

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **Proyecto de intervención comunicacional para promover el cambio de percepción sobre el adulto mayor en Lince, Lima- Perú.**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Comunicación

**Diego Rubén Vidal Guzmán**

**Código 20131432**

Lima – Perú  
Setiembre, 2019



**Proyecto de intervención comunicacional para  
promover el cambio de percepción sobre el  
adulto mayor en Lince, Lima-Perú.**



## Contenido:

Índice .....	4
INTRODUCCIÓN .....	8
1. ANTECEDENTES DEL TRABAJO .....	10
1.1. Diagnóstico de la población adulta mayor en Perú.....	10
1.2. Análisis del Marco Normativo.....	11
1.3 Problemática .....	13
1.3.1. Desarrollo social y participación del adulto mayor.....	15
1.3.2. Causas.....	15
1.3.3. Consecuencias.....	17
1.3.4. Perú.....	17
1.3.5. Lima.....	19
1.3.6. Árbol de Problemas.....	19
2. EL PROYECTO.....	21
2.1. Juventud Acumulada.....	20
2.2. Antecedentes .....	22
2.2.1. Métricas de impacto.....	22
2.3. Propuesta 2020.....	22
2.4. Centro Integral del Adulto Mayor – Lince .....	23
3. DIAGNÓSTICO .....	25
3.1. Ambiente interno .....	25
3.2. Público objetivo.....	26
3.3. Microambiente.....	26
3.3. Macroambiente .....	27
3.4. Análisis CAP.....	28
3.5. Entrevistas y encuestas.....	33
3.6. Conclusiones del diagnóstico.....	35
4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	35
4.1. Propuesta.....	35
4.2. Modelo de Comunicación.....	41

4.3. Cuadro de objetivos de comunicación y descripción.....	42
4.4. Públicos.....	43
4.4.1. Directo... ..	43
4.4.2. Aliados.....	43
5. ESTRATEGIA.....	44
5.1. Concepto Creativo .....	44
5.2. Mensajes Clave .....	45
5.3 Plan de comunicaciones.....	46
5.3.1. Visibilidad.....	46
5.3.1.1. Actividades .....	46
5.3.1.1.1. Implementación de nuestra página de Instagram.....	46
5.3.1.1.2. Taller de integración y desarrollo: Design Thinking .....	47
5.3.1.1.3. Intervención a los vecinos del distrito de Lince.....	51
5.3.1.1.4. Publicación del video en nuestras redes y redacción de NP .....	52
5.3.1.1.5. Visita a domicilio por médico geriatra y Juventud Acumula .....	53
5.3.2. Confianza y empoderamiento... ..	53
5.3.2.1. Actividades... ..	53
5.3.2.1.1. Taller de Empoderamiento a los adultos mayores .....	53
5.3.2.1.2. Elaboración de un manifiesto... ..	54
5.3.2.1.3. Grabación de nuestro manifiesto.....	55
5.3.2.1.4. Taller casos de éxito: adultos mayores emprendedores... ..	56
5.3.2.1.5. Taller de capacitación: el envejecimiento activo... ..	57
5.3.2.1.6 Intervención: “La cocina de Rosita” .....	58
5.3.2.1.7 Publicación del video en nuestras redes y redacción de la nota de prensa... ..	59
5.3.3. Posicionamiento.....	60
5.3.3.1. Actividades... ..	60
5.3.3.1.1. Voluntariado Corporativo: Plataforma Capacítate para el empleo y Claro. 60	
5.3.3.1.2 Intervención: “El mercadito mayor” .....	63
5.3.3.1.3 Publicación del video en nuestras redes y redacción de NP .....	64
5.3.3.1.4 Nuestra lengua materna: Video Testimonial.....	64
5.3.3.1.5 Ceremonia de reconocimiento a los actores involucrados en el proyecto .....	65

5.3.4. Indicadores de evaluación y cronograma de trabajo.....	66
5.3.5. Plan de Relaciones Públicas... ..	66
5.4. Presupuesto... ..	67
6. RECOMENDACIONES.....	68
6.1. De las encuestas, entrevistas y los beneficiarios:.....	68
6.2. De los autores: .....	68
7. REFERENCIAS.....	69
8. ANEXOS .....	70



**Dirección web de las piezas y producciones de comunicación  
parte del trabajo**

**[Piezas y producciones de comunicación:](#)**

**[https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1IoagZkhlHaAr03u  
DrGgY30ouXNzE4GfE](https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1IoagZkhlHaAr03uDrGgY30ouXNzE4GfE)**

## **RESUMEN EN ESPAÑOL**

En el Perú y el mundo, la expectativa de vida promedio continúa creciendo debido al trabajo realizado a favor de la salud y los avances en tecnología. Sin embargo, las necesidades de la población adulta mayor no son debidamente atendidas al contar con una demanda que supera ampliamente la oferta de programas a su favor. El objetivo de este documento es presentar a Juventud Acumulada como emprendimiento que trabaja para promover el empoderamiento del adulto mayor y su reinserción en la sociedad, así como los objetivos que se pueden alcanzar al trabajar de manera articulada con las instituciones públicas y privadas. Entre ellos la promoción del envejecimiento activo, según definición de la Organización Mundial de la salud. Se ha elaborado una estrategia de comunicación dividida en tres etapas que abarca un tiempo total de un año de trabajo de la mano de la Municipalidad de Lince y el Centro Integral del Adulto Mayor (CIAM) del distrito. Al final del documento presentamos las recomendaciones de los actores involucrados para mejorar la estrategia y su impacto social y comunicacional.

Envejecimiento activo, emprendimiento, Juventud Acumulada,  
percepción, estigma social, municipalidad de Lince.

## **RESUMEN EN INGLÉS**

In Peru and the world, the average life expectancy continues to grow due to work done in favor of health and advances in technology. However, the needs of the elderly population are not duly met by having a demand that far exceeds the supply of programs in their favor. The objective of this document is to present Juventud Acumulada as an organization that works to promote the empowerment of the elderly and their reintegration into society, as well as the objectives that can be achieved by working in an articulated manner with public and private institutions. Among them the promotion of active aging, as defined by the Health World Organization. A three-stage communication strategy has been developed that covers a total time of one year of work by the Municipality of Lince and the Centro Integral del Adulto Mayor (CIAM) of the district. At the end of the document we present the recommendations of the actors involved to improve the strategy and its social and communicational impact.

Active aging, entrepreneurship, Juventud Acumulada, perception, social stigma,  
Municipality of Lince.



## INTRODUCCIÓN

El Perú es un país con una tasa de crecimiento económico anual (4%) sobre el promedio en América Latina (1.7%). Contar con un crecimiento económico implica, entre otras variables, que se produzcan más bienes, se innove en su distribución y las personas obtengan una mejor calidad de vida al percibir un ingreso constante por el manejo de sus productos. Sin embargo, solo las personas que han contado con los medios necesarios para desarrollarse desde jóvenes serán quienes verdaderamente pueden favorecerse de una economía estable.

Para el caso de los más jóvenes o adultos mayores, en caso no hayan recibido las herramientas de crecimiento personal, tanto en cuanto a técnica como un desarrollo de las habilidades blandas, difícilmente podrán alcanzar una independencia plena y, como lamentablemente suele suceder, serán percibidos como una carga para el crecimiento de la sociedad; pero, ¿realmente lo son?

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017) el índice de dependencia demográfica ha pasado de 87.8%, en 1960, a 51.6% en su última medición en el 2017, y se proyecta que será del 50.3% en el 2020. Aquí nos referimos a la relación entre las personas que teóricamente no trabajan (menores de 15 años y mayores de 64 años) sobre las personas que aportan a la economía del hogar (entre 15 y 65 años de edad). Esto comprueba que en nuestro país hay cada vez menos personas que dependen de alguien más y, entre variadas razones, buscan seguir aportando para el beneficio propio y colectivo.

Este avance se ha logrado gracias a la evolución de proyectos hasta convertirse en políticas públicas y los esfuerzos confluyentes entre los tres actores básicos para realmente hablar sobre **sostenibilidad**: empresas privadas, instituciones públicas y el Estado. Se ha comprobado el interés del Gobierno tras la promulgación de algunas leyes que desarrollaremos más adelante, mas no se ha reforzado comunicacionalmente.

En el año 2015 nace Juventud Acumulada como un proyecto piloto para fines académicos de la especialidad de Comunicación para el Desarrollo con el propósito de transformar las percepciones negativas en torno a la vejez, tanto de la sociedad como de los mismos adultos mayores a través de su empoderamiento. El lugar de implementación es el Centro Integral de Atención al Adulto Mayor (CIAM) del distrito de Surquillo y los participantes son los miembros del Club Hospital de la Solidaridad, quienes asisten para sus reuniones en el CIAM todos los sábados en las mañanas.

Ante esta situación, asumimos el desafío de desarrollar un proyecto de comunicación para el 2020 basado en la labor de Juventud Acumulada. Nuestra intención es reforzar que los adultos mayores sean los protagonistas del proyecto, ya que **también son personas con valor que aportar a la sociedad**. Un proyecto de comunicación que tenga como pilar de trabajo el discurso sostenible de sus programas y la cohesión de esfuerzos para maximizar los resultados. Además de reforzar el los conceptos de envejecimiento activo, según la Organización Mundial de la Salud y la vejez como etapa de empoderamiento de la persona.

Destacaremos, también, el aporte que brindará el proyecto al cumplimiento de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados por las Naciones Unidas y así poder trabajar verdaderamente juntos por un Perú sostenible.

10

REDUCCIÓN DE LA DESIGUALDAD

Reducir la desigualdad entre y dentro de los países



## 1. ANTECEDENTES DEL TRABAJO

### 1.1. Diagnóstico de la población adulta mayor en Perú

Según cifras del INEI (2019), el 10.7% de la población peruana es adulta mayor. Hablamos de aproximadamente 3.5 millones de personas que evidencian el incremento de la longevidad y hacen necesario un trabajo cada vez más eficiente y concreto para satisfacer las necesidades de este grupo. Si bien han existido acciones a su favor, la mayoría no han ido más allá de la normativa y se han estancado en la periferia del conjunto de acciones que priorizan nuestros líderes.

En el ámbito educativo, 15.2% de los adultos mayores no accedieron a la educación o solo tienen educación inicial, 38% alcanzó el nivel primario, 24,3% la secundaria y el 22,4% tiene educación superior. (INEI, 2019). Estas cifras esclarecen el panorama y nos revelan que el apoyo y las herramientas necesarias para el desarrollo deben brindarse desde el inicio de la vida de la persona. El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables lo describe así en el Plan Nacional para el Adulto Mayor (2013 - 2017):

*“El marco conceptual que sustenta el presente Plan Nacional se basa en una concepción del **envejecimiento como proceso**, que se inicia con el nacimiento de las personas y que en sí mismo constituye uno de los mayores logros de la humanidad. En este sentido, de acuerdo a nuestra legislación y desde el punto de vista cronológico de la vejez, se entiende por persona adulta mayor a aquella que tenga 60 o más años de edad.”*

Por esta realidad, creemos vital que cualquier acción que se trabaje se realice en un proceso diacrónico; es decir, a lo largo del tiempo, tomando como punto de inicio una buena niñez para garantizar una mejor adultez mayor; y que tenga siempre como protagonistas a los niños y adultos mayores, de tal manera que podamos darles las herramientas necesarias para un estilo de vida sostenible.

## 1.2. Análisis del Marco Normativo

En los últimos años, los derechos de las personas adultas mayores han cobrado mayor protagonismo e incluso se han promulgado leyes que amparen su bienestar.

- Ley N°28803: Ley de las personas adultas mayores

En el 2006 se promulgó la Ley N°28803 con el objetivo de brindar un marco normativo que garantice las herramientas legales para el cumplimiento de los derechos de las personas adultas mayores para mejorar su calidad de vida. Lo cierto es que el esfuerzo no realizó la transición de la palabra a la acción y, al tener un carácter declarativo casi en su totalidad, años después se modificaría con la intención de brindarle oportunidades y beneficios tangibles a las personas adultas mayores.

Leer la ley completa: [Aquí](#)

- Plan Nacional para el Adulto Mayor

En el 2013, apoyándose en la Ley N°28803 y gracias a la conformación de la Comisión Multisectorial Permanente, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) hace de conocimiento público y nacional el Plan Nacional para el Adulto Mayor (2013-2017). Este plan de alcance nacional reunió los esfuerzos de los 26 gobiernos regionales, la Dirección de Personas Adultas Mayores del MIMP e instituciones comprometidas para definir objetivos y su cumplimiento en un periodo de 4 años bajo 4 pilares de trabajo:

- 1) Envejecimiento Saludable
- 2) Empleo, Previsión y Seguridad Social
- 3) Participación e Integración Social
- 4) Educación, Conciencia y Cultura sobre el Envejecimiento

Según la página del MIMP, estadísticas del Plan Nacional del Adulto Mayor, encontramos que las cifras alcanzadas del plan son las siguientes:

	Envejecimiento Saludable	Empleo, previsión y seguridad social	Participación e integración social	Educación, conciencia y cultura sobre el envejecimiento
Indicador	# de establecimientos de salud diferenciados para el PAM	PAM que son usuarios de Pensión 65	Número de Gobiernos Locales han implementado CIAM	Número de PAM atendidos en los Centros de Emergencia Mujer
Resultado	Al año 2013, se han implementado servicios diferenciados (Tayta Wasi) en 23 establecimientos de salud. (Fuente: MINSA)	Al año 2014, se han beneficiados 450,000 PAM (Fuente: MIDIS)	Al año 2014, se han implementado 190 CIAM. (Fuente: MIMP - DIPAM)	Al año 2014, se han atendido 2,191 PAM (399 hombres y 1,792 mujeres). (Fuente: MIMP).

Leer el Plan completo: [Aquí](#)

- Ley 30940: Ley de las personas adultas mayores

En el 2016, el Congreso de la República del Perú promulga la Ley 30940: LEY DE LA PERSONA ADULTA MAYOR, la cual establece un marco jurídico actualizado y presenta los siguientes principios de trabajo:

- Promoción y protección de los derechos de las personas adultas mayores.
- Seguridad física, económica y social.
- Protección familiar y comunitaria.
- Atención de la salud centrada en la persona adulta mayor.

Leer la ley completa: [Aquí](#)

### 1.3 Problemática

Según las Naciones Unidas, el envejecimiento de la población está a punto de convertirse en una de las transformaciones sociales más significativas del siglo XXI, con consecuencias reales para todos los segmentos de la sociedad.

