.6
ISSSTE	15.5	32.3	16.0	17.8	14.5	16.4
Otros	18.2	18.0	18.3	19.5	18.5	18.0
Seguro Popular	13.2	12.9	14.7	11.3	13.9	12.6

Fuente: (Garay y Mancinas, 2010)

En países como el nuestro, el progreso de los estándares de salud no es suficiente, por ende, ha incrementado la vulnerabilidad de la población en cuanto a sus ingresos. Mientras que los adultos mayores que viven en situaciones de pobreza muestran una mayor morbilidad y mortalidad, es decir, son más propensos a enfermar y morir debido a su condición económica.

Por lo que, las acciones y estrategias que conforman actualmente los derechos de los adultos mayores, están orientados a garantizar y ampliar su protección efectiva, principalmente para asegurar la igualdad, más no la discriminación que existe debido a su edad, y que hoy en día se aprecia en diferentes lugares como; el trabajo, hospitales, escuelas y familia.

²² Op. cit. Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, *Ejes rectores de la política pública nacional a favor de las personas adultas mayores*.



Fuente: Encuesta Nacional sobre discriminación en México, CONAPRED/SEDESOL, 2005.

En México la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores, “es la base de la política pública nacional en favor de las personas de 60 años y más. En ella se establecen los criterios y las disposiciones de su aplicación, así como las obligaciones que le corresponde asumir a cada dependencia de la administración pública. Es fundamental la participación de los estados, municipios y delegaciones para su cumplimiento, para que sea exigible en todo el territorio nacional”.²³

Para el 2010 en varios estados del país existían leyes que respaldan los derechos de los adultos mayores, con el fin de poder brindarles una mejor vida, donde sean tomados en cuenta, pero sobre todo valorados.

²³Ibidem.

Estados que cuentan con una ley de protección a los adultos mayores



Estado	Ley	Fecha de publicación
Aguascalientes	Ley de la Senectud del estado de Aguascalientes	Agosto de 2000
Baja California	Ley de Asistencia Social para el estado de Baja California. Artículo 4 Servicios Básicos en Materia de Asistencia Social	Octubre de 2002
Baja California Sur	Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores en el estado de Baja California Sur	Junio de 2001
Campeche	Ley de Protección de Adultos Mayores para el estado de Campeche	Junio de 2005
Coahuila	Ley del Instituto Coahuilense de las Personas Adultas Mayores	Diciembre de 2001
Colima	Ley para la Protección de los Adultos en Plenitud del estado de Colima	Agosto de 2004
Chiapas	Ley para la Protección de los Derechos de las Personas Adultas Mayores del estado de Chiapas	Noviembre de 2004
Chihuahua	Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores del estado de Chihuahua	Febrero de 2010
Durango	Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores del estado de Durango	Mayo de 2007
Guanajuato	No hay ley	
Guerrero	No hay ley	
Hidalgo	Está en aprobación	
Jalisco	"Ley de Desarrollo, Protección, Integración Social y Económica del Adulto Mayor"	Agosto de 2006
México DF.	Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores	Junio de 2002
Michoacán	No hay ley	
Morelos	"Ley de Desarrollo, Protección e Integración de las Personas Adultas Mayores para el estado libre y soberano de Morelos."	Junio de 2010
Nayarit	No hay ley	
Nuevo León	Ley Estatal de los Derechos de las Personas Adultas Mayores	Enero de 2005
Oaxaca	No hay ley	
Puebla	Ley de Protección a los Adultos Mayores para el estado de Puebla	Diciembre de 2000
Querétaro	Ley de las Personas Adultas Mayores del estado de Querétaro	Diciembre de 2008
Quintana Roo	Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores del estado de Quintana Roo	Agosto de 2007
San Luis Potosí	"Ley de las Personas Adultas Mayores para el estado de San Luis Potosí"	Agosto de 2007
Sinaloa	No hay ley	
Sonora	Ley de los Adultos Mayores del estado de Sonora	Septiembre de 2007
Tabasco	"Ley para la Protección de las Personas Adultas Mayores en el estado de Tabasco"	Mayo de 2003
Tamaulipas	"Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores en el estado de Tamaulipas"	Diciembre de 2001
Tlaxcala	"Ley de Atención a las Personas Adultas Mayores en el estado de Tlaxcala"	Noviembre de 2006
Veracruz	No hay ley	
Yucatán	No hay ley	
Zacatecas	Ley de Protección de los Derechos de las Personas Adultas Mayores para el estado de Zacatecas	Junio de 2006

Fuente: INAPAM, *Ejes rectores de la política pública nacional a favor de las personas adultas mayores.*

Como ya se mencionó anteriormente, a pesar de la existencia de las leyes que se encuentran en cada estado y que aparecen en el recuadro, aun así existe una falta de cobertura en cuanto a los diversos problemas que se han ido presentando, un claro ejemplo es el abandono de las personas adultas mayores, quienes tras ser despojados de sus lugares de residencia quedan en completa vulnerabilidad ante la sociedad, donde la función de las leyes que se marcan son ignoradas.

1.3.- Problemática actual de los adultos mayores en México.

“En México, la familia es el sistema de apoyo social más importante y muchas veces el único. Este sistema proporciona una infinidad de servicios como apoyo emocional, económico, toma de decisiones, y asistencia instrumental cuando es necesario cuidar a alguno de sus integrantes; el cuidado y la preocupación surgen de compromisos emocionales sólidos basados en valores culturales, con un sentido de solidaridad familiar y conciencia de grupo que busca el bienestar de sus miembros”.²⁴

Sin embargo, como se mencionó anteriormente, nos encontramos en un entorno de cambio en estructura y funcionamiento, por tanto, es pertinente señalar y cuestionar el hecho de los nuevos hogares o núcleos familiares cumplan su función de ser la fuente habitual de ayuda y apoyo para los adultos mayores en lo que respecta a “tres aspectos tradicionales: 1) proporcionar ayuda financiera continua o en situaciones de urgencia, 2) proveer cuidados en casos de enfermedad, y 3) brindar estima, afecto y gratificación.

En la actualidad diferentes situaciones ponen en peligro el cumplimiento de estas funciones, por ejemplo, los cambios estructurales que la familia sufrió en los últimos decenios como consecuencia de los avances tecnológicos y las modificaciones en la esfera social que repercuten en el envejecimiento poblacional e individual”.²⁵

Igualmente, el giro y cambio en torno al tema de los adultos mayores, también se debe a las variaciones sociales, culturales y económicas, por ejemplo cuando años atrás los adultos mayores eran respetados, y considerados en cierto modo

²⁴ Mendoza ML., Rodríguez GR. *Colapso del cuidador*. En: Rodríguez R, Morales J, Encinas J, Trujillo Z, D'Hyver C. Geriatria, México, Mc Graw Hill Interamericana Editores, 2000, pp 224-229.

²⁵ Krassoievitch M., *Psicoterapia Geriátrica*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993, pp 237.

personas sabias, mientras que ahora simplemente son vistos como estorbo o personas sin utilidad alguna a las que hay que mantener.

*“La familia se considera una de las instituciones más antiguas y complejas de la organización social; su dinámica se vincula de manera inevitable con los cambios sociales, culturales y económicos de la época, representa un microcosmos de lo que sucede en el mundo exterior y cada uno de sus miembros también se ve afectado por la dinámica interna”.*²⁶

Por lo que, ante esta situación las familias que cuentan con un adulto mayor o más en casa y además presentan una o más enfermedades crónicas e invalidantes, se requieren grandes cambios en la vida personal de cada miembro de la familia, así como su reorganización y búsqueda de tiempo para ayudar en ciertas tareas a sus familiares de edad avanzada: “compras, pagos, manejo de finanzas, transportación al médico y tratamientos, diversión y labores dentro del hogar como limpieza, elaboración de alimentos, asistencia en la higiene personal, administración de medicamentos, movilización, etcétera. (...) Algunas enfermedades requieren vigilancia y supervisión en tiempos cortos o a distancia vía telefónica”.²⁷

Muchas veces, estas acciones de cuidar al adulto mayor que se encuentra dentro de una familia, no necesariamente las hace el familiar directo, en su defecto las realizan los nueros, cuñados, o bien los vecinos y amigos de la familia que se ofrecen como voluntarios. Los familiares o amigos no necesariamente se reconocen ni describen asimismo como cuidadores debido a que son sumamente cercanos a estos, sintiendo así una obligación en ayudar.

A su vez, estas personas (“cuidadores”) presentan fuertes impactos en lo social, económico, emocional y físico:

Social: Cambios en sus estilos de vida, los cuales son producidos debido a las nuevas tareas que deben asumir para el cuidado del adulto mayor, donde en

²⁶ Artola A, Piezzi R. *La familia en la sociedad pluralista*, Buenos Aires, Espacio Editorial, 2000, pp 311.

²⁷ Op. Cit. Mendoza ML., Rodríguez GR. *Colapso del cuidador*.

muchos casos se descuida el trabajo, se descuida la atención de otros integrantes de la familia (hijos/esposos).

Económico: En cuestión de las enfermedades, muchas de estas necesitan atención especializada, es por esto que también se suele contratar a este tipo de personal, el cual significa un costo mayor, rebasando el ingreso familiar común, por lo que se toman medidas drásticas dónde se sacrifican necesidades básicas con tal de cubrir el gasto.

Emocional: Aquí los intereses propios se descuidan y sacrifican por la atención del adulto mayor, disminuyendo así el gusto por la vida que provoca algunas veces la depresión en el “cuidador”. Es por eso que si no cuenta con un intermediador a quien le cuente sus problemas causará aún más un deterioro en la persona, tanto física como intelectualmente.

Físico: Puede estar en riesgo por el estrés generado, provocando la pérdida del apetito, trastornos del sueño, estar fatigado, llorar con frecuencia, no descansar ni relajarse; en general desatender su salud propia.

De modo que, para muchas familias los impactos ya mencionados son excesivos y totalmente negativos, los cuales con forme pasa el tiempo van desgastando su tolerancia, hasta llegar a un punto donde se convierta en una carga muy pesada el adulto mayor, llegando así a un colapso donde las reacciones y decisiones son muy drásticas e inesperadas para ellos mismos (cuidadores), como por ejemplo: desatenderlo, generar sentimientos negativos (desprecio/rechazo), hacer uso de un lenguaje inadecuado, llegar a los golpes, así como hasta abandonar a la persona, dejándola desamparada y sin esperanza alguna.

Por tanto la fragilidad en la que quedan, genera diversos tipos de abuso y malos tratos, los cuales hoy se aprecian en este segmento y que día con día van en aumento. No obstante al quedar desamparados, la vulnerabilidad que presentan las personas adultas mayores en México está relacionada no solamente con su edad y problemas de salud, sino también con la variedad en cuanto a las oportunidades de acceso a servicios básicos que también determinan la capacidad para responder ante situaciones adversas.

Vulnerabilidad se considera como una situación de riesgo donde existe una desventaja social, que origina factores como la pobreza, precariedad, exclusión, marginalidad, maltrato, entre otros.

En cuanto al maltrato o abuso de los adultos mayores es importante señalar que consta de “agresiones psíquicas, físicas, sexuales, así como abandono, y este grupo de edad es muy vulnerable a los abusos económicos por parte de parientes o cuidadores.

También es importante señalar que el anciano no sólo espera que su familia no lo maltrate o lo deje en desamparo material, sino que necesita aspectos básicos que definen su equilibrio emocional como percibir que está integrado a su familia y que no es un apéndice de la misma”.²⁸

Lo anterior se refiere principalmente a que los adultos mayores sean aceptados y valorados por lo que son y por lo que fueron, más no por lo que hoy en día los ubica en ciertos estereotipos, necesitando así afecto, comprensión y respeto de parte de todas las personas, sin importar que sean o no familiares.

1.3.1.- El maltrato hacia los adultos mayores.

Se le denomina abuso o “malos tratos físicos, al uso de la fuerza que provoca lesiones físicas o psicológicas. Comprende los golpes, empujones, “palizas”, uso de ligaduras y la alimentación insuficiente.

Los malos tratos físicos consisten en el uso de términos, actos u otros medios que producen angustia y tensión emocional. Comprende las amenazas, los insultos y

²⁸ Ortiz de la Huerta D., Casas Torres G., *La Familia: Sostén, contención o abandono*. En: 83 Trujillo Z, Becerra M y Rivas MS. *Latinoamérica envejece. Visión Gerontológico/Geriátrica*. México, Mc Graw Hill Interamericana, 2007, pp 49-56.

las ordenes emitidas a gritos, el silencio persistente y el hábito de ignorar a la persona.

La negligencia es el descuido en proporcionar alimento, medicamentos, cuidado personal u otras necesidades. Mientras que el abuso económico, es la explotación o falta de atención a las posesiones o bienes de la persona. Son abusos económicos las estafas, la presión ejercida sobre la persona para que distribuya sus bienes y la gestión irresponsable del dinero ajeno”.²⁹

Asimismo, el maltrato a personas adultas mayores es un problema de carácter social y de salud pública. De modo que, si no se atiende probablemente se dé un aumento en la magnitud de éste. Por lo que es fundamental el desarrollo de políticas y programas de intervención y prevención que permitan ir disminuyendo, hasta anular el problema de la sociedad.

Algunos factores de riesgo de maltrato en los adultos mayores son:

FACTOR	COMENTARIOS
Aislamiento social de la víctima	Los malos tratos a las personas aisladas son más difíciles de detectar y evitar. El aislamiento social puede incrementar el estrés.
Trastorno crónico y/o afectación funcional de la víctima.	La capacidad del anciano para huir, buscar ayuda o defenderse es menor.
Afectación cognitiva de la víctima.	Las personas con demencia pueden mostrarse agresivas hacia sus cuidadores y presentar conductas conflictivas que precipiten los malos tratos. Existe una elevada tasa de

²⁹ Beers M & Berkow R., *Malos tratos a los ancianos*, Manual Merck de Geriatria. Madrid, Ediciones Harcourt, 2001, 2a ed., pp 149-155.

	malos tratos a las personas demenciales.
Abuso de sustancias por parte del agresor.	El alcohol o las toxicomanías pueden provocar comportamientos abusivos.
Trastorno(s) psiquiátrico(s) del agresor.	Los trastornos psiquiátricos (p.ej., esquizofrenia, otras psicosis) pueden generar comportamientos abusivos. Los pacientes dados de alta desde centros psiquiátricos pueden regresar al domicilio de sus padres ancianos: estos pacientes, aunque no fueran violentos en la institución, desarrollan a veces violencia en el hogar. Es preciso efectuar un seguimiento adecuado para prevenir los malos tratos a los ancianos.
Antecedentes violentos del agresor.	Los antecedentes de violencia en una relación (sobre todo con el cónyuge) y fuera del marco familiar ayudan a predecir los malos tratos. La teoría transgeneracional de la violencia se basa en este factor; la violencia es una respuesta aprendida a las experiencias difíciles de la vida y un método aprendido de expresar la ira y frustración. Dado que la historia de violencia familiar pasada es difícil de obtener, esta teoría no goza de un respaldo firme.
Dependencia del agresor con respecto a la víctima.	La dependencia del agresor con respecto a la víctima en lo que se refiere a apoyo económico, alojamiento, apoyo emocional y otras

necesidades pueden contribuir a los malos tratos. Un miembro de la familia (particularmente un hijo adulto) que pretenda obtener los recursos del anciano puede incurrir en comportamientos violentos. La dependencia produce resentimiento, que a su vez provoca malos tratos.

Estrés del agresor.

Los acontecimientos estresantes (p. ej., problemas económicos crónicos, la muerte de un familiar) y las responsabilidades del cuidador, acentúan la probabilidad de malos tratos.

Alojamiento compartido por la víctima y su agresor.

Los ancianos que viven solos tienen mucho menos probabilidades de sufrir malos tratos. Cuando se comparte el alojamiento, las probabilidades de tensión y el conflicto, antecedentes habituales de los malos tratos son mayores.

Fuente: Adaptado de Lachs MS, Pillemer K: -Current concepts: Abuse and neglect of elderly person- *New England Journal of Medicine* 332:437-443, 1995.

Cabe mencionar que los abusos generalmente son difíciles de detectar porque muchos de sus signos son sutiles y en su gran mayoría, porque las sus víctimas no desean o no pueden exponer aún más su situación, lo cual en muchas veces es por vergüenza, temor a las represalias o por el simple deseo de proteger al agresor y más cuando se trata de algún familiar.

Sin embargo, de los pocos casos de adultos mayores que si denuncian su caso ante las autoridades, en su gran mayoría se debe a que únicamente desean darle un “sustito a sus hijos” por el simple hecho de demostrarles que no están solos y

que sí son capaces de tratar de dar solución a su problema. Pero al ver el proceso de la denuncia, largo y desgastante, es donde entran en temor absoluto debido a que su situación pudiera empeorar, lo cual les complicaría más la vida.

Es pertinente destacar que el organismo que se encarga de tratar, dar seguimiento y solución este tipo de denuncias, con respecto a los adultos mayores, es la Agencia Especializada para la Atención de Personas Adultas Mayores Víctimas de Violencia Familiar, el cual se considera como un gran paso para dar solución a este tipo de problemas.

“La Agencia Especializada para la Atención de Personas Adultas Mayores Víctimas de Violencia Familiar tiene por objeto brindar atención integral a las personas de sesenta o más años de edad, que se encuentren involucradas en hechos que pudieran ser constitutivos del delito de violencia familiar, proporcionando asesoría jurídica gratuita, proponiendo medios alternativos de solución a conflictos, o en su caso inicia e integra las averiguaciones previas correspondientes, así como el apoyo asistencial para la canalización a albergues temporales y asilos cuando sean víctimas de violencia familiar, otorgándoles una atención preferencial que agilice los trámites y procedimientos administrativos y judiciales a realizar, buscando siempre salvaguardar la integridad física y emocional del adulto mayor”.³⁰

Esta agencia fue creada en el 2010, y se encuentra adscrita a la Fiscalía de Procesos en Juzgados Familiares. “Entró en vigor el 16 de abril del mismo año, siendo la primera y única Agencia del Ministerio Público Especializada, que se encarga de la atención integral de las personas adultas mayores en el país”.³¹

A pesar de que existe esta agencia para brindar ayuda a los adultos mayores, actualmente son pocos los casos que continúan durante todo el proceso de

³⁰ Agencia especializada para la atención de personas Adultas mayores y víctimas de violencia familiar, *Objetivo*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.pgjdf.gob.mx/index.php/micrositios/agenciamayores/quienesmayores> [Consulta: 3 de septiembre de 2012].

³¹ Ibidem.

investigación y demanda en general, ya que la mayoría son cancelados y retirados por decisión misma del afectado.

Por ende, es así como se observa que el comportamiento social de los adultos mayores contribuye a dificultar la detección o solución de los abusos a los que se enfrentan. Por tanto, estos tienden a experimentar lo que es el aislamiento, ya que el agresor suele limitarles el acceso al mundo exterior. Un claro ejemplo es la prohibición de las llamadas telefónicas o de las visitas.

Por lo que para la detección de esta gran problemática, se debe a la observación de ciertas conductas o características que son patrones de las personas maltratadas, lo cual las orilla a que sean identificadas y descubiertas de la situación en la que se encuentran.

SITUACIONES CLÍNICAS QUE SUGIEREN MALOS TRATOS

- Cuando existe un retraso entre la lesión o la enfermedad y la búsqueda de atención sanitaria.
- Cuando los relatos del paciente y el cuidador no coinciden.
- Cuando la gravedad de la lesión no corresponde con la explicación dada por el cuidador.
- Cuando la explicación dada por el paciente o el cuidador es increíble o vaga.
- Cuando las visitas al departamento de urgencias por exacerbaciones de una enfermedad crónica son frecuentes, aunque el plan terapéutico sea correcto y se disponga de los recursos adecuados.
- Cuando un paciente con afectación funcional acude al médico sin ir acompañado por un cuidador designado.
- Cuando las pruebas complementarias no coinciden con la historia clínica.
- Cuando el cuidador se muestra reacio a recibir asistencia domiciliaria (p. ej., enfermera visitadora) o a dejar solo al anciano con el profesional sanitario.

SIGNOS DE MALOS TRATOS EN LOS ANCIANOS

APARTADO	SIGNO
Conducta.	Paciente retraído, infantilización del paciente por el cuidador, insistencia del cuidador por responder a las preguntas.
Aspecto general.	Higiene deficiente (aspecto poco cuidado, suciedad), ropa inadecuada.
Piel/mucosas.	Turgencia de la piel, otros signos de deshidratación, lesiones cutáneas múltiples en distinto estadio evolutivo, hematomas, úlceras por decúbito, cuidado deficiente de las lesiones cutáneas existentes.
Cabeza y cuello.	Alopecia traumática (que se diferencia por su distribución de la alopecia masculina habitual).
Tronco.	Hematomas, ampollas (su forma puede sugerir la causa, p.ej., plancha o cinturón).
Región genitourinaria.	Hemorragia rectal, hemorragia vaginal, úlceras por decúbito, infestaciones.
Extremidades.	Lesiones en muñecas o tobillos que sugieren uso de ligaduras o quemaduras por inmersión (es decir, distribución en guante o calcetín).

Sistema musculoesquelético.

Fractura oculta, dolor, alteraciones de la marcha.

Salud mental y emocional.

Síntomas de depresión, ansiedad.

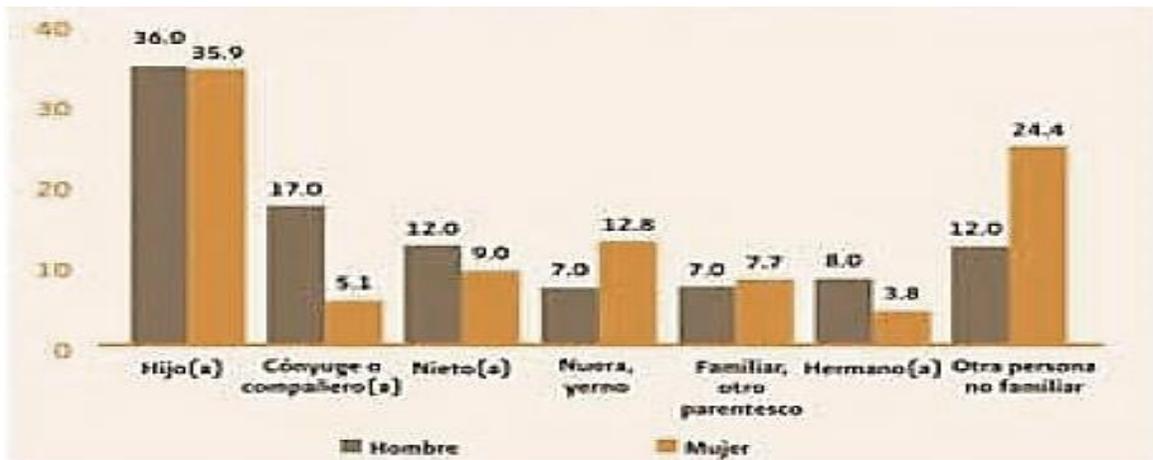
Fuente: Beers M & Berkow R., *Malos tratos a los ancianos*, Manual Merck de Geriátría. Madrid, Ediciones Hartcourt, 2001, 2a ed.

Frente a éste problema, diversos expertos en el tema mencionan que es fundamental el fomento de la cultura de la denuncia, debido a que hoy en día es considerado como delito el maltrato hacia los adultos mayores, por lo que es de suma importancia el poder fortalecer a la sociedad en cuanto al respeto, amor y atención hacia los ancianos.

Si bien, estos malos tratos y abusos que viven los adultos mayores son de suma gravedad, debido a que se sabe que se dan sin importar qué nivel socio-económico que tenga la persona, ya que por el simple hecho de ser de edad avanzada la puede convertir en víctima, por lo que el factor económico no marca ninguna diferencia para que una persona se salve o no de ser maltratada. Sin embargo si la persona vive en situaciones de pobreza únicamente la vuelve aún más vulnerable.

