

**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES  
UCC – CAMPUS LEÓN**



**COORDINACIÓN DE ARQ-DGP-IS**

**Culminación de Pensum**

**Proyecto de Graduación para optar al título de grado en  
Diseño Gráfico y Publicitario**

**CREACIÓN DE MARCA, IDENTIDAD CORPORATIVA Y MAQUETACIÓN DE LA  
REVISTA COGNIPLAY, PARA ADULTOS MAYORES DEL ASILO DE ANCIANOS  
SAN VICENTE DE PAUL EN LA CIUDAD DE LEÓN EN EL PERIODO DE  
ENERO A JUNIO DE 2024**

**ELABORADO POR**

Ronald Javier Miranda Ortiz

Paola Yesenia Oviedo Sánchez

Verónica Francisca Quintanilla Sampson

**CARRERA**

Diseño Gráfico y Publicitario

Diseño Gráfico y Publicitario

Diseño Gráfico y Publicitario

**TUTOR TÉCNICO:** Adg. Pedro Antonio Salazar Zelaya

**TUTORA METODOLÓGICA:** Lic. Belén del Rosario Mercado Rodríguez

**LEÓN, 6 DE JULIO DEL AÑO 2024**

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



Creación De Marca, Identidad Corporativa Y Maquetación De La Revista CogniPlay Para Adultos  
Mayores Del Asilo De Ancianos San Vicente De Paul En La Ciudad De León En El Periodo De  
Enero a Junio De 2024

**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES  
UCC – CAMPUS LEÓN**



**COORDINACIÓN DE ARQ-DGP-IS**

**Culminación de Pensum**

**Proyecto de Graduación para optar al título de grado en Diseño Gráfico y  
Publicitario**

**AVAL DEL TUTOR**

Licenciatura en Diseño Gráfico, Tutor Técnico: Lic. Pedro Antonio Salazar Zelaya, y  
Licenciatura en Mercadotecnia, y Tutora Metodológica: Lic. Belén del Rosario Mercado  
Rodríguez.

**CERTIFICAR**

Que: El Proyecto de Graduación con el título: “**CREACIÓN DE MARCA, IDENTIDAD CORPORATIVA Y MAQUETACIÓN DE LA REVISTA COGNIPLAY, PARA ADULTOS MAYORES DEL ASILO DE ANCIANOS SAN VICENTE DE PAUL EN LA CIUDAD DE LEÓN EN EL PERIODO DE ENERO A JUNIO DE 2024**”, elaborado por los estudiantes Ronald Javier Miranda Ortiz, Paola Yesenia Oviedo Sánchez y Verónica Francisca Quintanilla Sampson, ha sido dirigida por los suscritos.

Al haber cumplido con los requisitos académicos y metodológicos del Proyecto de Graduación, damos de conformidad a la presentación de dicho trabajo de culminación de estudios para proceder a su lectura y defensa, de acuerdo con la normativa vigente del Reglamento de Régimen Académico Estudiantil y Reglamento de Investigación, Innovación y Transferencia.

Para que conste donde proceda, se firma la presente en UCC Sede/Campus a los 6 días del mes de julio del año 2024.

---

**Lic. Pedro Salazar**  
Tutor técnico

---

**Lic. Belén Mercado**  
Tutora Metodológica

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



## DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto de grado final a todos aquellos que nos brindaron su ayuda incondicional:

Dios, por regalarnos la vida, llena de amor y enseñanzas, por estar siempre a nuestro lado, guiándonos y permitiéndonos alcanzar esta etapa tan importante. Gracias por ayudarnos a profesionalizarnos y alcanzar nuestros objetivos.

A nuestros padres, quienes nos han acompañado con su amor y esfuerzo en este camino. Nos han ayudado a terminar esta primera etapa de nuestras vidas profesionales gracias a sus consejos, sacrificios y apoyo. Nos sentimos orgullosos de ser sus hijos y les dedicamos este éxito. Los queremos.

A nuestros amigos, compañeros y futuros colegas, quienes han demostrado que la amistad es uno de los mayores regalos de la vida con su cercanía, consejos y ayuda.

***Ronald Javier Miranda Ortiz, Paola Yesenia Oviedo Sánchez y Verónica  
Francisca Quintanilla Sampson.***



## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, pilar y sostén de nuestras vidas, cuya protección y ayuda diaria son esenciales para nuestro progreso y fortalecimiento. Gracias por otorgarnos la inteligencia y la salud que nos permite alcanzar nuestros objetivos, superar grandes desafíos y terminar nuestra carrera.

Nuestros padres son nuestra fuente de inspiración. Gracias por su confianza, paciencia y amor incondicional, así como por el apoyo moral y financiero que necesitamos para lograr nuestros objetivos y convertirnos en seres útiles para la sociedad.

Durante toda nuestra carrera, nuestro tutor, Pedro Salazar, arquitecto y diseñador gráfico, nos brindó su conocimiento, experiencias compartidas, paciencia y comprensión. Su apoyo ha sido fundamental para terminar este estudio.

Nuestra tutora, Belén Mercado, quien ha mejorado nuestros conocimientos, nos ha ayudado a completar nuestro trabajo y ha sido una persona fantástica en este proyecto.

Al personal y a los residentes del Asilo San Vicente de Paul por proporcionarnos los datos necesarios para el desarrollo de nuestro proyecto, así como por su colaboración en las actividades de la revista. Nuestro más profundo agradecimiento.

A todos los amigos y personas que tuvieron un impacto positivo en cada fase del proyecto. Gracias a ustedes este fue diseñado, escrito, materializado y finalizado.