Según Emma Salas Neumann, historiadora y profesora de la Universidad de Chile, la transformación etaria de la población ha sorprendido a una sociedad con una impregnada imagen de la juventud como la que tenemos y solo en los últimos quince años se ha empezado a darle la importancia que respecta en los países en desarrollo. Sin duda, una de los desafíos más grandes que enfrentan los adultos mayores es la propia percepción que tiene la sociedad sobre ellos. Usualmente son considerados como débiles, flojos e incluso una carga. Emma Salas comenta lo siguiente al respecto:

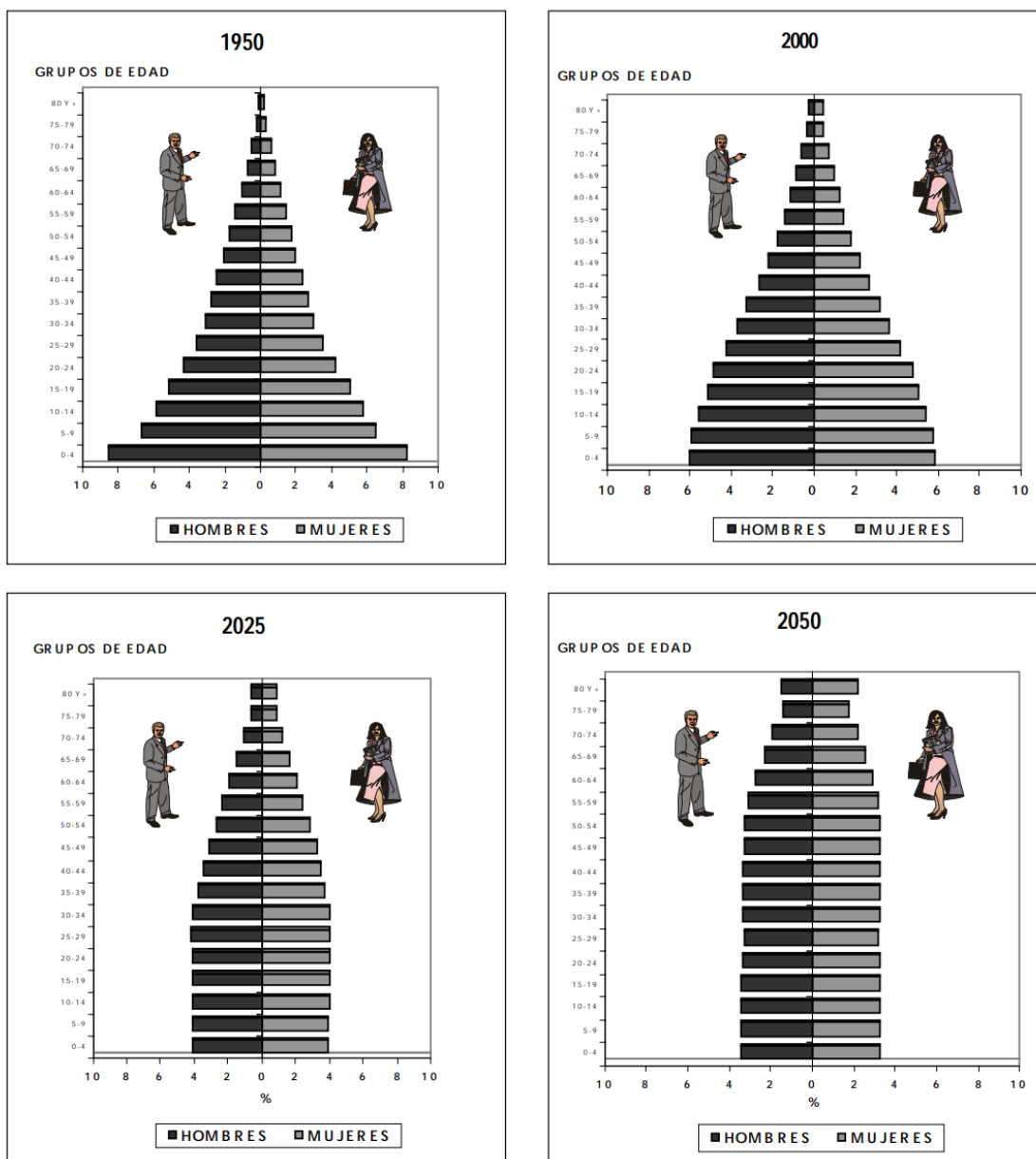
*“Parte importante del tratamiento de este problema social constituye el cambio en la percepción cultural de la vejez, lo que implica un cambio de actitud hacia esta etapa de la vida, tanto de las generaciones más jóvenes, como de los mismos Adultos Mayores. Hoy se observan distintas imágenes y comprensiones del Adulto Mayor como integrante de la sociedad, predominando aún las más tradicionales, aún cuando se realiza un gran esfuerzo para modificar la imagen cultural de anciano.”*

Las Naciones Unidas (2019) mencionan además lo siguiente:

*Según datos del informe "Perspectivas de la población mundial 2019", en 2050, una de cada seis personas en el mundo tendrá más de 65 años (16%), más que la proporción actual de una de cada 11 en este 2019 (9%). Para 2050, una de cada cuatro personas que viven en Europa y América del Norte podría tener 65 años o más. En 2018, por primera vez en la historia, las personas de 65 años o más superaron en número a los niños menores de cinco años en todo el mundo. Se estima que el número de personas de 80 años o más se triplicará, de 143 millones en 2019 a 426 millones en 2050.*

Si bien las cifras mencionadas por las Naciones Unidas son globales, lo que sucede en el Perú no dista ampliamente de este contexto. La innovación en tecnología, el control natal y nuevas alternativas de salud ocasionan que las pirámides poblacionales que solíamos conocer tomen una forma más equitativa en la base que se replica hasta las edades más avanzadas.

Gráfico N° 13  
**PIRAMIDES DE POBLACION DEL PERU**  
 Hipótesis Media



Fuente: INEI – Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población, 1950-2050

Gracias al desarrollo sostenible, hemos empezado a reemplazar la palabra “desafío” por “oportunidad”; el envejecimiento no es ajeno a este cambio positivo. Debemos encontrar líneas de acción para esta oportunidad de desarrollo porque ya está sucediendo. Es por ello que poco a poco, más países están sometidos a presiones fiscales y políticas públicas debido a las necesidades de asistencia médica, pensiones y desarrollo y participación social de este grupo social en crecimiento.

Ante esta situación, la Organización Mundial de la Salud planteó el concepto de “*envejecimiento activo*” en el 2002 con el objetivo de promover el trabajo multisectorial a favor de asegurar que las personas adultas mayores sigan siendo un recurso para la economía global y sus familias.

*El envejecimiento activo es el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas a medida que envejecen – Envejecimiento Activo, un marco político (2002).*

Este concepto es complementado también por la Organización Mundial de la Salud en el Informe Mundial sobre el Envejecimiento y la Salud (2015) junto a la noción de “Envejecimiento Saludable”:

*Es el proceso de fomentar y mantener la capacidad funcional que permite el bienestar en la vejez.*

Cuando se menciona a la capacidad funcional de las personas adultas mayores, el Informe se refiere a aquellas características relacionadas a la salud que le permiten a una persona ser y hacer aquello que es importante para ella. Esta capacidad funcional está compuesta por dos factores:

1. Capacidad intrínseca: Es la combinación de todas las capacidades físicas y mentales con las que cuenta una persona.
2. El entorno: Nos referimos aquí a todos los factores del mundo exterior que forman el contexto de vida de una persona.



### 1.3.1. Desarrollo social y participación del adulto mayor

La intención del proyecto es promover la inclusión social, bienestar, participación activa, empoderamiento y protagonismo del adulto mayor. Ellos serán el actor clave para fomentar el cambio de pensamiento en los demás. Las personas mayores también pueden hacer una contribución productiva al colectivo social en actividades tanto remuneradas como sin remuneración cuando existan organizaciones, programas sociales, políticas públicas y labores que fomenten su participación como embajadores del cambio.

Para definir las causas y las consecuencias de la problemática planteada, decidimos optar por dos herramientas de consulta. La primera es una entrevista a expertos locales del tema, la segunda será la revisión de los portales de la Organización Mundial de la Salud, la Organización Panamericana de la Salud, el Plan Nacional para el Adulto Mayor 2013-2017, y la Federación Iberoamericana de Asociaciones de Personas Adultas Mayores, de tal manera que podamos complementar la información brindada por los expertos con las nociones que se han estudiado tanto en el exterior como en nuestro país para la implementación de programas a favor del adulto mayor.

### 1.3.2. Causas

Para definir las razones buscamos a la Doctora Flor Lavalle, geriatra de la Escuela Latinoamericana de Medicina en Cuba. Ella nos explicó un poco más sobre los motivos que generan la separación del adulto mayor del conjunto de personas que sienten que aún son competitivas para el mercado laboral y el desarrollo personal. Además complementamos la información con las fuentes que se describen líneas arriba. Nos planteó las siguientes:

- Falta de empatía de parte de las personas que los atienden: La Doctora Lavalle nos comenta que la mayoría de las veces, el malestar de una persona mayor tiene un porqué. Puede estar justificado en una enfermedad, un signo de soledad o depresión. Además, enfatiza que el dominio de las habilidades blandas es vital para tratar con un adulto mayor y no se le debe tratar con condescendencia.

*“Al tratar con una persona adulto mayor, primero hay que saber abordarlo. No es un niño ni un bebito como muchos dicen, es una persona con muchos años de experiencia y sabiduría y debe ser tratada como tal.”*

Interpretación: Reconocemos, entonces, que una persona que trate con adultos mayores debe ser alguien con dominio de las habilidades blandas, que identifique afectaciones emocionales y sepa empoderar.

Al respecto, el Plan Nacional para el Adulto Mayor introduce el término “Edad Social”, el cual explica que la vejez, más allá de la edad cronológica, se determina por las pautas impuestas por la sociedad (PNAM, 2013). El adulto mayor, como expone nuestra entrevistada y el PNAM, ha sufrido el estigma social impuesto por la sociedad debido a la incapacidad de terceros de poder empatizar y ver a la vejez como una etapa de empoderamiento, sino con temor y ansiedad.

- Deficiencias en el sector público: En cuanto al esfuerzo que hace el Estado por el adulto mayor, nos comentó lo siguiente:

*“Hay muchas deficiencias en el sector público para el trato al adulto mayor. En todo aspecto, el Perú no está preparado para el envejecimiento poblacional. El sistema de salud no funciona adecuadamente para los ancianos, una atención de salud es disgregada e insuficiente, por médicos que ven la enfermedad, pero no al paciente, poco preparados para las particularidades del adulto mayor.”*

Interpretación: Entendemos así que no podemos dejar todo en manos de nuestros líderes políticos y esperar que hagan el trabajo a favor del adulto mayor. En la medida de lo posible, debemos generar espacios que contribuyan a la reinserción del adulto mayor, desde una perspectiva social.

La Organización Mundial de la Salud complementa esta idea y afirma que no existe una persona mayor “típica”. Los entornos físicos y sociales de las personas condicionan sus hábitos de salud y sus oportunidades. Todo esto desemboca en inequidades de salud. La diversidad de la vejez se debe en gran

medida a la acumulación de estas inequidades sanitarias a lo largo de la vida. (OMS, Febrero 2018). El PNAM 2013-2017 hace hincapié y menciona que es obligación del Estado brindar estos servicios públicos que creen espacios para que las personas hagan valer sus derechos y que esta práctica responde al fin del Estado mismo, que es la consecución del bienestar común (PNAM, 2013), mas no profundiza en la diferenciación de necesidades que existe en el grupo demográfico del adulto mayor.

- El estigma del adulto mayor: La médico geriatra hace hincapié en los pensamientos y actitudes que solemos tener sobre los adultos mayores. Creemos erróneamente que es más lento, que es mucho más propenso a equivocarse y que solo quiere descansar quieto en un lugar de la casa:

*“Una persona de 60 a 70 años debe de ser tan útil y considerada como personas más jóvenes, con el plus que tienen la experiencia y sabiduría. La mayoría aún tiene capacidades físicas y mentales para desarrollarse en diversos aspectos de la vida.”*

Interpretación: A partir de esto, podemos concluir que el adulto mayor puede llegar a creerse inútil para la sociedad debido a los pensamientos masificados que esta misma proyecta de manera implícita y explícita.

La Federación Iberoamericana de Asociaciones de Personas Adultas Mayores critica la sobrevaloración de la juventud marcadas en la publicidad y otras herramientas de marketing. Las arrugas, las canas, o cualquier otra señal de vejez ha sido ligada al rechazo, solo para reforzar el consumo de productos para que las personas retrasen este proceso de envejecimiento estético (FIAPA, 2014). No se le brinda mayor importancia al hecho de reforzar el estigma social al adulto mayor, ya que es rentable para las marcas incidir en este.

- No se les conscientizó cuando jóvenes sobre la importancia de la salud: Un aspecto vital en el desarrollo del adulto mayor, menciona nuestra entrevistada, es el chequeo regular de la salud y la promoción de buenos hábitos para garantizar un envejecimiento activo.

*“Que lleve un estilo de vida saludable, que se nutra bien, que haga ejercicios, que evite hábitos nocivos, si tiene enfermedades crónicas deben de estar controladas, que acuda a sus chequeos médicos anuales. La prevención y diagnóstico precoz son clave para un envejecimiento saludable. Esto va a provocar que tenga un envejecimiento activo, en el que pueda mantenerse activo en la sociedad y con calidad de vida.”*

El Plan Nacional para el Adulto Mayor (2013-2017) propone como pilar de trabajo la Salud, uno de los aspectos que conforman la noción de Envejecimiento Activo, además de la Seguridad y la Participación. En este describe que cuando los factores protectores se mantienen en niveles altos, las personas disfrutan de más años y más calidad de vida, pero este es un proceso que debe iniciar en una edad muy temprana (2013, PNAM). Esto se complementa con lo afirmado por un estudio de La Federación Iberoamericana de Asociaciones de Personas Adultas Mayores, en el que 500 niños tuvieron la tarea de asignar características, positivas y negativas, a los adultos mayores, resultando ser mucho más fácil para ellos designarles características negativas (Marzo, 2014).

- Abandono de parte de familiares o encargados de cuidar de alguien más: El Plan Nacional para el Adulto Mayor hace hincapié en el artículo 2 de la Constitución Política del Perú y expresa que la comunidad y el Estado protegen especialmente al niño, al adolescente, a la madre, y al anciano en situación de abandono.

### 1.3.3. Consecuencias

Para definir los estragos de dejar a los adultos mayores fuera del círculo de participación de la sociedad, entrevistamos al psicólogo clínico Felix Cáceda. Con su apoyo, y las referencias estudiadas, definimos las siguientes consecuencias:

- Pérdida de motivación de parte del adulto mayor: Nuestro entrevistado menciona que el autoestima es afectado totalmente. Esto genera que no solo la parte psicológica (emocional y emotiva) estén involucradas, sino también que la parte física se vea afectada (salud física y mental).

Al respecto, la OMS menciona que la motivación responde directamente al bienestar de la salud mental de los adultos mayores, y que ésta se puede incrementar a través de la promoción de hábitos activos y saludables (OMS, 2017). Aquí radica la importancia de generar espacios desde y para la comunidad, con la finalidad de complementar la oferta pública.

- **Círculo vacío:** Los adultos mayores relegados se convencen a sí mismos de ya no ser productivos y causan este mismo efecto en otras personas, ya sean contemporáneos o de distinta edad, reforzando así el estigma que la sociedad les impuso.

Al respecto, la Organización Panamericana de la Salud declaró que alrededor de 15% de los adultos mayores de 60 años sufren algún trastorno mental y la depresión y la demencia son los más comunes (OPS, 2013). Además critican la implementación de hospitales psiquiátricos en América Latina como única medida de solución, cuando debería existir una mayor oferta de espacios comunitarios para tratar estos padecimientos mentales. Esto refuerza nuestra propuesta de trabajo que describiremos más adelante.