Como se ha mencionado anteriormente, muchos de los que abusan de los adultos mayores suelen ser los propios familiares, situación que se ha confirmado por medio de varios estudios; en estos se ven involucrados los hijos, hermanos, cónyuge o compañero, familiares políticos, nietos e incluso los no familiares, como aquellas personas que son contratadas para el cuidado de ellos.

RESPONSABLES DEL MALTRATO A PERSONAS ADULTAS MAYORES



Fuente: Elaboración de Giraldo Rodríguez, Liliana, et. al., *Envejecimiento, Vulnerabilidad y Maltrato*. Instituto de Geriátría, con base en datos de la EMPAM-DF.

Ante esta situación, en la actualidad existen políticas, programas, instituciones, etc., de apoyo para los adultos mayores, sin embargo dicha ayuda no contempla en gran medida el abandono, y únicamente podemos encontrar pocos lugares gratuitos, como albergues y casas hogares que manejan cierto cupo de personas, y a su vez, aquellos asilos privados donde los costos son muy elevados, por lo que personas con escasos recursos muchas veces quedan desamparadas en las calles.

Algunos de los lugares no gubernamentales que brindan apoyo a personas abandonadas de la tercera edad son:

Un Granito de Arena A.C., “es una organización de la sociedad civil, sin fines de lucro que brinda asistencia y cuidado a una parte de la población de adultos mayores. Proponen acciones que incidan en un cambio de las estructuras sociales para brindar una mejor calidad de vida a los adultos mayores (...) procuran a los adultos mayores que lo necesiten, servicios gerontológico integrales de calidad y

su construcción al entendimiento de la problemática para propiciar los cambios necesarios en su atención (...).³²

Igualmente, *la Casa hogar para ancianos desamparados. Dr Gonzalo Cosío Ducoing I.A.P.*, “es una institución de asistencia privada que da a nuestra población una alta calidad de vida a través de cariño y apoyo, con el fin de que se sientan felices en la última etapa de su vida”.³³

Los servicios que brinda son las 24hrs, durante los 365 días del año, y constan de:

- “Hospedaje.
- Alimentación y vestido.
- Servicio médico y de enfermería.
- Medicinas y aparatos ortopédicos.
- Terapias físicas, recreativas y ocupacionales.
- Formación social y moral.
- Previsión final”.³⁴

Si bien, es muy interesante conocer a fondo la verdadera funcionalidad y labor de este tipo de lugares, ya que en el caso de los que no tienen algún costo por brindar sus servicios, se enfrentan al hecho de que algún día tengan que dejar de ayudar; simplemente por no contar con apoyo de forma voluntaria por parte de personas interesadas al tema, o por el hecho de que aumente de forma excesiva o acelerada el número de personas que requieran ingresar.

Dentro de este tipo de organismos que se especializan en los temas de adultos mayores, también se encuentra aquellos que ofrecen programas para sensibilizar a la personas en general, o para informar a los adultos mayores acerca de los derechos con los que cuentan, así como recibir ayudas económicas, alimentarias o en cuestiones de salud.

³² Un Granito de Arena A.C., *Quiénes somos*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.ungranitodearena.org.mx/> [Consulta: 7 de septiembre de 2012].

³³ Casa hogar para ancianos desamparados. Dr Gonzalo Cosío Ducoing I.A.P, *Nosotros*, [En línea], México, Dirección URL: <http://gonzalocosio.com/> [Consulta: 11 de septiembre de 2012].

³⁴ *Ibíd.*

Por tanto, el *Instituto para la Atención de los Adultos Mayores en el Distrito Federal* (IAAM-DF), es un órgano del Gobierno de la Ciudad de México que se encarga de promover el bienestar de las personas adultas mayores en el Distrito Federal, proporcionando así una mejor calidad de vida para estos.

“El IAAM-DF tiene los siguientes programas prioritarios:

- 1. Pensión Alimentaria para Adultos Mayores de 68 años, residente en el D.F.*
- 2. Visitas Médicas Domiciliarias para los derechohabientes de la Pensión Alimentaria”.*³⁵

También, la *Secretaría de Desarrollo Social* (SEDESOL) quien “se encarga de formular y coordinar la política social solidaria y subsidiaria del Gobierno Federal, orientada hacia el bien común, y ejecutada en forma corresponsable con la sociedad”,³⁶ cuenta con el programa 70 y más.

*“El Programa 70 y Más atiende a los adultos mayores de 70 años y tiene cobertura a Nivel Nacional. Los beneficiarios reciben apoyos económicos de 500 pesos mensuales, que se paga cada dos meses; participan en grupos de crecimiento y jornadas informativas sobre temas de salud y obtienen facilidades para el acceso a servicios y apoyos de instituciones como el INAPAM, además de las que ofrecen actividades productivas y ocupacionales”.*³⁷

Por lo tanto, es de esta manera cuando nos damos cuenta que el tema de los adultos mayores hoy en día a generado la necesidad de crear programas y organismos diseñados y realizados por parte del gobierno para enfrentar dicha situación (como los ya mencionados), para así poder lograr un cambio, en el cual

³⁵ Instituto para la Atención de los Adultos Mayores en el Distrito Federal, *Programas*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.adultomayor.df.gob.mx/iaam/programas.html> [Consulta: 19 de agosto de 2012].

³⁶ Secretaría de Desarrollo Social, *Conoce la SEDESOL*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.sedesol.gob.mx/es/SEDESOL/> [Consulta: 7 de agosto de 2012].

³⁷ SEDESOL, *Programa 70 y más*, [En línea], México, Dirección URL: http://www.sedesol.gob.mx/es/SEDESOL/Programa_de_70_y_mas [Consulta: 20 de agosto de 2012].

se implemente la importancia y valor que tienen los adultos mayores en nuestro país.

1.4.- Campañas sociales en pro del respeto y derecho de los adultos mayores.

Actualmente la publicidad social “es una herramienta de comunicación dirigida a promover el cambio de ideas y de actitudes en los grupos sociales; se pretende resolver una necesidad o problema de orden colectivo a través de la modificación de creencias, valores y hábitos”.³⁸

Asimismo, como ya se ha mencionado el abuso o malos tratos de los adultos mayores se ha convertido en un tema de interés social, por lo que es esencial la intervención de la publicidad social, donde sean elaboradas campañas sociales por parte de diversas instituciones de carácter gubernamental o no gubernamental, para así generar de forma adecuada y eficaz algún tipo de cambio en cuanto a los valores, hábitos, creencias o actitudes de los ciudadanos, los cuales se han modificado con el paso de los años y se pretende corregir o dar una solución benéfica para este grupo vulnerable.

De modo que, en cuanto al tema de los adultos mayores podemos encontrar diversas campañas como:

- Campaña: “Atención Integral de los Adultos Mayores”.

Con el fin de mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos y en especial al de las personas de edad avanzada, en el 2012 el Gobierno del Distrito Federal a

³⁸ Verónica Romero Servín, “La campaña publicitaria como herramienta para promover el cambio social: el caso del voto en jóvenes mexicanos en la contienda electoral 2006”, [En línea], México, *UNAM UNIrevista*, Vol.1, núm. 2, julio de 2006, Dirección URL: http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Servin.PDF [Consulta: 30 de julio de 2012].

través de la Secretaría de Salud, llevó a cabo el programa de Atención Integral al Adulto Mayor, que se enfoca en personas de 60 años en adelante, que no cuenten con seguridad social (IMSS, ISSSTE, PEMES, Sedena).

Dicha campaña cuenta con las siguientes herramientas:

- ✓ Panel de acceso.
- ✓ Panel de andén.



- ✓ Dovela sencilla (interior de vagones del metro).



Cabe mencionar que esta campaña se encuentra en curso, es por eso que se puede apreciar en diversas estaciones del Sistema de Transporte Colectivo (Metro).

- Campaña de sensibilización hacia los adultos mayores.

Su objetivo primordial es promover la cultura del buen trato de las personas de la tercera edad debido al número elevado de las denuncias recibidas en la Procuraduría de la Defensa del Adulto Mayor en el estado de Nuevo León.

De modo que por medio de esta campaña se buscaba disminuir dicha cifra, promoviendo así una cultura del buen trato hacia éstos. Igualmente el DIF del estado decidió trabajar y dirigir este tema a los estudiantes de quinto y sexto año de primaria, para inculcarles la importancia de tratar bien y de forma adecuada a las personas de edad avanzada.

“La campaña inició el 27 de Marzo 2012 y concluirá en el mes de Diciembre buscando llegar a más de 5 mil alumnos en esta primera etapa y que sea multiplicador en las familias (...), consiste en una presentación de 50 minutos explicándoles la importancia que tienen los adultos, donde se incluye un video y juegos para que los estudiantes aprendan bien el objetivo”.³⁹

En dicho proyecto colabora la Secretaría de Educación de Nuevo León y la Asociación de Casas de Reposos, quienes desean y esperan que sea un buen principio para ofrecer y brindar una mejor calidad de vida a este grupo de la sociedad.

³⁹ s/a, “Inician campaña de sensibilización para el adulto mayor”, [En línea], México, *Milenio*, Dirección URL: <http://monterrey.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/c0c8c404194df61831d445d818a67188> [Consulta: 28 de julio de 2012].



- Campaña: CNDH Adultos Mayores.

Si bien, en el 2012 mediante la “Campaña Nacional de Promoción y Difusión de los Derechos Humanos de las Personas Adultas Mayores, la CNDH promueve la cultura de respeto, en la que se reconozca la importancia que tiene ese grupo para la vida del país como fuente de conocimiento y experiencia.

Se elabora y distribuye material informativo para que los adultos mayores puedan identificar manifestaciones en su contra, de violencia física, verbal, psicológica y económica, así como las instancias a las que pueden acudir para recibir apoyo”.⁴⁰

No obstante, se encuentra personal capacitado que da asesoría en cuestiones jurídicas o familiares, ya sea personalmente (en sus oficinas), o en su defecto por vía telefónica o correo electrónico. Asimismo el organismo defensor brinda sus servicios de manera gratuita los 365 días del año, para cualquier emergencia.

De igual forma, desarrolla con apoyo del gobierno federal, estatal y municipal, el “Taller de Actualización para Servidoras y Servidores Públicos en Materia de

⁴⁰ s/a, “Llama CNDH a denunciar actos contra adultos mayores”, [En línea], México, El Economista, 1 de julio de 2012, Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/07/01/llama-cndh-denunciar-actos-contr-adultos-mayores> [Consulta: 17 de julio de 2012].

Prevención y Atención a la Violencia Familiar para fomentar el respeto a los derechos fundamentales”.⁴¹

Dicha campaña consta de: 1 cartel, 1 spot de televisión y un spot de radio.



- Campaña: “Con mayor cuidado”, dirigida a adultos mayores.

FUNDACIÓN MAPFRE “es una institución promovida por el grupo asegurador español MAPFRE, cuyo objeto es contribuir a la consecución de finalidades de interés general para la sociedad”.⁴²

El objetivo de dicha campaña, es principalmente sensibilizar tanto a la población mayor, como a sus familiares, así como a los profesionales encargados de su atención y cuidado, acerca de la importancia de la prevención de los accidentes en el hogar.

Cabe mencionar que la campaña cuenta con la colaboración del INAPAM y de la Cruz Roja Mexicana. Se desarrollará en el 2012 y 2013, a través de talleres y pláticas, los cuales se impartirán en los clubes INAPAM, los Centros Culturales INAPAM, así como en el Club del Adulto Mayor de la Cruz Roja en el Distrito Federal.

⁴¹ Ibidem.

⁴² Fundación MAPFRE, *Conócenos*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.mapfre.com/fundacion/es/home-fundacion-mapfre.shtml> [Consulta: 25 de julio de 2012].

Por lo que, esta campaña cuenta con:

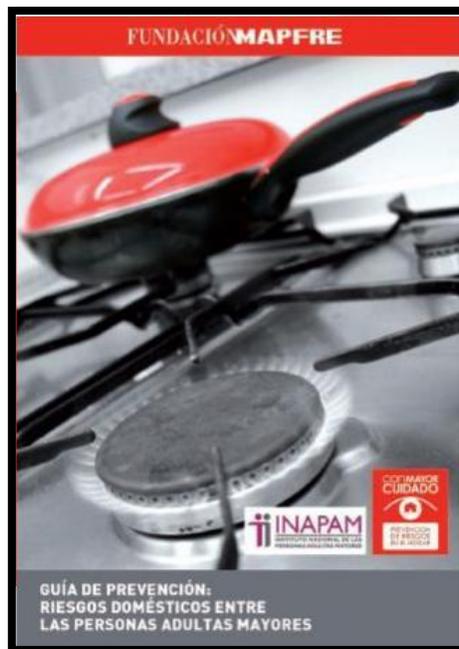
- ✓ Videos



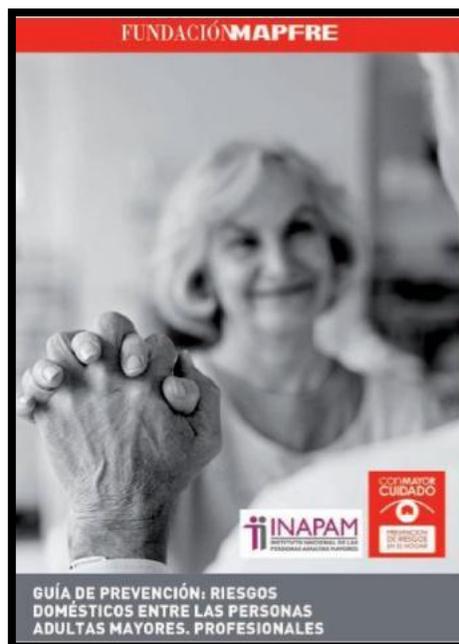
- ✓ Carteles.



- ✓ Guía de prevención de riesgos domésticos entre las personas adultas mayores.



- ✓ Guía de prevención de riesgos domésticos en personas adultas mayores. Profesionales.



- ✓ Taller Presencial 'Riesgos en el hogar entre las personas adultas mayores'.



- ✓ Pláticas Presencial 'Prevención de accidentes domésticos en personas adultas mayores'.



- ✓ Página web CON MAYOR CUIDADO (www.conmayorcuidado.com).



Como se observa, existen diversas campañas para adultos mayores, sin embargo estas no tratan más a fondo y de forma específica el tema del abuso y malos tratos hacia ellos, dónde se invite a las personas a valorizar y considerar más a este grupo social, por lo que no representan un cambio efectivo de actitudes y conductas. Asimismo no existe un seguimiento de las campañas existentes, dejando así inconclusos los posibles resultados positivos, generando que los avances logrados se desvanezcan al concluir estas campañas.

Por tanto, es importante que exista una campaña que sensibilice y concientice de manera real a las personas, para que estas no solamente propicien un cambio en ellas mismas sino también en otros miembros de su familia o comunidad, logrando que éste se arraigue permanentemente en el pensamiento de todo aquel que conviva directa o indirectamente con adultos mayores, ya que muchas veces el maltrato no se da únicamente de forma voluntaria, sino también, debido al desconocimiento de los factores, situaciones y signos que se encuentran dentro de la definición de violencia y maltrato.

Capítulo 2.- Las OSC en México y la participación de Un Granito de Arena. A.C. en pro de los adultos mayores.

2.1- Las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC).

Actualmente en nuestro país, la intervención de las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) ha ayudado en gran parte a crear una sociedad más participativa y abierta a distintos temas y situaciones. Desde hace algunos años, las OSC han sido consideradas como espacios que logran dialogar con el gobierno.

Las actividades que realizan las OSC son específicas, por ejemplo; el desarrollo social, medio ambiente o derechos humanos. Asimismo, su labor conlleva un valioso ejercicio de construcción y fortalecimiento de la ciudadanía, dando origen a una cultura democrática y a un sistema totalmente participativo.

Las OSC en México son relativamente recientes, debido a que la mayoría fueron creadas en la década de los ochentas. Sin embargo, su intervención como actor social en el quehacer público nacional, ha sido la causa y el efecto de los cambios democráticos que ha ocurrido en el país.

La idea de sociedad civil se refiere a la parte de la sociedad que no se encuentra dentro del ámbito de la política formal, ya que ésta evoca a un conjunto de ciudadanos que trabajan en temas concretos desde la esfera civil y social.

“Para Gramsci el Estado en su significado ampliado consiste de sociedad civil y sociedad política. Esta última comprende los elementos de la noción limitada de Estado o la idea de un Estado jurídico-administrativo: gobierno, militares, policía, poder judicial, etc. (...) La sociedad civil, de otra parte, constituye las organizaciones voluntarias al interior de la sociedad, es decir el conjunto organismos comúnmente llamados privados, como sindicatos, iglesias, clubes culturales, periódicos, publicistas, partidos políticos, etc. (...) Gramsci insiste que la sociedad política y la civil no son dos esferas separadas; comprenden una unidad orgánica porque ambos son elementos de la sociedad moderna”.⁴³

Por ende, la sociedad civil actúa en sinergia con el aparato de gobierno de forma constante y dinámica, creando a su vez una entidad integral totalmente única (el Estado), la cual refleja sólo una división metodológica entre sociedad política y sociedad civil.

“(...) La sociedad civil para Gramsci es tan política como la sociedad política. La sociedad civil opera sin sanciones u obligaciones compulsivas y sin embargo ejerce una presión colectiva y obtiene resultados objetivos en la forma de una evolución de las costumbres, modos de pensar y actuar, etcétera. Sociedad civil y sociedad política se relacionan entre sí de múltiples maneras. Se sostienen y refuerzan mutuamente. (...)”⁴⁴

⁴³ Marcus A. Green, *Gramsci no puede hablar*, en Kanoussi, Dora (comp.) *Hegemonía, Estado y sociedad civil en la globalización*, México, Plaza y valdés, 2001, pp.85.

⁴⁴ *Ibidem*, pp. 86.

Ahora bien, desde un enfoque más reciente, la sociedad civil se define y reconoce como un actor político clave que va más allá de ser sólo una simple organización y asociación entre individuos. Por tanto, para Anthony Giddens, el “Estado y la sociedad civil deberían actuar asociadas, cada uno para ayudar, pero también para controlar, la acción del otro.”⁴⁵

Otra definición de la sociedad civil es la que el Banco Mundial adoptó, la cual fue ideada por varios líderes de centros de investigación:

“El término sociedad civil se refiere a una amplia gama de organizaciones no gubernamentales y sin fines de lucro que están presentes en la vida pública, expresan los intereses y valores de sus miembros y de otros, según consideraciones éticas, culturales, políticas, científicas, religiosas o filantrópicas. Por lo tanto, el término organizaciones de la sociedad civil abarca una gran variedad de instancias: grupos comunitarios, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, grupos indígenas, instituciones de caridad, organizaciones religiosas, asociaciones profesionales y fundaciones.”⁴⁶

De acuerdo a esta interpretación que proporciona el Banco Mundial, se entiende que las OSC cumplen la tarea de ayudar a realizar e implementar mejores estrategias de desarrollo para nuestro país, donde se estimule la transparencia en las operaciones del gobierno, orillándolo a crear nuevas políticas. No obstante, las OSC se han vuelto agentes de cambio, jugando hoy en día un rol importante entre la sociedad y el gobierno.

⁴⁵ Anthony Giddens, *La tercera vía. La renovación de la socialdemocracia*, México, Taurus, 1999, pp 96

⁴⁶ Banco Mundial, *definición de Sociedad civil*, [En línea], México, Dirección URL: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTTEMAS/EXTCSOSPANISH/0,,contenMDK:20621524~menuPK:1502582~pagePK:220503~piPK:220476~theSitePK:1490924~isCURL:Y,00.html> [Consulta: 20 de marzo de 2013].

2.2- Un Granito de Arena A.C.

Como se ha mencionado, en la actualidad se encuentran diversas organizaciones sin fines de lucro que apoyan y tratan de buscar soluciones a diversos problemas sociales que llegan a perjudicar el bienestar de la población mexicana.

En dichas instituciones, organizaciones y/o asociaciones están dentro de sus prioridades el poder ofrecer servicios que vayan de acuerdo a las necesidades de ciertos grupos de personas. En el caso de los adultos mayores ésta se vuelve muy importante, debido a que este sector de la población ha sido orillado a situaciones extremas con el paso del tiempo, donde no cuentan muchas veces con ningún tipo de apoyo, incluso por parte de los familiares para poder tener una calidad de vida digna.

Es por esto que se vuelve fundamental la existencia de lugares que brinden ayuda a los adultos mayores, donde se les ofrezca lo básico para lograr mejorar sus condiciones: atención médica, actividades de estimulación física, hospedaje, orientación legal, entre otras.

Dentro de este sector (adultos mayores), la asociación Un granito de Arena. Casa de adultos mayores, juega un papel fundamental, debido a que se encarga y dedica a dar hospedaje, alimentación y atención básica a personas adultas mayores enfermas y con escasos recursos económicos.

Un Granito de Arena, es una “organización de la sociedad civil, sin fines de lucro que brinda asistencia y cuidado a una parte de la población de adultos mayores. Propone acciones que incidan en un cambio de las estructuras sociales para brindar una mejor calidad de vida a los adultos mayores”.⁴⁷

⁴⁷ Un granito de arena A.C., *Nosotros*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.ungranitodearena.org.mx/> , [Consulta: 5 de marzo de 2013].

La asociación se fundó en Febrero de 1992 y quedó constituida legalmente en abril de 1997 por la Dra. Graciela Gómez Rebolledo quien percibió la necesidad servicios de asistencia a Adultos Mayores. Por lo que abrió las puertas de una primera casa hogar localizada en Tlalpan.

Debido al crecimiento acelerado que tuvo en sus primeros años la casa hogar, fue que se logró constituir legalmente como Un Granito de Arena, A. C., recibiendo el permiso absoluto para poder fungir como una donataria autorizada. No obstante, la asociación hoy en día cuenta con 4 casas hogar ubicadas en las colonias Del Valle, Narvarte y Tlalpan, y se atienden aproximadamente 59 adultos mayores de los cuales son: 44 mujeres y 15 son hombres.



Tras su acelerada evolución, la asociación también logró ser apoyada durante cuatro años por el Programa de Coinversión de Indesol, presentando los proyectos: Un Granito de Arena por tu Salud, Apoyo Integral para el Anciano en Fase Terminal y Fomento a la Independencia para Actividades Básicas de la Vida Diaria.

Mediante este apoyo, la A.C. pudo lograr acondicionar y equipar con un área de consultorio médico y terapias en una de las casas hogar, donde también se cuenta con un vehículo para poder trasladar a los adultos mayores, y así puedan

realizar las terapias de activación física y cognitiva que requieren, con el fin de retrasar el deterioro que conlleva el envejecimiento.

Otra de las tareas que realiza la institución y que es de total relevancia, son las pláticas de sensibilización que ha brindado a jóvenes y adultos desde el 2006 hasta la fecha. En éstas se les proporciona todo tipo de información sobre lo que es el envejecimiento y sus implicaciones físicas, sociales y económicas; además de ofrecer una guía acerca de las alternativas de atención que ayudan a los adultos mayores, tratando de contrarrestar cualquier problema al que se puedan enfrentar.

Dentro de los apoyos económicos y en especie que recibe la asociación, han sido por parte de: Fomento Social Banamex, A. C., Fundación Ing. Alejo Peralta y Díaz Cevallos, I.B.P., Bancomer, Fundación Sólo por Ayudar, I.A.P., Fundación para la Protección de la Niñez, I.A.P., Fundación Jugos del Valle, Fundación Haghenbek y de la Lama, I.A.P., Kimberly Clark de México, Fundación Pfizer, entre otras.