***Ronald Javier Miranda Ortiz, Paola Yesenia Oviedo Sánchez y Verónica  
Francisca Quintanilla Sampson.***



## ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO .....	3
1.1. Antecedentes y Contexto del Problema .....	3
1.1.1. Antecedentes históricos .....	3
1.1.2. Antecedentes Internacionales .....	3
1.1.3. Antecedentes Regionales.....	5
1.1.4. Antecedentes Nacionales.....	6
1.1.5. Antecedentes Locales .....	8
1.2. Objetivos del Proyecto.....	10
1.2.1. Objetivo General.....	10
1.2.2. Objetivos Específicos .....	10
1.3. Planteamiento del Problema .....	11
1.3.1. Descripción del Problema.....	11
1.3.2. Formulación del problema .....	11
1.4. Justificación .....	12
1.5. Alcance y limitaciones del Proyecto .....	13
1.5.1. Alcance del proyecto .....	13
1.5.2. Limitaciones del proyecto técnico.....	13
1.5.3. Limitaciones del equipo de investigación .....	13
CAPÍTULO II: Marco Referencial .....	14
2.1. Marco Conceptual .....	14
2.1.1. Diseño Gráfico.....	14
2.1.1.1. Estructura y Composición de la Marca .....	14
2.1.1.2. Manual de Identidad Corporativa .....	14
2.1.1.3. Revista.....	15
2.1.1.4. Gramajes .....	15



2.1.1.5.	Formatos de impresión (medidas de hojas).....	15
2.1.6.	Formatos de impresión para revista y manual.....	16
2.1.6.1.	Impresión Offset.....	16
2.6.6.2.	Impresión Digital .....	16
2.1.7.	Maquetación .....	16
2.2.	Marco Teórico.....	17
2.2.1.	Memoria del adulto mayor .....	17
2.2.1.1.	Juegos para el adulto mayor.....	17
2.3.	Marco Histórico.....	18
2.3.1.	Historia de las Revistas en Nicaragua.....	18
2.4.	Marco Legal.....	19
2.4.1.	Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos.....	19
2.4.2.	Ley de Imprenta.....	19
2.4.3.	Ley General sobre Medios y Comunicación Social .....	20
2.4.4.	Ley 720.....	20
2.5.	Marco Institucional.....	21
2.5.1.	Misión, Visión y Valores del asilo San Vicente de Paul .....	21
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO .....		22
3.1.	Tipo de Proyecto: .....	22
3.1.1.	Según la procedencia del capital .....	22
3.1.2.	Según el sector .....	22
3.1.3.	Según el ámbito o perfil profesional.....	22
3.1.4.	Según su orientación: .....	22
3.1.5.	Según su área de influencia.....	23
3.2.	Métodos de estudio y unidades de análisis .....	23
3.2.1.	Población .....	23



3.2.2. Muestra .....	23
3.2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	23
3.3. Localización .....	24
3.4. Validez del instrumento.....	25
3.5. Procesamiento de datos y análisis de la información .....	27
CAPÍTULO IV DIAGNÓSTICO.....	28
4.1. Análisis del macroentorno a partir de la herramienta PESTEL.....	28
4.3. Análisis de las entrevistas .....	41
4.3.1. Matriz de interpretación a los expertos en diseño gráfico y publicitario ...	42
4.3.2. Análisis de la entrevista a los expertos en diseño gráfico y publicitario .....	46
4.3.3. Matriz de interpretación de la entrevista a expertos en adulto mayor.....	47
4.3.4. Análisis de la entrevista a expertos en atención al adulto mayor del asilo San Vicente de Paul.....	53
CAPÍTULO V ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	54
4.1. Creación de marca .....	54
4.2. Manual de Identidad Corporativa.....	56
4.2.1. Elementos o componentes de la imagen corporativa .....	56
4.2.2. Creación de isotipo.....	56
4.2.3. Propuesta de colores corporativos, elementos visuales de la imagen e identidad corporativa.....	57
4.2.4. Tipografía corporativa.....	58
4.2.5. Estrategia de comunicación y aspectos de reputación empresarial: Misión, Visión y Valores Empresariales. ....	60
4.3. Desarrollo de personalidad de la marca .....	61
4.3.1. Papelería corporativa .....	61
4.3.2. Productos .....	63



4.3.2.1. Revista CogniPlay.....	63
4.3.3. Uniformes del personal.....	67
4.3.4. Presupuesto .....	68
4.3.5. Cronograma de ejecución .....	69
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES .....	71
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES.....	72
Bibliografía .....	73
ANEXOS .....	80



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Técnica de investigación cuantitativa .....	23
<b>Tabla 2.</b> Resumen del procesamiento de casos .....	25
<b>Tabla 3.</b> Cálculo del estadístico de fiabilidad .....	26
<b>Tabla 4.</b> Referencia de informantes .....	41
<b>Tabla 5.</b> Matriz técnica del diseño de la revista CogniPlay .....	42
<b>Tabla 6.</b> Necesidades del adulto mayor que reside en el asilo .....	47
<b>Tabla 7.</b> Presupuesto del Manual de Identidad Corporativa y Revista CogniPlay ....	68
<b>Tabla 8.</b> Cronograma de ejecución. ....	69
<b>Tabla 9.</b> Escala Likert .....	86
<b>Tabla 10.</b> Preguntas de la encuesta y su grado de confiabilidad .....	87
<b>Tabla 11.</b> Género de los encuestados .....	95
<b>Tabla 12.</b> Edad de los encuestados .....	95
<b>Tabla 13.</b> Utilidad de la revista.....	95
<b>Tabla 14.</b> Necesidad de un medio impreso.....	96
<b>Tabla 15.</b> Efecto de la revista en su estado de ánimo .....	96
<b>Tabla 16.</b> Reproducción de la revista.....	97
<b>Tabla 17.</b> Necesidad de los diseñadores para la revista.....	97
<b>Tabla 18.</b> Efectos de la revista en cuanto añoranza .....	98
<b>Tabla 19.</b> Resolución de los juegos de la revista .....	98
<b>Tabla 20.</b> Claridad del lenguaje de la revista .....	99
<b>Tabla 21.</b> Variedad de juegos .....	99
<b>Tabla 22.</b> Mejoramiento de memoria .....	100
<b>Tabla 23.</b> Ampliación de vocabulario .....	100
<b>Tabla 24.</b> Calidad de impresión y diseño de la revista.....	101
<b>Tabla 25.</b> Recomendación a otros adultos.....	101
<b>Tabla 26.</b> Actividades motrices: Colorear en Revista.....	102
<b>Tabla 27.</b> Aceptación de la sección de actualidad .....	102
<b>Tabla 28.</b> Presupuesto de recursos materiales del curso .....	103
<b>Tabla 29.</b> Cronograma de actividades .....	104