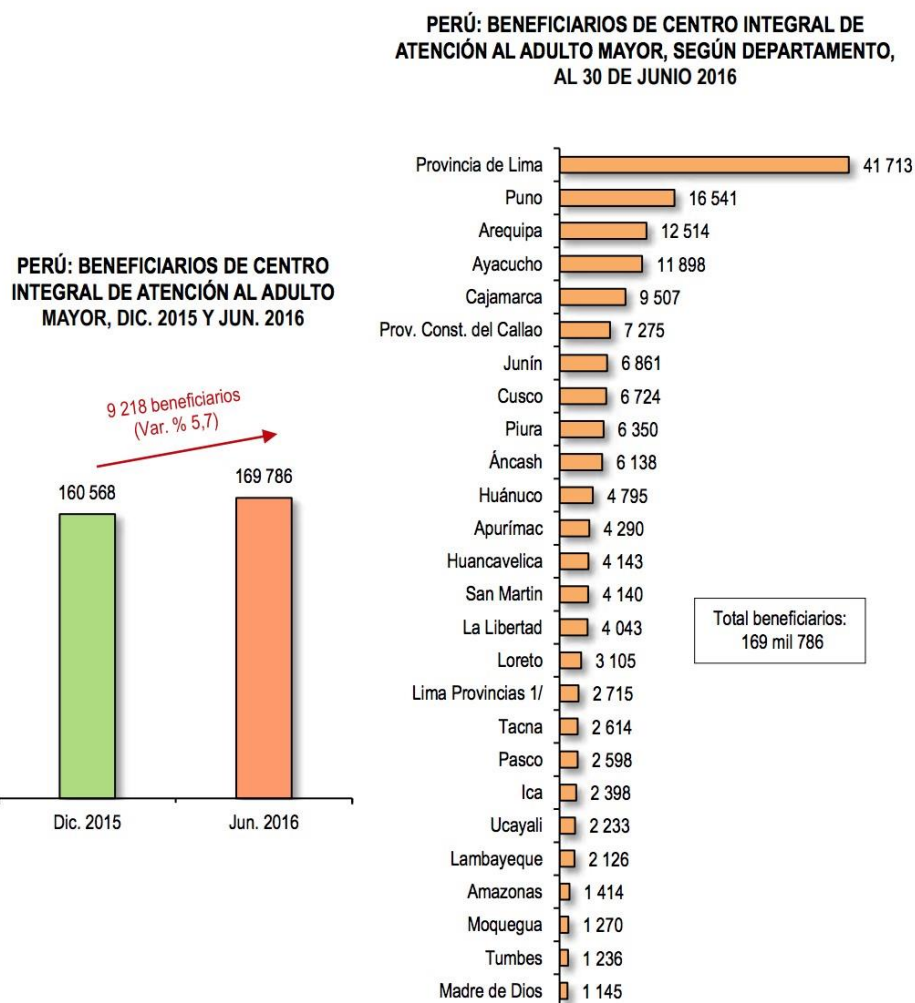
#### 1.3.4. Perú

La ley 30940, ley de las personas adultas mayores, dispone la creación de Centros Integrales del Adulto Mayor (CIAM) en las municipalidades provinciales y distritales.

¿Qué son los CIAM? Son espacios creados por los gobiernos locales para la prestación de servicios básicos integrales a favor del bienestar y promoción social del adulto mayor. Aquí mencionamos algunos de los servicios básicos con los que deben contar estos espacios:

- Desarrollar lazos de amistad y mutuo conocimiento.

- Realizar laborales de alfabetización.
- Promover talleres de manufactura y habilidades laborales.
- Promover eventos sobre análisis de la problemática local y alternativas de solución.



Según la gráfica y un estudio del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2019) contamos con aproximadamente 613 Centros Integrales de Atención para el Adulto Mayor (CIAM). Es decir, 613 centros de asistencia que deben estar equipados para

tratar a un potencial público de más de 3.5 millones de personas con condiciones de vida y salud muy diversos.

### 1.3.5. Lima

Al 30 de Junio del 2016, en un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, se registró un número de beneficiarios que asciende a 169 mil 786 personas. A continuación mostramos una tabla de los resultados alcanzados.

Localidad	Número de beneficiarios
Lima	41,713
Puno	16,541
Arequipa	12,514
Ayacucho	11,898

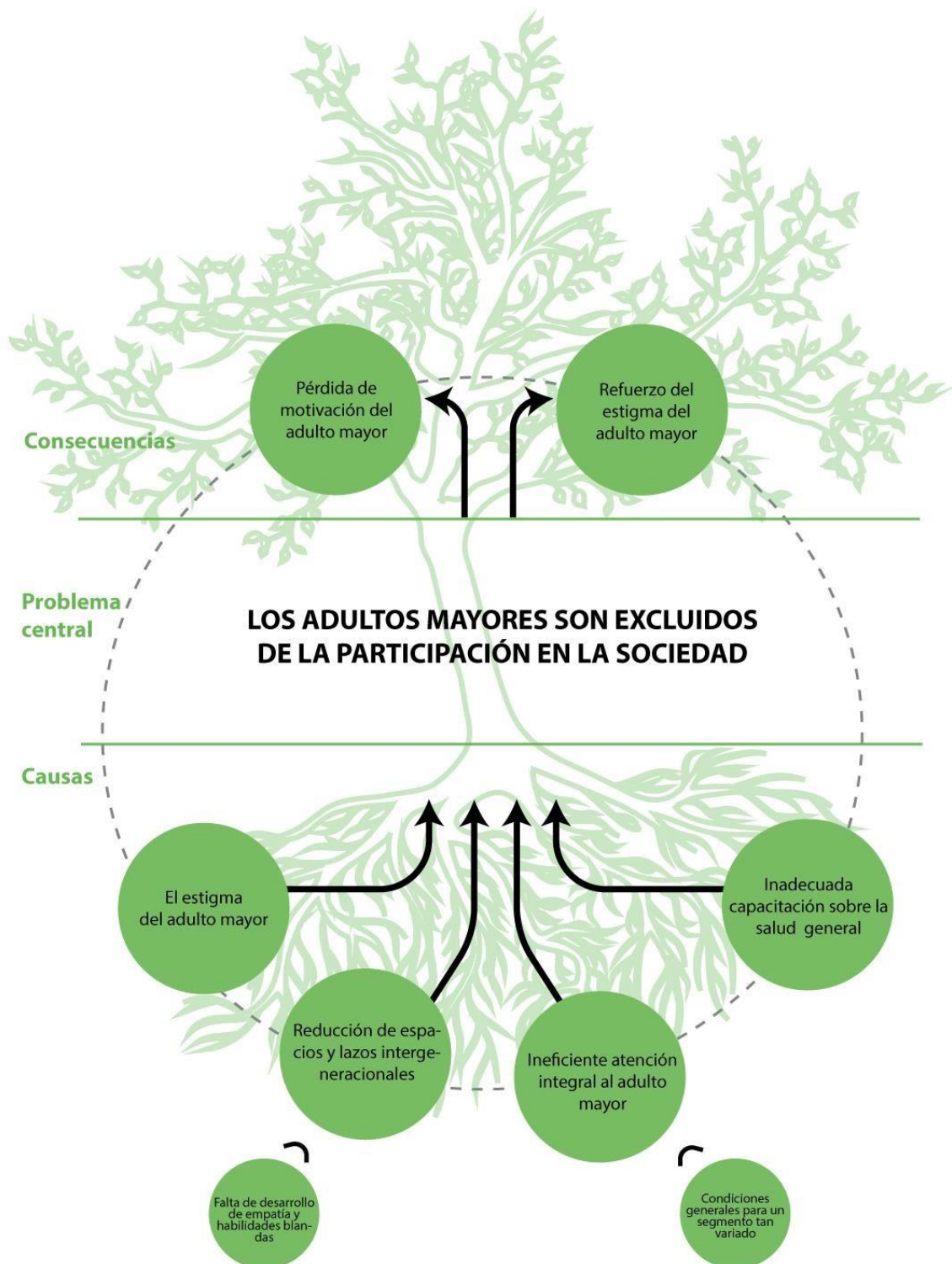
En cuanto a los municipios con mayor cantidad de beneficiarios están los siguientes:

Distrito	Número de beneficiarios
Miraflores	5,564
Villa El Salvador	4,314
Santiago de Surco	3,829
San Juan de Miraflores	3,366

### 1.3.6. Árbol de Problemas

A continuación representaremos el problema que hemos planteado. Además, indicaremos qué es lo que está ocurriendo el día de hoy, según nuestra segmentación,

como problema principal; por qué ocurre esto (causas) y qué genera su desarrollo (consecuencias).





## 2. EL PROYECTO

### 2.1. Juventud Acumulada

Juventud Acumulada es un proyecto social que nace en el 2015 con el propósito de transformar la noción negativa en torno a la vejez a través del empoderamiento de los mismos y la promoción de un envejecimiento activo. Su modelo de trabajo se basa en la comunicación participativa para el desarrollo de las capacidades de las personas adultas mayores y el fomento del trabajo intergeneracional que permita transformar los estereotipos marcados sobre la vejez. Hasta el momento ha trabajado de la mano del CIAM de Surquillo, apoyando a un grupo de 30-40 adultos mayores en su reinserción en la sociedad y empoderamiento.

La **misión** de Juventud Acumulada es crear espacios de empoderamiento y participación activa del adulto mayor en su comunidad a través de talleres de desarrollo de capacidades, intervenciones en espacios públicos y actividades de integración intergeneracional. En cuanto a su **visión**, buscan ser referentes en la transformación de la calidad de vida de los adultos mayores y el aprendizaje entre generaciones.

A continuación mostramos la metodología de trabajo de Juventud Acumulada:

**Empoderamiento:** Se identifican y potencian las habilidades y talentos de los adultos mayores a través de dinámicas de carácter lúdico que permita a cada uno de ellos valorarlas para que puedan luego demostrar activamente sus habilidades ante la sociedad.

**Participación:** Se organizan foros de diálogo en los cuales los adultos mayores debaten sobre los problemas de su comunidad que los afectan.

**Crear:** Los adultos mayores proponen soluciones a través de metodologías ágiles como Design Thinking. Estas soluciones se complementan con un trabajo práctico en articulación con otros actores (jóvenes) para diseñar una estrategia.

**Implementar:** Se lleva a cabo una intervención pública a cargo de los adultos mayores. El trabajo se desarrolla por roles a desempeñar según las distintas funciones direccionadas por cada expresión artística a presentar.

## 2.2 Antecedentes

Con el objetivo de comprender en un mejor nivel la gestión de desarrollo de Juventud Acumulada, contactamos a Roxana Olano, miembro fundador del emprendimiento quien pudo comentarnos sobre el inicio y evolución del programa. Roxana nos cuenta que hasta el momento el programa ha trabajado apoyando al Centro Integral del Adulto Mayor de Surquillo, organizando actividades de empoderamiento dos veces por mes.

*“Ese espacio cuenta con 21 clubes de adultos mayores asociados. Nosotros trabajamos con uno de ellos, el cual se llama Club Hospital de la Solidaridad. Ellos crean sus nombres según afinidad de actividades, y en ese caso varios de los miembros se conocieron por asistir a ese hospital.”*

### 2.2.1. Métricas de impacto

Consultamos con Roxana si Juventud Acumulada ha trabajado su comunicación basada en alguna estrategia. Nos comentó que durante su lanzamiento en 2015/2016 se trabajó una estrategia netamente en facebook basada en la publicación periódica de información sobre el adulto mayor. Sin embargo, no se establecieron metas periódicas ni indicadores de monitoreo o resultados para la estrategia. Al día de hoy, Juventud Acumulada no cuenta con métricas de impacto concretos.

## 2.3. Propuesta 2020

La intención de Juventud Acumulada es replicar su iniciativa en otros espacios o distritos, con la debida gestión y la propuesta de comunicación que esto implica. Para ello, proponemos replicar el programa en el distrito de Lince, esta vez en base a un discurso de promoción del envejecimiento activo, los derechos humanos y la sostenibilidad de las comunidades. Buscamos implementar un modelo que pueda ser

escalado y tomado en cuenta por las municipalidades provinciales y distritales en sus respectivos CIAM apoyándonos en la Ley 30490 (ley de los adultos mayores).

De esta manera, durante el periodo de julio a marzo (9 meses), se trabajará de la mano del Centro Integral del Adulto Mayor en Lince. Nuestro indicador base será el % de beneficiarios 2020 versus el alcanzado en el 2019. La razones de la elección se indican en la siguiente sección, así como la descripción del CIAM.

#### 2.4. Centro Integral del Adulto Mayor – Lince

En el 2008, la gestión municipal del distrito de Lince implementa el Programa Municipal del Adulto Mayor, dos años después de la promulgación de la Ley N28803 a favor de la creación de Centros Integrales del Adulto Mayor. En el 2014, el municipio de Lince marca un precedente para la participación y vida activa de los adultos mayores e inaugura la Casa del Adulto Mayor, un local propio para los adultos mayores.

En este Centro Integrado pueden capacitarse hasta en 10 talleres educativos y físicos, cuentan con un programa de asistencia médica geriátrica a domicilio, actividades de integración como los paseos recreativos y visitas turísticas para los cuales la Municipalidad de Lince costeó e implementó un bus para su traslado exclusivo. A continuación enlistamos las categorías y talleres disponibles en el CIAM de Lince:

- Talleres Educativos: Computación.
- Talleres de Salud: Charla de Salud.
- Taller Voluntario: Juegos de memoria, sapo.
- Talleres Productivos: Pintura en tela, repostería, tejido, bisutería.
- Talleres Artísticos: Marinera limeña, marinera norteña, coro, guitarra, órgano.
- Talleres de Gimnasia: Gimnasia mental, gimnasia rítmica, taichi.

La población del distrito de Lince asciende a 59,600 personas, según un estudio demográfico de CPI en el 2019, distribuidos en un total de 18,600 hogares. Además, según estadísticas de la Comisión Multisectorial del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables el número de personas adultas mayores (PAM) en el distrito de Lince asciende a 10,241; es decir, aproximadamente el 17% de la población de Lince es adulto mayor. Si contrastamos esta información con el público beneficiario de la Casa del Adulto Mayor en Lince que es de 1500 personas inscritas, podemos llegar a la conclusión que solo **el 7% del total de adultos mayores en Lince es beneficiario directo del programa.**



### 3. DIAGNÓSTICO

#### 3.1 Ambiente Interno



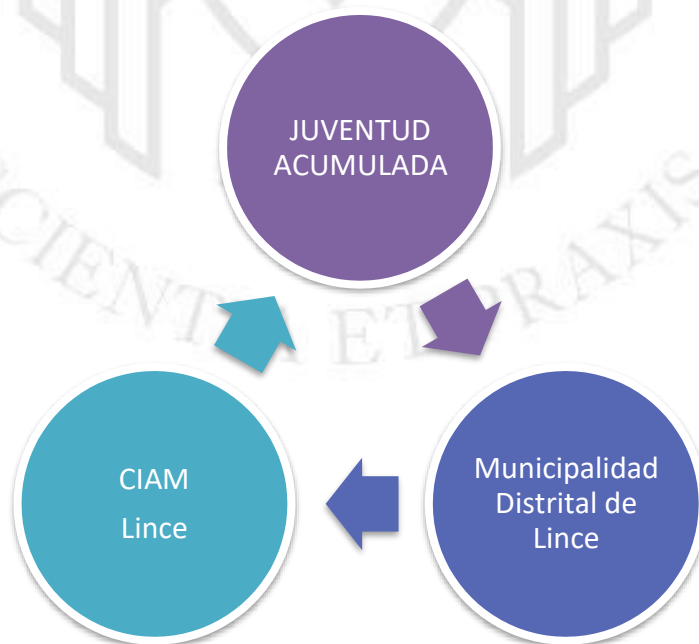
Mostramos aquí el organigrama de la Municipalidad Distrital de Lince para hacer hincapié en la Gerencia de Desarrollo Humano y relacionarlo a nuestro proyecto. El CIAM, por naturaleza, depende orgánicamente de la distribución de tareas que la municipalidad en cuestión haya delegado.

### 3.2. Público objetivo

El público objetivo de este proyecto son adultos mayores, de 60 a 70 años de edad, del distrito de Lince, Lima, Perú asistentes al Centro Integral del Adulto Mayor de la municipalidad distrital de Lince.

### 3.3. Microambiente

Como mencionamos anteriormente, trabajaremos una estrategia de comunicación integral para nuestra organización aliada principal Juventud Acumulada. Para esta propuesta, el emprendimiento social intervendrá el CIAM de la municipalidad distrital de Lince, quien naturalmente será un aliado en el desarrollo e implementación de esta estrategia, de tal manera que podemos alinearla a los objetivos de la gestión del municipio.



En cuanto a la competencia directa debemos acotar lo siguiente. Juventud Acumulada se define como un proyecto social que busca ser un emprendimiento y como todo emprendimiento social es un modelo de negocio que nace para resolver una problemática sin dejar de ser negocio; es decir, sin dejar de buscar su rentabilidad.