Otro aspecto primordial con el cual se caracteriza Un granito de arena, es el modelo de atención que brinda a los adultos mayores que residen en la asociación, y consta en ofrecer un ambiente familiar, donde se establezca una convivencia armoniosa, que gire en torno al respeto y dignidad, evitando ambientes hostiles y desagradables.

En cuanto a las características de los servicios que ofrece Un Granito de Arena se encuentran:

- ✓ **Hospedaje:** Se evitan ambientes hospitalarios y de sobrepoblación; por lo que las habitaciones y espacios de convivencia están acondicionados con colores cálidos que dan un ambiente hogareño y de tranquilidad.

Las habitaciones de las casas están en función a las necesidades de sus residentes, por lo que se encuentran decoradas con ambientes cálidos y

de confort, los cuales ayudan y estimulan a los adultos mayores a sentirse como en su propio hogar.

La mayoría de población asistida se encuentra en estado de dependencia y semidependencia; por lo que el servicio de cuidadoras se realiza las 24 horas del día, durante todo el año.

Ahora bien, el perfil del personal cuenta con ciertas características que son de suma importancia tanto para los adultos mayores como para la asociación. Principalmente se basa en un trato humano, de respeto y dignidad hacia las personas que residen en cualquiera de las casas de Un Granito de Arena.

- ✓ **Alimentación:** Cuentan con la preparación de tres alimentos al día y un refrigerio a medio día, todos altos en valor nutritivo.
- ✓ **Cuidados básicos de enfermería:** Se les proporciona de forma permanente aseo e higiene, cambio de pañales, suministro de medicamentos, curaciones, toma de signos vitales, y primeros auxilios.
- ✓ **Estimulación Cognitiva** (memoria y reminiscencias): Se les aplican actividades que realizan en forma escrita o verbal, para estimular sus funciones mentales, y así poder evitar que queden aislados y caigan en estados depresivos.
- ✓ **Terapia Física y Rehabilitación:** La asociación cuenta con diversos aparatos de electro estimulación, con los que se les proporcionan a los adultos mayores sesiones de terapias para el tratamiento de todo tipo de dolores que llegan a presentar.
- ✓ **Eventos socioculturales:** Cuentan con la organización de eventos en fechas conmemorativas durante todo el año.

- ✓ **Servicio de lavandería:** Este servicio es totalmente personalizado y es tanto para ropa de la persona, como para cama (sábanas) de cada adulto mayor.

Todos los servicios ya mencionados son totalmente gratuitos, motivo por el cual la cantidad de adultos mayores que residen en cada una de las cuatro direcciones, debe ser de un máximo de 20 personas, ya que de lo contrario todos los servicios no se podrían brindar de manera satisfactoria.

Asimismo, el cupo de estos lugares también es limitado, debido a que los gastos son cubiertos únicamente por la asociación y los donativos que realizan las empresas, personas, etc., los cuales muchas veces no son suficientes.

Es importante destacar que a pesar de todas las actividades que realiza la asociación, también es cofundadora de la Red de Adultos Mayores del Distrito Federal, la cual “está integrada en la actualidad por 28 organizaciones miembros, cuyas principales actividades son: compartir experiencias, información, generar alianzas estratégicas con organismos públicos, privados y sociales (empresas, fundaciones y gobierno) que faciliten y contribuyan al desarrollo de programas y proyectos que incidan en una mejora en la calidad de la prestación de los servicios hacia los adultos mayores”.⁴⁸

La ubicación física de la Red de Adultos Mayores del Distrito federal se encuentra dentro de las instalaciones de “Un Granito de Arena, A.C.” quien forma parte de los miembros activos de la Red.

Los objetivos principales de la Red son: poder compartir información y experiencias entre las OSC que la conforman, promover acciones entre las instituciones públicas y privadas que desarrollen, fomenten y difundan de los derechos de los adultos mayores, fomentar una cultura justa y con enfoque de derechos de la vejez, con la participación del Adulto Mayor, su familia y la

⁴⁸ s/a, *Alianzas y Redes para la solidaridad con los Adultos Mayores*, México, Redam-reddeadultos.pdf.

sociedad, así como buscar soluciones a los problemas comunes que enfrentan las organizaciones.

2.2.1.- Misión.

Un granito de arena tiene como misión “brindar a los adultos mayores mediante un ambiente cálido, de familia y humano, servicios gerontológicos integrales de calidad, así como contribuir a una nueva percepción de la vejez en la sociedad que mejore su calidad de vida, que a su vez garantice el ejercicio de sus derechos humanos”⁴⁹

2.2.2.- Visión.

Dentro de su visión se encuentra el poder consolidarse como un “modelo replicable de atención y cuidados especializados dirigidos al adulto mayor, el cual los convierta en un referente de consulta y articulador de alianzas entre el sector público, privado y académico”.⁵⁰

2.2.3.- Valores.

Los valores con los que se rige y dan aún más sentido en el cómo trabaja la asociación son:

- ✓ Paciencia

⁴⁹ Un granito de arena A.C., *Desarrollo*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.ungranitodearena.org.mx/> [Consulta: 6 de marzo de 2013].

⁵⁰ Ibidem.

- ✓ Respeto
- ✓ Compromiso
- ✓ Responsabilidad

Cada uno de estos valores es considerado, aplicado y reflejado en las acciones de Un Granito de Arena, los cuales han generado un ambiente agradable y lo más humano posible, para así poder aminorar los problemas que arrastran los adultos mayores que ingresan a la asociación.

2.2.4.- Filosofía.

“Promover una conciencia humana de los problemas sociales, así como la consecuente responsabilidad para cooperar a resolverlos. El grado de avance de un país se puede medir por la forma en que cuidan a sus adultos mayores”.⁵¹

2.3.- Programas y/o proyectos.

Todos los programas que se llevan a cabo en Un Granito de Arena son de forma constante y permanente, por lo que dan sentido a lo que manejan como misión en la asociación, ya que por medio de éstos es como otras personas se involucran en el tema de los adultos mayores y llegan a colaborar de alguna manera.

La mayoría de los programas tienen como objetivo ofrecer información útil acerca de la importancia de los cuidados que necesitan las personas de la tercera edad, para así poder fomentar una sociedad con una cultura de respeto hacia ellos.

⁵¹ Op. cit. Un granito de arena A.C., *Nosotros*.

A continuación se muestra cada programa llevado a cabo en Un Granito de Arena A.C.:

PROGRAMAS	OBJETIVO	CARACTERÍSTICAS
<p>“Nutriendo a los grandes”</p>	<p>Dar una alimentación balanceada y con los nutrientes requeridos por los Adultos Mayores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se garantiza a través de los alimentos, (de su manejo, higiene, almacenamiento y preparación) el aporte nutricional adecuado para mantener y recuperar el bienestar físico de las personas adultas mayores. ▪ Se contrata una nutrióloga dos veces durante el año, para realizar valoraciones nutricionales. ▪ Se dan pláticas de capacitación al personal de cocina. ▪ Adquirir equipo semi-industrial, así como aditamentos necesarios.
<p>“Fomento a la independencia para actividades básicas de la vida diaria”</p>	<p>Mantener, preservar o recuperar a través de estimulación física y cognitiva la funcionalidad física y mental de los adultos mayores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se realizan todos los días actividades de terapia física y de estimulación cognitiva mediante el uso de aparatos y materiales didácticos. ▪ Se llevan a cabo dinámicas y juegos con los cuales se trabajen las áreas de motricidad gruesa y fina, socialización, cognición, valores y creatividad.

<p>“Entornos propicios y favorables”</p>	<p>Brindar espacios adecuados a las necesidades de movilidad y permanencia de los Adultos Mayores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se acondicionan espacios y mobiliario de acuerdo a las características y al grado de movilidad y dependencia que tienen los residentes de las casas. ▪ Se instalan rampas, barras de seguridad, agarraderas o incluso remodelaciones de infraestructura como lo es la instalación de plataformas hidráulicas. ▪ Se realizan jornadas de mantenimiento y limpieza en la que participan voluntarios y prestadores de servicio social.
<p>“Un granito de arena por tu salud”</p>	<p>Ofrecer servicios de revisión y diagnóstico médico geriátrico a los adultos mayores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se brindan servicios de revisión y diagnóstico médico geriátrico a los adultos mayores. ▪ Se lleva a cabo un trabajo multidisciplinario que involucra al Médico Geriatra de la Institución, el médico especialista de cabecera del Adulto Mayor, el Gerontólogo, el Nutriólogo y las enfermeras. ▪ Se promueve la obtención de material de curación y los aditamentos médicos necesarios (concentradores de oxígeno, baumanómetros, oxímetros, entre otros aditamentos).
<p>“Platicas de sensibilización para un</p>	<p>Brindar a empresas, universidades e</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se promueven ante diversos espacios sobre los cambios

<p>envejecimiento activo y saludable”</p>	<p>instituciones públicas y privadas; pláticas de sensibilización.</p>	<p>biopsicosociales que suceden en la vejez, con el fin de concientizar la importancia de una vejez con responsabilidad.</p>
<p>“Conviviendo con granito de arena”</p>	<p>Recibir visitas vivenciales y dinámicas por parte de empresas a las casas hogar, que fomenten una cultura de respeto y revalorización de las personas adultas mayores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se realizan visitas vivenciales generando relaciones inter-generacionales en las que a través de dinámicas grupales y juegos se fomenta una cultura de respeto y revalorización hacia las personas adultas mayores.
<p>“Servicio social”</p>	<p>Establecer relaciones Inter generacionales entre los jóvenes y los Adultos Mayores que generen un cambio hacia una percepción positiva de los viejos y la vejez.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Un Granito de Arena A.C consiente del capital social que representan los prestadores de Servicio Social y el voluntariado tiene convenio con diversas escuelas a nivel medio superior y superior, en donde los estudiantes de acuerdo a su perfil profesional, su talento y habilidades son canalizados a los diversos programas con los que opera la institución; potencializando así nuestra labor social.
	<p>Realizar la venta directa de plantas de Nochebuenas a empleados de empresas,</p>	

<p>“Una noche llena de buenas intenciones”</p>	<p>instituciones y diversos organismos; en los meses de noviembre y diciembre, con el objetivo de procurar fondos para la operación de las casas hogar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En Noviembre y Diciembre se realiza una venta directa de Nochebuenas con el fin de recaudar fondos para los gastos operativos de la institución.
<p>“Una flor con causa”</p>	<p>Llevar a cabo la venta directa de Arreglos de Flores Naturales a empresas en Días Festivos como: Día de la Madre y Día del Amor y la Amistad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se realiza la venta de plantas naturales en fechas significativas como fiestas decembrinas y el día de las madres, con el fin de recaudar fondos para los gastos operativos de la institución.
<p>“Empoderamiento de la Salud”</p>	<p>Implementar la vacunación como medio de Prevención</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se brindan pláticas informativas sobre salud, esquema de vacunación, niveles de atención en el sector salud. ▪ Se imparten en los grupos de adultos mayores y Universidades de la Tercera Edad de la Delegación Benito Juárez, en organizaciones de la sociedad civil que trabajan con adultos mayores funcionales en otras Delegaciones del D.F.

<p>“Educando para ser Grande”</p>	<p>Elevar la calidad de vida de adultos y adultos mayores en 4 rubros: Redes de Apoyo Social, Sentido de Vida, prevención en salud y Educación financiera.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se brindan pláticas informativas en temas de sentido de vida, educación financiera, promoción de la salud y redes de apoyo social.
--	--	--

Fuente: Elaborado con los datos de la presentación Concepción González R., encargada del Desarrollo Institucional de Un granito de arena.

La existencia de todos estos programas es de gran importancia para la asociación, ya que mediante estos se interesan nuevas personas, las cuales brindan apoyo a la asociación, para que continúe trabajando en diversos rubros que son para el bienestar de los adultos mayores.

2.4.-Antecedentes publicitarios.

Se sabe que los medios de comunicación masiva son de gran importancia debido a que permiten crear en el público conocimientos e interés en los ciudadanos para llevar a cabo cierto cambio en sus acciones, por tanto, en temas de índole social son una excelente herramienta para lograr el o los objetivos deseados en temas o problemas específicos.

Sin embargo, en lo que respecta a los antecedentes publicitarios de Un Granito de Arena, es importante señalar que los existentes recaen sólo en los programas con los que la asociación cuenta de forma constante desde hace algunos años.

De modo que, es en éstos donde se hayan algunas ejecuciones, como en el caso de uno de los proyectos más recientes: “Campaña de Empoderamiento de la Salud”, en la que contribuyó la Fundación Pfizer.

Este proyecto tenía como objetivo implementar la vacunación como medio de prevención en los adultos mayores, razón por la cual cada propuesta seguía el mismo eje de información. Dicho programa, al contar con el apoyo de Pfizer logró tener un poco más de material (impresos) realizado, el cual fue:

Calendario:



Hoja informativa:

TELÉFONOS EMERGENCIA		TELÉFONOS DE UTILIDAD PARA TI	
POLICÍA 066	INAPAM Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores 55 36 11 43		
BOMBEROS 57 68 25 32	IAAM Instituto para la Atención de los Adultos Mayores en el Distrito Federal 52 08 35 83		
CRUZ ROJA 065 53 95 11 11	LÍNEA PLATEADA 55 33 55 33		
LOCATEL 56 58 11 11	RED ÁNGEL *433		

ESQUEMA DE VACUNACIÓN QUE DEBEN CUMPLIR LOS ADULTOS MAYORES			
VACUNA	NEUMOCOCO	TÉTANOS	INFLUENZA
MEDIO DE CONTAGIO	Por gotas de saliva o secreciones nasales.	A través de una lesión o una herida.	Por gotas de saliva o secreciones nasales.
SIGNOS Y SÍNTOMAS	<ul style="list-style-type: none"> Escalofríos Fiebre Dolor torácico Dificultad respiratoria Tos con flema 	<ul style="list-style-type: none"> Espasmos musculares que pueden causar dengues o fracturas de columna. 	<ul style="list-style-type: none"> Fiebre Dolor de garganta Prurito Tos intensa Puede ser mortal
APLICACIÓN DE LA VACUNA	Única dosis en adultos mayores de 65 años en adelante. Durante la Temporada Invernal.	Aplicarse dos dosis con un intervalo de un mes entre cada aplicación y un refuerzo cada 10 años. A lo largo del año.	Actualmente. Noviembre - Febrero
CONTRAINDICACIONES	<ul style="list-style-type: none"> Antecedente de reacciones severas a la vacuna. Tener fiebre mayor a 38.5° 	<ul style="list-style-type: none"> Hipersensibilidad a la vacuna. Tener fiebre mayor a 38.5° Antecedentes de reacciones severas a la vacuna. Inmunodeficiencias, a excepción del VIH. 	<ul style="list-style-type: none"> Alérgicos a las proteínas proteicas del huevo o a los componentes de la vacuna Tener fiebre mayor a 38.5°

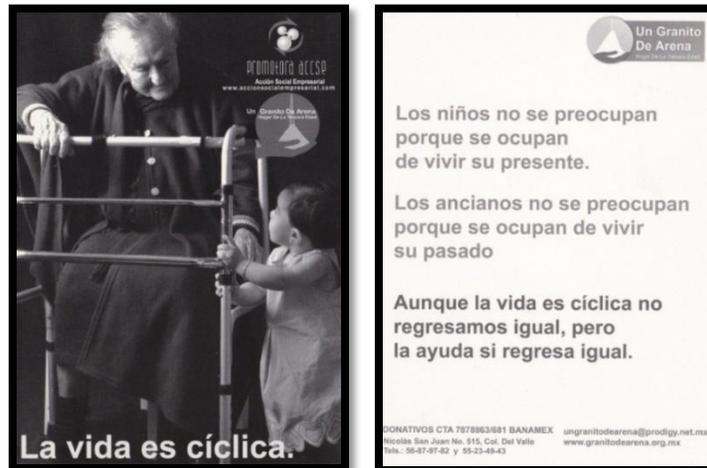
Tríptico:



Un aspecto característico del material mostrado, es que fue totalmente informativo, lo cual está bien, ya que es de gran utilidad para los adultos mayores, sin embargo, al querer brindar la mayor cantidad posible de datos, las propuestas se tornaron poco atractivas, y aún más con el tipo de imágenes que contenían. Por tanto, dentro de la publicidad que maneja la asociación se puede ver que existe una falta de creatividad en la elaboración de su material.

Así como estos impresos que se manejaron en la campaña antes mencionada, existen algunos otros similares, los cuales además de tener las mismas fallas son de varios años atrás, época en la que aún no tenían un logo bien diseñado.

❖ Postal:



❖ Trípticos:

Opción 1.

<p>Misión</p> <p>Proporcionar servicios gerontológicos de calidad, en donde el adulto mayor encuentre la tranquilidad de un hogar.</p> <p>Visión</p> <p>Ser la institución reconocida como modelo de atención al adulto mayor, participando en la promoción de los derechos de este sector.</p> <p>Objetivos</p> <p>Brindar a los adultos mayores la tranquilidad de un hogar y un ambiente familiar, para satisfacer sus necesidades físicas, emocionales y espirituales.</p> <p>Servicios</p> <p>Hospedaje, alimentación y atención básica en seis casas-hogar ubicadas en Tlalpan, Narvarte y Del Valle.</p>	 <p>Nicolás San Juan No. 515 Colonia Del Valle Código Postal 03100 Delegación Benito Juárez</p> <p>Tels. 56-87-97-82 55-23-49-43</p> <p>www.granitodearena.org.mx ungranitodearena@prodigy.net.mx</p> 	  <p>CASA HOGAR UN GRANITO DE ARENA</p> <p><i>"Ayudamos, la vida se encargará de recompensarte".</i></p>
---	--	--

Opción 2.-

<p>Misión</p> <p>Proporcionar servicios gerontológicos de calidad, en donde el adulto mayor encuentre la tranquilidad de un hogar.</p> <p>Visión</p> <p>Ser la institución reconocida como modelo de atención al adulto mayor, participando en la promoción de los derechos de este sector.</p> <p>Objetivos</p> <p>Brindar a los adultos mayores la tranquilidad de un hogar y un ambiente familiar, para satisfacer sus necesidades físicas, emocionales y espirituales.</p> <p>Servicios</p> <p>Hospedaje, alimentación y atención básica en seis casas-hogar ubicadas en Tlalpan, Narvarte y Del Valle.</p>	 <p>Nicolás San Juan No. 515 Colonia Del Valle Código Postal 03100 Delegación Benito Juárez</p> <p>Tels. 56-87-97-82 55-23-49-43</p> <p>www.granitodearena.org.mx ungranitodearena@prodigy.net.mx</p> 	  <p>CASA HOGAR UN GRANITO DE ARENA</p> <p><i>"Hoy tu los ayudas a levantarse, mañana alguien te apoyará".</i></p>
---	--	--

Opción 3.-

<p>Misión Proporcionar servicios gerontológicos de calidad, en donde el adulto mayor encuentre la tranquilidad de un hogar.</p> <p>Visión Ser la institución reconocida como modelo de atención al adulto mayor, participando en la promoción de los derechos de este sector.</p> <p>Objetivos Brindar a los adultos mayores la tranquilidad de un hogar y un ambiente familiar, para satisfacer sus necesidades físicas, emocionales y espirituales.</p> <p>Valores Paciencia. Respeto. Compromiso. Responsabilidad.</p> <p>Servicios Hospedaje, alimentación y atención básica en seis casas-hogar ubicadas en Tlalpan, Narvarte y Del Valle.</p>	 <p>Nicolás San Juan No. 515 Colonia Del Valle Código Postal 03100 Delegación Benito Juárez</p> <p>Tels. 56-87-97-82 55-23-49-43</p> <p>www.granitodearena.org.mx ungranitodearena@prodigy.net.mx</p> 	  <p>CASA HOGAR UN GRANITO DE ARENA</p> <p><i>"Ayúdalos a levantarse como ellos una vez se enscharon".</i></p>
--	--	---

Opción 4.-

<p>Misión Proporcionar servicios gerontológicos de calidad, en donde el adulto mayor encuentre la tranquilidad de un hogar.</p> <p>Visión Ser la institución reconocida como modelo de atención al adulto mayor, participando en la promoción de los derechos de este sector.</p> <p>Objetivos Brindar a los adultos mayores la tranquilidad de un hogar y un ambiente familiar, para satisfacer sus necesidades físicas, emocionales y espirituales.</p> <p>Valores Paciencia. Respeto. Compromiso. Responsabilidad.</p> <p>Servicios Hospedaje, alimentación y atención básica en seis casas-hogar ubicadas en Tlalpan, Narvarte y Del Valle.</p>	 <p>Nicolás San Juan No. 515 Colonia Del Valle Código Postal 03100 Delegación Benito Juárez</p> <p>Tels. 56-87-97-82 55-23-49-43</p> <p>www.granitodearena.org.mx ungranitodearena@prodigy.net.mx</p> 	  <p>CASA HOGAR UN GRANITO DE ARENA</p> <p><i>"Nunca es suficiente. Necesitamos del granito de arena de todos".</i></p>
--	--	--

Cabe mencionar, que la contribución de diversas escuelas, o recién egresados, ayudó a la obtención de un logo mejor diseñado, así como, la creación de su página de internet y perfiles en las redes sociales. Sin embargo por ser simplemente colaboraciones voluntarias por parte de estudiantes, estas nuevas herramientas quedan rezagadas y olvidadas, es decir, no se siguen trabajando. Por lo que en cuanto a los antecedentes publicitarios se ve una deficiencia en ejecución.

Capítulo 3.- Propuesta de campana social para prevenir el abuso de adultos mayores.

3.1.- Causa.

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, la situación y percepción actual que se tiene hacia los adultos mayores, ha ido cambiando con el paso de los años debido a variaciones socio-culturales. Por lo que hoy en día las personas de la tercera edad se han convertido en un grupo vulnerable a cualquier tipo de abuso.

No obstante, el maltrato que se ha presenciado en las personas de edad avanzada, se ha vuelto un tema importante y de preocupación pública, justicia y de estudio porque cada vez son más los casos de abuso que se observa en los adultos mayores, los cuales parten desde cuestiones sociales, económicas, físicas, psicológicas y emocionales.

Sin embargo, el hecho más alarmante es cuando los adultos mayores son abandonados en las calles y dejados a su suerte, quedando totalmente solos y sin ningún tipo de ayuda. Es por esto que la causa y razón principal de la propuesta de campana se enfocará principalmente en este tipo de maltrato, el abandono, el cual se puede dar en muchas formas y sentidos.

3.2.- Agente de cambio.

Para impulsar y generar una mayor sensibilización en el tema de los adultos mayores, el agente de cambio principal será *Un Granito de Arena. Casa de adultos mayores*, quien se encarga y dedica a dar hospedaje, alimentación y atención básica a personas adultas mayores enfermas y con escasos recursos económicos.

Asimismo, esta OSC juega un papel importante a favor de las personas adultas mayores, ya que tiene como objetivo general promover una conciencia humana, la cual beneficie a las personas de la tercera edad.

Otro aspecto importante de Un Granito de Arena, es que en todos los programas que ha llevado a cabo incluye también a los jóvenes, con el fin de que éstos logren entender todo lo que conlleva la vejez. Es decir, todos los límites y problemas a los se enfrentan las personas de avanzada edad, para que así éstos se puedan formar una mejor conciencia hacia el trato que se les brindan a los adultos mayores.

Por lo tanto, el agente de cambio de éste proyecto es fundamental para influir en el target elegido, el cual, se encuentra en una etapa de rebeldía y sólo se preocupa de los eventos que tiene en su día a día, más no en los hechos que tendrán que experimentar y afrontar en unos años, como por ejemplo el tener que buscar empleo y sobre todo la llegada de la vejez.

3.3.-Destinatario.

Este proyecto se enfocará a los adolescentes de entre 12 y 18 años de edad, de género indistinto, que cursen la secundaria y/o preparatoria que se ajusten a los

niveles C, D+ y D, pues de acuerdo con el ILEF son estos los niveles socioeconómicos quienes recurren predominantemente a solicitar orientación familiar o algún tipo de ayuda.