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Municipio de León, Departamento de León.....	24
<b>Figura 2.</b> Asilo de Ancianos San Vicente de Paul, León, Nicaragua .....	25
<b>Figura 3.</b> Análisis del macroentorno de la revista CogniPlay.....	28
<b>Figura 4.</b> Género de los ancianos del asilo .....	29
<b>Figura 5.</b> Rango de edades de la encuesta .....	30
<b>Figura 6.</b> Utilidad de la revista .....	31
<b>Figura 7.</b> Necesidad de un medio impreso .....	31
<b>Figura 8.</b> Efecto de la revista en su estado de ánimo.....	32
<b>Figura 9.</b> Reproducción de la revista .....	33
<b>Figura 10.</b> Necesidad de los diseñadores para ejecutar la revista .....	33
<b>Figura 11.</b> Efectos de la revista en cuento a añoranza.....	34
<b>Figura 12.</b> Resolución de los juegos de la revista .....	35
<b>Figura 13.</b> Claridad del lenguaje de la revista.....	35
<b>Figura 14.</b> Variedad de juegos.....	36
<b>Figura 15.</b> Mejoramiento de memoria.....	37
<b>Figura 16.</b> Ampliación de vocabulario.....	37
<b>Figura 17.</b> Calidad de impresión y diseño de la revista .....	38
<b>Figura 18.</b> Recomendación a otros adultos .....	39
<b>Figura 19.</b> Actividades motrices: Colorear .....	39
<b>Figura 20.</b> Aceptación de la sección de actualidad.....	40
<b>Figura 21.</b> Boceto del logotipo .....	54
<b>Figura 22.</b> Desarrollo del logotipo.....	55
<b>Figura 23.</b> Logotipo y variaciones en isotipo.....	56
<b>Figura 24.</b> Creación del Isotipo CogniPlay .....	56
<b>Figura 25.</b> Colores corporativos.....	57
<b>Figura 26.</b> Tipografía del Logotipo e Isotipo CogniPlay .....	58
<b>Figura 27.</b> Tipografía corporativa Secundaria de CogniPlay .....	58
<b>Figura 28.</b> Tipografía Secundaria Cogniplay .....	59
<b>Figura 29.</b> Tarjeta de presentación.....	61
<b>Figura 30.</b> Factura membretada CogniPlay.....	62



<b>Figura 31.</b> Stickers CogniPlay .....	62
<b>Figura 32.</b> Revista CogniPlay .....	63
<b>Figura 33.</b> Portada y Contraportada CogniPlay .....	64
<b>Figura 34.</b> Introducción de la revista.....	65
<b>Figura 35.</b> Secciones de la revista.....	65
<b>Figura 36.</b> Sección de lectura. ....	66
<b>Figura 37.</b> Sección de rompecabezas. ....	66
<b>Figura 38.</b> Sección de competencias motoras.....	67
<b>Figura 39.</b> Uniforme CogniPlay.....	67
<b>Figura 40.</b> Validación de expertos, tutor y experto .....	83
<b>Figura 41.</b> Validación de expertos .....	84
<b>Figura 42.</b> Entrevista realizada a expertos en diseño gráfico .....	89
<b>Figura 43.</b> Segunda entrevista a expertos en diseño gráfico.....	89
<b>Figura 44.</b> Entrevista realizada a expertos en cuidado al adulto mayor .....	90
<b>Figura 45.</b> Visita al Asilo San Vicente de Paul para programación de entrevista .....	91
<b>Figura 46.</b> Carta Psicólogo para aprobación de revista CogniPlay.....	92
<b>Figura 47.</b> Asistencia al asilo de Ancianos San Vicente de Paul.....	93
<b>Figura 48.</b> Participación en el asilo, realización de encuestas.....	94



## ÍNDICE DE ANEXOS

Encuesta .....	80
Ficha de Validación del Instrumento de Investigación Juicio de Experto .....	83
Preguntas de la entrevista.....	85
Escala Likert.....	86
Preguntas de la encuesta y su grado de confiabilidad .....	87
Entrevista a expertos.....	89
Evaluación psicológica de la revista.....	92
Aplicación de encuesta y revista en formato cartilla CogniPlay.....	93
Estadísticos descriptivos de los gráficos de la encuesta.....	95
Presupuesto grupal .....	103
Cronograma de actividades de CogniPlay .....	104



## RESUMEN

Los adultos mayores del asilo San Vicente de Paul en León son vulnerables en cuanto a su deterioro cognitivo, sus dificultades incluyen disminución de la motricidad fina, falta de retención de vocabulario-memoria, y abandono familiar. Los ancianos son vulnerables y carecen de herramientas impresas, lo que resulta en un vacío informativo y recreativo. Los recursos de los asilos son limitados para mejorar su salud mental. El objetivo principal del proyecto es desarrollar la marca e identidad corporativa de la revista "CogniPlay", dedicada a la prevención de la pérdida de memoria y la retención de vocabulario en los adultos mayores del asilo. La técnica empleada es cuantitativa. Se utilizó una escala Likert para encuestar a 44 residentes mayores de 48 a 95 años. Los datos sobre la interacción y la percepción de la revista se recopilaron a través de encuestas y entrevistas. El análisis de datos se realizó con SPSS Statistics 25 y los resultados se presentaron con Microsoft Word y PowerPoint. El manual corporativo y la revista se diseñaron utilizando Adobe Illustrator, Photoshop e Indesign versión 2022. Los hallazgos principales mostraron que el 86.3% de los residentes elogió la revista CogniPlay, con mejoras del 54.4% en vocabulario y del 56.8% en memoria. Usando letras redondeadas y colores sólidos que transmiten vitalidad y cuidado, se emplearon las tipografías Aguarita, RockWell y Bogart para asegurar la legibilidad y coherencia visual. Las protecciones políticas y los beneficios económicos, así como los desafíos tecnológicos y socioculturales, se destacaron en el análisis PESTEL. El proyecto contribuye a mejorar la calidad de vida y el bienestar de los adultos mayores en Nicaragua, enfatizando la relevancia de disponer de recursos informativos y recreativos impresos adaptados a sus demandas. La revista "CogniPlay" se revela como una herramienta preventiva del deterioro de su salud cognitiva.