Con el objetivo de definir certeramente la competencia, y al hablar de un modelo de negocio que generará rentabilidad e ingresos, buscaremos emprendimientos a través de la utilización de la herramienta Análisis del Panorama de la Competencia.

El panorama de la competencia, o CLA por sus siglas en inglés, es una forma de identificar y examinar la propuesta de valor de la competencia. Su implementación permitirá aterrizar cómo nos diferenciamos de otras ofertas y a comunicar de una manera más eficaz esta diferencia. Además, se pueden anticipar estrategias de la competencia e identificar alianzas potenciales y formas de expansión para nuestro negocio.

1. Emprendimientos que atienden el mismo tema:

- Pro Vida Perú
- Aprouted
- Grupo Vigencia

2. Emprendimientos atienden el mismo tema dirigido a un público objetivo distinto:

- CIEN-USMP

3. Iniciativas que trabajan temas de inclusión:

- Centro Proceso Social
- Centro de Asistencia y Promoción Integral de la Salud
- IPEMIN
- Auquis de Ollantay

4. Ong que vean este tema con un modelo similar:
- Mesa de Trabajo de ONG's sobre personas mayores.

Podemos encontrar más iniciativas de esta misma naturaleza en el portal de [Help Age](#), organización y plataforma que ayuda a las personas mayores a exigir sus derechos, desafiar los estigmas sociales y superar la pobreza para así llevar vidas dignas.

### 3.3. Macroambiente

- Político-legal: En el marco de la Ley N° 30490, el Estado peruano dispone la creación de Centros Integrales del Adulto Mayor en las municipalidades distritales y provinciales de todo el Perú. Asimismo el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables tiene la obligación de promover la creación de los CIAM a nivel nacional, así como la elaboración de pautas para su correcto funcionamiento para garantizar que las actividades desarrolladas en estos centros estén en el marco de los derechos humanos, interculturalidad, intergeneracionalidad y de género. Finalmente, los municipios están en la obligación de presentar informes en los que se describan las acciones realizadas a favor de la misión del CIAM.

- Económico: Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), la actividad económica peruana registrará un crecimiento de 3.9% este 2019, siendo así el segundo país con mayor expansión en América del Sur.

- Sociocultural: El estigma del adulto mayor es producto de una confluencia de factores. Por un lado está la poca importancia que se le da a la salud en cuanto a campañas de comunicación. El envejecimiento activo no es un tema prioritario para nuestras instituciones públicas y esto desemboca en la implementación de políticas frágiles y espacios de ayuda precarios que no terminan, ni cercanamente, de satisfacer las necesidades del público.



- Demográfico: El segmento del adulto mayor representa el 10.7% de la población total en el Perú. Como mencionamos anteriormente, la pirámide poblacional está tomando una forma revertida a como la conocemos, una tendencia que perdurará en el tiempo según el Departamento de Información Pública de las Naciones Unidas. Hablamos, solo en Perú, de un público de más de 3.5 millones de personas con necesidades variadas y desatendidas.

### 3.4. Análisis CAP

Si nuestra intención es promover la inclusión del segmento del adulto mayor en la sociedad participativa, necesitamos analizar los comportamientos que se manifiestan en torno a esta problemática y, a partir del análisis, forjar nuestra estrategia de comunicación. Para ello, utilizaremos la herramienta **análisis CAP**, así tendremos un diagnóstico más certero y podremos elaborar una estrategia mejor enfocada.

Como primer paso, a continuación identificamos a los actores y sus problemas:

<b>Grupo Social</b>	<b>Problema identificado</b>	<b>Comportamientos relacionados</b>	<b>Relación con CAP</b>
Los adultos mayores del CIAM de Lince. (P.O. primario)	Los adultos mayores son excluidos de la sociedad participativa.	1. Poco conocimiento sobre la importancia del cuidado de la salud.	Conocimiento: → Aprendizaje y capacitación
		2. Poco conocimiento sobre el envejecimiento activo.	
		3. Adultos mayores no creen muchas veces en su potencial.	Actitud: → Motivar el cambio
		4. Adultos mayores son conscientes tanto de sus habilidades positivas como de sus limitaciones, pero terminan cediendo ante el estigma social.	Práctica: → Motivar la acción

Como segundo paso del análisis, evaluaremos los comportamientos actuales en un nivel más específico y traduciéndolo en un **cuadro de conductas**. El desarrollo de esta información nos permitirá ser más certeros al momento de definir nuestros indicadores de monitoreo y resultados. Apoyándonos en las entrevistas de campo que realizamos a 30 adultos mayores asistentes al CIAM, tomaremos en cuenta los factores internos, tales como los conocimientos, creencias, percepciones y normas sociales; y los factores externos, tales como las políticas públicas de apoyo, el contexto social, entre otros.

**Grupo social: adulto mayor (público objetivo primario)**

<b>Variables conductuales de los 30 adultos mayores asistentes al CIAM encuestados</b>			
Actitudes actuales	La amplia mayoría de adultos mayores siente que son percibidos como una carga para la sociedad, a pesar de no sentirse personalmente de esa manera.		
Actitudes factibles	La mayoría de adultos mayores son conscientes de sus habilidades y sienten que pueden aportar en cuanto a productividad para el desarrollo de la sociedad y en el CIAM de Lince.		
Actitudes ideales	La totalidad de adultos mayores se siente útil para la sociedad y trabaja, en cuanto las condiciones lo permitan, para el desarrollo sostenible de la misma.		
Beneficios y consecuencias percibidos	¿Por qué el público objetivo debería adoptar esta conducta?  - Adoptar esta conducta será el primer paso para convertirlos en verdaderos agentes de cambio.	¿Cuáles son los posibles obstáculos para adoptar esta conducta?  - Los actores realizan esfuerzos desarticulados. - La problemática no es prioridad para el gobierno actual.	¿Cuáles son los posibles beneficios de adoptar esta conducta?  - El adulto mayor estará empoderado para liderar el cambio. - El segmento del adulto mayor aportará al desarrollo de la sociedad.
Factores que apoyen a adoptar nuevo comportamiento	-Implementación de nuevos espacios para el empoderamiento del adulto mayor, mejora de sus capacidades y desarrollo integral.		
Factores que actúen (o que han actuado) como barreras	-Percepción de la gente: Se ve al adulto mayor como alguien que no produce y, en consecuencia, no se le da prioridad a las acciones que los hagan protagonistas del cambio.		

A continuación explicaremos el proceso para definir la conducta ideal a través de un modelo planteado por la agencia de comunicación estratégica y posicionamiento, Durand Comunicaciones:

**Públicos:**

- Adultos mayores asistentes al CIAM Lince.

**Conducta ideal:**

- El adulto mayor es percibido como un actor esencial para el desarrollo de la sociedad con mucho que aportar.

Factores	Sí/No	No se sabe, hay que investigarlo más.
¿Es difícil llevar a cabo la conducta ideal debido a la falta de destrezas/ conocimientos?	Sí	
Indicar destrezas: Por el lado de las destrezas está latente la poca prioridad que se le da al desarrollo de habilidades blandas, inteligencia emocional y empatía. En cuanto a conocimientos, no se tratan de manera eficaz temas como el envejecimiento activo (seguridad, salud, participación), la relevancia del chequeo regular de la salud, una vida saludable, entre otras.		
¿No se lleva a cabo la conducta por otras razones?	Sí	
Indicar razones: Como mencionamos, no se ha promovido un plan a largo plazo que presente acciones de empoderamiento del adulto mayor. Los programas sociales que atienden al adulto mayor son de carácter asistencialista y lo que este necesita son acciones sostenibles, acciones que los capaciten para hacer su desarrollo perdurable. Además se emplea un enfoque de comunicación ATL y efímero, cuando la comunicación para el desarrollo necesita un enfoque directo, horizontal e inclusivo para realmente mermar en las personas y modificar para bien su conducta social.		
¿Tiene el público otras conductas similares?	Sí	
El Perú, a pesar de ser un país multicultural lleno de tradiciones, es también cuna de actitudes xenófobas y racismo vertical y lateral. Existe una brecha social muy marcada que actúa como impedimento grave para el desarrollo del país. Creemos que esta problemática parte de una condición más grave que es la falta de educación en nuestro país, una educación que se base en el discurso de los derechos humanos.		

### Conclusión del análisis:

La actitud final y el cambio deseado serán difíciles de lograr. Los adultos mayores deberán pasar por un cambio de conocimientos, actitudes y prácticas necesarios para llegar a la fase de empoderamiento y promotores no solo de su propio potencial, sino también del potencial de la vejez como etapa de la vida. Naturalmente se buscarán nuevos aliados, partiendo por las municipalidades distritales, para seguir promoviendo el programa y la conducta que queremos alcanzar.

### 3.5. Entrevistas y encuestas

Las principales conclusiones que pudimos obtener a partir de las entrevistas y encuestas fueron las siguientes:

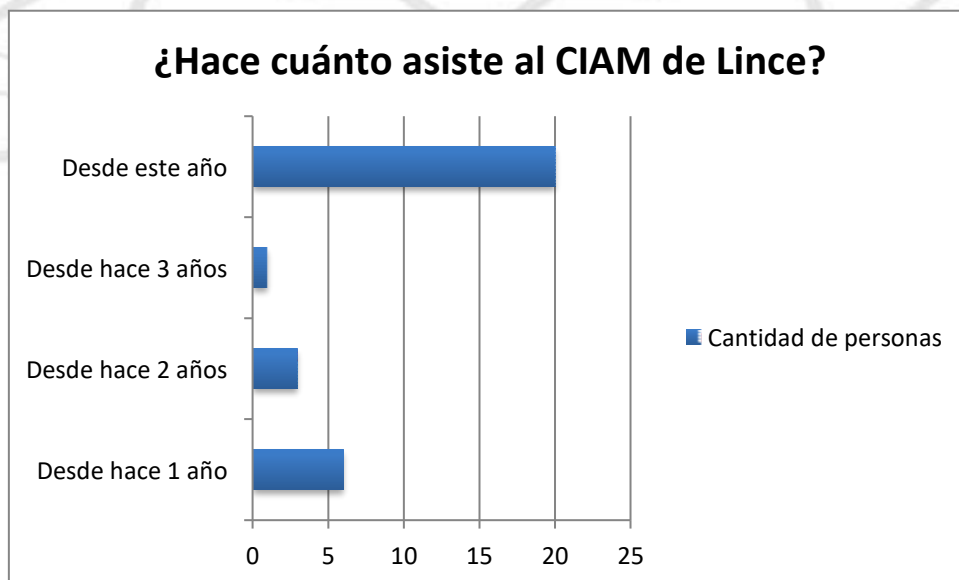
- Flor Lavalle: Geriatra y otrora Encargada del CIAM del distrito de La Molina.
  - Al tratar con un adulto mayor debería haber un manejo muy alto de la inteligencia emocional y el saber empatizar con ellos.
  - Una persona adulta mayor no es un niño. El adulto mayor es alguien con una experiencia muy amplia y sabiduría y debe ser tratada como tal.
  - Hay muchas deficiencias en el sector público para el trato del adulto mayor. La proliferación de emprendimientos sociales juega un rol muy importante para intentar atenuar la difícil situación que pasa el adulto mayor en nuestro país.
  - Las personas, en general, deben llevar un estilo de vida saludable para tener mejores opciones de poder llegar a un envejecimiento activo en el que pueda seguir participando en acciones a favor del desarrollo de la sociedad.
- Felix Caceda: Psicólogo clínico
  - Es necesario que un ser humano tenga contacto directo e inmediato, si no es con su familia, con un grupo de personas que pueda suplirlo. Esto aporta a su bienestar físico y emocional.
  - A las personas les cuesta mucho aceptar que una nueva etapa de su vida está llegando en la que se vuelven más frágiles física y emocionalmente.

Incluso llegan a pensar que pedir ayuda es signo de debilidad y prefieren no buscarla.

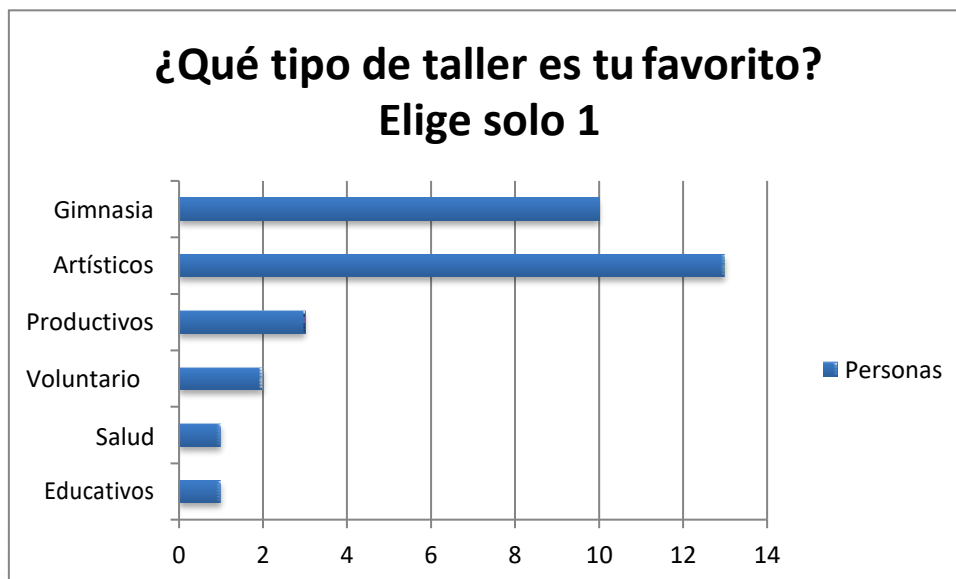
- El no ser considerado como una persona útil y autosuficiente y la poca motivación son factores cruciales para que el adulto mayor deje de valerle por sí mismo.

- Encuestas a adultos mayores del CIAM de Lince:

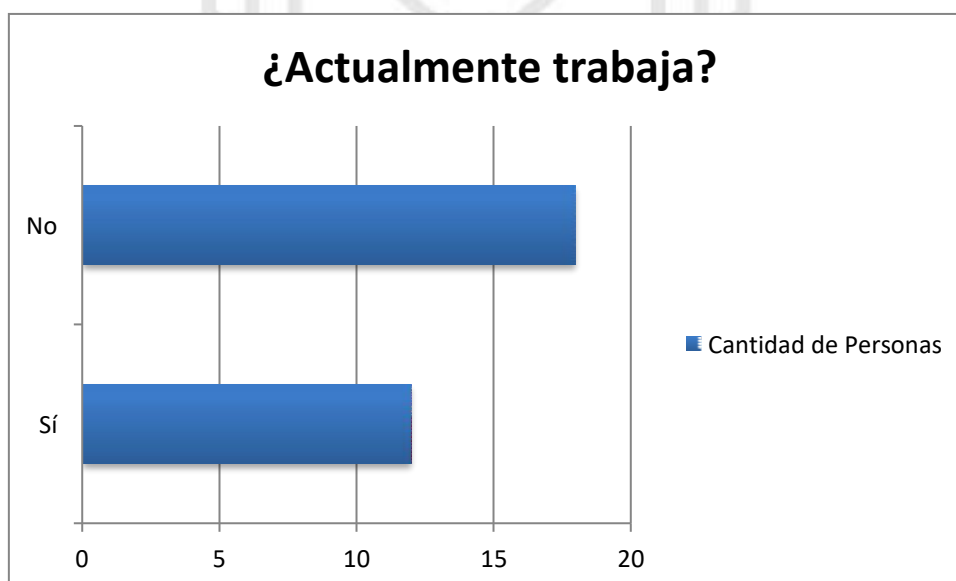
Los responsables del CIAM de Lince nos comentaron que aproximadamente 300 personas estaban registradas hasta el momento en que nos acercamos. Por ello tomamos una muestra de 30 personas para realizar una serie de preguntas que nos esclarecerían un poco más el panorama para la estructuración de nuestra estrategia. Los encuestados se distribuyeron en 20 mujeres y 10 hombres de edades entre los 50 y 65 años.