- **Jóvenes:**

Medidas Demográficas: Hombres y mujeres que se encuentren estudiando la secundaria o el nivel medio superior con una edad de entre 12 a 18 años de edad, que sean residentes de la Ciudad de México pertenecientes a la delación Benito Juárez con un nivel socioeconómico C, D+, D.

Medidas Psicográficas: Son jóvenes con un punto de vista no tan crítico sobre la política y la sociedad. Debido a la etapa en la que se encuentran suelen tener actitudes inesperadas, como por ejemplo, dejar de convivir con sus seres queridos por el simple hecho de querer comenzar a explorar el mundo sin importarles nada más.

Estilo de vida: Son jóvenes estudiantes de tiempo completo, las exigencias de la escuela los mantiene un mínimo de 6 horas diarias ahí. En su tiempo libre les encanta escuchar música, ir a conciertos, salir con sus amigos, tener salidas al cine, y la mayoría convive con sus familiares únicamente los fines de semana, a excepción de los que viven con alguno de ellos.

- **Adultos mayores:**

Medidas Demográficas: Hombres y mujeres mayores de 60 años de edad que sean residentes de la Ciudad de México pertenecientes a la delación Benito Juárez con un nivel socioeconómico C, D+, D.

Medidas Psicográfica: Son personas en su gran mayoría jubiladas, quienes cuentan con un punto de vista crítico sobre la sociedad debido a la educación que recibieron (valores y costumbres). Asimismo suelen ser personas que

idolotran sus pertenencias ya que estas representan una parte importante de su vida, lo cual los orilla a guardar y cuidar muy bien la existencia de estas. De igual forma les encanta tener conversaciones con las personas dónde cuenten historia que vivieron e hicieron.

Estilo de vida: Son personas que les gusta salir a parques con su familia, les gusta escuchar la radio y ver películas que les recuerden la época en la que vivieron.

3.3.1.- Investigación de mercado.

La investigación de mercado es una serie de actividades que permiten la obtención, recopilación y análisis de la información, la cual dará lugar a un mayor entendimiento acerca del público objetivo que se maneje, y con base en los resultados se puedan tomar ciertas decisiones para la elaboración de proyectos, ya sean de índole comercial o de problemáticas sociales.

De acuerdo a Naresh Malhotra, la investigación de mercados es definida como "la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia" ⁵²

Asimismo, dicha investigación es muy importante y necesaria, ya que mediante esta se reúnen datos que ayudan a identificar aspectos relevantes de nuestro público objetivo como por ejemplo: formas de pensar, de interpretar, motivaciones, deseos, necesidades y actitudes.

Ahora bien, para la obtención de los datos antes mencionados es fundamental recurrir a dos métodos: cualitativo y cuantitativo. El primero sirve para conocer

⁵² Malhotra Naresh, *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*, México, Pearson Educación, 2004, pp. 21 y 22.

más a fondo la forma de pensar de nuestro target, aportándonos rasgos aún más específicos (cualidades). Mientras que el segundo cumple la función de poder arrojar información general que puede ser comprobable y comparable, medible y replicable.

Es por esto que en cualquier proyecto se debe realizar una investigación de mercados para tener más claro la situación en la que se encuentra nuestro target, para así poder ofrecer una solución a problemáticas sociales, como lo es en el caso de las campañas sociales.

3.3.1.1.-Elección del método de investigación.

Para este proyecto: propuesta de campaña social para prevenir el abuso de adultos mayores, de los métodos antes mencionados se eligió el cuantitativo, el cual dentro de sus modelos o técnicas se encuentra la encuesta, debido a que de esta forma se pueden obtener datos más específicos y exactos acerca del trato que reciben los adultos mayores y los que los jóvenes les dan.

La elección de éste método se consideró el más apropiado porque mediante éste es más fácil que las personas pudieran contestar lo más honestamente posible, por el hecho de responder ellos mismos (solos) la encuesta, sin tener la presión de alguien más. De igual forma es mucho más útil aplicar encuesta porque esta se puede emplear a un mayor número de personas del target requerido.

Otros beneficios que tiene la encuesta es principalmente por el hecho de poder ofrecer información con la cual uno pueda conocer la percepción general que tiene nuestro público objetivo acerca del tema de los adultos mayores, que se basa especialmente en el trato que reciben y se les da a los adultos mayores. Asimismo por la rapidez en su aplicación, lo cual era un aspecto importante para que las personas encuestadas no pierdan el interés de responder.

*“La encuesta consiste en recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra. La información escogida podrá emplearse para un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial o imprecisa. La importancia de la encuesta en el estudio de mercado radica en tener la posibilidad de conocer sobre las orientaciones, preferencias y predisposiciones de las personas ante un bien o servicio”.*⁵³

Por tanto, dicho método para éste proyecto fue el más funcional ya que el objetivo principal era conocer y tener información que pudiera confirmar o refutar toda la investigación previa acerca del abuso de los adultos mayores, lo cual más adelante se explicara y mostrará.

3.3.1.2.-Diseño de la investigación.

En la elaboración de ésta encuesta se incluyeron preguntas cerradas, sobre todo en temas concretos como actividades y estilo de vida, y además se colocó un cuadro valorativo para dar mayor libertad en las respuestas de los encuestados, ya que mediante éste pudieron expresar aún más su forma de sentir y percibir ciertas situaciones.

El fin de este método era conocer la forma en la que actúan, perciben y consideran los jóvenes el trato que se les brinda y da a los adultos mayores, ya sean sus familiares o personas en general que pertenezcan a ese rango de edad. En lo que respecta a la encuesta aplicada a las personas de edad avanzada, se enfocaba principalmente en identificar si ellos partiendo desde su hogar reciben buenos tratos para así ver desde dónde surge el problema del abuso de los adultos mayores, el cual de forma más precisa y exacta es el abandono.

⁵³ Rojas Soriano Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, México, Plaza y Valdés, 1998, pp. 153.

A continuación se muestra el modelo de encuesta aplicado a adultos mayores de 60 años de edad y a jóvenes de 12 a 18 años de edad, de la delegación Benito Juárez, de nivel socioeconómico C, D+ y D.

Adultos Mayores

Objetivo: Este cuestionario tiene únicamente fines estadísticos y los resultados tendrán completa confidencialidad. Te recordamos que en este estudio no hay respuestas correctas o incorrectas, por lo que puedes contestar con honestidad.

Instrucciones: Elige la respuesta más adecuada según sea tu caso.

Sexo: (1) Masculino (2) Femenino

Edad: _____

Delegación: _____

Ocupación:

(1) Trabajo

(2) Jubilado/a

(3) Ama de casa

(4) Otro

Especifica: _____

1. La casa donde vive es:

(1) Propia

(2) Rentada

(3) Otra

Especifica: _____

2. Vive con (puedes seleccionar más de una opción):

(1) Hermanos

(2) Hijos

(3) Esposo/a

(4) Solo/a

(5) Otro

Especifica:_____

3. ¿Tiene hijos?

(1) Si

¿Cuántos?_____ Edad:_____

(2) No **(pasa a la pregunta 5)**

4. ¿Tiene nietos?

(1) Si

¿Cuántos?_____ Edad:_____

(2) No

5. ¿Con quién convive más?

(1) Hijos

(2) Nietos

(3) Hermanos

(4) Otros

Especifica:_____

6. ¿De quienes recibe más cariño?

(1) Hijos

(2) Nietos

(3) Hermanos

(4) Otros

Especifica: _____

7. ¿Quiénes se preocupan más por usted?

(1) Hijos

(2) Nietos

(3) Hermanos

(4) Otros

Especifica: _____

8. ¿Quiénes cubren sus gastos y necesidades?

(1) Hijos

(2) Nietos

(3) Hermanos

(4) Otros

Especifica: _____

9. ¿Cuenta con alguna ayuda económica por parte del Gobierno?

(1) Si

Especifica: _____

(2) No

10. ¿Cuenta con algún tipo de ingreso?

(1) Si

Especifica: _____

(2) No

11. Marque con una X la opción que más se acerque a usted.

	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca
Recibe atención en su casa por				

parte de sus hijos.				
Recibe atención en su casa por parte de sus nietos				
Recibe atención en su casa por otros familiares (sobrinos, hermanos, etc.)				
Cuando sale de su casa va acompañado/a.				
Ayuda económicamente en su hogar.				
Realizas labores domésticas en su hogar.				

12. ¿Cuenta con IMSS o ISSSTE?

(1) Si

(2) No

13. ¿Conoce la ley que respalda a los adultos mayores?

(1) Si

Específica: _____

(2) No

Jóvenes de 12 a 18 años de edad.

Objetivo: Este cuestionario tiene únicamente fines estadísticos y los resultados tendrán completa confidencialidad. Te recordamos que en este estudio no hay respuestas correctas o incorrectas, por lo que puedes contestar con honestidad.

Instrucciones: Marca con una **X** la respuesta más adecuada según sea tu caso.

Sexo

- (1) Masculino (2) Femenino

Edad: _____

Delegación: _____

Ocupación:

- (5) Trabajo
(6) Estudiante
(7) Estudiante/Trabajo
(8) Otro

Especifica: _____

14. La casa donde vives es:

- (4) Propia
(5) Rentada
(6) Otra

Especifica: _____

15. Vives con (puedes seleccionar más de una opción):

- (6) Ambos padres
(7) Madre
(8) Padre
(9) Hermanos

(10) Abuelos

(11) Amigos

(12) Otro

Especifica: _____

16. ¿Tienes abuelos vivos? (Aunque sea uno).

(3) Si

(4) No **(pasa a la pregunta 6)**

17. ¿Con qué frecuencia convives con ellos?

(5) Diariamente

(6) Una vez a la semana

(7) Cada quince días

(8) Una vez al mes

(9) Esporádicamente

18. ¿Qué relación tienes con ellos?

(1) Muy buena

(2) Buena

(3) No tan buena

(4) Indiferente

19. ¿A partir de qué edad consideras una persona adulta mayor?

(1) De los 50 años en adelante.

(2) De los 60 años en adelante.

(3) De los 70 años en adelante.

20. ¿Qué piensas cuando vez un adulto mayor?

(1) Experiencia/Sabiduría/Respeto

(2) Obsoleto/Viejo/Aburrido

(3) Nada/Indiferencia.

21. ¿Qué tan frecuente convives con adultos mayores?

- (1) Muy frecuente
- (2) Regularmente
- (3) Rara vez

22. Marca con una **X** la opción que más se acerque a ti.

¿Qué tan a menudo realizas las siguientes acciones?

	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Nunca
Si vez a un adulto mayor en el transporte público le cedés tu lugar.				
Ayudas a cruzar las calles a los adultos mayores.				
Te refieres respetuosamente hacia ellos.				
Consideras que los adultos mayores deben ayudar económicamente a sus familiares.				
Te suelen desesperar las				

prácticas de los adultos mayores.				
--	--	--	--	--

23. ¿Conoces la ley que respalda a los adultos mayores?

(3) Si

Especifica: _____

(4) No

¡Gracias!

3.3.1.3.-Selección de la muestra.

El método de investigación seleccionado (encuesta), fue aplicado a 100 jóvenes de ambos sexos de entre 12 y 18 años de edad y 100 adultos mayores de 60 años, en el parque de "Los Venados", el parque hundido, la secundaria 10 "Leopoldo Ayala y la secundaria 38 "Josefa Ortiz de Domínguez", lugares situados en la delegación Benito Juárez de niveles socioeconómicos C, D+ y D.

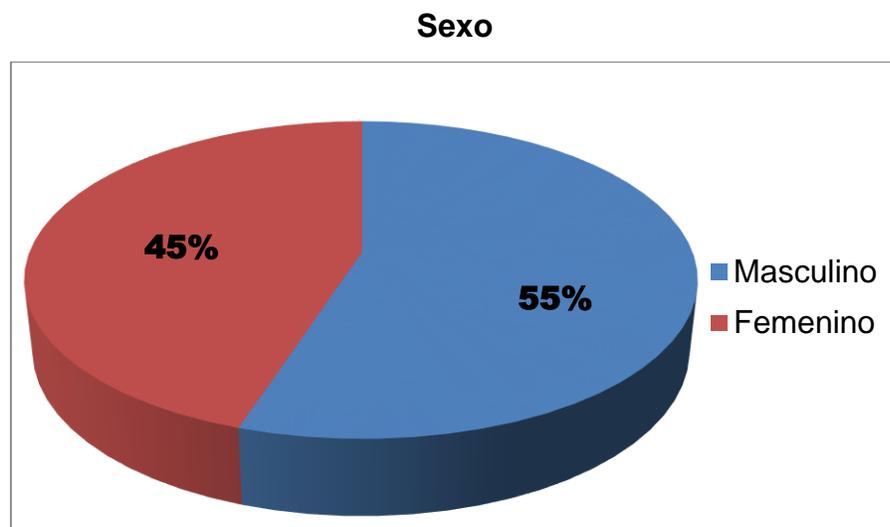
Si bien, ésta selección se hizo para saber lo que piensan las personas de edad avanzada acerca del trato que reciben por parte de sus familiares, así como el trato que los jóvenes de esa edad brindaban a adultos mayores, ya que comúnmente en este etapa es dónde éstos suelen alejarse de su familia, mostrando un desinterés del bienestar de ésta y todo por el simple hecho de querer vivir su vida y experimentar cosas nuevas sin que nadie ni nada los limite.

Por lo que, con lo mencionado anteriormente es que se vuelve de total importancia el poder conocer la forma de percibir y actuar de las personas encuestadas, con el fin de identificar la etapa o momento donde los adultos mayores dejan de ser valorados y apreciados por parte de sus seres queridos.

3.3.1.4.-Recopilación de datos, procesamiento y análisis de la información.

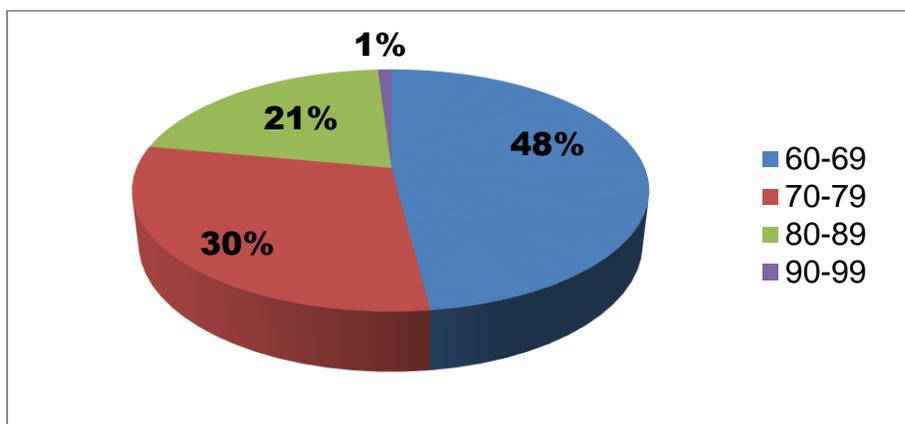
A continuación se muestran los resultados arrojados de los dos tipos de encuesta que fueron aplicados y su respectivo análisis, con el cual se podrá llegar a una conclusión general de la investigación de mercados.

- **Adultos Mayores**



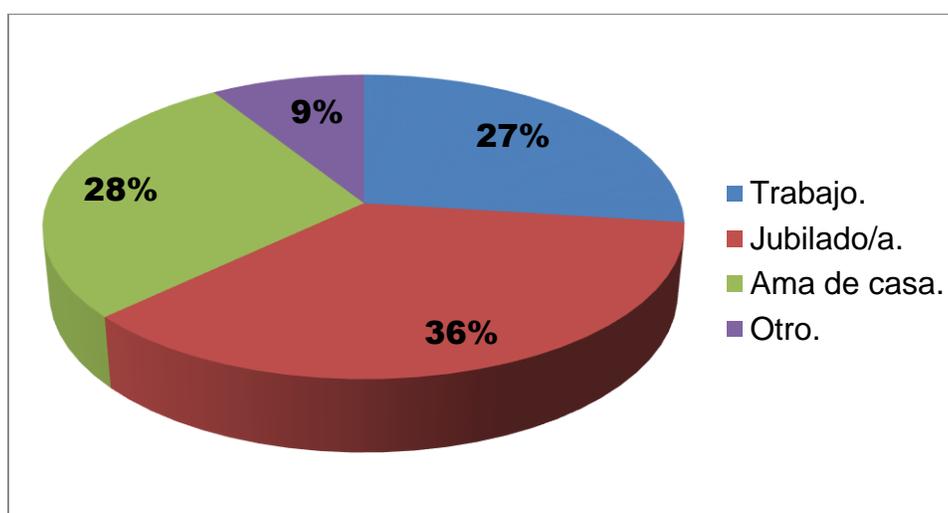
Si bien éste primer diseño de encuesta fue realizado y aplicado a personas adultas mayores de cualquier sexo, el que más predominó fue el de los hombres, sin embargo el porcentaje no varió mucho y por tanto se tiene un resultado equilibrado, principalmente en cuanto a la obtención de percepciones.

Edad



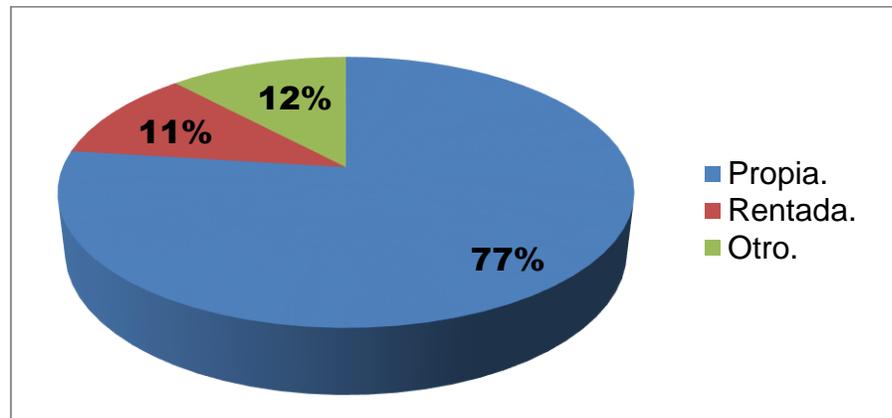
En cuanto a la edad, para tener un conteo de forma más ordenada y precisa se dividió en cuatro grupos, de los cuales el mayor número de los encuestados fue de 60 a 69 años, por lo que la mayoría de las percepciones obtenidas son de este grupo.

Ocupación



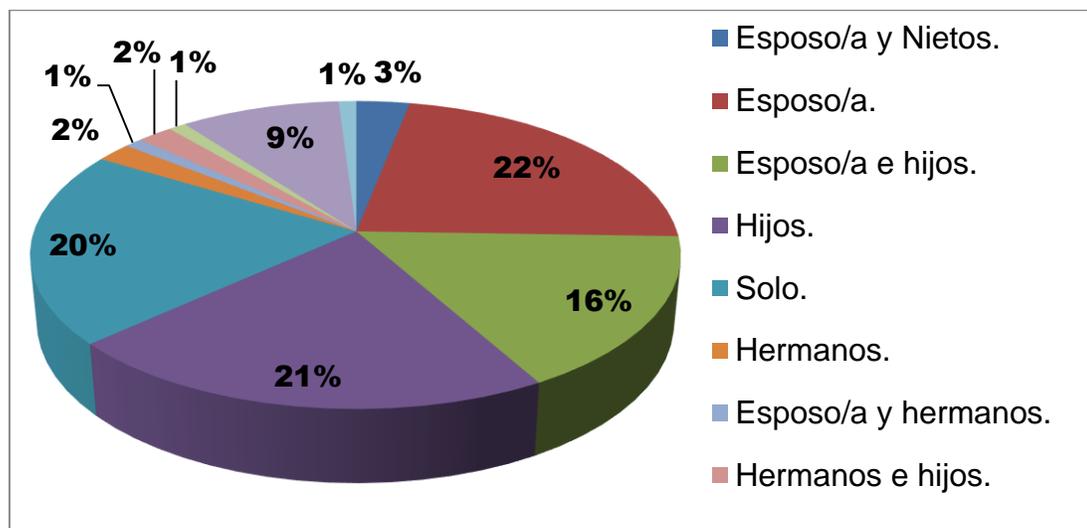
Dentro de las ocupaciones, la que más destacó fue la de los adultos mayores que son jubilados (hombres y mujeres), mientras que en segundo lugar fueron las amas de casa, dejando por muy poco en tercer lugar a los que aún trabajan y que en su mayoría son hombres.

La casa donde vive es:



Ahora bien, independientemente de que algunos adultos mayores actualmente sean jubilados, trabajadores o amas de casa, el lugar donde viven es propio y únicamente una pequeña cantidad vive en casa rentada (11%) o prestada, el cual representa el porcentaje de otro (12%). Este porcentaje se refiere a aquellos adultos mayores que viven en casa de sus hijos o algunos familiares quienes les permiten vivir ahí sin ningún costo.

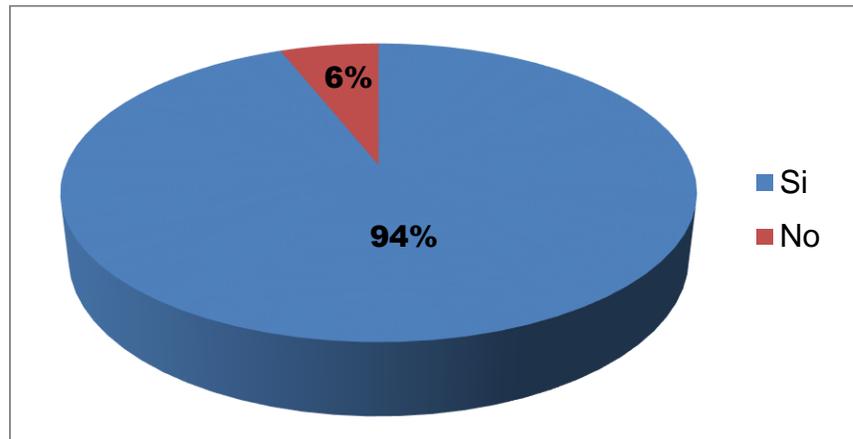
Vive con:



En éste punto de la encuesta se encontró mucha variedad de información acerca de con quienes vivían los adultos mayores, es por esto que se consideró pertinente poner cada una de las respuestas dadas por los encuestados. Ahora bien, apesar de que hubo diversidad en las respuestas, la que predominó fue

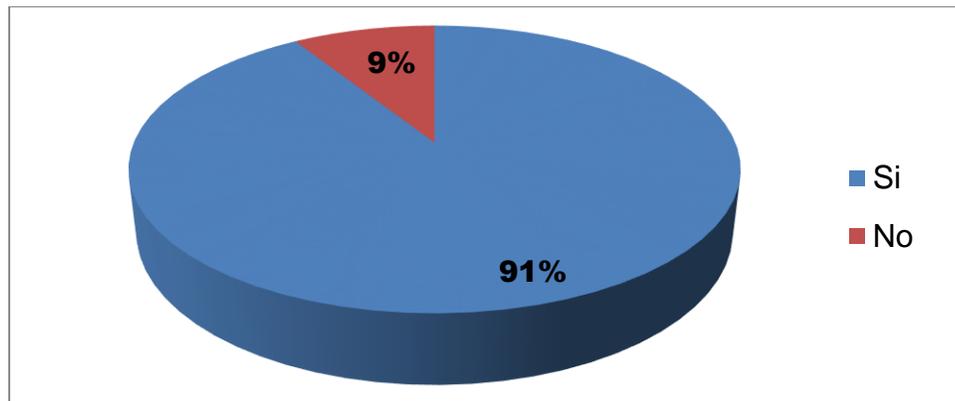
donde mencionaron que únicamente vivían con su esposo/a, lo cual demuestra el hecho de que ellos mismos ven por sus necesidades inmediatas e inesperadas.