**Palabras clave:** Maquetación, Revista, Identidad Corporativa, Adultos Mayores, Asilos nicaragüenses.



## ABSTRACT

The elderly residents of the San Vicente de Paul nursing home in León are vulnerable to cognitive decline, experiencing issues such as decreased fine motor skills, lack of vocabulary retention and memory, and family abandonment. These seniors are vulnerable and lack access to printed resources, leading to an informational and recreational void. The nursing home has limited resources to improve their mental health. The main objective of this project is to develop the brand and corporate identity of the magazine "CogniPlay," dedicated to preventing memory loss and aiding vocabulary retention in the elderly residents of the nursing home. A quantitative approach was employed, using a Likert scale to survey 44 residents aged 48 to 95. Data on the interaction and perception of the magazine were collected through surveys and interviews. Data analysis was performed using IBM SPSS Statistics 25, and the results were presented using Microsoft Word and PowerPoint. The corporate manual and the magazine were designed using Adobe Illustrator, Photoshop, and InDesign version 2022. The main findings showed that 86.3% of the residents praised the CogniPlay magazine, with improvements of 54.4% in vocabulary and 56.8% in memory. Rounded letters and solid colors conveying vitality and care were used, with the Aguarita, RockWell, and Bogart fonts ensuring readability and visual coherence. The PESTEL analysis highlighted political protections and economic benefits, as well as technological and sociocultural challenges. The project contributes to improving the quality of life and well-being of the elderly in Nicaragua, emphasizing the importance of having printed informational and recreational resources adapted to their needs. The "CogniPlay" magazine proves to be a preventive tool against cognitive health deterioration.

**Keywords:** Layout, Magazine, Corporate Identity, Elderly, Nicaraguan Nursing Homes.



## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto está destinado a los adultos mayores que residen en el asilo San Vicente de Paul en León, quienes enfrentan una variedad de problemas, deterioro de la salud cognitiva y motricidad fina, falta de retención de vocabulario y memoria, además, un alto grado de abandono familiar. Los ancianos tienen mucha experiencia, pero son frágiles y carecen de medios impresos como el periódico o revistas dedicadas a ellos, habiendo en consecuencia un vacío informativo y recreacional. Esta situación se agrava por la falta de financiamiento para la salud mental en el asilo, limitando su acceso a recursos y servicios cognitivos adecuados.

En este contexto, es necesario comprender las necesidades únicas de los adultos mayores que residen en los asilos y encontrar soluciones efectivas para satisfacerlas. En España, Perú, México y Panamá, investigaciones previas han resaltado la relevancia de comprender las conexiones entre el deterioro cognitivo, la depresión y otros factores que afectan la calidad de vida de los adultos mayores. Se abordó el problema mediante la creación de una publicación dirigida a adultos mayores con problemas cognitivos. Este proyecto tiene como objetivo principal desarrollar la marca e identidad corporativa de la revista “CogniPlay”, mediante la maquetación y estructura gráfica tamaño cartilla, dedicada a la prevención de la pérdida de memoria y retención de vocabulario de adultos mayores que residen en el asilo de ancianos de Sutiaba, León: San Vicente de Paul.

Se destaca la importancia del diseño gráfico para la creación de identidad corporativa más comunicación visual, mediante la creación de un manual de identidad corporativo; y los efectos a nivel mental de los juegos como rompecabezas, sopas de letras, adivinanzas, entre otros juegos contenidos en la revista, a través de la papelería corporativa y maquetación. El enfoque utilizado es de naturaleza cuantitativa, se han incluido en la encuesta a la población de 44 ancianos residentes del asilo de entre 48 a 95 años que participaron voluntariamente en la encuesta en escala Likert, sin utilizar una técnica de muestreo. Las encuestas y entrevistas se emplearon para recopilar datos sobre la interacción y la percepción de la revista por parte de los adultos mayores, que estaban destinadas a mejorar su salud cognitiva y



nivel de entretenimiento. El software IBM SPSS Statistics 25 se utilizó para el análisis de datos, y los resultados se presentaron detalladamente en Microsoft Word y PowerPoint. Además, para el diseño de la revista y el manual de identidad corporativa del proyecto, se utilizaron herramientas especializadas como Adobe Illustrator, Photoshop e Indesign versión 2022.

La revista utilizó las tipografías Aguarita, RockWell y Bogart para asegurar la legibilidad y la coherencia visual, utilizando letras redondeadas, colores sólidos y degradados que transmiten vitalidad y cuidado. La marca fue desarrollada con el apoyo de diseñadores expertos para garantizar una legibilidad adecuada y contraste.

Se ha llegado a la conclusión de que la revista es esencial de acuerdo con la matriz PESTEL, ya que los habitantes del Asilo San Vicente de Paul, quienes son el segmento de mercado, experimentan un deterioro mental debido a su edad y muestran necesidades en cuanto a su salud cognitiva y motricidad fina, que se ven desatendidas debido a la falta de especialistas en el asilo. La revista mostró mejoras en la salud cognitiva y la motricidad fina de los adultos mayores, con un 86.3% de los residentes que mejoraron su vocabulario en un 54.4%, su memoria en un 56.8% y su motricidad fina en un 92.3% en total. Se recomienda que el Asilo San Vicente de Paul use la revista de forma regular y utilice nuevas tecnologías para imprimirla.

Este proyecto proporciona datos útiles que ayudan a mejorar la calidad de vida y el bienestar de los adultos mayores en Nicaragua, enfatizando la relevancia de recursos informativos y recreativos impresos adaptados a sus demandas. En el capítulo I se planteó que los ancianos sufren de problemas cognitivos y motrices en el Asilo de Ancianos San Vicente de Paul en León, Nicaragua, lo cual puede mejorarse mediante una revista preventiva del deterioro mental. Se explicó el marco teórico en el capítulo II. La técnica empleada fue cuantitativa, utilizando fuentes primarias de información en el capítulo III. El macroentorno del proyecto, junto con las sugerencias de expertos, están en el capítulo IV. Se definen las conclusiones del proyecto en el capítulo VI. Finalmente, se proponen planes para la utilización de la revista en el asilo y su uso en entes estatales en las recomendaciones del proyecto en el capítulo VII.