Interpretación: Casi el 70% de nuestros encuestados confirmaron ser parte de las actividades del CIAM de Lince desde este año. Su participación es recurrente y siempre están buscando añadir mayor diversidad a los talleres. Los mismos responsables del CIAM nos corroboraron que siempre están ideando nuevas actividades para trabajar en grupo, pero no siempre estas responden a algún objetivo más allá del gusto propio.



Interpretación: Casi el 80% de los encuestados aseguró que el taller de gimnasia y artístico es su favorito. Dentro de estos talleres encontramos actividades como Taichi, gimnasia mental, gimnasia rítmica, guitarra o pintura. Los adultos mayores del CIAM de Lince optan en su amplia mayoría por acciones en las que prime el movimiento corporal y se trabaje en equipo.



Interpretación: Nos pareció certero consultar si el asistente al CIAM se encontraba laborando para tener una mejor noción acerca de la distribución de su tiempo. El 60% de los encuestados afirmó no estar laborando y encargarse estrictamente de apoyar en las tareas domésticas como en el cuidado de los niños, arreglos de la casa y cumplir diligencias por sus familiares que sí laboran.

- Aprecian mucho los momentos de integración con otras personas. Sienten una atmósfera de familiaridad y, al menos durante lo que dura la actividad en el CIAM, se sienten muy activos y capaces.
  - Tienen un alto grado de motivación por asistir a los talleres que ofrece el CIAM y les gustaría que se sigan promoviendo estas actividades para poder compartir con más personas.
  - Su actividad favorita es el baile grupal, en el que destaca la marinera. La segunda actividad favorita de los participantes el Tai Chi.
- Hilda Castillo – Coordinadora del CIAM de lince
    - El total de beneficiarios del proyecto al 2019 rodea las 4000 personas. Sin embargo, no significa que se trabaje con todos ellos. Este número solo indica cuantas personas han ido alguna vez al CIAM a probar algún proyecto. Al día de hoy son aproximadamente 300 los inscritos en el CIAM que cuentan con un carné de identificación.
    - Los adultos mayores asisten, en su mayoría, por los cursos de marinera y Tai chi, además de los cursos de gimnasia mental.
    - Muchas personas dejan a los adultos mayores en el CIAM como si se tratara de una escapatoria para poder realizar su día a día sin problemas. En palabras de la coordinadora, *el CIAM es como un colegio que funciona de 8:30a.m. a 4p.m. de lunes a viernes. Una persona no puede llegar y salir cuando le plazca.*

### 3.6. Conclusiones del diagnóstico

Podemos concluir, debido a las fuentes informativas consultadas, entre ellas las referencias principales como la Organización Mundial de la Salud, la Organización Panamericana de la Salud, el Plan Nacional para el Adulto Mayor 2013-2017, y la Federación Iberoamericana de Asociaciones de Personas Adultas Mayores, que el adulto mayor es percibido por los demás segmentos como alguien con muchas más limitaciones que virtudes, sin dejar de considerar que esto es una construcción estrictamente sociocultural. Por otro lado, el adulto mayor siente que aún tiene potencial que aportar y se motiva mucho más cuando está en grupo. Finalmente, el asistencialismo y la filantropía son positivas pero para alcanzar verdaderos resultados se deben implementar programas que perduren en el tiempo y beneficien a nuestro público objetivo en el largo plazo, mientras educa a otros públicos externos.

Como también menciona Alfonso Gumucio-Dagrón, especialista boliviano en comunicación social, la comunicación para el desarrollo trata sobre hacer a la comunidad protagonista del cambio. Se trata de dialogar y facilitar procesos y nos basaremos en esto para brindarles a los adultos mayores las herramientas necesarias para lograr nuestros objetivos.

## 4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

### 4.1 Propuesta

En la entrevista realizada a Roxana Olano, miembro fundador del equipo de Juventud Acumulada nos comentó que al día de hoy, el emprendimiento está conformado por un total de tres (3) personas. Además mencionó que están retomando el proyecto con la intención de replicarlo en otras municipalidades distritales. Ante esta situación y al tener en cuenta los recursos humanos, monetarios y tiempo del equipo, se plantea una



estrategia de comunicación que constará de 3 etapas que serán explicadas en esta sección: visibilidad, confianza y empoderamiento y posicionamiento.

Los encargados de Juventud Acumulada nos mencionaron que, si bien se desarrolló una estrategia en torno a la plataforma de Facebook, no se acordaron indicadores de resultados o monitoreo. La fanpage funciona como un repositorio de información y no tiene un objetivo de comunicación establecido. Por otro lado, las sesiones de empoderamiento y talleres también son acciones de comunicación vitales para el desarrollo del proyecto; sin embargo, tampoco cuentan con indicadores predeterminados. Por estas razones, creemos necesaria la implementación de un plan de comunicaciones estructurado con indicadores en todas sus fases.

### **Entrevista de sustentación de nuestra estrategia de comunicación:**

#### **Danny Cueva Bernedo**

Con la finalidad de entender de manera más apropiada la forma en que las instituciones públicas manejan las áreas y estrategias respectivas de comunicación, decidimos contactar a Danny Cueva, otrora colaborador de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de Lima en el año 2013 y hoy responsable de la comunicación externa en la Gerencia de Comunicación Corporativa de Claro Perú. Nuestro especialista nos comenta que con el pasar de los años e intervalos de gestión, se ha dado prioridad a la transparencia de los mandatos:

*“Hoy te vas a dar cuenta que a todas las municipalidades se les exige contar con un portal de transparencia en el que muestren los resultados de sus gestiones, incluso muchas como la municipalidad de Lima deciden transmitir en señal abierta sesiones de trabajo. Antes era imposible pensar en esto.”*

Asimismo nos comentó que suelen haber diversas trabas incluso de carácter subjetivo:

*“En el caso de las municipalidades y de las instituciones públicas en general, la forma de trabajo puede cambiar en su totalidad cuando la persona en el cargo más alto es reemplazada. Incluso llegaban a preguntarme en qué gestión había*

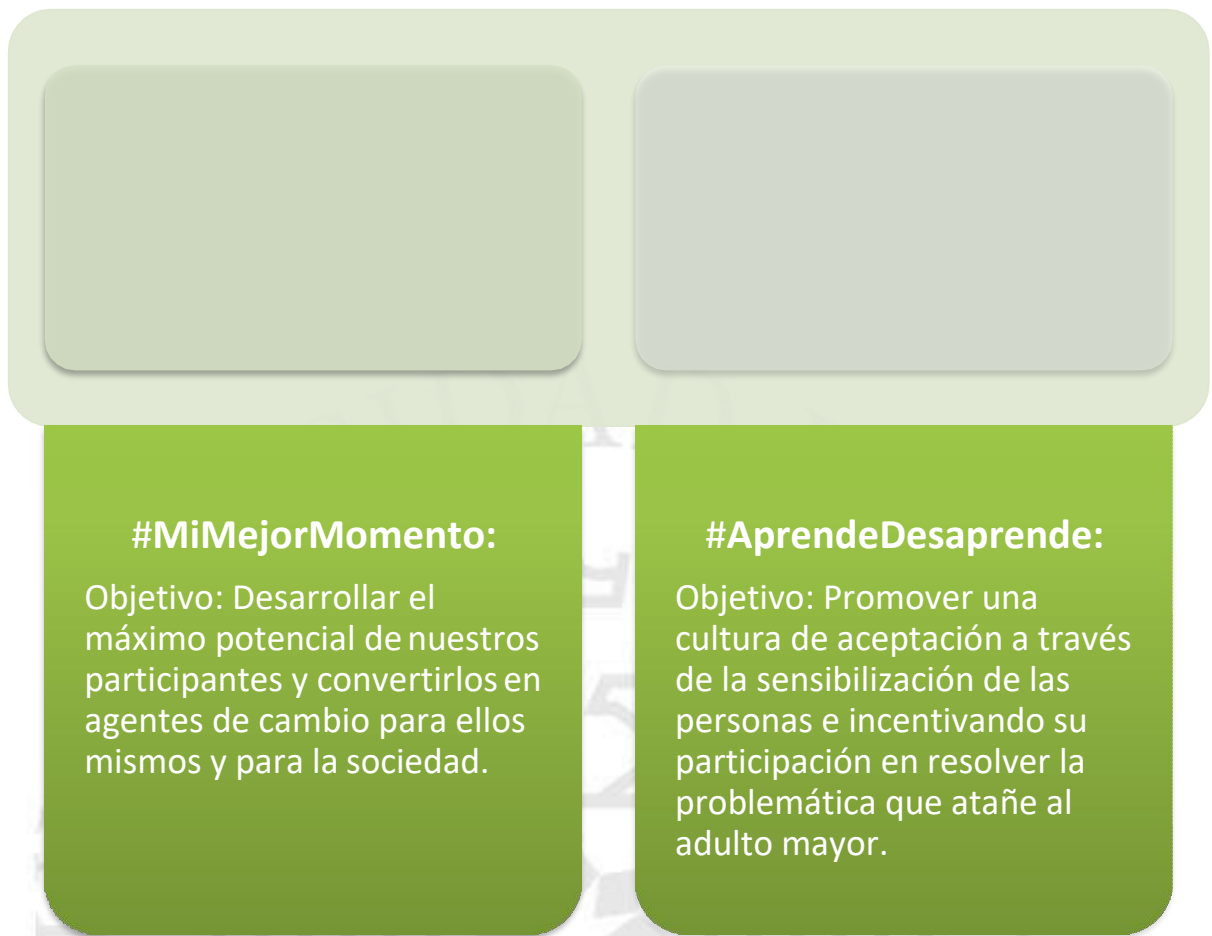
*ingresado para saber cómo tratarme. Hoy eso ha disminuido pero sigue siendo una problemática interna que no deja trabajar en un mismo sentido.*

Finalmente nos aseguró que las municipalidades cuentan con presupuesto alto, pero que no siempre saben aprovecharlo:

*“En las municipalidades siempre se cuenta con presupuesto y muchas veces es alto. Lamentablemente no se cuenta con planes realmente estratégicos que ayuden a sustentar la utilización de ese presupuesto y, muchas veces, se termina devolviendo sin haberlo aprovechado.”*

Después de conversar con nuestro especialista, entendemos que las instituciones públicas le otorgan cada vez mayor valor a las acciones transparentes y social y ambientalmente responsables. Invierten más recursos en su producción e inclusión a los planes de trabajo anuales. Además, sí cuentan con un presupuesto amplio que pueda avalar sus propuestas, siempre y cuando estas tengan un componente estratégico.

Nuestra estrategia estará basada en el empoderamiento del adulto mayor y la educación de ambos públicos objetivos previamente planteados. Para el correcto ordenamiento de la información hemos establecido dos pilares de trabajo que solo serán conocidos a la interna, de tal manera que podemos enmarcar nuestras acciones en el pilar que le corresponda y mantengamos orden en la estrategia.



El proyecto de comunicación que buscamos implementar contempla un total de tres etapas distribuidas en un total de 9 meses de trabajo; cada etapa de la estrategia constará de 3 meses de duración. Iniciaremos en el mes de Julio y trabajaremos la estrategia hasta el mes de Marzo; los meses de abril, mayo y junio serán empleados para evaluar los resultados del proyecto (indicadores de resultado y monitoreo), identificar puntos positivos y puntos a mejorar; finalmente, el tiempo mencionado también se utilizará para definir la estrategia del año siguiente.

**Sustentación de la distribución de los meses:**

Se eligieron los meses de abril, mayo y junio para evaluar los resultados y definir la estrategia del próximo año debido a los siguientes hitos del distrito de Lince:

- Abril: En este mes, según lo revisado en las Agendas de Actividades 2018 y 2019 encontradas en la página de la municipalidad de Lima, se realizan diversas actividades de carácter político; entre ellas encontramos las audiencias vecinales, talleres de diagnóstico y priorización de resultados, sesiones de concejo, talleres junto a la Municipalidad de Lima y el alcalde Jorge Muñoz, entre otras. Creemos que plantear acciones en este mes atenuaría nuestro posible impacto comunicacional.
- Mayo: En este mes se celebra el aniversario de la Municipalidad de Lince. Para su debido desarrollo, se plantean acciones con diferentes actores públicos y privados, en consecuencia, la agenda del municipio está enfocada casi en su totalidad durante este mes en este tema. Creemos que esto puede funcionar a nuestro favor, ya que es una gran oportunidad para que los encargados de la municipalidad comuniquen el año trabajado con Juventud Acumulada y la Casa de Adulto Mayor de Lince.
- Junio: En el mes de junio tenemos el día mundial del medio ambiente. La municipalidad ha invertido y sigue derivando muchos recursos en reforzar su estrategia desde el lado ambiental. Por ello, no creemos acertado rozar con este mes, al tratar nosotros una problemática estrictamente social.

- **Estrategia de visibilidad**

Duración: 3 meses

Descripción: La primera etapa de proyecto será trabajada en el marco de una estrategia de visibilidad. Tenemos el respaldo del trabajo realizado por la organización Juventud Acumulada en el distrito de Surquillo. Utilizaremos redes sociales y empoderaremos a los adultos mayores en las plataformas digitales bajo una misma línea gráfica.

- **Estrategia de confianza y empoderamiento**

Duración: 3 meses

Descripción: La segunda etapa apuntará a consolidar la confianza que genera la labor de Juventud Acumulada. Nos basaremos en los testimonios de los adultos mayores y testimonios de autoridades aliadas con las que hemos trabajado.

- **Estrategia de posicionamiento**

Duración: 3 meses

Descripción: La tercera y última estrategia que planteamos para el año 2020 será la de posicionamiento. Nos basaremos en promover los valores con los que queremos que se nos relacione, así como las ideas clave, misión y problemática que queremos atenuar.

#### 4.2 Modelo de Comunicación

Con la finalidad de definir el modelo de comunicación a emplear en el presente proyecto, optamos por basarnos en lo descrito por Jan Servaes en Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos (2018). Una de las ideas principales que rescatamos del texto es que la influencia personal o comunicación horizontal prevalece y cala en la persona mucho más que la comunicación masiva cuando hablamos de intentar modificar la conducta social. El autor describe que los medios masivos como la radio o la televisión sirven quizás para informar, pero la comunicación para el

desarrollo no debe limitarse a utilizar solo estos medios, sino que debe complementarse la acción con contactos interpersonales.

En esa línea, hemos optado por seguir lo indicado por el **modelo participativo** para la comunicación para el desarrollo, el cual se basa en tres pilares:

- 1) Identidad cultural de las comunidades
- 2) Poder
- 3) Democratización y comunicación participativa

Nos referimos a una estrategia trabajada desde el inicio por y para nuestro público receptor, basada en el respeto por las demás personas y la igualdad de aquellos que viven y actúan en condiciones diferentes.