¿Tiene Hijos?



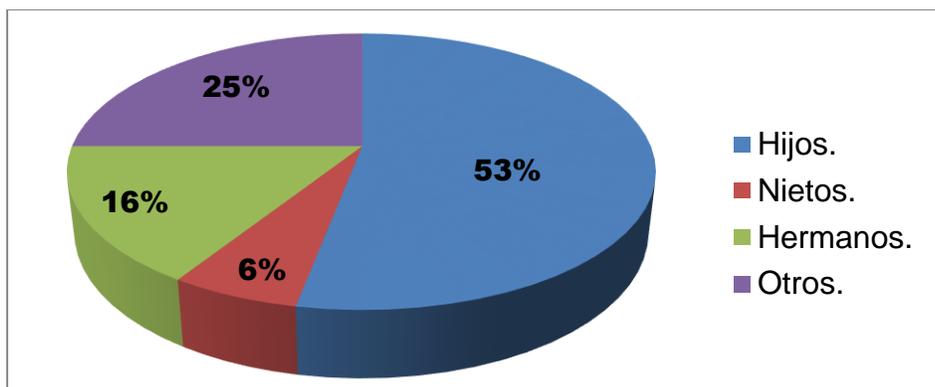
Debido a las edades de los encuestados (60-90) y su estado civil (casado) la mayoría afirmó tener hijos, los cuales variaban entre los 17 y los 70 años de edad y lo mismo sucedió en cuanto a la cantidad, ya que hubo quienes sólo tenían 1 hijo mientras que otros llegaron a tener 11 hijos.

¿Tiene nietos?



Ahora bien, en cuanto a los nietos al igual que en la pregunta anterior la gran parte sí tiene y las edades son entre 1 año de edad y los 52 años, y si en cantidad se habla se hayó una variación entre los que sólo tenían 1 y los que llegaron a tener 16 nietos. Asimismo, otro aspecto importante es que debido al gran rango de edad, había quienes no sólo tenían nietos si no también bisnietos.

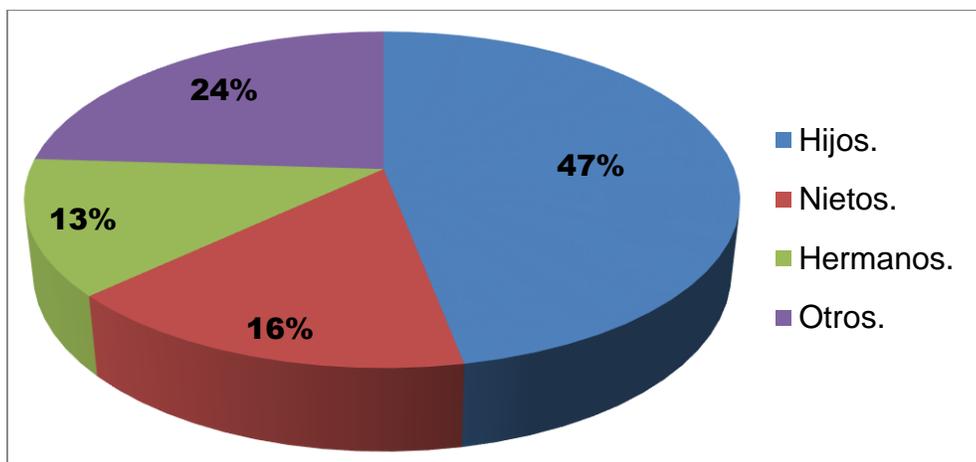
¿Con quién convive más?



A partir de esta pregunta fue que se empezó a indagar acerca del trato que reciben los adultos mayores dentro de sus hogares, para así poder identificar los posibles problemas dónde los adultos dejaban de ser atendidos o apreciados por sus seres queridos. Al mismo tiempo ésta pregunta y las siguientes servirían para identificar que familiares son los que menos atención les prestan.

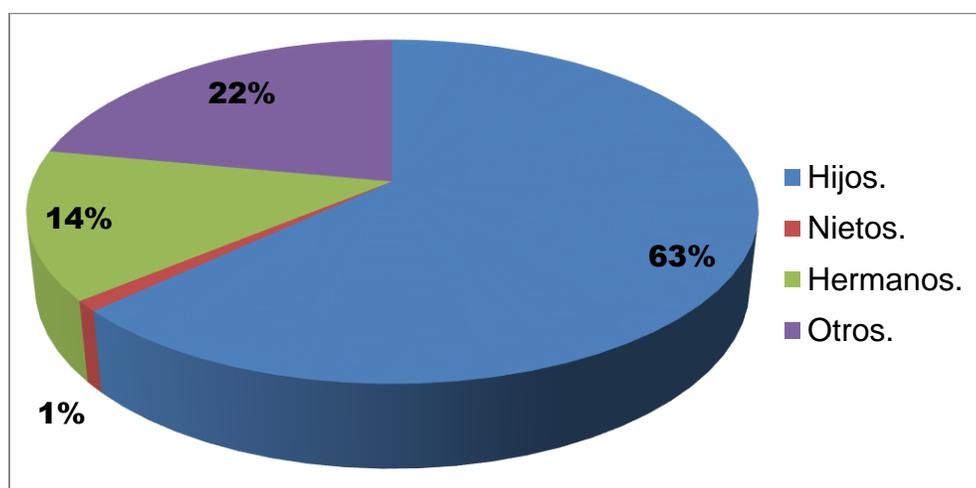
A lo que, en el caso de ésta pregunta el mayor porcentaje de las personas que conviven más con los adultos mayores fueron los hijos de éstos, a diferencia de los nietos, y esto se debe en gran parte a la etapa en la que se encuentran los jóvenes, donde su único interés es explorar y vivir cosas nuevas, dejando lo ordinario y conocido en un segundo plano.

¿De quién recibe más cariño?



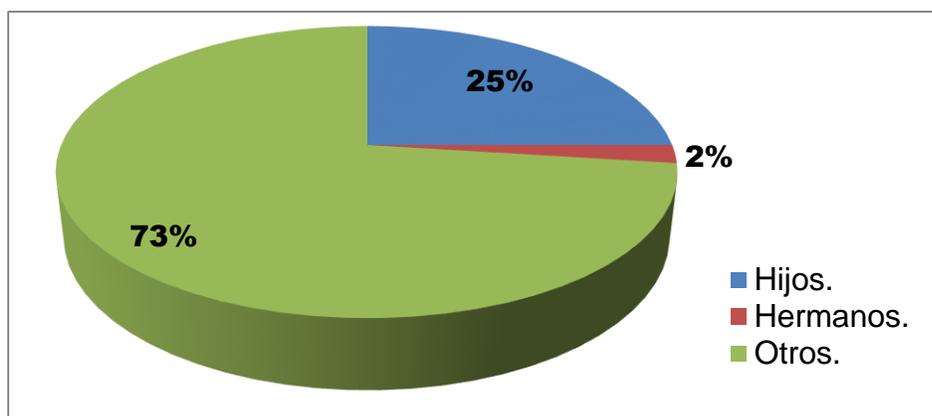
Si bien en la anterior pregunta se habla de la convivencia, en ésta se trata de profundizar a un más el lazo de amor que existe entre las personas de la tercera edad y sus familiares, como lo es el afecto y cariño que les tienen. Al igual que en la gráfica anterior los hijos de los adultos mayores son quienes más cariño les ofrecen. No obstante hay una muestra representativa del cariño de los nietos hacia ellos.

¿Quiénes se preocupan más por usted?



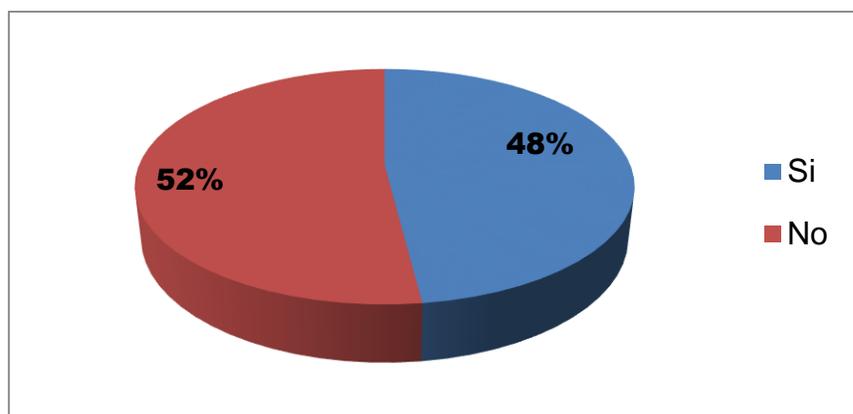
En ésta grafica se aprecia que las personas que más se preocupan y por ende se encargan de los cuidados que requieren los adultos mayores son los hijos de éstos. Esta pregunta principalmente esta originada para identificar al familiar que más atiende y esta al pendiente de las necesidades de los adultos, sin tener que ser forzosamente en un sentido económico. Sin embargo, es importante señalar que en este caso los nietos a diferencia de los hijos no tienen la obligación de hacerse cargo de ellos.

¿Quiénes cubren sus gastos y necesidades?



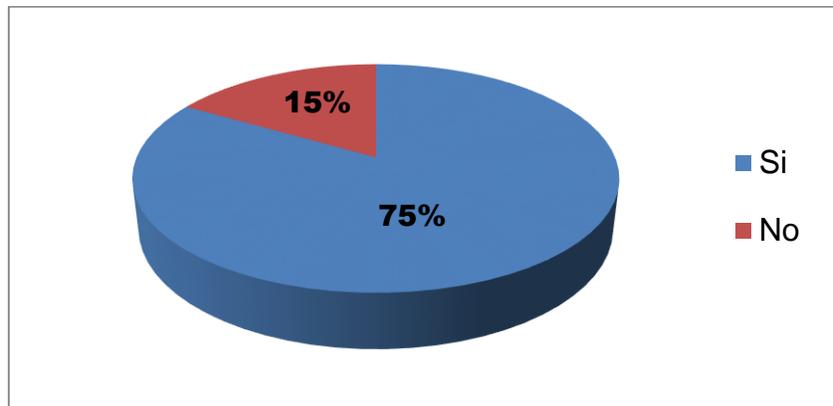
A diferencia de la pregunta anterior, en ésta sí influye la aportación económica que invierten los familiares en los adultos mayores, por lo que en comparación de los resultados anteriores, aquí se muestra que en gran parte estos gastos y necesidades son cubiertos por otras personas quienes se trata principalmente de su pareja (esposo/a), de ellos mismos o de subsidios de gobierno.

¿Cuenta con alguna ayuda económica por parte del gobierno?



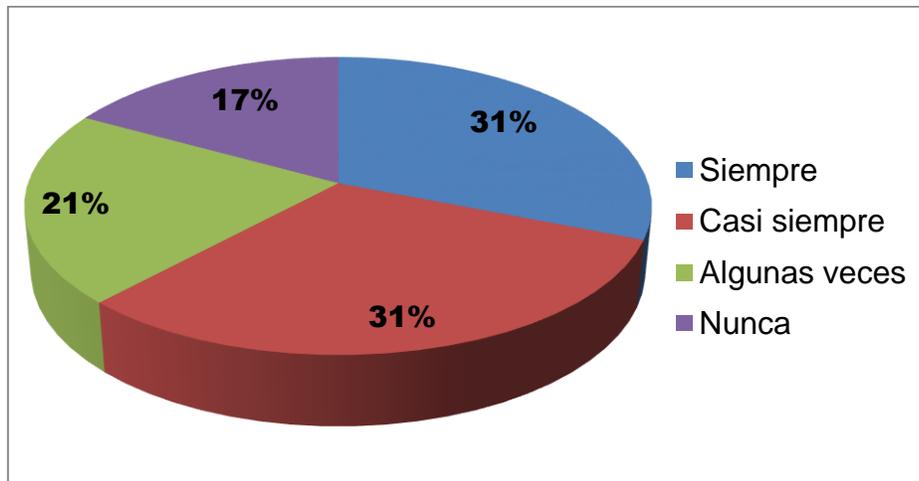
No obstante, ligando la pregunta y respuesta anterior, se observa que la mayoría de los adultos mayores encuestados cuentan con una ayuda económica por parte del gobierno, la cual es por el INAPAM. Por tanto ésta se convierte en una de las razones por las cuales los adultos mayores pueden cubrir parte de sus gastos y necesidades.

¿Cuenta con algún tipo de ingreso?



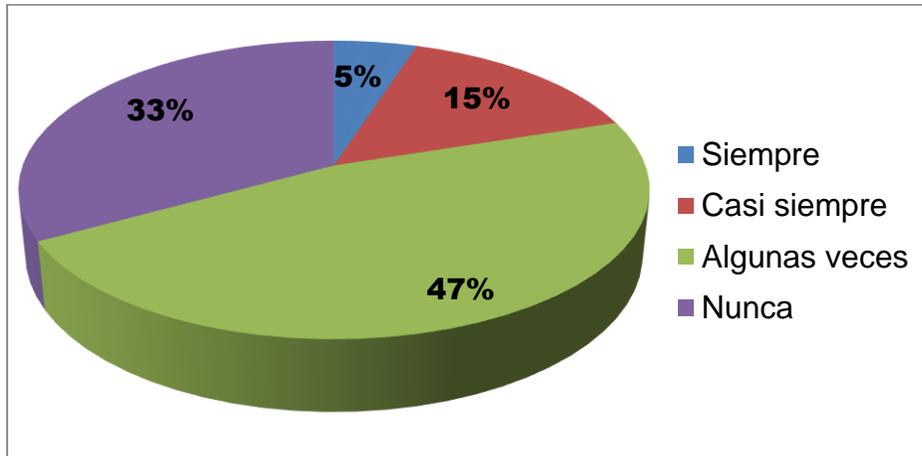
Además de que un porcentaje de los adultos encuestados cuenta por ayuda económica, también cuentan con otros tipos de ingresos como es el caso de pensiones, rentas, negocios, ayudas económicas por parte de sus hijos o esposos, entre otros. Por lo que es aquí dónde queda aún más reforzada la parte dónde los adultos mencionan que en gran medida ellos mismos son quienes cubren sus gasto y necesidades.

Recibe atención en su casa por parte de sus hijos



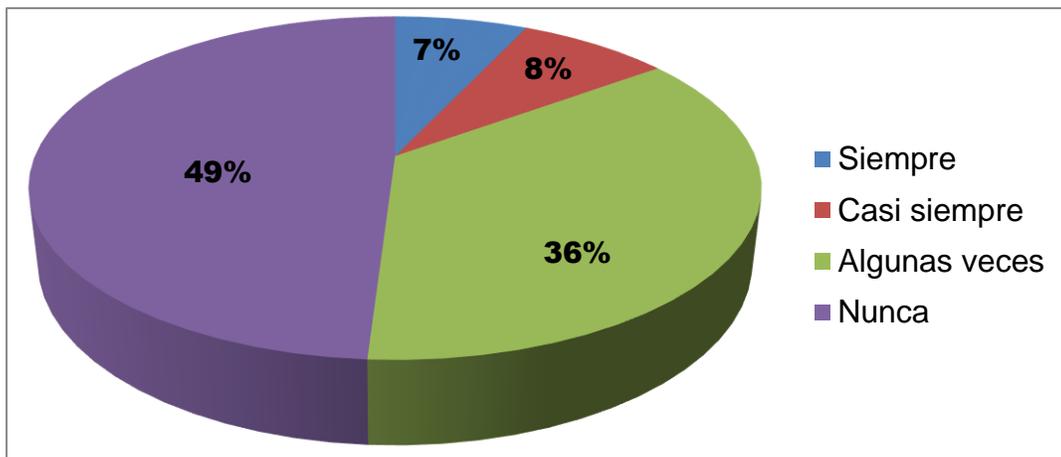
Recordando la parte en la que se menciona que un 22% vive sólo con su pareja, es que se intenta investigar más acerca de si son visitados y por tanto atendidos por sus familiares en sus hogares, en éste caso sus hijos. A lo que como resultado se obtuvo que siempre o casi siempre sus hijos si realizan estas acciones (visitarlos y atenderlos).

Recibe atención en su casa por parte de sus nietos



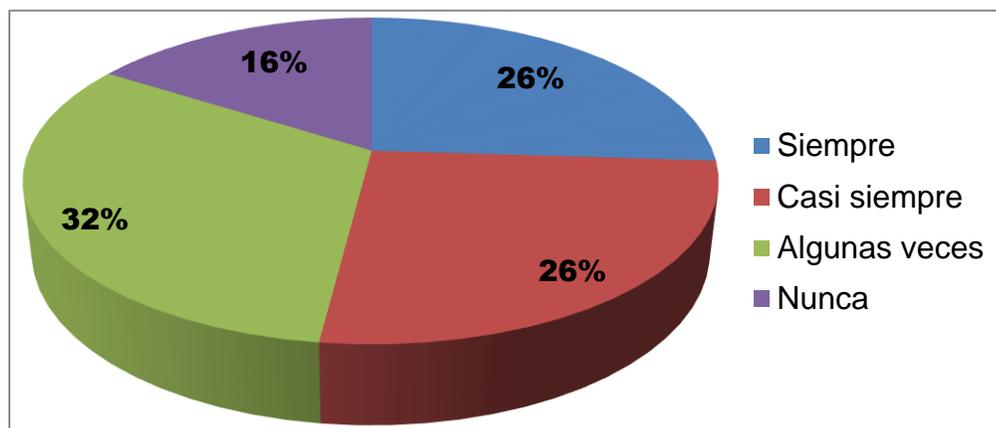
A igual que la pregunta anterior, la atención y las visitas por parte de los nietos también es constante, sin embargo si ligamos este resultado con las preguntas dónde se habla acerca del cariño, convivencia, podemos ver que la atención de a la que se refiere aquí es únicamente el que los visiten y por tanto conviven, más no existe un lazo más profundo, es decir de afecto y cariño.

Recibe atención en su casa por parte de otros familiares (sobrinos, hermanos, etc.)



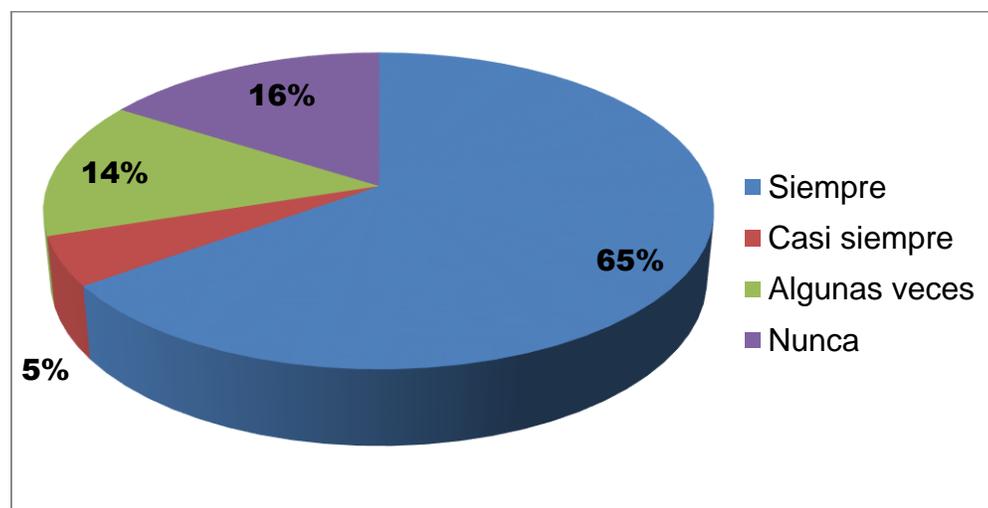
Ahora bien, esta atención por parte de otros familiares en su gran mayoría no existe y es por ello que en la gráfica se muestra con un 49% donde los encuestados respondieron con un nunca recibo atención por parte de otros seres queridos.

Cuando sale de su casa va acompañado



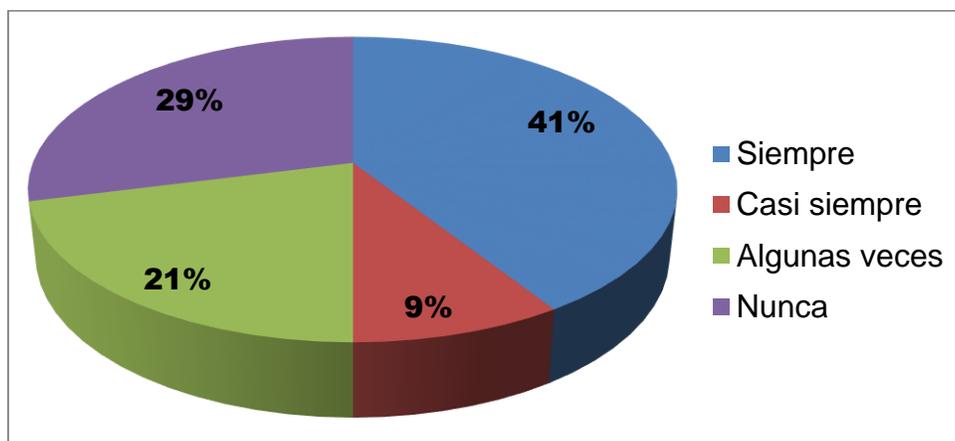
Ésta pregunta es de suma importancia ya que mediante ésta se logro obtener datos donde se ve como los adultos mayores no suelen ser acompañados de forma constante al momento de sus salidas, ya sean al doctor, de compras, etc. Por lo que la atención que les brindan sus familiares es un tanto limitada.

Ayuda económicamente en su hogar



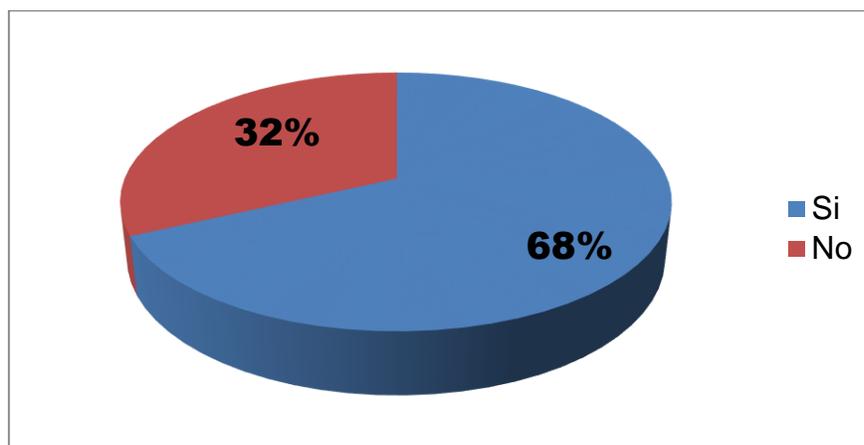
Debido a que la mayoría de los encuestados respondió en una de las preguntas anteriores que eran ellos mismos quienes cubrían sus gastos y necesidades, es que éstos siempre aportan dinero a su hogar para poder vivir lo mejor posible ellos mismo y su pareja.