## **CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO**

### **1.1. Antecedentes y Contexto del Problema**

#### **1.1.1. Antecedentes históricos**

El asilo de ancianos San Vicente de Paul fue establecido alrededor de 1913 durante el mandato del alcalde Sr. Arturo Gurdían, y posteriormente pasó a manos de la iglesia en una fecha no especificada. Su establecimiento fue oficialmente aprobado y registrado en la gaceta del 29 de agosto de 1927. A partir de entonces, un grupo de voluntarias leonesas se unió para formar la Sociedad de San Vicente de Paul, con el propósito de apoyar y contribuir al mantenimiento del asilo. Angélica Terán ocupó el cargo de presidenta de la Asociación de la Junta Directiva, y fue quien adquirió los terrenos en el actual barrio de Sutiaba donde se encuentra ubicado el asilo. La gestión del asilo está a cargo de "Las Hermanitas de los Pobres de San Pedro Clover", quienes en ese tiempo brindaban atención a hombres y mujeres sin hogar de todas las edades y con diversas condiciones de salud. Desde 1969 hasta 2013, el asilo ha recibido un promedio de al menos 21 ingresos anuales, con un registro de aproximadamente 7 fallecimientos y 6 salidas por año. Se estima que durante este período se ha proporcionado refugio y asistencia a al menos 2,100 personas. (Catín Alemán et al., 2014)

#### **1.1.2. Antecedentes Internacionales**

La investigación titulada "Deterioro cognitivo y depresión en adultos mayores: una revisión sistemática de los últimos 5 años", realizada en 2022, en España Madrid, por Karina Parada, Jorge Guapisaca y Gladys Bueno, en este estudio se plantearon como objetivo general analizar la relación entre la depresión y el deterioro cognitivo en adultos mayores. Como metodología efectuaron una revisión con fuentes de información primaria, en las directrices PRISMA, una revisión bibliográfica de investigaciones publicadas en revistas como Scopus, ScienceDirect, Elsevier y PubMed desde 2015 hasta 2021. Los hallazgos indican que la depresión y el deterioro cognitivo están relacionados tanto directa como indirectamente. Factores comunes, como la edad, enfermedades concomitantes y factores psicosociales y biológicos,



afectan la calidad de vida en la tercera edad. Este estudio proporciona una visión integral de la interacción entre estos dos padecimientos en adultos mayores. (Parada et al., 2022)

La investigación registrada "Deterioro Cognitivo En Adultos Mayores De Un Hospital De Las Fuerzas Armadas" en el año 2020 en Lima, Perú, realizada por Violeta Cabrera y Álvaro Lescano, tuvo como objetivo general conocer los niveles de deterioro cognitivo en adultos mayores atendidos en el Hospital de las Fuerzas Armadas, tomando en consideración variables como la edad, sexo y nivel de escolaridad. Para lograr este propósito, se empleó la evaluación Psicológica Breve en español (NEUROPSI). La formulación del problema se centró en determinar la prevalencia y grado de deterioro cognitivo en esta población, así como identificar posibles correlaciones con las variables mencionadas. Emplearon como metodología un muestreo no probabilístico a 200 personas según los criterios de Petersen, usando fuentes de información secundaria. Como resultado final, se obtuvo un análisis detallado de los niveles de deterioro cognitivo presentes en los adultos mayores del Hospital de las Fuerzas Armadas, proporcionando información relevante para diseñar estrategias de intervención y atención específicas para esta población. (Cabrera & Velásquez, 2020)

La tesis de investigación titulada "Influencia De La Ocupación En El Deterioro Cognitivo De Los Adultos Mayores Mexicanos", realizada en México, en el año 2018 fue realizada por Paola Arce tuvo como objetivo estimar el efecto de la demanda cognitiva de la ocupación ejercida a lo largo de la vida, sobre el deterioro cognitivo entre los adultos mayores mexicanos. Ya que el envejecimiento visto desde la perspectiva psicológica es un proceso en el que se producen alteraciones en la capacidad de pensar y aprender, así como en la personalidad y el afecto, y éstas, generan un impacto en las distintas áreas de la vida de la persona. Utilizaron el método de panel con 50 adultos mayores. Como hallazgo las comorbilidades y la vejez se relacionaron con el deterioro cognitivo, lo cual es coherente con otros estudios. La demanda cognitiva de ocupación a lo largo de la vida no predijo el deterioro cognitivo verbal ni no verbal. (Arce, 2018)



### 1.1.3. Antecedentes Regionales

La tesis de investigación titulada "Revisión Sistemática Acerca Del Abordaje Diagnóstico Del Deterioro Cognitivo Leve En La Población Adulta Mayor En Costa Rica", realizado en 2019, por José Valverde, planteó como objetivo general identificar la evidencia científica publicada, basada en datos internacionales, relacionada con el abordaje diagnóstico del deterioro cognitivo leve en adultos mayores de 65 años. Como metodología estudio cuantitativo, no experimental en adultos mayores de 65 años, constituye una revisión sistemática dirigida a comprender una patología altamente prevalente, como es el deterioro cognitivo en la población adulta mayor, con fuentes de información primaria y secundaria. Como resultado se abordó que las estimaciones de incidencia DCL (Deterioro Cognitivo Leve), en la población general, ayudan a las agencias de salud pública y previenen ante el riesgo del incremento de demencia. Dentro de sus aportaciones implica un resumen de las investigaciones realizadas a nivel internacional bajo el enfoque de la medicina basada en la evidencia, lo que permite describir y alcanzar los objetivos planteados en la revisión. (Valverde, 2019)

La investigación titulada "Evaluación Del Estado Cognitivo - Emocional Del Adulto Mayor En Tres Poblaciones Rurales De Las UCSF California, El Ocotal Y San Isidro, El Salvador", realizada en 2018 por Josíah Castillo, tuvo como objetivo principal recopilar información para llevar a cabo la evaluación del estado cognitivo-emocional del adulto mayor en poblaciones rurales. Como metodología empleada se hizo una revisión. En la discusión de resultados se recopiló que aproximadamente la mitad de las personas adultas mayores se encuentran en situación de pobreza, hay carencia de una pensión básica que garantice una vejez digna e independiente una vez alcanzada la edad de jubilación. Las mujeres, en particular, enfrentan estas condiciones precarias de manera más pronunciada, ya que tienen menos acceso a fuentes de ingresos y suelen ocupar empleos informales con niveles elevados de precariedad y sin prestaciones sociales. Como aportaciones este estudio busca proporcionar datos relevantes que contribuyan a comprender y abordar las



necesidades específicas de la población adulta mayor en contextos rurales, con el fin de promover su bienestar cognitivo y emocional. (Castillo, 2018)