#### 4.3. Cuadro de objetivos de comunicación y descripción

<b>Grupo Social:</b> Adultos mayores del CIAM de Lince		
<b>Problema</b>	<b>Objetivo de comunicación</b>	<b>Relacionado a C A P</b>
1. Los adultos mayores tienen poco conocimiento sobre el envejecimiento activo.	Lograr que un mínimo del 60% de los adultos mayores sepa definir el envejecimiento activo.	Conocimiento: → Aprendizaje y capacitación
2. Los adultos mayores tienen poco conocimiento sobre la importancia de la revisión y mejora de la salud física y mental.	Alcanzar un porcentaje mínimo del 60% de adultos mayores que sepan identificar buenas prácticas de salud física y mental.	Conocimiento: → Aprendizaje y capacitación
3. Los adultos mayores prefiere realizar sus tareas en discreción y sin llamar la atención de los demás.	Alcanzar un mínimo del 70% de participación del adulto mayor registrado en el CIAM de Lince en nuestras actividades.	→ Actitud: → Motivar el cambio
4. Los adultos mayores son conscientes de sus habilidades y limitaciones pero terminan cediendo ante el estigma impuesto por la sociedad.	Alcanzar un incremento mínimo del 20% en adultos registrados con carné en el CIAM de Lince al finalizar la estrategia.	Práctica: → Motivar la acción

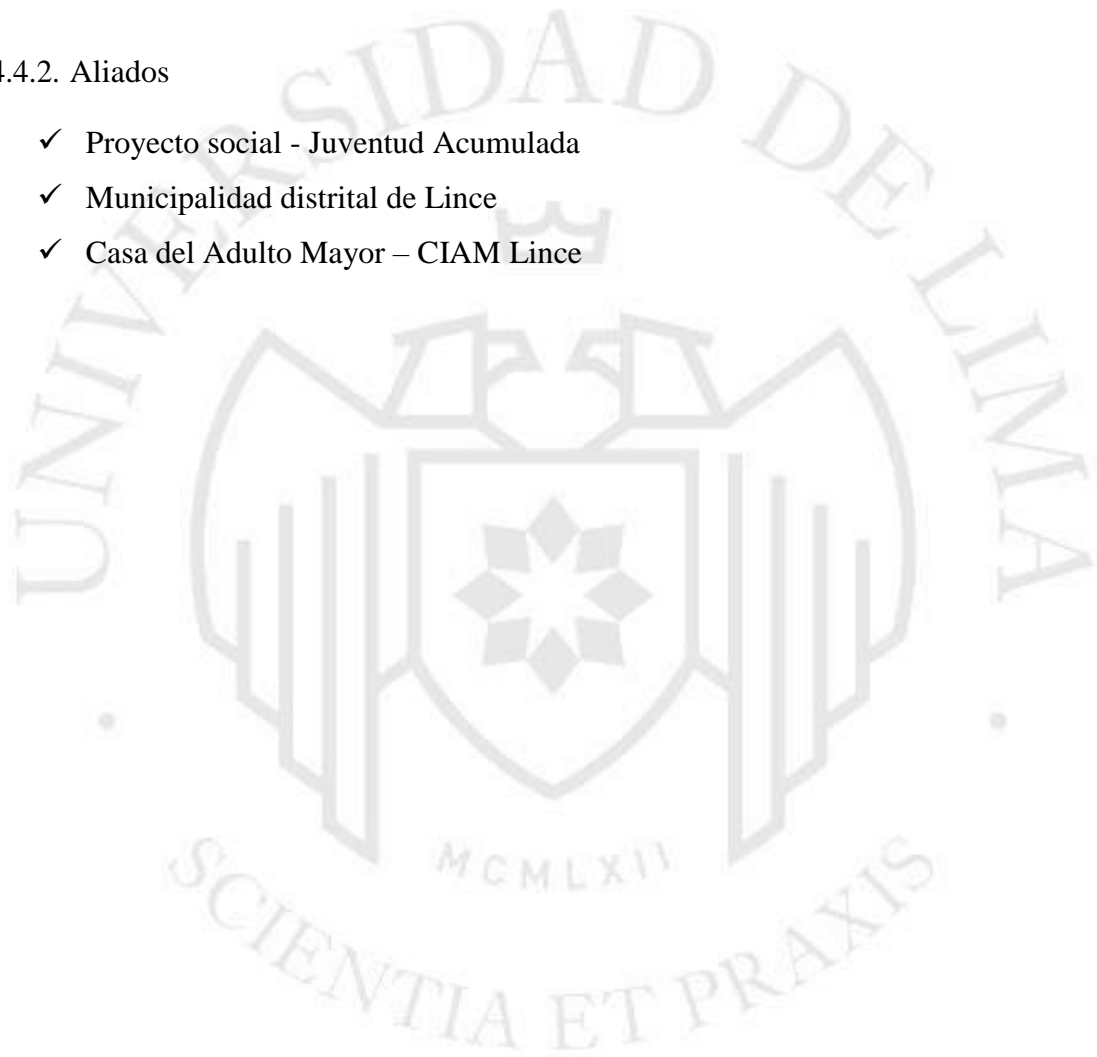
#### 4.4. Públicos

##### 4.4.1. Directo

Nuestro público primario a intervenir está conformado por los adultos mayores del distrito de Lince que asisten al CIAM (Casa del adulto mayor) del mismo distrito, a cargo de la municipalidad distrital de Lince.

##### 4.4.2. Aliados

- ✓ Proyecto social - Juventud Acumulada
- ✓ Municipalidad distrital de Lince
- ✓ Casa del Adulto Mayor – CIAM Lince



## 5. ESTRATEGIA

### 5.1. Concepto Creativo:

Para el desarrollo del concepto creativo de la campaña a favor de Juventud Acumulada, empleamos tres fases que describimos a continuación:

1) Investigación: Revisamos la [fanpage](#) de Facebook de Juventud Acumulada para conocer el tono de comunicación, fotografía y formatos de comunicación más utilizados. La página cuenta con un poco más de 1100 likes en facebook y seguidores. Consultamos con el equipo de Juventud Acumulada y nos comentaron que no cuentan con Instagram, Twitter u otra red social. Asimismo, realizamos un benchmark para identificar cómo se comunican campañas en torno al adulto mayor en países como Estados Unidos, Reino Unido y México. En éste último reforzamos lo investigado en torno a la brecha digital y el comportamiento que tiene el adulto mayor respecto a las redes sociales.

2) Ideación: Después de conversar sobre el propósito de Juventud Acumulada, así como la misión, visión y los ejes de trabajo planetados, ideamos un concepto creativo basado en la comunicación horizontal con el adulto mayor como protagonista directo del cambio. Identificamos recursos de comunicación como fotografía frontal en planos medios y primeros planos, predominio del color blanco en cuanto a cromática para hacer nuestras comunicaciones más limpias y una tipografía que denote cercanía y confianza.

3) Implementación: Finalmente, elaboramos un Brandbook para Juventud Acumulada en el que describimos el correcto uso de la identidad visual del programa. Esto engloba nuestro concepto creativo y brinda así una forma de comunicación única, definida y coherente para los colaboradores de Juventud Acumulada y a los que puedan sumarse en el futuro.

Conoce la identidad visual propuesta para Juventud Acumulada aquí:

<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/16C7Zj1Aph8egnpEAeyYkPszeyTUEHe>



## 5.2. Mensajes Clave

Nuestros mensajes clave estarán enmarcados en los pilares internos de comunicación que definimos previamente: #MiMejorMomento y #AprendeDesaprende

<b>Pilar de Comunicación: #MiMejorMomento</b>	
Descripción: Desarrollar el máximo potencial de nuestros participantes y convertirlos en agentes de cambio para ellos mismos y para la sociedad.	
<b>Mensajes sobre el envejecimiento activo</b>	La importancia del bienestar físico, social y mental.
	Sobre la participación y vida activa del adulto mayor.
	Brecha digital: empoderamiento en la redes sociales.
	Es la etapa más bonita. Ser adulto mayor debe ser sinónimo de orgullo por todo lo vivido, aprendido y superado.
<b>Pilar de Comunicación: #AprendeDesaprende</b>	
Descripción: Promover una cultura de aceptación a través de la sensibilización de las personas e incentivando su participación en resolver la problemática que atañe al adulto mayor.	
<b>Mensajes sobre la problemática del adulto mayor</b>	Situación actual de apoyo para el adulto mayor en nuestro país.
	Habilidades blandas por encima de las técnicas
	Importancia del contacto directo y acompañamiento.
	El adulto mayor no es un bebé, es alguien con experiencia y sabiduría.
	La importancia de prepararnos para un envejecimiento activo.

### 5.3 Plan de comunicaciones

Como mencionamos anteriormente, nuestro plan estratégico de comunicación está compuesto por tres etapas. A continuación explicamos cada etapa, el objetivo de comunicación, el enfoque, la temática y las acciones que abarca.

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1zdFVvk\\_SQjLnP9j-9wFv0A8T4wKf\\_S\\_dgtn2XNVrXSK4/edit#gid=0](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1zdFVvk_SQjLnP9j-9wFv0A8T4wKf_S_dgtn2XNVrXSK4/edit#gid=0)

#### 5.3.1. Visibilidad

Nuestra estrategia de visibilidad utilizará las redes sociales como forma principal de comunicación para nuestras acciones. Añadiremos una red social a nuestro ecosistema digital, nos enfocaremos en el **trabajo colaborativo** (acciones BTL, representantes de la municipalidad y posibles colaboraciones de notas de prensa a medios definidos). Finalmente no podemos olvidar que esta etapa preparará el terreno para una futura estrategia de posicionamiento.

Objetivos específicos:

- Dar a conocer el emprendimiento Juventud Acumulada.
- Informar sobre el CIAM de Lince y los talleres que ofrece.
- Promover el rol del adulto mayor como protagonista del cambio.

##### 5.3.1.1. Actividades

Como plantea Jan Servaes, cuando hablamos de comunicación para el desarrollo, el contacto y la intervención directa es mucho más efectiva que la comunicación masiva para lograr un verdadero cambio en la conducta social. Por ello utilizaremos el BTL como un recurso recurrente en nuestras acciones, gracias a que también contamos con el compromiso y toda la disposición de la Municipalidad Provincial de Lince.

##### 5.3.1.1.1. Implementación de nuestra página de Instagram

Creemos que debemos partir por introducir la plataforma de Instagram a nuestro ecosistema digital. El contenido de esta red social, al ser casi en su totalidad visual, es mucho más digerible para los seguidores y puede ser aprovechado para comunicar de

una manera más cercana no solo los resultados de nuestras acciones, sino también el procedimiento de ellas.

Naturalmente, nuestra página en Instagram deberá respetar y mantener los lineamientos que se describen en nuestro brandbook para mantener la coherencia comunicacional. Uno de los aspectos que podremos aprovechar para generar mayor engagement es el estilo fotográfico que planteamos en nuestros lineamientos.

Nuestra estrategia se apoyará recurrentemente en nuestras plataformas de Facebook e Instagram a través de publicaciones que se detallan en nuestro Plan de Trabajo 2020. Las piezas gráficas que serán publicadas en nuestras redes deberán responder siempre a la temática propuesta en el mismo plan.

#### 5.3.1.1.2. Taller de integración y desarrollo: Design Thinking

Uno de nuestros pilares de trabajo en la elaboración de la estrategia de comunicación para Juventud Acumulada es la integración del adulto mayor en el proceso de elaboración de la estrategia y selección de acciones, ya que finalmente serán ellos mismos quienes las impulsarán. En esa línea, hemos definido que todo el mes de enero estará enfocado en el proceso de identificación de necesidades a través de la metodología de Design Thinking.

#### **Primera sesión: Apliquemos el Mapa de Empatía**

Fecha: Sábado 4 de Enero

Número de participantes: 30 adultos mayores del CIAM de Lince

Duración: 30-45 minutos por grupo

En nuestra primera sesión de trabajo explicaremos brevemente cómo funciona la metodología de “design thinking” de manera didáctica y sencilla. Lo esencial aquí es recalcar que el valor de esta metodología se encuentra en la necesidad de observar a los usuarios con el objetivo de buscar soluciones que se enfoquen en ellos. Inmediatamente

pasaremos al objetivo de esta sesión, el cual es hacer un mapa de empatía. El mapa de empatía es una herramienta, propia del design thinking, basada en ponernos en los zapatos de nuestro público objetivo para obtener un conocimiento mucho más profundo sobre él.

Las etapas que involucra el desarrollo del Mapa de Empatía se explican a continuación:

### **Primera Etapa: Segmentación**

Identificaremos dos (2) grupos de 15 adultos mayores cada uno que tengan la misma situación laboral, intereses similares y condiciones de vida que se asemejen. Este será nuestro grupo de trabajo para el desarrollo y definición de la estrategia.

### **Segunda Etapa: Personalización o humanización**

El proceso de empatizar con alguien es más orgánico y deriva insights más potentes cuando realmente conocemos a la persona con la que estamos tratando y lo hacemos en una atmósfera en la que prevalezca la confianza. En esta etapa seleccionaremos a una (1) persona por segmento y le asignaremos características concretas:

- Nombre
- Con quién vive
- Trabajo
- Aspiraciones
- Pasatiempos

### **Tercera Etapa: Empatizar**

En esta fase nos pondremos en los zapatos de la persona del público objetivo que asignamos. Nos haremos preguntas a nosotros mismos relativas a sus pensamientos, sentimientos, deseos, entorno, entre otros aspectos.



Aquí mostramos el mapa de trabajo que realizaremos con los participantes. A través de una recopilación de post its, las personas responderán a las preguntas que muestra el diagrama.

- **¿Qué ve?:** Describiremos el entorno en el que vive, los amigos y familia con los que frecuenta y las actividades que realiza con ellos, y las ofertas en el mercado que se dirijan a él. Se trata de conocer el contexto social de la persona elegida.
- **¿Qué dice y hace?:** Se trata de describir la forma en la que habla, actúa y comprobar si hay algún tipo de contradicción entre lo que dice y hace. Intentaremos definir el comportamiento de la persona de la forma más concreta posible.
- **¿Qué oye?:** Aquí la intención es definir qué es lo que escucha sobre él. Debemos identificar qué dicen los amigos más cercanos, los familiares, posibles compañeros de trabajo o labor, incluso los medios de comunicación o influencers. Analizaremos esta información para definir un mensaje único de recepción.

- **¿Qué piensa y qué siente?** La intención de esta etapa es definir qué es lo que realmente le importa a la persona. Qué es aquello que lo motiva a salir día a día de la cama y aquello que lo desmotiva de su entorno. Cuáles son los valores que intenta predicar y practicar, así como sus deseos más profundos.

Después de analizar las respuesta de estos cuatro bloques de preguntas se pueden desprender otros dos:

- 1) ¿Cuáles son los esfuerzos que realiza? Identificaremos las barreras y obstáculos que tiene el adulto mayor para desarrollarse en esta nueva etapa de su vida.
- 2) ¿Cuáles son los resultados y/o beneficios que espera obtener? Plantearemos las necesidades y deseos reales que el adulto mayor desea cumplir. Debemos escuchar de su propia boca qué es el éxito y cómo podría alcanzarlo.

#### **Cuarta Etapa: Validación**

A partir de la gráfica empleada, identificaremos 2 mensajes clave por bloque que servirán como guías para la implementación de acciones en la estrategia.

Es importante recalcar que el mapa de empatía sirve como herramienta de innovación para definir predicciones y suposiciones muy útiles y cercanas, pero que finalmente deben ser contrastadas con los resultados de otras herramientas cuantitativas y/o cualitativas.

Este formato se repetirá para una segunda sesión con el segundo grupo a trabajar.

#### **Segunda sesión: grupos focales**

Fecha: Viernes 10 de enero

Número de participantes: 20 adultos mayores del CIAM de Lince

Duración: 45-60 minutos por toda la dinámica

Elaboraremos grupos de trabajo para complementar la dinámica del Mapa de Empatía realizado en la primera sesión. Será una misma sesión trabajada en dos grupos diferentes y nos apoyaremos en los colaboradores de Juventud Acumulada para moderar las conversaciones.

#### 5.3.1.1.3. Intervención a los vecinos del distrito de Lince: “Desafía a los mejores.”

En el marco de nuestra primera etapa de comunicación, realizaremos una intervención a los vecinos del distrito de Lince en el Parque Mariscal Ramón Castilla dirigida por adultos mayores de la Casa del Adulto Mayor de Lince que habremos elegido con anticipación.