Realiza labores domésticas en su casa



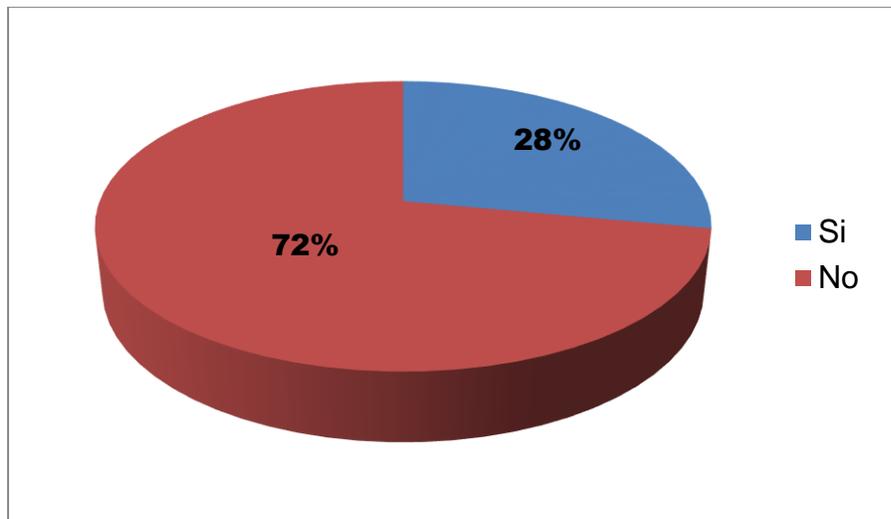
En el caso de ésta pregunta el porcentaje mayor fue que siempre realizan labores domesticas sin importar con quien vivan, ya sea desde hacer algo simple (sólo lavar trastes), o cosas mucho más complejas como encargarse de todo el aseo de su hogar.

¿Cuenta con IMSS o ISSSTE?



En cuanto al seguro, la gran mayoría si cuenta con el, sin embargo hay quienes no y se ven en la necesidad de acudir a centros de atención que brinden servicios médicos de forma económica o gratuita. Si bien, este hecho pudiera no ser tan alarmante por los datos obtenidos, sí es un punto que se debe considerar y tomar en cuenta, ya que todas las necesidades y cuidados que deben tener los adultos mayores se basan principalmente en cuestiones médicas, por lo que el contar con seguro es de suma importancia ante cualquier situación.

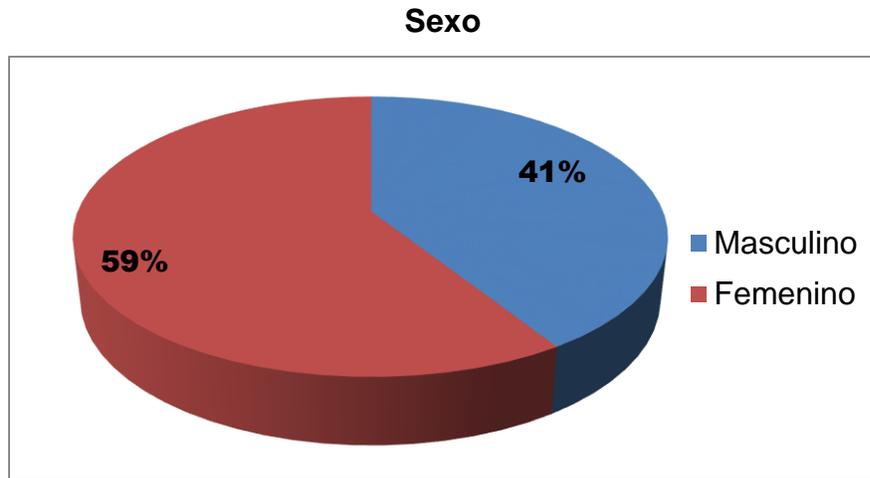
¿Conoce la ley que respalda a los adultos mayores?



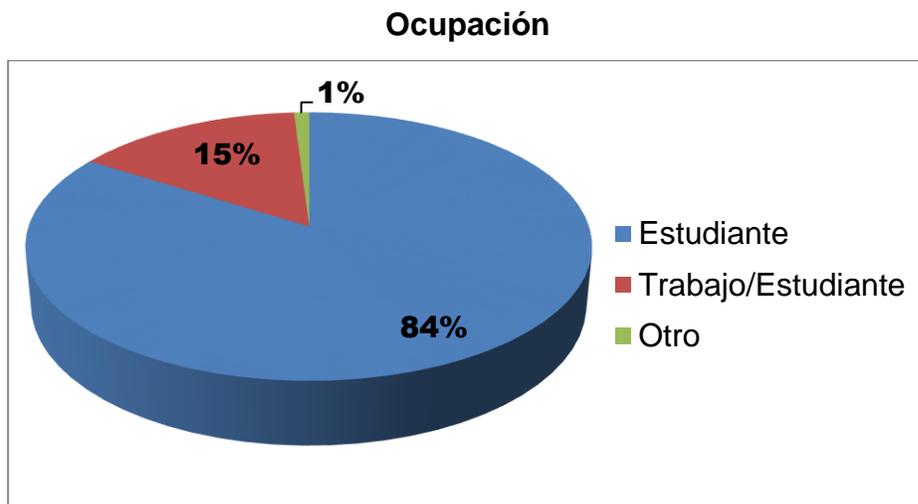
Un aspecto que sí llama mucho la atención, es el hecho de que los adultos mayores desconocen la ley que los respalda, ya que por esta razón es que llegan a existir abusos de los cuales no tienen idea de que cuentan con un soporte legal y por tanto este abuso no sólo puede encontrarse o presentarse en su hogar si no en cualquier parte o lugar en el que se encuentren.

A modo de conclusión, es interesante saber que la mayoría de los adultos mayores a pesar de la edad y etapa en la que se encuentran, varios de ellos aún trabajan por el simple hecho de poder cubrir sus necesidades, a lo que el apoyo de sus familiares se convierte en un eslabón fundamental para su calidad de vida. Y si bien varios si conviven con ellos, es decir, sus seres queridos, no es garantía de que éstos les brinden o cubran sus necesidades de forma plena, ya que únicamente lo hacen por el hecho de que se sienten obligados a responder por ellos, más no por un aspecto aún más emocional.

- Jóvenes

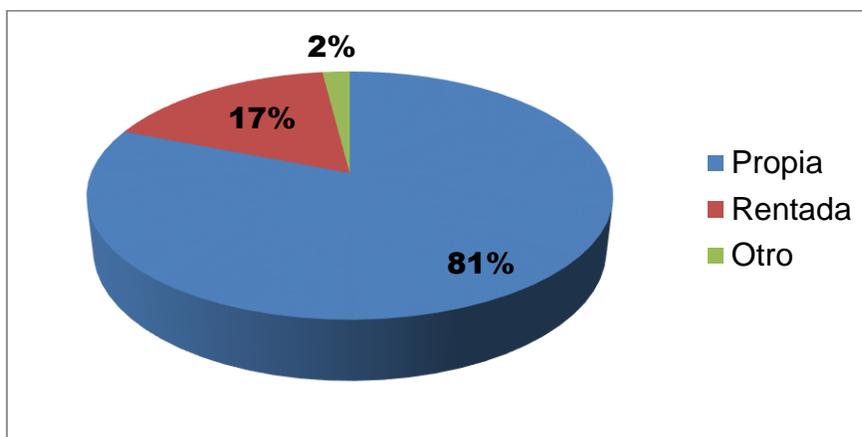


En el caso de la encuesta aplicada a jóvenes de 12 a 18 años de edad, la mayoría fue de sexo femenino, sin embargo el masculino también tuvo una buena participación, por tanto es así como se puede obtener variedad en la forma de pensar acerca de los adultos mayores y el trato que les brindan



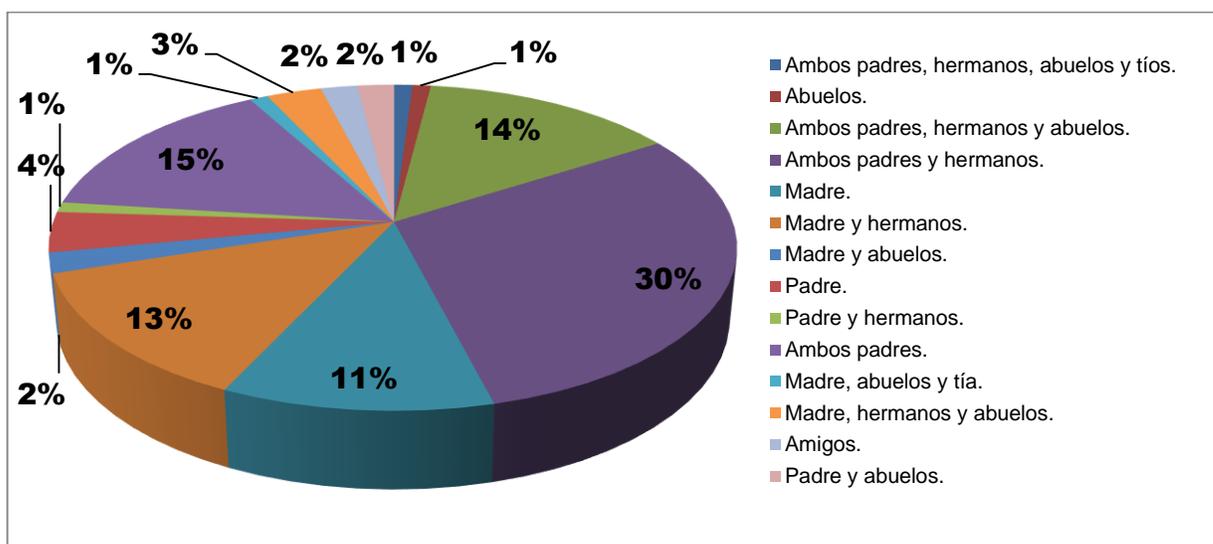
La mayoría de los encuestados fueron jóvenes con la ocupación de estudiantes de la secundaria o preparatoria, sin embargo también hubo quienes estudiaban y trabajaban y éstos principalmente era los de mayor edad.

La casa donde vives es:



El hogar de la mayoría de los jóvenes era propio, sin embargo hubo quienes rentaban o vivían en casa de alguno de sus familiares, como abuelos o tíos. Si bien, al igual que en el caso de los adultos mayores, éste es un factor que caracteriza principalmente a los niveles socioeconómicos a los que se va a enfocar este proyecto.

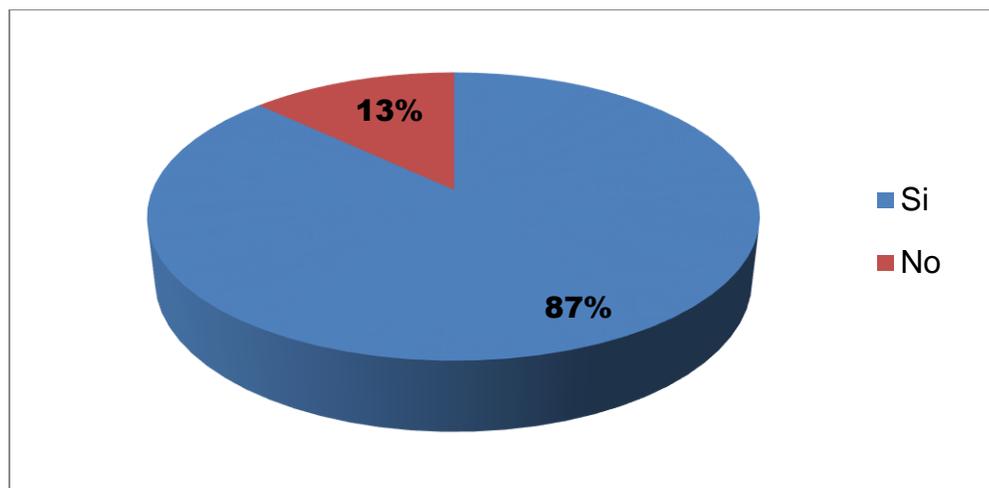
Vives con:



En esta otra pregunta, la finalidad era conocer un número aproximado de las personas con quien viven, ya que este factor pudiera afectar al momento de tocar

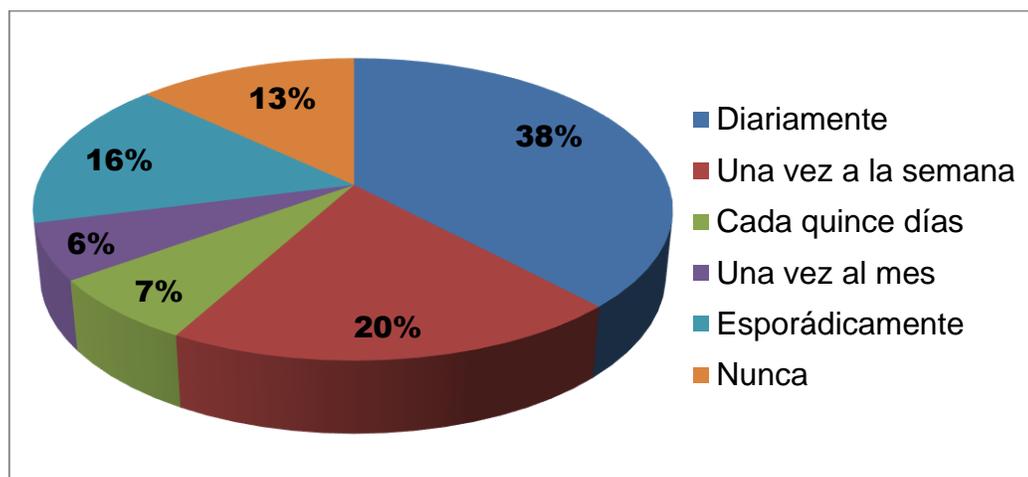
el tema de los adultos mayores debido a la educación y relación con otros familiares.

¿Tienes abuelos vivos?



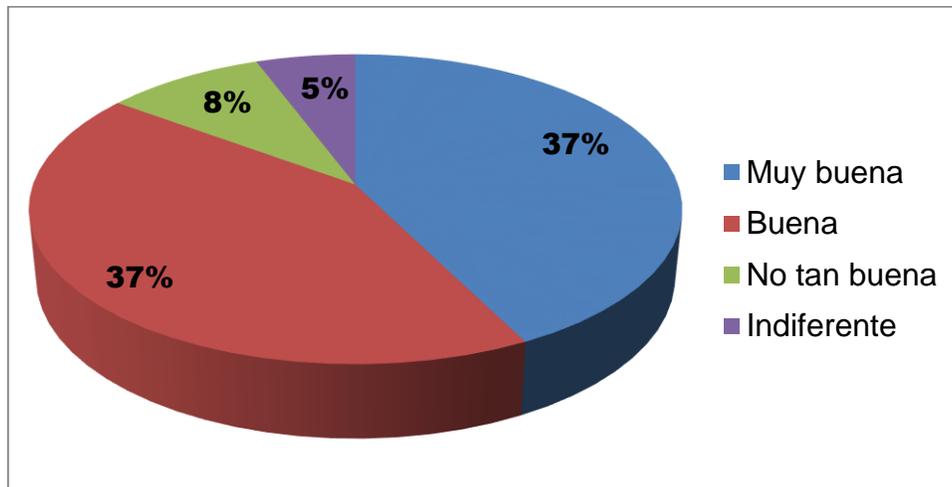
Ésta pregunta fue la clave para poder abordar el tema de las personas de la tercera edad, pero sobre todo para empezar a indagar acerca de la relación que tienen con sus abuelos, para así poder comprobar y saber si esta bien el hecho de que ésta propuesta de campaña vaya dirigida a los jóvenes de 12 a 18 años de edad.

¿Con qué frecuencia convives con ellos?



Ahora bien, de los que contestaron que sí tenían abuelos vivos un 38% aseguró que convive con frecuencia con ellos, y esto en cierto modo se debe a que algunos de ellos viven bajo el mismo techo.

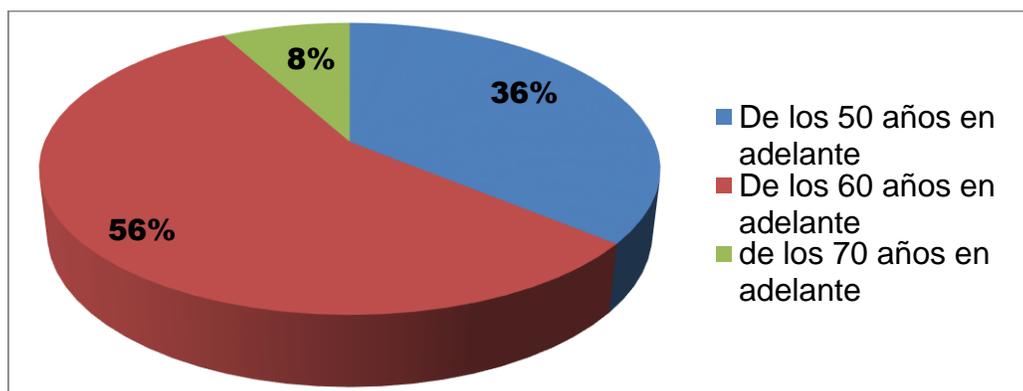
¿Qué relación tienes con ellos?



En esta pregunta se muestra que la relación que la mayoría de los jóvenes tiene con sus abuelos es muy buena o buena, sin embargo a pesar de esto el lazo amoroso que existe entre ellos no es de forma constante, ya que la gran parte de los jóvenes si se interesan en sus abuelos, pero no suelen compartir o pasar muchos momentos con ellos, por lo que este hecho hace que los adultos mayores no lleguen a notar el interés que sus nietos tienen por ellos.

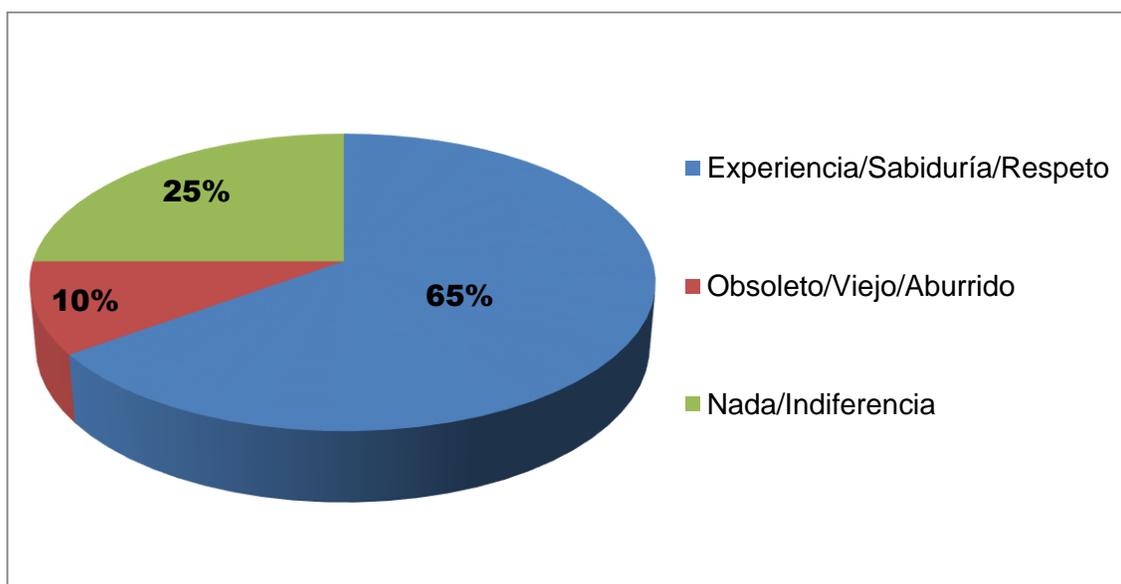
Si bien, lo antes mencionado se refleja y refuerza con los resultados de varias preguntas que se aplicaron en el modelo de encuesta de los adultos mayores, donde por ejemplo a la hora identificar de quien reciben más cariño y atención, dan como respuesta que son sus hijos.

¿A partir de qué edad consideras una persona adulta mayor?



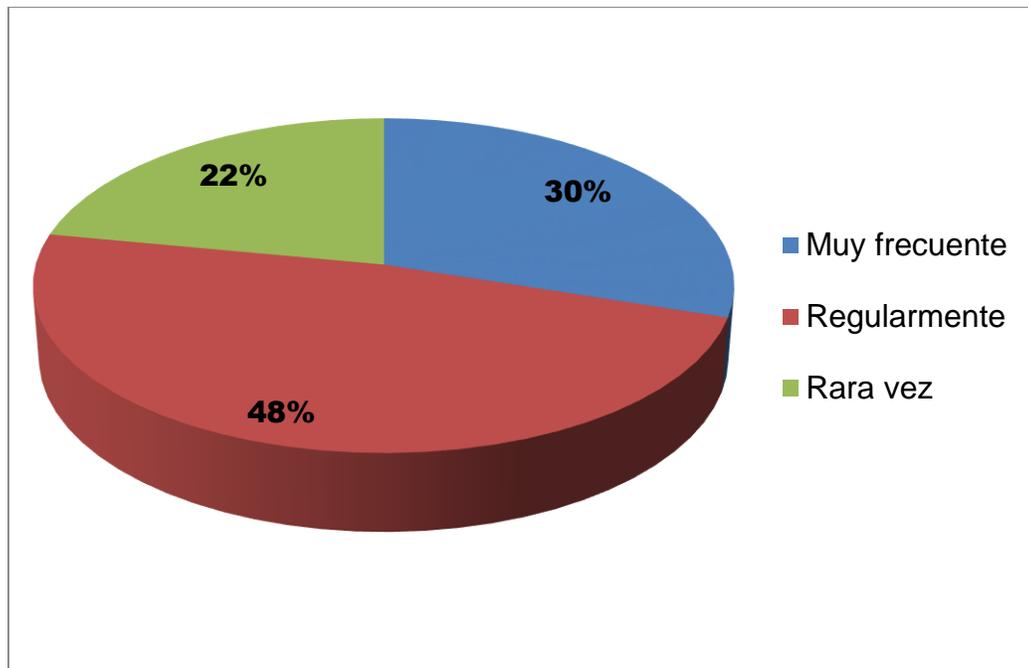
Para éste tipo de proyecto es importante saber cuál es la percepción de los jóvenes acerca de los adultos mayores, lo que en primera estancia nos orilla a saber apartir de que edad un chico de 12 a 18 años considera a una persona adulta mayor. Si bien la mayoría contestó acertadamente, es decir, apartir de los 60 años de edad, sin embargo hubo quienes piensan que es apartir de los 50 años, lo que implicaría una concepción de la vejez a una edad muy temprana.

¿Qué piensas cuando ves un adulto mayor?



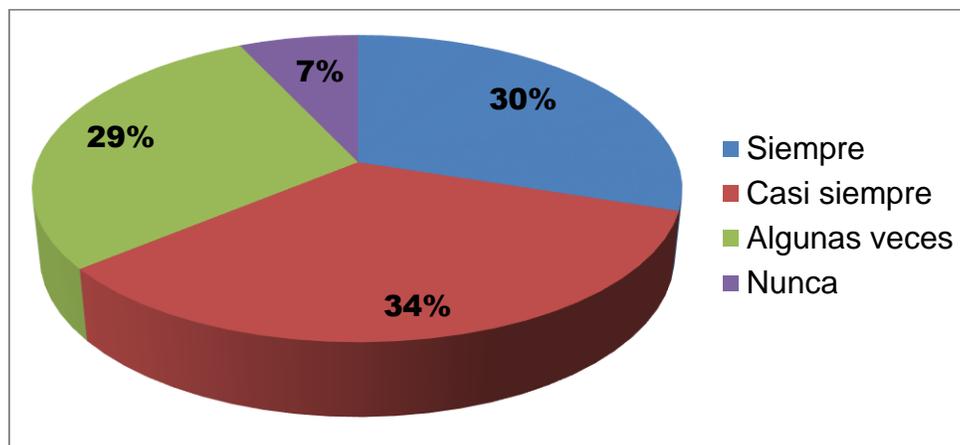
En el caso de ésta pregunta, el fin era ver la forma de pensar de los jóvenes acerca de los adultos mayores, es por esto que se les dio tres opciones para responder acerca de lo que pensaban al ver a un adulto mayor. Una gran parte contestó que las personas de la tercera edad le transmitía experiencia, sabiduría y respeto, sin embargo la relación y su forma de actuar hacia ellos, como en el caso de sus abuelos, es totalmente indiferente, por lo que aquí existe una contradicción entre la forma en la que piensan y actúan.