La investigación titulada "Deterioro cognitivo, depresión y concurrencia de ambos en adultos mayores: asociaciones diferenciales con multimorbilidad y limitaciones funcionales", realizada en 2019, en la ciudad de Panamá, por el investigador Alcibiades Villareal. Planteó como objetivo general examinar el deterioro cognitivo, la depresión y su coexistencia en adultos mayores, así como los factores asociados. En su metodología encuestaron a una muestra de 304 participantes mayores de 65 años, quienes fueron evaluados mediante entrevistas clínicas y pruebas cognitivas y de depresión, empleando fuentes de información primaria. Como resultado se encontró que la coexistencia de deterioro cognitivo y depresión se relacionaba con la edad, bajo nivel educativo, presencia de múltiples enfermedades crónicas y limitaciones en actividades básicas de la vida diaria. Menos educación y limitaciones en actividades diarias aumentaron las probabilidades de deterioro cognitivo, mientras que menos educación y múltiples enfermedades crónicas aumentaron las probabilidades de depresión. Estos hallazgos destacan la importancia de evaluar y abordar tanto el deterioro cognitivo como la depresión en adultos mayores como parte de un enfoque integral de atención médica. (Villarreal et al., 2019)

#### **1.1.4. Antecedentes Nacionales**

El estudio titulado "*Funcionamiento de la memoria de trabajo en usuarios de centros de la tercera edad*" durante el segundo semestre del año 2019, en el departamento de Carazo, fue realizada por Dustin Amador, María Lara y Ligia Ortiz (2020) en su proyecto de investigación, cuyo objetivo general fue evaluar el nivel de funcionamiento de la memoria en centros de la tercera edad. El motivo del estudio es que el deterioro acelerado del funcionamiento en la memoria de trabajo se ha asociado a deterioro cognitivo de etiologías diversas como abandono, falta de estimulación cognitiva, trastornos neurodegenerativos, deficiencias nutricionales, alteraciones metabólicas o accidentes cerebrovasculares, entre otros. La metodología fue investigación cuantitativa, no experimental con fuente de información primaria. Como resultado obtuvieron que la memoria de trabajo se ve afectada con el envejecimiento, al



reducirse esta función se limita la capacidad para almacenar, monitorear y manipular información mientras se realiza una tarea cognitiva en tiempo real, como aportaciones se destaca su investigación precursora sobre el adulto mayor donde los centros de la tercera edad necesitan más tiempo y más ensayos para aprender y resolver problemas de la vida cotidiana. (Amador et al., 2020)

El estudio titulado “Estado Nutricional, Grado de Depresión y Factores de Riesgo de malnutrición del Adultos Mayores” hecho en 2020 por Karen Marcela Rodríguez y Cristhian Bozuo Zúñiga en Masaya, se realizó con el objetivo de evaluar el Estado Nutricional, Grado de Depresión y factores de riesgo de mal nutrición en los adultos mayores de los Hogares de ancianos Sor María Romero y San Antonio. El estudio fue de tipo descriptivo, transversal, prospectivo en 33 adultos mayores. Los resultados arrojan que predominó las edades de 75-84 años perteneciente al sexo femenino con un 33.3%. El sexo masculino entre 85-99 años con un 12.1%. En el grado de depresión se reflejó un 51.6% “Depresión ligera menor”, un 42.5% “No Depresión” y 3% “Depresión Severa”. Además, se observó una ingesta disminuida de agua, frutas y vegetales, y se observó anorexia moderada en aquellos que padecían cierta depresión. Los ancianos, que son una población vulnerable debido a su dependencia y abandono, sí reportan niveles de depresión que afectan el estado nutricional. (Rodríguez & Zúñiga, 2020)

La investigación que lleva por nombre “Prevalencia del deterioro cognitivo y la Enfermedad de Alzheimer en Adultos Mayores institucionalizados en Hogares de Ancianos”, de 2020, realizado en Managua por Orbely Yanesky García. Tuvo como objetivo Determinar la prevalencia del deterioro cognitivo y la Enfermedad de Alzheimer en adultos mayores institucionalizados en Hogares de Ancianos. Como diseño metodológico es de tipo descriptivo, de corte transversal, donde se entrevistaron a 39 en adultos mayores institucionalizados en Hogares de Ancianos. La investigación se realizó debido a que el Alzheimer es la onceava enfermedad crónica más frecuentes en Nicaragua, y a pesar de esto no hay tratamiento para el nivel cognitivo de estos pacientes. Como hallazgos, el intervalo de edad más frecuente está comprendido entre 75 a 84 años, la prevalencia puntual de la Enfermedad de



Alzheimer fue del 23% en adultos mayores institucionalizados en Hogares de Ancianos a los cuales se determinó como probable Enfermedad de Alzheimer mediante el uso de criterios clínicos. Como aportaciones se determinó la prevalencia del deterioro cognitivo y el Alzheimer en las instituciones de adultos mayores en Managua. (García, 2020)

### **1.1.5. Antecedentes Locales**

La monografía titulada “Derechos del adulto mayor en Nicaragua y en especial derecho al alimento”, realizada en (2017), en el departamento de León, por Jessenia Pérez y Fidel Antonio Benavides, tuvo como objetivo general analizar la legislación vigente atinente al adulto mayor con el fin de concretar el marco legal de protección del Derecho de Alimentos de estos y los mecanismos que garantizan su materialización en el Municipio de León. La metodología empleada fue una investigación cuantitativa con fuentes de información secundaria. Obtuvieron como resultados que la obligación de dar alimentos, sobre todo en el caso del adulto mayor se circunscribe solamente a los vínculos de parentesco por consanguinidad más próximos, no incluye al resto de los parientes hasta el segundo grado de parentesco por consanguinidad y para él o la cónyuge que no tenga para su congrua sustentación. El aporte de esta investigación radica en su contribución al conocimiento y la comprensión de los derechos del adulto mayor, específicamente en relación con el derecho al alimento, en el contexto legal y social de Nicaragua, proporcionando una base sólida para futuros estudios, políticas y acciones destinadas a mejorar la protección y el bienestar de esta población. (Pérez & Benavides, 2017).