El objetivo de esta intervención, como menciona la etapa de la estrategia, es darle visibilidad al emprendimiento Juventud Acumulada y hacer saber a los vecinos distritales que la inclusión del adulto mayor en el día a día es vital para la mejora de su salud mental y física. Nos encargaremos de registrar la intervención en foto y video para subir el corte final a nuestras redes sociales.

Al ser esta nuestra primera intervención presencial, reforzaremos los conceptos de **edad cronológica, edad fisiológica y edad social**. Esto se realizará a través de la serie de preguntas que se indican en el desarrollo de la intervención.

*Puedes ver el Guión, Storyboard y Plan de Rodaje de la Intervención aquí:*

<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1fyLwZPSbmpBpQOBsKqYU0VQLzQqDvR5E>

Para el correcto desarrollo de la intervención, los colaboradores de Juventud Acumulada y los adultos mayores protagonistas llevarán un polo del emprendimiento. Este polo también será entregado como merch para los participantes de la intervención. Asimismo contaremos con un roller en el que figurarán nuestras redes sociales para que puedan conocer más sobre nuestras iniciativas.

*Puedes ver el diseño del polo aquí:*

[https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1Gwx7n1neEFXxYKfOVgsREYHQEY\\_SQ\\_u-L](https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1Gwx7n1neEFXxYKfOVgsREYHQEY_SQ_u-L)

*Puedes ver el diseño del roller aquí:*

<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/14pfQnmJtRTXxML9xY6ntkhPMkGrgGYL9>

#### 5.3.1.1.4. Publicación del video en nuestras redes y redacción de NP

Como se muestra en nuestro cronograma de acciones, iniciaremos el mes de Marzo con la publicación de la intervención a los vecinos distritales en nuestras redes sociales: Facebook e Instagram.

Además, redactaremos una nota de prensa en la que hagamos mención especial a la Municipalidad Distrital de Lince por el apoyo brindado para la realización de esta acción. Se deberá explicar que esta labor es posible gracias al trabajo articulado y que esta figura se mantendrá durante toda nuestra estrategia comunicacional. Esta nota explicará por un lado, la misión y propósito de Juventud Acumulada, así como la data dura sobre la realidad del adulto mayor en nuestro país. Por otro lado, comentaremos sobre la labor y los talleres del CIAM del municipio de Lince.

La nota de prensa será entregada a la municipalidad y su personal se encargará de alcanzarla a los medios de prensa off y on respectivos para su difusión.

#### 5.3.1.1.5. Visita a domicilio por médico geriatra y representante de Juventud Acumulada

Coordinaremos junto a la municipalidad de Lima para poder asignar un médico geriatra que nos acompañe en un recorrido de 25 personas en una semana de trabajo. Estas personas, naturalmente, serán participantes del CIAM de Lince. Visitaremos 5 hogares del distrito de Lince al día durante esta semana, en el cual buscaremos cumplir 3 objetivos específicos:

- Envejecimiento activo - variable salud: Informar a las personas que nos reciben sobre el concepto de envejecimiento activo y la importancia de la participación del adulto mayor.
- Juventud Acumulada: Informar sobre la labor del emprendimiento social y cómo el trabajo colaborativo con el municipio y el CIAM hacen posible estas acciones.



- Casa del adulto mayor (CIAM Lince): Describir los talleres y programas disponibles para los adultos mayores.

Para cumplir con estos objetivos, complementaremos la visita con la entrega de un díptico que servirá como pieza gráfica de comunicación informativa.

### 5.3.2. Confianza y empoderamiento

Nuestra estrategia de confianza y empoderamiento está dirigida a nuestros públicos directos e indirectos. Por un lado queremos fomentar el empoderamiento de los adultos mayores con los que trabajamos para fomentar un cambio en sus actitudes y prácticas (ver nuestro análisis CAP); mientras que por el lado del público indirecto, queremos que nos vean como un emprendimiento que trata una problemática real y latente con consecuencias muy reales.

Objetivos:

- Promover el empoderamiento de los adultos mayores.
- Informar sobre el estigma social que atañe al adulto mayor.

#### 5.3.2.1. Actividades

##### 5.3.2.1.1. Taller de Empoderamiento a los adultos mayores

Iniciaremos el mes de abril y esta segunda etapa de comunicación con un taller de empoderamiento para los adultos mayores del CIAM de Lince. El objetivo será fomentar la autoestima y la confianza personal, de tal manera que podamos sentar el precedente para que puedan convertirse en verdaderos agentes de cambio y replicar esa transformación en nuestro público objetivo indirecto. El taller de empoderamiento tendrá la siguiente estructura:

1. Presentación: Explicación breve del propósito de Juventud Acumulada
2. Razón: Presentar el objetivo del taller.

3. Autoestima – Explicación teórica y práctica.
4. Autoestima - Dinámica para resaltar los puntos fuertes: Cada persona deberá responder a las siguientes preguntas para luego comparar respuestas:
  - a. ¿Qué eleva tu autoestima y qué la disminuye?
  - b. ¿Qué cosas buenas resaltan los demás sobre ti y qué cosas señalan como defectos?
  - c. ¿Qué es lo que más valoras sobre ti y lo que menos te gusta?
  - d. Describe tu sueño más grande.
5. Compromiso: El grupo se comprometerá a compartir sus respuestas con sus familiares directos y traer los comentarios de la familia a la siguiente sesión.

#### 5.3.2.1.2. Elaboración de un manifiesto

Continuando con nuestro objetivo de cambio de actitud (CAP), proponemos elaborar un manifiesto. Un manifiesto es una declaración pública ante la sociedad en general. Es la revelación de los sentimientos de un grupo social, en este caso los adultos mayores, en la que se expresa el contento o descontento con la situación actual.

**¿Cómo lo haremos?** Las sesiones previas de integración habrán sentado la base para la elaboración del manifiesto. El mapa de empatía de nuestra sesión de Design Thinking, los focus group y los talleres de empoderamiento mostrarán algunos de los sentimientos que atañen al adulto mayor. Para su correcta redacción, el manifiesto debe responder a la siguiente estructura:

1. ¿Cómo quieres mostrarte ante el mundo?: Aquí debemos identificarnos y nuestros objetivos hacia nuestra felicidad. Debemos definir nuestras creencias y nuestra apreciación del mundo. Se deben enlistar todas las cosas buenas y malas desde la perspectiva del adulto mayor.
2. El tono de comunicación: Utilizaremos el modelo planteado en nuestro brandbook para asegurarnos de que la comunicación sea horizontal e inclusiva. Debemos tener en cuenta que nuestro público lector es, en mayor medida, aquel conformado por nuestras redes sociales.

3. Lluvia de ideas: Debemos tomar un tiempo de la sesión para generar la mayor cantidad de ideas que podamos y enlistarlas. De estas ideas se derivarán clusters, campos que engloban más de una y que serán los mensajes clave del manifiesto.
4. Finalmente, el manifiesto debe responder a la pregunta: “¿Qué quieres lograr en la vida

#### 5.3.2.1.3. Grabación de nuestro manifiesto

Nuestra intención es dar a conocer este manifiesto en la medida que nos sea posible. Por ello, grabaremos a los adultos mayores del CIAM de Lince recitando el manifiesto. Cada oración será dicha por una persona diferente y desde ángulos diferentes para aumentar el dinamismo del video. El canal de difusión primordial serán las redes sociales.

#### 5.3.2.1.4. Taller casos de éxito: adultos mayores emprendedores

En el Perú y el mundo hay muchos casos de personas adultas mayores que emprendieron en esta etapa de su vida y lograron sobresalir. Son personas que decidieron enfrentar el estigma social y crear algo, sea mucho o poco, que les pertenezca en su totalidad. Por ello proponemos un taller de casos de éxito con la siguiente estructura:

1. Presentación: Siempre iniciamos con el propósito de Juventud Acumulada.
2. Razón: Presentamos el objetivo del taller.
3. Emprendimientos: Explicamos la definición de emprendimiento, así como el impacto de los emprendimientos socioambientales y cómo contribuyen al bienestar de la sociedad.
4. Casos de Éxito:
  - a. El Abuelo Valdizano: Emprendimiento productivo creado por 20 adultos mayores del distrito de Hermilio Valdizán en la región de Huánuco.
  - b. Vitolinda: Emprendimiento social creado por Joao Stanganelli a los 64 años de edad que se basa en la elaboración de muñecas de trapo con manchas en la piel para concientizar sobre el padecimiento del vitiligo.

- c. Kunan y los Adultos Imparables.
  - d. Cadenas apuestan por adultos mayores: Starbucks
5. Compromiso: Tomaremos el tiempo final de la sesión para proponer un (1) emprendimiento social que queramos apoyar como grupo en el festival ambiental de Lince, específicamente en la ecoferia, enmarcado en la semana del ambiente (1era semana de Junio).

#### 5.3.2.1.5. Taller de capacitación: el envejecimiento activo

El envejecimiento activo es un concepto que debería ser tema material en la agenda de todos los gobiernos. Como nos comentó nuestra entrevistada, la médico geriatra Flor Lavalle, exencargada del CIAM de la Molina, el impacto de las medidas a favor del envejecimiento activo son mucho más potentes al plantearse a las personas que aún no son adultos mayores, de tal manera que sepan aprovecharlas cuando lleguen a esa etapa de su vida. Por ello proponemos un taller con la siguiente estructura:

1. Iniciamos con el propósito de Juventud Acumulada
2. Razón: Presentamos el objetivo del taller
3. El envejecimiento activo como concepto: seguridad, salud y participación.
4. Nuestro programa de baile y su aporte a nuestra seguridad, salud y participación: Hemos elegido la actividad favorita de los adultos mayores del CIAM de Lince para explicar con fundamentos cómo la actividad física contribuye a nuestro desarrollo cognitivo, mental y físico. Esto contribuye directamente a un envejecimiento activo.

El taller contará con la participación de un máximo de 30 adultos mayores del CIAM y moveremos la convocatoria a través de nuestras redes sociales. Incluiremos la participación de un profesor de baile que tenga el concepto racional de cómo esta actividad beneficia a personas de todas las edades y pueda explicarlo de manera didáctica.

Contaremos con:

- Polos de Juventud Acumulada para los participantes
- Banner 2x.1
- Registro de fotos y video

#### 5.3.2.1.6 Taller de capacitación en padecimientos mentales.

Fecha: Primera semana de diciembre

Efemérides: Día Internacional del Voluntario - 5 de diciembre

Aliado para el desarrollo de la acción: PROA

Como describimos en secciones anteriores, la Organización Mundial de la Salud (2016) afirma que el envejecimiento saludable, como concepto teórico, abarca la capacidad intrínseca (habilidades físicas y emocionales) de la persona y la experiencia en el entorno. Debido a éste último y las condiciones en salud y seguridad que ha experimentado esta persona durante su proceso de envejecimiento, considerándolo desde el nacimiento, algunos podemos ser más propensos a padecimientos mentales que otros.

Por ello proponemos desarrollar un taller dirigido a los tres públicos descritos a continuación:

- 1) Familiares de los adultos mayores inscritos en el CIAM de Lince.
- 2) Voluntarios que lleguen a través de la plataforma PROA.
- 3) Adultos mayores registrados en el CIAM de Lince

El taller tendrá como objetivo desarrollar las habilidades de los participantes en materia de detección y manejo de problemas de salud mental. Naturalmente lo consideramos como un primer paso, de tal manera que las personas con estos síntomas puedan buscar la ayuda correspondiente.

Para el correcto desarrollo de la acción trabajaremos junto a PROA, la primera plataforma del Perú que integra los diversos voluntariados con personas que buscan donar su tiempo y esfuerzo. PROA será el canal para mapear y seleccionar el público

N2; nos referimos a los voluntarios con experiencia en cuidado de personas con padecimientos mentales.

#### 5.3.2.1.7 Intervención: “La cocina de Rosita”

Continuando con nuestra intención de utilizar el recurso BTL para lograr un cambio conductual en nuestro público objetivo, realizaremos una actividad vivencial una vez más en el marco de nuestro objetivo de comunicación de confianza y empoderamiento. El objetivo de esta acción es promover el empoderamiento del adulto mayor y dar a conocer los talleres que ofrece el CIAM, además de los más conocidos de baile, tai chi y gimnasia mental. El nombre de la intervención fue elegido por la señora Rosita, participante del CIAM de Lince con una profunda afinidad por la cocina.

#### **Intervención** **“La cocina de Rosita”**

Lugar: Casa del Adulto Mayor - Lince

Día: Domingo 22 de Diciembre

Hora: 12:00 p.m.

Al tratarse de un día domingo, el Jirón León Velarde, calle en la que está situada la Casa del Adulto Mayor, estará cerrada por disposición usual de la municipalidad. Es así que en el marco de la festividad navideña, contaremos con el apoyo de los adultos mayores del CIAM de Lince para la preparación de diferentes platos típicos peruanos y propios de las festividades para realizar un compartir gastronómico distrital a lo largo de esta calle.

Para el correcto desarrollo, contaremos con la implementación de stands de comida, en los cuales se entregarán pequeñas porciones hechas por los mismos adultos mayores del

CIAM. Añadiremos un ambiente musical para hacer más amena la actividad y motivar a las personas a compartir.

¿Cuáles son nuestros objetivos al realizar esta actividad?

- 1) Educar: Una de nuestras intenciones es impartir conocimiento al público que visita los stands y se entera por primera vez de nuestro trabajo. Por ello entregaremos el díptico elaborado para la etapa de comunicación previa.
- 2) Promover el empoderamiento: Nuestro segundo objetivo es seguir empoderando al adulto mayor ante los ojos de la sociedad. Por ello, llevaremos a cabo un número de marinera realizado por los adultos mayores, al que podrán sumarse los vecinos que visitan la intervención.

Contaremos con:

- 1) Stands: Implementaremos 3 stands armables y reutilizables, cada uno con un mensaje clave sobre el envejecimiento activo: salud, seguridad y participación.
- 2) Banner: Reutilizaremos nuestro banner 2x1 con la información del programa Juventud Acumulada y las redes sociales oficiales.
- 3) Dípticos: Con la información del programa de Juventud Acumulada, los talleres del CIAM y el concepto de envejecimiento activo.

5.3.2.1.7 Publicación del video en nuestras redes y redacción de la nota de prensa

Como última acción de esta etapa, publicaremos el video de la intervención a los vecinos distritales en nuestras redes sociales: Facebook e Instagram.

Asimismo redactaremos una nota de prensa en la que nuevamente hagamos mención a los resultados alcanzados gracias al trabajo colaborativo entre Juventud Acumulada, la Casa del Adulto Mayor y la Municipalidad de Lince. La nota de prensa será entregada a

la municipalidad y subida al portal de comunicación que figura en su página web. Finalmente, su personal se encargará de hacerla llegar a los medios de prensa respectivos para su difusión.

### 5.3.3. Posicionamiento

En la última etapa de nuestra estrategia buscamos crecer en alcance. Por ello nos apoyaremos en nuestro plan de relaciones públicas y las acciones con aliados de gran potencial comunicacional.

Objetivos:

- Aumentar el alcance de nuestra comunicación e impacto.
- Posicionar a Juventud Acumulada como un emprendimiento con impacto social.

#### 5.3.3.1. Actividades

##### 5.3.3.1.1. Voluntariado Corporativo: Plataforma Capacítate para el empleo y Claro

Claro Perú cuenta con un área de Responsabilidad Social Corporativa. El área trabaja bajo una estrategia de sostenibilidad enfocada en 4 pilares:

- Conectando con el ambiente
- Conectando con la transformación digital
- Conectando con las personas
- Conectando con la seguridad

Cada pilar desprende una serie de acciones que buscan optimizar el impacto socioambiental de la empresa en el entorno y apuntar siempre a los objetivos del negocio. Esta es su intención para migrar a un paraguas de acciones enteramente de sostenibilidad.