¿Qué tan frecuente convives con adultos mayores?



Ahora bien, la frecuencia con la que conviven los encuestados con adultos mayores es de forma regular y general, es decir, aquí se involucran sus abuelos, maestros, vecinos o personas desconocidas.

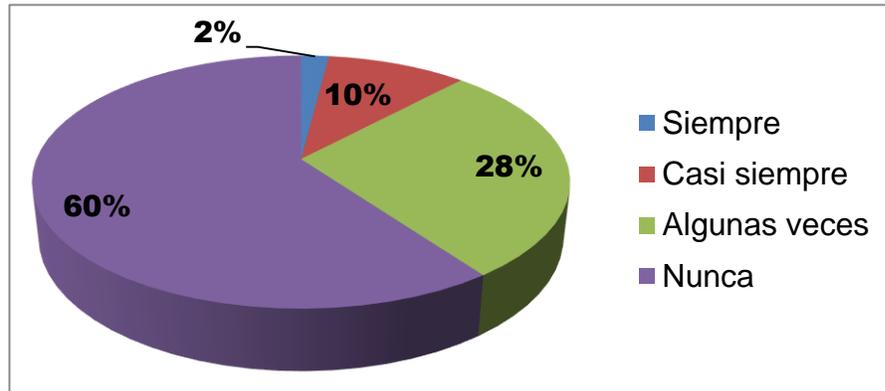
Si ves un adulto mayor en el transporte público le cedes el lugar.



A partir de ésta pregunta es donde se comienza a medir e identificar la reacción que tienen los jóvenes de forma general con los adultos mayores, a lo que un 34% respondió que casi siempre le cede su lugar si ve a un adulto mayor en el

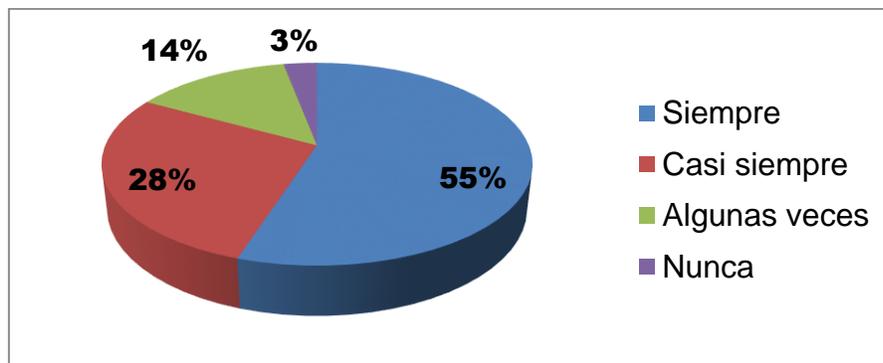
transporte público, lo cual indica sí existe un interés y respecto hacia ellos, llevando a los jóvenes a actuar en ciertas situaciones, como en el caso de la antes mencionada.

Ayudas a cruzar las calles a los adultos mayores.



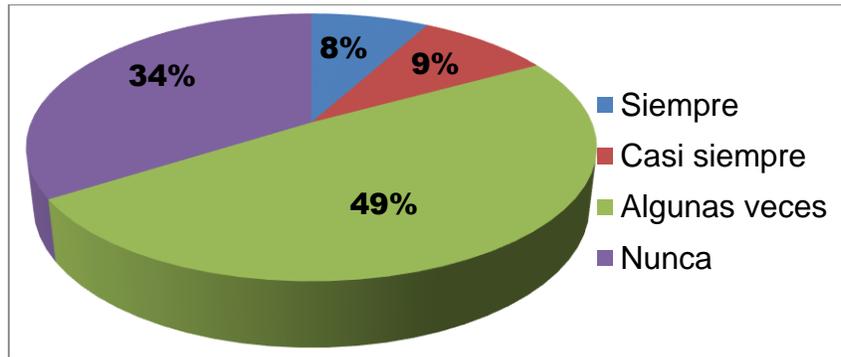
Los jóvenes ante la acción de ayudar a cruzar las calles a los adultos mayores, con un 60% algunos mencionan que nunca lo hacen, mientras que un 28% que algunas veces lo hacen es únicamente cuando consideran muy necesaria esta acción. Por lo que el factor que los impulsa a ayudar a los ancianos a cruzar la calle es sólo cuando ven que éste cuenta con algún limitante extra a su edad.

Te refieres respetuosamente hacia ellos.



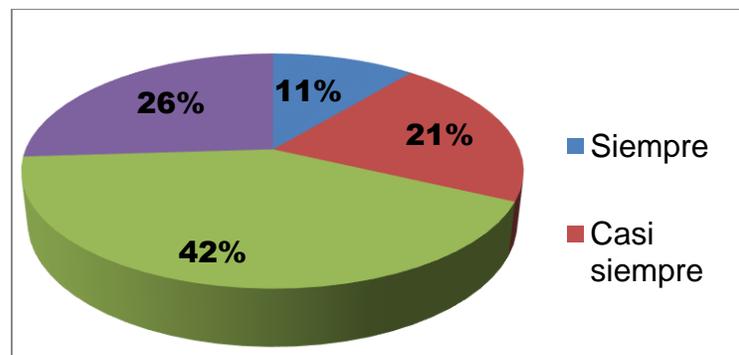
En cuanto a la forma en la que se refieren hacia los adultos mayores, gran parte de los encuestados dijo que siempre lo hacen de forma respetuosa, sin importar si son o no sus familiares, lo que demuestra que el respeto que les tienen existe, sin embargo éste por la etapa en la que se encuentran los jóvenes, queda y es ejercido de forma superficial, el cual carece del aspecto emocional.

Consideras que los adultos mayores deben ayudar económicamente a sus familiares.



La forma de pensar de los jóvenes acerca de si es necesario que los adultos mayores ayuden económicamente a sus familiares, se representa con un 49% que algunas veces deben ayudar las personas de la tercera edad a sus familiares, lo cual refleja una forma de pensar donde no importa el hecho de que los adultos hayan sido quienes en su juventud se encargaran completamente de éste aporte económico, ya que si en la actualidad la situación lo exige estos deben cooperar sin importar su edad, ya que son parte de un núcleo familiar donde cada integrante cuenta, y por tanto genera ingresos y egresos.

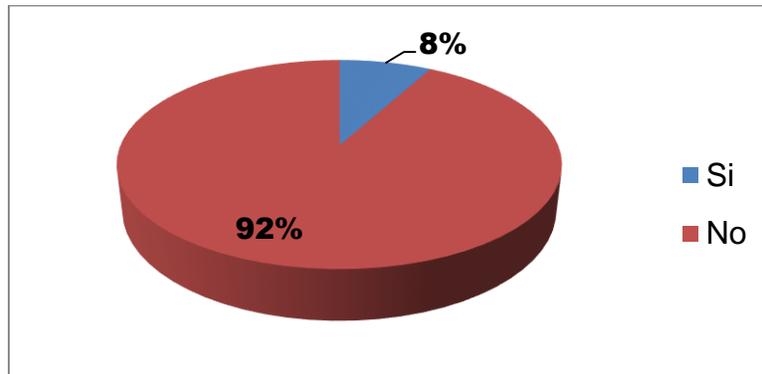
Te suelen desesperar las pláticas de los adultos mayores.



Aparentemente, a los encuestados sólo algunas veces se desesperan o aburren de las pláticas de los adultos mayores, sin embargo su relación y convivencia con ellos no es de forma frecuente y es por eso que cuando llegan a conversar con

los adultos mayores estos suelen hacerlo por poco tiempo, razón por la cual la mayoría dio esa respuesta.

¿Conoces la ley que respalda a los adultos mayores?



En cuanto al conocimiento de la ley que respalda a los adultos mayores, al igual que en la otra encuesta aplicada, el conocimiento de ésta es totalmente desconocida, ya que ni los jóvenes ni las personas de la edad avanzada la conocen, por tanto esta se vuelve una situación bastante crítica, ya que en cualquier momento es por esto que llega a haber casos de abuso de cualquier tipo.

Por tanto, mediante la obtención de todos los datos y gráficas presentadas se puede llegar a la conclusión de que en el caso de los jóvenes éstos aparentemente dan un buen trato a los adultos mayores, sin embargo, esto sólo se queda dentro de su forma de pensar, ya que a la hora de actuar, sus propios familiares (abuelos) son quienes no notan ningún interés hacia ellos, de modo que la propuesta de campaña más que estar enfocada en el abuso de adultos mayores, debe ser para valorar a éstos, dónde se motiven acciones y formas de pensar que vayan de la mano.

3.4.-Marketing Mix (las 7P´s).

3.4.1.-Plaza.

Los lugares físicos son el parque de los venados y el parque hundido, ambos situados en la delegación Benito Juárez. Estos lugares fueron elegidos por el hecho de ser puntos donde comunmente las personas de todas las edades suelen reunirse para ver y pasar momentos con sus seres queridos.

Cabe mencionar que la elección de ambos parques también fue con la finalidad de poder realizar una activación en la que participen las personas que se encuentren ahí, principalmente los jóvenes de 12 a 18 años y los adultos mayores.

3.4.2.-Promoción.

Dentro de la promoción que se manejará en éste proyecto, será mediante diversas técnicas publicitarias (activaciones, *marketing digital*, *street marketing*, entre otras), en su gran mayoría BLT, por el simple hecho de que este tipo de publicidad hace que las personas interactuen de forma más inmediata, realizando así acciones deseadas.

Igualmente, todo lo anterior se llevará a cabo mediante mensajes atractivos para los adolescentes, utilizado un lenguaje simple pero adhoc a ellos, con el fin de que se sientan identificados y atraídos por las diversas técnicas que se llevarán a cabo, en las cuales tengan que participar a variadas acciones solicitadas en puntos estratégicos, como lo son parques dentro de la delegación Benito Juárez.

Cabe mencionar que se realizarán diversos artes para los medios digitales, como las redes sociales, ya que por este medio es que se anunciarán los puntos donde serán las activaciones.

En general lo antes planteado se eligió por el hecho de que hoy en día los adolescentes están inmersos en los medios digitales, mientras que en caso de las activaciones, porque pueden ser realizadas en lugares a los que comúnmente acuden.

Asimismo como tercera fase, todos los medios impresos serán el refuerzo de la campaña, ya que éstos transmitirán el mensaje final y el que se pretende sea el que logre una sensibilización y valorización de los adultos mayores.

3.4.3.-Producto.

El objetivo principal es hacer que los jóvenes valoren más a las personas de edad avanzada, donde exista una mejor comunicación e interacción entre ellos, logrando así que las personas mayores cuenten con el apoyo y atención necesaria de éstos, que en su gran mayoría son sus nietos.

Este proyecto se delimitó de la forma antes mencionada por los resultados arrojados de la investigación de mercados, en la cual se reflejó como los y las adolescentes sí se interesan por los adultos mayores, sin embargo a la hora de actuar esto sucede de forma contraria. Es por esto, que en este proyecto se pretende llegar a la acción.

3.4.4.-Precio.

Si bien, el motivo por el cual se pretende realizar esta campaña de *marketing social*, es para poder lograr un cambio en la forma de pensar y actuar de las

personas principalmente jóvenes con relación a los adultos mayores en cuanto al nivel de respeto y valor que les tienen. Este cambio u objetivo se verá reflejado en las acciones de éstos, logrando así que las personas a quienes apoya la campaña sientan afecto y respaldo de cualquiera sin importar el parentesco que tengan.

3.4.5.-Proceso.

Dentro de ésta campaña se hará uso de publicidad BTL, por lo que se realizará un rally, el cual tendrá como objetivo lograr los participantes vivan un momento divertido con sus abuelos. Esto será posible con la ayuda de carteles que contenga la mecánica de la activación donde se muestren paso a paso las etapas del concurso.

De modo que para conseguir lo antes mencionado, se tiene planeado realizar la activación en puntos estratégicos, parques de la delegación Benito Juárez (el parque de los venados y el parque hundido). Dicha activación será a lo

largo de una semana, por lo que de forma intercalada se montará el taller y los materiales que conforman la activación.

Otro aspecto importante del rally es que servirá para que se pueda obtener un banco de imágenes, para esto se pedirá autorización de las personas retratadas para así poder publicar las imágenes en la página oficial de la campaña.

Como parte del material “impreso” se hará una valla para el metro (andén), la cual contendrá un memorama *touchscreen* con el que las personas podrán jugar poniendo en uso su capacidad de memoria y agilidad. Por lo que más allá de ser un simple cartel cumplirá con la función de la interacción del target con el tema

de los adultos mayores y las principales problemáticas y dificultades a las que se enfrentas día con día.

Dentro de éste tipo de publicidad también se colocarán unos *mesh* en la zona de las escaleras del metro, los cuales tendrán mensajes reflexivos que hagan que las personas entiendan la importancia de los accesos especiales y fundamentales para los adultos mayores., los cuales comúnmente son usados por los demás por flojera a subir las fijas.

Ahora bien, como medio de refuerzo se hará uso de medios TTL como redes sociales (twitter e instagram) y una página web para dar conocer cada paso de la campaña, asimismo se harán publicaciones con contenidos relacionados al trato digno que se les debe brindar a los adultos mayores, esto será a modo de tips para que vaya más adhoc al lenguaje y tipo de mensajes que los jóvenes suelen seguir.

3.4.6.-Personal.

El personal involucrado y actor principal para poder llevar a cabo ésta estrategia de comunicación, es la asociación civil Un Granito de Arena, quien se encarga de ofrecer todo tipo de servicios y apoyo a las personas de edad avanzada. Asimismo, la asociación brinda y ofrece pláticas de sensibilización a todos los interesados en el tema de los adultos mayores, con el fin de que conozcan más sobre todo lo que conlleva la vejez (cuidados, derechos, etc.).

3.4.7.-Presentación.

Para poder realizar de forma satisfactoria todos los puntos antes desarrollados y mencionados, se contará con el apoyo de la asociación quien tendrá las puertas

abiertas para todo el público que quiera conocer más información del tema abordado. Para esto en el taller se mencionará la ubicación exacta de sus oficinas para que las personas puedan acudir y conocer aún más la labor y actividades que brinda la A.C.

Es importante señalar que se tendrán una página especial de la campaña (www.ayudavalorayrespeta.com.mx) la cual estará activa y con constantes publicaciones de temas relacionados a la vejez, así como el objetivo principal del proyecto, involucrados, actividades BTL, etc.

Por último se contarán con perfiles en facebook e instagram los cuales servirán como refuerzo para cualquier actividad o tema abordado de la campaña, asimismo será con el objetivo de tener una mayor interacción con el público objetivo que se encuentra inmerso en estas plataformas, es por esto que mediante estas redes se trataran de publicar un mayor número de imágenes que proporcionen mayor conocimiento acerca de la vejez, meta esencial de la campaña social realizada.

3.5.- Estrategia creativa.

*“El éxito de una campaña reside no sólo en la calidad de la idea creativa y su capacidad de enganchar al público objetivo, sino también en una correcta planificación y compra de medios”.*⁵⁴

3.5.1.- Plataforma creativa.

A continuación se desarrollarán cada uno de los puntos clave que confirmarán la

⁵⁴ Ken Burtenshaw, et al., *Principios de publicidad*, Barcelona, editorial Gustavo Gili, 2007, pp 20.

propuesta de campaña para prevenir el abuso de adultos mayores, dichos elementos deberán ser elegidos de forma adecuada con el fin de poder captar la atención de nuestro target.

3.5.1.1.- Concepto creativo.

La celeridad de la vida

3.5.1.2.- Slogan.

...ayuda, valora y respeta.

3.5.1.3.- Objetivo de comunicación.

Sensibilizar a los jóvenes acerca de los problemas o dificultades a las que se enfrenta un adulto mayor, para lograr que éstos valoren a las personas de edad avanzada sin importar que sean o no sus familiares, ya que todos merecen respeto y ayuda en cualquier momento.

3.5.1.4.- Objetivo de publicidad.

Campaña de sensibilización sobre los problemas y dificultades que viven día a día una persona de edad avanzada.

3.5.1.5.- Tono.

Inspirador/reflexivo

3.5.1.6.- Insight.

Nunca te detienes a pensar en las dificultades de un adulto mayor porque lo ves muy lejano/ajeno.

3.5.1.7.- Racional creativo.

Se mostrarán situaciones donde los jóvenes se muestren en aprietos, y en las que sus capacidades y habilidades se vean limitadas por factores psicomotrices, los cuales harán alusión a las limitaciones que padece un adulto mayor por su avanzada edad.

3.5.1.8.- Canales.

Para la campaña se utilizará la publicidad BTL y TTL con la finalidad de generar interés e interacción con el público objetivo, jóvenes adolescente de 12 a 18 años de edad quienes están totalmente inmersos en los medios digitales e interesados en participar en actividades innovadoras, las cuales los inviten a reflexionar lo cual ayudará a generar un cambio en su forma de pensar y actuar respecto a diversos temas, como lo es en este caso con la campaña a presentar.

Si bien, la publicidad BTL se eligió por el hecho de que es un canal el cual se puede explotar de diversas maneras logrando captar la atención del público objetivo.

“La publicidad de guerrilla es un término que se utiliza para describir aquellas campañas publicitarias que, mediante el uso de métodos no tradicionales y de forma inesperada y llamativa, provocan rumores o generan debates”.⁵⁵

Ahora bien, se hará uso de la publicidad TTL porque esta ayudará a estar mucho más cerca del target, aprovechando así la mayor ventaja del medio, que “es la interacción con el receptor, -se produce una comunicación instantánea de dos direcciones, lo quiera él o no-“⁵⁶

Por tanto, el uso de ambos medios antes mencionados serán de gran utilidad para la campaña, ya que de ésta manera se estaría buscando el poder generar experiencias únicas, agradables y divertidas, las cuales generen un vínculo entre los jóvenes y los adultos mayores, quienes a pesar de la diferencia de edades se puede crear lazos emocionales los cuales logre sensibilizar al target primario.

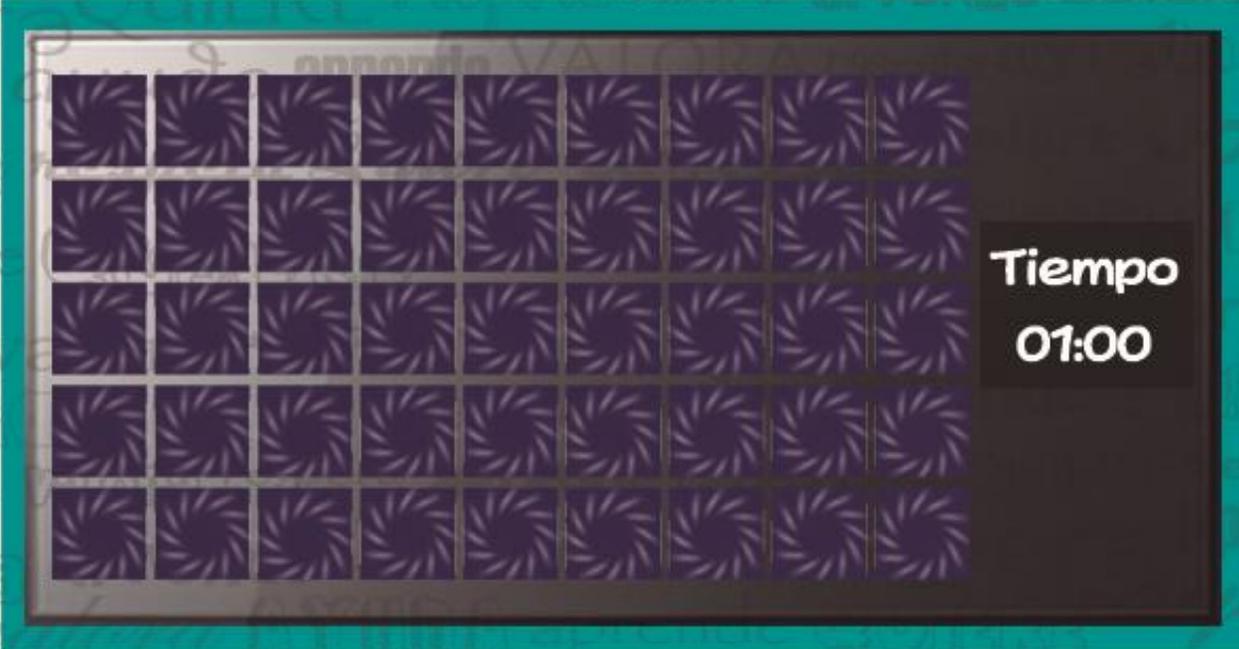
⁵⁵ Ibidem, pp 38.

⁵⁶ Ibidem, pp 64.

- Postal 2 (frente y vuelta).



¿BUENA MEMORIA?



Contáctanos en: www.ayudavalorayrespetamos.mx



AVR México



AVR_HX

...ayuda, valora y respeta.

- Valla touchscreen.

RESPECTA AYUDA

QUIERE VALORA

APOYA

- Rally (indicaciones).

Cartel 1

Un Granito de Arena
Hogar para ADULTOS MAYORES

**EL QUE NO
ARRIESGA,
NO GANA...**

Contáctanos en: www.ayudavalorayrespeto.com.mx  AVYR México  AVYR_HY ...ayuda, valora y respeta.

Forma equipo con un adulto mayor.

1

Un Granito de Arena
Hogar para ADULTOS MAYORES

...ayuda, valora y respeta.

Contactanos en: www.ayudavalorayrespeto.com.mx  AVYR México  AVR_HY

Un Granito de Arena
Hogar para ADULTOS MAYORES

JOVEN:

Con las agujetas amarradas sube y baja 5 escaleras lo más rápido posible para pasar a la siguiente etapa.

2

Contáctanos en: www.ayudavalorayrespeta.com.mx | Facebook: AVYR México | Instagram: AVYR_HY | ...ayuda, valora y respeta.

Un Granito de Arena
Hogar para ADULTOS MAYORES

ADULTO MAYOR:

Realiza una cadena (tejido)
de 5 cm o
5 nudos de corbata.

3

Contáctanos en: www.ayudavalorayrespetamos.com  AVYR México  AVYR_HY ...ayuda, valora y respeta.

Un Gránito de Arena
Foglar para ADULTOS MAYORES

JOVEN:

Recorre dentro de un costal una distancia de 4mts, leé, analiza y ordena en el menor tiempo posible.

4

Contáctanos en: www.ayudavalorayrespeta.com.mx  AVYR México  AVR_HX ...ayuda, valora y respeta.

ahora respeta aprende VALORA ayuda

aprende Quiere respeta QUIERE respeta

ayuda valor respeta ayuda quiere

QUIERE respeta ahora aprende

ayuda aprende VALORA respeta ayuda

Un Granito de Arena

Hogar para ADULTOS MAYORES

GANASTE

telcel M.R.

Contáctanos en: www.ayudavalorayrespetamos.com.mx  AVYR México  AVR_HY ...ayuda, valora y respeta.

- Muro de experiencias.

MURO DE EXPERIENCIAS



ayuda valora respeta **QUIERE** aprende **ayuda** aprende **VALORA**
RESPETA **AYUDA** **QUIERE** **ayuda** aprende **VALORA**
 aprende **VALORA** respeta **aprende ayuda** **QUIERE** respeta
ayuda **aprende** Quiere **VALORA** **RESPETA** **aprende**
Quiere **VALORA** **AYUDA** aprende **QUIERE** **ayuda**
 aprende **ayuda** **Quiere** respeta **ayuda** **VALORA** respeta
VALORA aprende **QUIERE** **RESPETA** aprende **Quiere**

Contáctanos en: www.ayudavalorayrespeto.com.mx  **AVYR México**  **AVR_HY** ...ayuda, valora y respeta.

- Montaje del material para la activación.



- Fanpage en Facebook.

AVYR México
Organización no gubernamental (ONG)

...ayuda, valora y respeta.