El estudio “Incidencia del abandono de la familia en la situación socio afectiva del adulto mayor en el Asilo de ancianos” realizado en León, en 2017, por Carlen María Peñalba, Azucena Verónica Gurdián y Virginia del Rosario Padilla. Su objetivo fue investigar cómo el abandono de la familia afecta las circunstancias socioemocionales de los adultos mayores en el asilo de ancianos de la ciudad de León. La metodología fue cuali-cuantitativa descriptiva, utilizando instrumentos y entrevistas con el personal del asilo de ancianos de León. El estudio se generó debido a que es la etapa más delicada de la vida humana, en la que la asistencia familiar es crucial, debido a los



cambios neurobiológicos que suelen acompañar al envejecimiento cerebral. Los resultados indican que los adultos en los hogares de ancianos están abandonados. Como aportaciones los adultos en la residencia de ancianos son abandonados debido a la falta de recursos económicos y la violencia intrafamiliar, que proviene de hogares que no funcionan adecuadamente, lo que les hace sentir soledad y falta de autoestima. Este estudio destaca que las familias de los habitantes deben participar activamente en la vida de los ancianos, y en general, las familias en Nicaragua deben educarse y ser más tolerantes al cuidar a los ancianos. (Gámez Peñalba et al., 2017)

La investigación titulada, “Impacto Social del Programa del Adulto Mayor de Proyección Social”, en el (2021) en el departamento de León, realizado por Llieth Guadalupe López, Anielka Lisbeth Méndez y Aida Guillermina López S. Teniendo como objetivo: determinar el impacto social del programa del Adulto Mayor dirigido por proyección social UNAN- león en la calidad de vida de sus participantes. Dentro de su metodología su universo fue de 50 adultos mayores del programa del adulto mayor entre las edades de 60 a 90 años, 17 trabajadores activos de proyección social, para un total de 67 personas como universo. Se seleccionó el 33% del universo equivalente a 22 personas representativas de la población en estudio. Como resultados obtuvieron que los adultos mayores manifiestan entre los temas que más les preocupan: su salud mental, su salud física, la pobreza, la desigualdad y la seguridad ciudadana, además se encontró que los adultos mayores poseen un alto nivel de comprensión de las charlas realizadas por el programa, cuyo efecto positivo está en el aprovechamiento de estas. Tuvieron como aportaciones una contribución significativa al conocimiento sobre la efectividad y el alcance del programa del Adulto Mayor dirigido por Proyección Social UNAN-León en el departamento de León, e insights valiosos para mejorar y adaptar programas similares en otras regiones, garantizando un mayor beneficio para la comunidad de adultos mayores. (López et al.,2021).



## **1.2. Objetivos del Proyecto**

### **1.2.1. Objetivo General**

Desarrollar la marca e identidad corporativa de la revista “CogniPlay”, mediante la maquetación y estructura gráfica tamaño cartilla, dedicada a la prevención de la pérdida de memoria y retención de vocabulario de adultos mayores que residen en el asilo de ancianos de Sutiaba, León: San Vicente de Paul en el período de enero a junio de 2024.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

1. Diagnosticar el segmento de mercado a través de una matriz PESTEL para establecer la necesidad de la marca “CogniPlay”.
2. Diseñar la marca e identidad corporativa “CogniPlay” a través de los elementos visuales del diseño gráfico como la línea, textura, forma, colores, tipografía y retícula.
3. Estructurar la revista a través de retículas de proporción y una maquetación funcional, aplicando juegos cognitivos que favorezcan la comprensión de vocabulario y retención de memoria en adultos mayores.
4. Elaborar el manual de identidad corporativa y la revista tamaño cartilla “CogniPlay”.



### **1.3. Planteamiento del Problema**

#### **1.3.1. Descripción del Problema**

Las personas de la tercera edad enfrentan problemas con la memoria, la velocidad de procesamiento de información y el funcionamiento de su mente (Lustig et al., 2019; Valenzuela y Sachdev, 2019). Se han ofrecido programas de entrenamiento cognitivo, que implican la práctica guiada de tareas cognitivas específicas, y programas de estimulación cognitiva, que buscan prevenir o minimizar los efectos del envejecimiento cognitivo al mejorar el funcionamiento cognitivo general. El Asilo de Ancianos San Vicente de Paul, es el único asilo en el departamento de León que trabaja como albergue de adultos mayores que han sido abandonados por familiares, siendo una institución que cuenta con pocos recursos para brindar atención psicológica que garantice el mejoramiento de la salud mental del adulto mayor, la cual declina con el pasar del tiempo.

El problema principal identificado es el detrimento en la salud mental del adulto mayor, el cual provoca la pérdida de memoria y retención de vocabulario que experimenta más del 90% de la población de los adultos mayores por falta de estimulación cognitiva, ya que no cuentan con material impreso de naturaleza cognitiva que les permita ejercitar su mente.

Ante esta problemática el proyecto analizó cuáles son las necesidades cognitivas y de motricidad fina de los adultos mayores que residen en el Asilo de Ancianos: San Vicente de Paul en León. Los residentes del asilo enfrentan múltiples dificultades cognitivas, como problemas de retención de vocabulario, deterioro de la memoria y dificultades motrices. Ellos carecen de fuentes de entretenimiento impreso y suelen estar aislados debido a la ausencia de visitas y familiares, y a que se les impide salir de la institución.

#### **1.3.2. Formulación del problema**

*¿Cómo afecta el material impreso en el desarrollo cognitivo y la motricidad fina en los adultos mayores del Asilo de ancianos San Vicente De Paul en León de enero a junio de 2024?*



#### **1.4. Justificación**

Este proyecto es esencial, ya que ofrece una publicación accesible y comprensible para personas de la tercera edad, teniendo en cuenta que el adulto mayor responde a actividades cognitivas impresas, y actividad física de bajo impacto al estar limitados por su avanzada edad.

La relevancia social de este proyecto es que se creará la primera y única revista dedicada al mejoramiento del desarrollo cognitivo y de motricidad fina para el adulto mayor en Nicaragua, estableciéndose la marca a partir de un manual y la revista a partir de la maquetación. Siendo aplicado a nivel del Asilo San Vicente de Paul en León.

Este proyecto pretende ser una herramienta útil que beneficia tanto al asilo como a la salud mental de los adultos mayores, facilitando la asignación de recursos necesarios para ejercitar la retención de vocabulario, la memoria y la motricidad fina del adulto mayor, mediante juegos entretenidos y de apta comprensión. La organización inteligente de la información facilitará la navegación por la revista y su utilización.