Dentro del pilar “Conectando con las personas” encontramos el programa de voluntariado corporativo, una propuesta de valor dirigida al colaborador para satisfacer su deseo de aportar a la sociedad fuera de las oficinas. Para determinar la temática y los



beneficiarios a los que se quería intervenir, se utilizaron tres herramientas de investigación:

- Entrevista
- Focus Group
- Encuesta

Con los resultados se definió que uno de los públicos de interés para el colaborador de Claro es el conformado por los adultos mayores. Ante esta situación, y con el objetivo de elaborar una acción que responda a los intereses de ambas partes, se propuso contar con un voluntariado de presentación de la plataforma [Capacítate para el Empleo](#).

### **Sustentación: Piloto - Plataforma Capacítate para el empleo**

En diciembre del 2018, Claro Perú, de la mano del Ministerio de Trabajo y la fundación Carlos Slim, puso a disposición de los Centros de Educación Técnica Productiva (CETPRO) La Rosa Blanca y Santa Clara la plataforma didáctica Capacítate para el empleo, un sitio web de uso fácil, rápido y gratuito. Dentro de la plataforma existen diversas categorías de cursos como formación, moda y belleza, social, servicio al cliente, tecnología, mi PyME, entre muchos otros. Por cada curso completado exitosamente, la plataforma certifica al usuario en representación de la fundación Carlos Slim. Esto ayuda a personas que no han tenido una vasta experiencia educativa y buscan certificarse para emprender y aportar al desarrollo para aumentar su calidad de vida. Los beneficiarios fueron alrededor de 70 personas.

Debido a esta experiencia, al potencial de la plataforma Capacítate para el Empleo y a los recursos del CIAM de Lince, creemos adecuada su implementación en nuestra estrategia para el beneficio de los adultos mayores y así conseguir los siguientes objetivos específicos:

- Posicionar al CIAM de Lince como un espacio que busca reducir la brecha digital en el Perú.
- Dar a conocer a los colaboradores de Claro la organización Juventud Acumulada y su propósito al trabajar con los adultos mayores.

- Posicionar la plataforma Capacítate para el Empleo como un recurso digital que pueden usar las personas para autocapacitarse.

### **Día del voluntariado:**

Día: 24 de enero

Efemérides: Día Mundial de la Educación

Número de voluntarios de Claro: 6

Estructura:

1. Presentación de Juventud Acumulada y nuestro propósito.
2. Presentación de Claro Perú y su propósito.
3. Presentaremos 3 talleres a cargo de los voluntarios de Claro:
  - a. La transformación digital: El primer expositor hablará sobre cómo las aplicaciones han cambiado nuestra vida y ahora casi todo es realizable a través del smartphone.
  - b. Empoderamiento: Una expositora de Claro junto a una vocera de Juventud Acumulada dictarán una breve charla de empoderamiento del adulto mayor.
  - c. Capacítate para el empleo: Un vocero del área de responsabilidad social de Claro hará una demostración en vivo de cómo utilizar la plataforma. Se explicará el registro, la elección del curso, cómo certificarse y otras interrogantes que tengan los participantes.

Para el voluntariado, contaremos con:

- Banner 2x1 de Juventud Acumulada donde podrán verse nuestra redes sociales oficiales.
- Registro de foto y video.

Convocatoria:

La convocatoria se realizará a través de nuestras redes sociales con una pieza gráfica y dependiendo de los inscritos, se tendrá la posibilidad de realizar una segunda fecha al día siguiente.

*Este será el diseño para la convocatoria:*

<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1sLe1tnijlYH3Rze2JdsoVvofvdSn1Ba>

#### 5.3.3.1.2 Intervención: “El mercadito mayor”

Día: Viernes 28 de febrero

Lugar: Parque Mariscal Ramón Castilla

Hora: 11:00 a.m. – 04:00p.m.

En el marco del día de la amistad linceña, la municipalidad suele organizar una pequeña feria dirigida a los vecinos para celebrar la confraternidad en el distrito. Se invita a proveedores, se arman stands de comida y se adorna el parque para crear una atmósfera de hermandad.

En el marco de esta celebración, proponemos que las personas participantes de la Casa del adulto mayor de Lince sean parte protagonista de esta celebración. Teniendo en cuenta que se ofrecen cursos como tejido, repostería, pintura en tela y marinera limeña, elaboraremos productos días antes del evento para ofrecerlos al público que visite la feria y lo recaudado irá al fondo para la visita anual al interior del país de los adultos mayores organizada por la Municipalidad de Lince.

- Tejido: Las señoras participantes tejerán muñecas de trapo que representen los rasgos de una persona adulta mayor.
- Repostería: Se harán postres típicos de fácil elaboración, tales como mazamorra morada, suspiro a la limeña y arroz con leche.
- Pintura en tela: Los adultos mayores dibujarán su momento favorito desde que empezaron a participar en el CIAM de Lince y firmarán como artistas.
- Marinera limeña: Se tomarán unos minutos del evento para hacer una demostración de las capacidades del adulto mayor al realizar un número artístico de marinera limeña. Participarán un total de 15 adultos mayores.

#### **Objetivos específicos a cumplir en esta intervención:**

- Dar a conocer al público linceño los cursos que ofrece el CIAM de Lince.

- Informar al público linceño sobre el concepto de envejecimiento activo.
- Promover el empoderamiento al adulto mayor al hacerlo protagonista de la intervención.

Para el correcto desarrollo, contaremos con:

- Banner 2x1: Aquí figuran nuestras principales redes sociales.
- Stand: El mercado mayor: Lugar donde podrán adquirir nuestro productos.
- Registro de fotos y video: Material para nuestras redes sociales y la nota de prensa.
- Polos: Utilizados por los adultos mayores y los colaboradores de Juventud Acumulada.
- Dípticos: Utilizados en acciones anteriores con información de Juventud Acumulada, el CIAM de Lince y el envejecimiento activo.
- Rompecabezas desmitificador: Utilizaremos un rompecabezas como juego interactivo que tendrá como objetivo vencer el estigma social impuesto al adulto mayor.

#### 5.3.3.1.3 Publicación del video en nuestras redes y redacción de NP.

Las imágenes capturadas servirán para las redes sociales de la municipalidad de Lince y Juventud Acumulada. Asimismo nos encargaremos de la redacción de la nota de prensa para el portal de comunicaciones del municipio.

#### 5.3.3.1.4 Nuestra lengua materna: Video Testimonial

Día: Viernes 21 de febrero

Efemérides: Día Internacional de la Lengua Materna

Lugar: Casa del Adulto Mayor – Lince

En nuestro proceso de investigación identificamos que varias de las personas registradas y participantes en el CIAM de Lince vivieron su infancia en el interior del

país o tienen familiares que residen en otras regiones. Ante esto, nos comentaron que tienen conocimientos sobre la lengua del quechua, pero que al llegar a la capital sus oportunidades para practicarlo disminuyeron enormemente.

Proponemos realizar un video testimonial en nuestras redes sociales en el que las personas seleccionadas del CIAM de Lince respondan en quechua a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué decidiste venir a Lima?
- ¿Te sientes querido por tu país?
- ¿Qué es lo que más deseas?

El video tendrá una duración de 60 segundos y será publicado en nuestras redes sociales de facebook e instagram. Con esta acción buscamos conseguir los siguientes objetivos específicos:

- Concientizar sobre la interculturalidad en nuestro país.
- Promover el empoderamiento y la participación del adulto mayor.
- Dar a conocer la labor del CIAM del Lince y Juventud Acumulada.

#### 5.3.3.1.5 Ceremonia de reconocimiento a los actores involucrados en el proyecto.

Como acción final de nuestra estrategia planteamos la primera edición de la ceremonia de premiación y reconocimiento **LÍDERES: Actores Comprometidos con el Adulto Mayor**. La ceremonia se llevará a cabo en la Casa del Adulto Mayor de Lince y contará con representantes de las siguientes partes:

- Municipalidad de Lince
- Gerencia de Desarrollo Humano de la Municipalidad de Lince
- Juventud Acumulada
- Coordinadora del CIAM de Lince: Hilda Castillo
- Representante de los adultos mayores del CIAM

Objetivo de la acción:

El objetivo es reconocer y valorar a los actores que trabajan directamente en la lucha contra el estigma social del adulto mayor y darle las herramientas necesarias para hacerlo protagonista de este cambio.

Se hará entrega oficial de dos reconocimientos:

- 1) Diploma de reconocimiento a los adultos mayores del CIAM de Lince.
- 2) Distintivo LÍDERES a los representantes de las partes involucradas.

#### 5.3.4. Indicadores de evaluación y cronograma de trabajo

Nuestros indicadores pueden ser encontrados en la pestaña “%Indicadores” en nuestro Cronograma de trabajo 2020.

Indicadores: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1zdFVkJ\\_SQjLnP9j-9wFv0A8T4wKf\\_S\\_dgtn2XNVrXSK4/edit#gid=266746480](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1zdFVkJ_SQjLnP9j-9wFv0A8T4wKf_S_dgtn2XNVrXSK4/edit#gid=266746480)

#### 5.3.5. Plan de Relaciones Públicas

Proponemos trabajar un plan de relaciones públicas de la mano de la Municipalidad de Lince con la finalidad de tener un mayor alcance en nuestras acciones. El objetivo es acrecentar nuestro potencial de impacto comunicacional y reforzar relaciones y vínculos con nuestros públicos de interés.

Nuestro plan incluirá los siguientes ítems que serán brindados por la Municipalidad de Lince:

- Lista de medios on y off con interés en nuestra propuesta de valor.
- Lista de voceros del proyecto.

Trabajaremos los siguientes productos:

- Notas de prensa: El objetivo de las notas de prensa que trabajemos será comunicar un tema de interés público y dar a conocer el componente innovador

que ofrecemos a través del trabajo colaborativo. Redactaremos las notas para el área respectiva de la Municipalidad de Lince, quienes se encargarán de su difusión.

- Entrevistas: Nuestras entrevistas serán, durante la duración de esta estrategia en el 2020, exclusivamente para nuestros medios digitales.

Nuestro indicadores serán los siguientes:

- # de interacciones con el producto
- # de páginas visitadas con nuestro producto.
- Monto en S/. no invertido por los impactos en prensa.
- Alcance de los medios.

#### 5.4. Presupuesto

Presupuesto Plan de Trabajo 2020	
<b>Diseño, implementación y seguimiento del proyecto</b>	<b>5400</b>
Desarrollo y planeamiento de la estrategia de comunicación	2500
Taller de Integración: Diseño de la estrategia	100
Desarrollo de la nueva identidad visual y el concepto creativo	400
Intervención: “Desafía a los mejores” (Todas las etapas de producción)	300
Visita a domicilio de médico geriatra + piezas de comunicación	100
Taller de empoderamiento en el CIAM	100
Elaboración de nuestro manifiesto (Todas las etapas de producción)	300
Taller Casos de Éxito	100
Taller de Capacitación: El Envejecimiento Activo	100
Intervención: “La cocina de Rosita”	300
Intervención: “El mercadito mayor”	300
Elaboración de nuestro manifiesto (Todas las etapas de producción)	300
Ceremonia de Reconocimiento	500
<b>Diseño e implementación del Plan de PR</b>	<b>2000</b>
<b>Otros gastos logísticos</b>	<b>12660</b>
Personal fijo	8160
Actores externos que involucremos en las intervenciones y talleres	4500
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 20,060</b>

## 6. RECOMENDACIONES

### 6.1. De las encuestas, entrevistas y los beneficiarios:

Las herramientas que utilizamos para recabar información cuantitativa y cualitativa nos brindaron hallazgos sobre los cuales elaboramos una propuesta de valor. Uno de nuestros hallazgos clave fue que los adultos mayores son totalmente proactivos cuando se trata de recomendar nuevos talleres y que su categoría preferida son los talleres que te mantienen en movimiento. No mantienen una actitud pasiva e indefensa como lo mencionaron muchos de nuestros encuestados de públicos más jóvenes. Si bien existe un programa y una oferta de talleres ya definida, los coordinadores del programa creen que hay una fuerte necesidad de complementar la propuesta actual con acciones que promuevan el empoderamiento del adulto mayor y un mayor dominio de las habilidades blandas.

### 6.2. De los autores:

Creemos que es necesario seguir priorizando las acciones BTL y los talleres que tengan como objetivo promover el empoderamiento de los adultos mayores. Esta estrategia plantea un plan de trabajo de 1 año natural y toma en cuenta los recursos del emprendimiento Juventud Acumulada. A partir de su implementación, resultados, crecimiento del equipo de Juventud Acumulada y el apoyo del municipio, podemos plantear objetivos de mayor impacto e invertir en acciones dirigidas a medios ATL en el futuro si tenemos el respaldo de todos los actores.



## 7. Referencias

Cáceda, F. (2019, Setiembre). Entrevista con el psicólogo Félix Cáceda.

INEI. (2019) *Situación de la Población Adulta Mayor, Enero-Febrero-Marzo 2019*. PERÚ: INEI.

INEI. (2018). *Adultos Mayores de 70 y más años de edad, que viven solos*. PERÚ: INEI.

INEI. (2017) *Estadísticas Municipales 2016*. PERÚ: INEI.

INEI. (2001). PERÚ: Estimaciones y proyecciones de población 1950-2050. Urbana-Rural 1970-202. PERÚ:INEI.

Lavalle, M. (2019, Setiembre) Entrevista con la geriatra Flor Lavalle.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2013). Plan Nacional para las Personas Adultas Mayores. 2013, de Progreso para Todos Sitio web: <https://www.mimp.gob.pe/adultomayor/archivos/planpam3.pdf>

Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social, . (2009). *Pautas y Recomendaciones para el Funcionamiento de los Centros Integrales de Atención al Adulto Mayor (CIAM)*. Perú:

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (16 de Marzo de 2006). *Ley N28803*. Recuperado de: [https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgfc/diapam/Ley\\_28803\\_Ley\\_del\\_Adulto\\_Mayor.pdf](https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgfc/diapam/Ley_28803_Ley_del_Adulto_Mayor.pdf)

Municipalidad Distrital de Lince. (2019). *Organigrama*. Recuperado de <http://www.munilince.gob.pe/municipalidad/organigrama>

Organización Mundial de la Salud. (2013). *Envejecimiento y ciclo de vida*. Recuperado de <https://www.who.int/ageing/about/facts/es/>

Organización Mundial de la Salud. (29 de Setiembre del 2016). *Las actitudes negativas acerca del envejecimiento y la discriminación contra las personas mayores pueden afectar a su salud*. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/detail/29-09-2016-discrimination-and-negative-attitudes-about-ageing-are-bad-for-your-health>

Proyecto de Ley N4299/2018-CR. Congreso de la República del Perú. 08 de Mayo del 2019.

Proyecto de Ley N5028/2015-CR. Congreso de la República del Perú. 24 de Noviembre del 2015.

Servaes, J. (2000). *Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos*. Bélgica

Salas, E.. (Junio de 1999). *El adulto mayor y las problemáticas derivadas*. Chile  
Recuperado de [https://www.gerontologia.uchile.cl/docs/emma\\_1.htm](https://www.gerontologia.uchile.cl/docs/emma_1.htm)

Semana Económica. (11 de Abril del 2019). *CEPAL mantuvo crecimiento del Perú en 3.6% para el 2019*. Recuperado de  
<https://semanaeconomica.com/article/economia/economia-internacional/356382-cepal-mantuvo-crecimiento-del-peru-en-3-6-para-el-2019/>

## 8. ANEXOS

Todas las piezas elaboradas para la implementación de la estrategia propuesta pueden ser encontradas en la carpeta [Piezas Gráficas – Juventud Acumulada](#) de acceso libre.

Además, las herramientas empleadas para recabar información pueden ser encontradas [aquí](#):

<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1IoagZkhlHaAr03uDrGgY30ouXNzE4GfE>