Me gusta + Seguir Mensaje

Biografía Información Fotos Me gusta Administrar pestañas

- Perfil en Instagram.



112

55

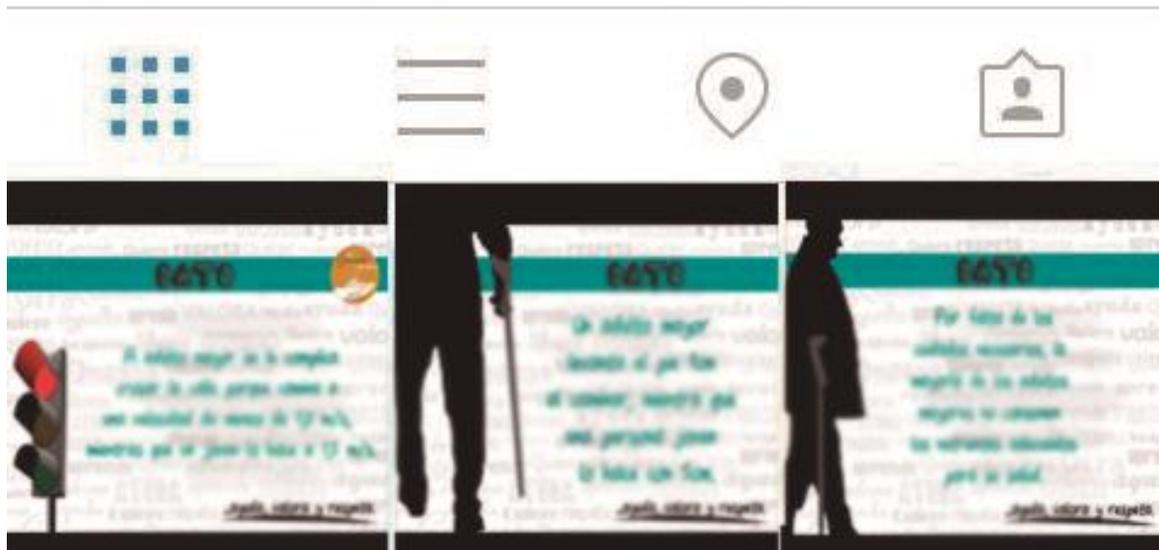
16

publica... seguido... seguidos

+ SEGUIR

...ayuda, valora y respeta.

www.ayudavalorayrespeta.com.mx



DATO

A un adulto mayor se le complica cruzar la calle porque camina a una velocidad de menos de 1.0 m/s, mientras que un joven lo hace a 1.5 m/s.

...ayuda, valora y respeta.

...ayuda, valora y respeta.

INICIO

NOSOTROS

¿SABÍAS QUÉ...?

GALERÍA

CONTACTO



- Página web.

3.6.- Estrategia de medios.

3.6.1.- Racional de medios.

BTL	<p>1.- Activación (rally+taller):</p> <p>Se realizará un rally en el parque de “Los Venados” y el parque hundido que se encuentran ubicados en la delegación Benito Juárez, por el hecho de que son lugares muy concurridos por las personas de todas las edades para pasar el rato con los seres queridos (pareja, familia, etc.). También la elección de estos sitios fue porque cuentan con el espacio necesario para poder realizar la activación.</p> <p>En esta, las personas que podrán participar son adolescentes de 12 a 18 años y los adultos mayores, quienes formarán equipos para realizar varias pruebas donde se involucre la habilidad, agilidad, destreza pero sobre todo la experiencia que ofrece la vida con el paso de los años. Es por esto que para lo mencionado anteriormente el rally se desarrollará mediante las 3 siguientes etapas:</p> <p>1.- Dentro de un camino de aproximadamente dos metros se colocarán escaleras que tendrán que pasar los jóvenes pero con las agujetas amarradas, con el fin de que estos únicamente puedan levantar los pies no más de un centímetro de altura, lo cual les impedirá realizar de forma fácil y rápida la actividad como comúnmente lo harían.</p> <p>2.- Después de terminar la primera etapa con la ayuda del adulto mayor tendrán que realizar alguna de las siguientes tareas: un tejido de máximo 5 cm de largo o realizar 5 nudos de corbata para después pasar a la última etapa del rally.</p>
-----	---

3.- En la última prueba tendrán que pasar brincando los jóvenes con un costal una distancia de 4 metros pero siguiendo unos conos que los conducirán hasta una pequeña cabina donde se encontrará el adulto mayor, quien le dará varias palabras revueltas con las que al final tendrán que formar una frase (dicho típico mexicano) ejemplo:

*Dime de qué presumes y te diré de qué careces

* Más sabe el diablo por viejo, que por diablo

* Botellita de jerez, todo lo que me digas será al revés

Una vez formada la frase en el pizarrón, el joven tendrá que decir el significado de ésta, dónde después de haber realizado las actividades anteriores la pueda relacionar con lo que experimento en el rally, haciendo así que este haga conciencia y se sensibilice con el tema de las personas de edad avanzada.

BTL

Una vez terminada la última etapa, se les agradecerá y se les informará que a modo de premio recibirán por parte de Telcel (quien es el patrocinador) una recarga de 30 pesos. Asimismo se les invitará a pasar al taller de sensibilización que también se encontrará en el mismo lugar, dónde se impartirán ejemplos de las dificultades, cambios y problemas en general a los que se enfrenta un adulto mayor, esto será mediante una serie de comparaciones (videos, imágenes, anécdotas, etc.) con lo que ahora podemos realizar sin ninguna dificultad, pero que tarde o temprano todos iremos experimentando con el paso de los años.

Al finalizar estos ejemplos (comparaciones) se encontrará un “Muro de experiencias” donde se les dará la libertad de poder expresar lo que piensan y sienten acerca del o los temas abordados con el fin de que se vea reflejado algún cambio en su forma de percibir la vejez.

BTL	<p>También, en este taller estarán colocados unos folleteros con varias postales para todos aquellos que hayan participado en la activación. Cabe mencionar que para llegar a estos folleteros se pegarán en el suelo unos <i>Stickers/Mesh</i> con valores inspiradores para ambos en su forma de actuar.</p> <p>Es importante mencionar que también se colocarán una valla interactiva la cual contendrá un memorama <i>touchscreen</i> con el que podrán jugar el target primario, quienes tendrán que mostrar y poner a prueba su capacidad de memoria.</p> <p>Si bien, éste material ayudará a reflexionar acerca de los adultos mayores y a los problemas y/o dificultades a las que se enfrentan a diario, como lo es en este caso la pérdida de la memoria.</p> <p>La finalidad y objetivo de la activación es poder acercar a los jóvenes y a las personas de la tercera edad, donde éstos entiendan y experimenten por sí mismo el problema que representa el no poder realizar con facilidad ciertas actividades, como por ejemplo el subir o bajar escaleras con dificultad o miedo a caerse por el hecho de no levantar de forma considerable los pies, la cual es una característica principal tras la llegada de la vejez.</p> <p>Es por esto que mediante el rally y el taller se espera que los jóvenes se sensibilicen con los adultos mayores, logrando que éstos los vean y traten de forma respetosa sin importar que sean o no sus familiares.</p>
TTL	<p>1.-Social media (Facebook e Instagram):</p> <p>En estas plataformas se abrirán <i>fanpage</i> especiales de la campaña, en las cuales se realizarán publicaciones de forma constante con imágenes que tendrán contenidos informativos respecto al trato digno que se les debe brindar a los adultos mayores. Asimismo ambos sitios servirán para</p>

TTL	<p>invitar a los jóvenes a acudir al parque de los venados o el parque hundido para participar en el rally que se llevará a cabo durante cinco fines de semana (domingos).</p> <p>2.-Página web:</p> <p>La creación de una página web será de gran ayuda ya que será un sitio en el cual brinde información acerca de la vejez a los adolescentes y las personas de edad avanzada, quienes en su gran mayoría no conocen sus propios derechos. Otra característica importante es que quince días antes se lanzarán las inscripciones para el rally y taller que se realizará para lograr una sensibilización del trato que se les brinda hoy en día a las personas de edad avanzada.</p> <p>El sitio también servirá como enlace para la asociación y todos los involucrados en el proyecto, mostrando así su interés, labor y relación en el tema de los adultos mayores. Por tanto esta página tiene la finalidad de poder brindar la mayor información acerca de la vejez.</p>
RRPP	<p>1.-Brochure:</p> <p>Este documento sería con la finalidad de poder mostrarle a la compañía telefónica elegida; Telcel, la importancia y relación que tiene su participación en el proyecto lo cual inicialmente es el hecho de poder fomentar la comunicación entre los jóvenes y los adultos mayores quienes actualmente son segmentos ajenos entre sí por la diferencia de edades que existe en estos. De modo que el valor que tendría Telcel en la campaña sería fundamental y serviría como el ingrediente perfecto para lograr el objetivo deseado que es lograr sensibilizar a los jóvenes acerca del trato que se les brinda a los adultos mayores.</p>

3.6.2.- Pauta de medios.

Costos Impresión

Tipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Muro de experiencias (activación)	10 (3x1.5mts)	\$450.00	\$4,500.00
Brochure	1 (papel couche)	\$48.00	\$48.00
Carteles rally (indicaciones)	12 (60x90cm)	\$80.00	\$960.00
Sticker activación	40 (tamaño oficio)	\$20.00	\$800.00
Prints para vallas	10 (3x1.5mts)	\$450.00	\$4,500.00
Total=			\$10,808.00

Pauta Activación

Material	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Escaleras	5	\$250.00	\$1,250.00
Animadores	4 (durante 5 días)	\$300 c/u (por día max 8 hrs)	\$6,000.00
Folletero	2	\$45.00	\$90.00
Corbatas	10	\$50.00	\$500.00
Pizarrón blanco	2 (1mx50cm)	\$350.00	\$700.00
Costales	4	\$5.00	\$20.00
Plumones	1 (paquete de 4)	\$20.00	\$20.00
Estambre	4	\$25.00	\$100.00
Mesa	2 (durante 5 días)	\$30.00	\$300.00
Carpa	2 (durante 5 días de 3mx3m)	\$300.00	\$3,000.00
Bowl	2	\$25.00	\$50.00
Agujas para tejer	4	\$20.00	\$80.00
Vallas tocuhscreen (pantallas)	2 (pantallas de 42")	\$13,780.00	\$27,560.00
Total=			\$39,670.00

Pauta Página Web

Página de internet	Cantidad	Costo Unitario (anual)	Costo total
Hosting/Dominio	1	\$382.00	\$382.00
Total=			\$382.00

El diseño, la gestión y el mantenimiento de la página web correrá por cuenta propia de la Organización.

El diseño, la gestión y el mantenimiento de las redes sociales correrá por cuenta propia de la Organización.

El costo de las pantallas es único ya que al comprarlas se convierten en pertenencias de la Organización (no es renta).

	\$10,808.00
	\$39,670.00
	\$382.00
Gran total=	\$50,860.00 +IVA

3.6.3.- Flow Chart.

PROYECTO:

Campaña "Aprendiendo a querer"

FLOW CHART AGOSTO - OCTUBRE

Valla touchscreen parque de Los Venados (domingos)

Valla touchscreen parque Hundido (domingos)

Activación en parque Hundido (domingos)

Activación en parque de Los Venados (domingos)

Carteles rally (indicaciones)

Muro de experiencias

Mesh

Postales

Socialmedia.- Facebook

Socialmedia.- Instagram

Página Web

RRPP

Agosto				Septiembre				Octubre				
Semana				Semana				Semana				
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5

3.6.4.- Resumen de inversión.

Medio	Costos
Impresiones	\$10,808.00
Activación	\$39,670.00
Página Web	\$382.00
Gran total=	\$50,860.00+ IVA

Conclusiones

Con el paso de los años los problemas sociales en nuestro país han ido cambiando en cuanto a la importancia o relevancia que obtiene cada uno, si bien, actualmente se aborda en gran cantidad y en diversos medios el tema de la obesidad, el maltrato hacia la mujer, entre otros.

Por tanto, lo anterior logra que ciertos temas queden en segundo plano con campañas sociales las cuales en repetidas ocasiones están mal elaboradas y/o direccionadas respecto al target al que van dirigidas, incluyendo los mensajes y medios que utilizan en éstas, generando que el objetivo de las campañas; servir como inicio de una solución a los problemas, se pierda y no logre ningún efecto y cambio en el público afectado y en el target al que se dirigen los proyectos.

Por lo que es aquí donde el papel, la función y la elaboración adecuada de las campañas sociales se convierten en elemento clave para poder obtener un cambio en el actuar y pensar del target al que nos dirigimos, quien debe ser abordado con mensajes con los que se identifique para poder captar su atención y así lograr un efecto favorable en su forma de pensar y actuar.

De modo que, es mediante este proyecto que se puede comprobar un ejemplo y forma de abordar un tema importante en nuestra sociedad, como lo es el del abuso que actualmente presentan y enfrentan los adultos mayores, el cual las campañas que podemos encontrar, lo ha abordado y desarrollado de la forma incorrecta dando como resultado una problemática ignorada y que no provoca ningún interés en la población.

Dicho problema surge en el momento donde el significado de la vejez, de ser en un principio símbolo de sabiduría pasa a ser simplemente una etapa de la vida

donde las personas, para los ojos de los demás se vuelven inútiles por el hecho de ya no contar con la misma vitalidad que un joven a quien aparentemente nada le es imposible.

Así que, a partir de la llegada de esta fase de la vida antes mencionada es que empiezan a surgir los problemas hacia el trato que se les brinda a los adultos mayores llegando a un punto donde éstos dejan de ser valorados y respetados por su propia familia, lo cual da lugar a los diversos tipos de abuso desarrollados en el primer capítulo de este proyecto.

De igual forma, como bien se explicó en el segundo capítulo el rol de una A.C. en este trabajo expuesto tiene gran importancia ya que ésta nos hace posible no sólo un cambio de pensamiento en nuestro target, sino también abre las puertas a un tipo de publicidad social que sale de lo tradicional para así ir más allá de los medios ALT.

Lo cual para romper con esa “tradicción”, ésta campaña se apoya principalmente de publicidad BTL y TTL que se encuentra inmersa en la vida y roles de nuestro target, logrando que ésta sea directa y atractiva.

Asimismo en éste capítulo se demuestra que no necesariamente se tienen que trabajar o realizar campañas sociales con dependencias del gobierno como lo es INAPAM entre otras, quien además de ya estar posicionada en temas relacionados a los adultos mayores, cuenta con el presupuesto para impulsar sus campañas, lo cual al parecer no es suficiente, ya que gran parte de estas campañas no son funcionales debido a que no cuentan con estrategias de comunicación bien fundadas, dando como resultado proyectos que no obtienen resultados visibles y favorables para el target afectado.

Por último, en el tercer capítulo se desarrolla toda la estrategia creativa de la campaña la cual contiene elementos clave para que sea lo más clara posible y sobre todo funcional. Si bien este último apartado contiene toda la dirección del proyecto, considero que éste puede ser sustentable siempre y cuando se le dé

continuidad, mediante evaluaciones de pre-test, tracking y post-test para así poder identificar y sobre todo medir el impacto de ésta en la población.

De igual forma mediante este capítulo es que se puede tener un análisis FODA el cual nos ayudará a identificar cuáles son las ventajas y desventajas del trabajo realizado. Si bien, como principal fortaleza tenemos que es una campaña sumamente especializada y por lo tanto dirigida de la mejor manera, manejando así un tono, colores, diseño, y medios totalmente atractivos para nuestro target.

Dentro de las oportunidades encontramos que con la ayuda de otros actores como lo son; instancias de gobierno, OSC, etc., se puede llegar a realizar una campaña mucho más completa, conformada de estrategias integrales impulsadas por diversos colaboradores, para así darle mucha más vida y funcionalidad.

Como una debilidad en el trabajo realizado se logra identificar que al ser una campaña inicialmente impulsada por una A.C. puede llegar a tener un presupuesto reducido, donde éste no sea suficiente para impulsar todos los medios seleccionados, dando como resultado un mensaje de comunicación confuso para nuestro target. Por último, como amenaza se encuentran todas las campañas que pudieran existir con relación al tema de los adultos mayores las cuales pudieran tener presupuestos mayores para su lanzamiento a diferencia de ésta.

Fuentes

Bibliográficas

- Philip Kotler, Eduardo L. Roberto, *Marketing Social*, Madrid, Díaz de Santos, 1992, pp 467.
- Ortiz de la Huerta D., *Aspectos sociales del envejecimiento*, México, P ublicación original. Departamento de Salud Pública. Facultad de Medicina, UNAM: 2006, pp 12.
- De Beauvoir, Simone., *La vejez*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1970.
- García Ramírez José Carlos, *La vejez: el grito de los olvidados*, México, Plaza y Valdés Editores, 2003. Pp 340.
- Ortiz de la Huerta D., *Introducción*. En. Ortiz de la Huerta y Montes de Oca V. Módulo IV Vejez. En Ciencias de la Salud en prensa, México, Mc Graw Hill Interamericana. 2007, pp 52-54.
- Cerejido Marcelito, et al., *El envejecimiento: sus desafíos y esperanzas*, México, Siglo XXI Editores, 1999, pp 124.
- Zúñiga, García, *El envejecimiento demográfico en México. Principales tendencias y características*, México, s/ editor, pp 93-100.

- Mendoza ML., Rodríguez GR. *Colapso del cuidador*. En: Rodríguez R, Morales J, Encinas J, Trujillo Z, D'Hyver C. Geriátría, México, Mc Graw Hill Interamericana Editores, 2000, pp 224-229.
- Krassoievitch M., *Psicoterapia Geriátrica*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993, pp 237.
- Artola A, Piezzi R. *La familia en la sociedad pluralista*, Buenos Aires, Espacio Editorial, 2000, pp 311.
- Ortiz de la Huerta D., Casas Torres G., *La Familia: Sostén, contención o abandono*. En: 83 Trujillo Z, Becerra M y Rivas MS. Latinoamérica envejece. Visión Gerontológico/Geriátrica. México, Mc Graw Hill Interamericana, 2007, pp 49-56.
- Beers M & Berkow R., *Malos tratos a los ancianos*, Manual Merck de Geriátría. Madrid, Ediciones Harcourt, 2001, 2a ed., pp 149-155.
- Marcus A. Green, *Gramsci no puede hablar*, en Kanoussi, Dora (comp.) *Hegemonía, Estado y sociedad civil en la globalización*, México, Plaza y valdés, 2001, pp.85.
- Anthony Giddens, *La tercera vía. La renovación de la socialdemocracia*, México, Taurus, 1999, pp 96.
- s/a, *Alianzas y Redes para la solidaridad con los Adultos Mayores*, México, Redam-reddeadultos.pdf.
- Malhotra Naresh, *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*, México, Pearson Educación, 2004, pp 890.
- Rojas Soriano Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, México, Plaza y Valdés, 1998, pp. 302.

- Ken Burtenshaw, et al. , *Principios de publicidad*, Barcelona, editorial Gustavo Gili, 2007, pp 176.

Electrónicas

- s/a, *Encuesta Nacional sobre Discriminación en México. Enadis 2010, Resultados sobre personas adultas mayores*, [En línea], México, 2010, Dirección URL: <http://www.conapred.org.mx/redes/userfiles/files/Enadis-2010-PAM-Accss.pdf> [Consulta: 23 de junio de 2012].
- Martha Liliana Giraldo Rodríguez, *Encuesta sobre Maltrato a Personas Adultas Mayores en el Distrito Federal 2006 (EMPAM-DF)*, [En línea], México, Dirección URL: www.sideso.df.gob.mx/documentos/analisi_estadistico_sobre_maltrato_a_adultos_mayores.pdf [Consulta: 15 de agosto de 2012].
- Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, *Conoce INAPAM-¿Qué es?*, [En línea], México, 25 de julio de 2012, Dirección URL: http://www.inapam.gob.mx/es/INAPAM/Conoce_INAPAM [Consulta: 12 de agosto de 2012].
- s/a, “Gray Social Marketing, campañas sociales sobre adultos mayores”, [En línea], México, *Merca 2.0.*, 4 de septiembre de 2009, Dirección URL: <http://www.merca20.com/gray-social-marketing-campanas-sociales-sobre-adultos-mayores/> [Consulta: 19 de junio de 2012].
- *Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores*, [En línea], México, 25 de abril de 2012 Dirección URL: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/245.pdf> [Consulta: 19 de septiembre de 2012].

- Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, *Por una cultura del envejecimiento*, [En línea], México, 2010, Dirección URL: http://www.inapam.gob.mx/work/models/INAPAM/Resource/Documentos_Inicio/Cultura_del_Envejecimiento.pdf [Consulta: 12 de agosto de 2012].
- Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores, *Ejes rectores de la política pública nacional a favor de las personas adultas mayores*, [En línea], México, 2010, Dirección URL: http://www.inapam.gob.mx/work/models/INAPAM/Resource/Documentos_Inicio/Libro_ejes_rectores.pdf [Consulta: 12 de agosto de 2012].
- Agencia especializada para la atención de personas Adultas mayores y víctimas de violencia familiar, *Objetivo*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.pgjdf.gob.mx/index.php/micrositios/agenciamayores/quienesmayores> [Consulta: 3 de septiembre de 2012].
- Un Granito de Arena A.C., *Quiénes somos*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.ungranitodearena.org.mx/> [Consulta: 7 de septiembre de 2012].
- Casa hogar para ancianos desamparados. Dr Gonzalo Cosío Ducoing I.A.P, *Nosotros*, [En línea], México, Dirección URL: <http://gonzalocosio.com/> [Consulta: 11 de septiembre de 2012].
- Instituto para la Atención de los Adultos Mayores en el Distrito Federal, *Programas*, [En línea], México, Dirección URL:

<http://www.adultomayor.df.gob.mx/iaam/programas.html> [Consulta: 19 de agosto de 2012].

- Secretaría de Desarrollo Social, *Conoce la SEDESOL*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.sedesol.gob.mx/es/SEDESOL/> [Consulta: 7 de agosto de 2012].
- SEDESOL, *Programa 70 y más*, [En línea], México, Dirección URL: [http://www.sedesol.gob.mx/es/SEDESOL/Programa de 70 y mas](http://www.sedesol.gob.mx/es/SEDESOL/Programa_de_70_y_mas) [Consulta:20 de agosto de 2012].
- Verónica Romero Servín, “La campaña publicitaria como herramienta para promover el cambio social: el caso del voto en jóvenes mexicanos en la contienda electoral 2006”, [En línea], México, *UNAM UNIrevista*, Vol.1, núm. 2, julio de 2006, Dirección URL: [http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev Servin.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Servin.PDF) [Consulta: 30 de julio de 2012].
- s/a, “Inician campaña de sensibilización para el adulto mayor”, [En línea], México, *Milenio*, Dirección URL: <http://monterrey.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/c0c8c404194df61831d445d818a67188> [Consulta: 28 de julio de 2012].
- s/a, “Llama CNDH a denunciar actos contra adultos mayores”, [En línea], México, *El Economista*, 1 de julio de 2012, Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/07/01/llama-cndh-denunciar-actos-contra-adultos-mayores> [Consulta: 17 de julio de 2012].

- Fundación MAPFRE, *Conócenos*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.mapfre.com/fundacion/es/home-fundacion-mapfre.shtml> [Consulta: 25 de julio de 2012].
- Banco Mundial, *definición de Sociedad civil*, [En línea], México, Dirección URL: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTTEMAS/EXTCSOSPANISH/0,,contentMDK:20621524~menuPK:1502582~pagePK:220503~piPK:220476~theSitePK:1490924~isCURL:Y,00.html> [Consulta: 20 de marzo de 2013].
- Un granito de arena A.C., *Nosotros*, [En línea], México, Dirección URL: <http://www.ungranitodearena.org.mx/> , [Consulta: 5 de marzo de 2013].