Se anticipa que este proyecto estimule el desarrollo de futuras investigaciones científicas relacionadas con las funciones neurodegenerativas y diseño editorial dirigido al adulto mayor especialmente aquel que se encuentra más vulnerable, los adultos mayores residentes del asilo San Vicente de Paul, que han sido abandonados, lo que podría tener un impacto duradero en la comprensión del adulto mayor en Nicaragua y el tratamiento de estos en los asilos. Este proyecto es fundamental para garantizar una atención integral y efectiva para la población de adultos mayores, especialmente en el asilo de ancianos San Vicente de Paul.



## **1.5. Alcance y limitaciones del Proyecto**

### **1.5.1. Alcance del proyecto**

El proyecto se ha enfocado en el desarrollo integral de una revista formato cartilla, debidamente maquetada en conjunto con su identidad corporativa, dirigida a adultos mayores del asilo de ancianos de Sutiaba, León.

Esto incluye la creación de un manual que defina las pautas de la marca que abarquen aspectos visuales, como logotipo, colores, tipografía, y elementos gráficos, así como directrices para la aplicación consistente de la identidad en diferentes medios y materiales, y que comunican adecuadamente su función de prevención ante el deterioro cognitivo.

### **1.5.2. Limitaciones del proyecto técnico**

Las limitaciones del proyecto incluyen que no hay un registro de las dificultades de aprendizaje ni los problemas mentales que sufren los ancianos en el asilo puesto que no hay atención psicológica.

### **1.5.3. Limitaciones del equipo de investigación**

La falta de estudios previos a nivel local sobre las necesidades del adulto mayor, la falta de medios impresos dedicados a este grupo etario, sin presencia de otras cartillas o revistas que implementen juegos cognitivos en Nicaragua o a nivel del Asilo de Ancianos de Sutiaba, San Vicente de Paul.



## **CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL**

### **2.1. Marco Conceptual**

#### **2.1.1. Diseño Gráfico**

El diseño gráfico implica planificar, proyectar y realizar comunicaciones visuales mediante diversos medios. Según AIGA (2019), es el arte de expresar ideas y experiencias mediante contenido visual y textual para comunicar mensajes. Además, el diseño implica la organización armoniosa de materiales y elementos para cumplir una función específica, y no se limita a la apariencia externa, sino que busca comprender la esencia de productos y empresas. (AIGA [Asociación Profesional de Diseño Gráfico], 2020, p. 2)

##### **2.1.1.1. Estructura y Composición de la Marca**

La estructura y composición de una marca se refieren a los elementos que la definen visualmente, representando su personalidad y valores. Estos elementos trabajan juntos para crear una imagen coherente y distintiva en diversos contextos.

#### **Tipografía y Elementos Visuales**

La tipografía y los elementos visuales juegan un papel fundamental en el diseño gráfico. Desde la forma hasta la tipografía, estos elementos son esenciales para crear composiciones visuales atractivas y significativas. La forma, la medida, el color y la tipografía son elementos clave que influyen en la percepción visual y la efectividad del diseño. (Mendez, 1861)

##### **2.1.1.2. Manual de Identidad Corporativa**

Es un medio de alta afinidad, que establece una fuerte relación con cada lector. Un medio totalmente informativo, que goza de gran credibilidad y mantiene una audiencia fiel, número tras número. Un medio que exige toda la atención del lector, y cuyo mensaje permanece más tiempo al alcance de la mano para consultar cuando se quiera...". (Martínez F. Arruti M., 2005)



### **2.1.1.3. Revista**

Las revistas son publicaciones periódicas cuyos contenidos incluyen diversas coberturas periodísticas, puntos de vista sobre temas de actualidad que los lectores deben conocer y según el momento de su publicación se diferencian en revistas mensuales, quincenales, semanales, etc., y según la especificidad de sus contenidos. se diferencian en noticias, mujeres, jóvenes, deportes, revistas, literatura, ciertas ciencias, etc. Papelería

### **2.1.1.4. Gramajes**

De acuerdo con Sánchez (2015), los siguientes gramajes corresponden al diseño editorial en las subsiguientes dimensiones: se ofrece una variedad de tipos de papel en diferentes dimensiones y gramajes. El papel Bond está disponible en 60, 75, 90 y 120 gramos, con mayor demanda en dimensiones de 65 x 90 cm y también en 90 x 130 cm. El papel periódico viene en 56 y 60 gramos en dimensiones de 65 x 90 cm. El papel químico, en sus variantes original, intermedio y final, tiene dimensiones de 65 x 90 cm. El papel couche se encuentra en 90, 115, 150, 200, 250 y 300 gramos en dimensiones de 65 x 90 cm. El papel copia está disponible en colores verde, azul, rosado y amarillo, todos en dimensiones de 65 x 90 cm, al igual que el papel Bond de color en los mismos tonos. El papel adhesivo se ofrece en variantes normal, vinilo y transparente, en dimensiones de 70 x 100 cm. El papel kraft está disponible en 90 gramos con dimensiones de 90 x 130 cm. Finalmente, se ofrecen sobres de papel Bond en tamaños oficio y carta.

### **2.1.1.5. Formatos de impresión (medidas de hojas)**

En relación con los usos de los diferentes formatos, es importante tener en cuenta que se trata de prácticas comunes que suelen recibir cada tipo de formato, aunque no están estandarizadas, por lo que cualquier formato puede adaptarse a diversos propósitos.

El formato A0 (33.1 x 46.8") es el más grande y se utiliza principalmente por profesionales como diseñadores gráficos y copisteros. El formato A1 (23.4 x 33.1") es grande y se emplea en cartografías, carteles y otros soportes publicitarios. El formato



A2 (16.5 x 23.4”) es la mitad del tamaño del A1 y se usa en diseño, fotografía, carteles y calendarios de pared. El formato A3 (11.7 x 16.5”) es común para imprimir dibujos, gráficos, posters, fotografías, revistas y diplomas. El formato A4 (8.3 x 11.7”) es el más utilizado para documentos estándar, cartas, formularios, libros de aula y contratos. El formato A5 (5.8 x 8.3”) es conveniente para imprimir libros, revistas y folletos. El formato A6 (4.1 x 5.8”) es ideal para tarjetas postales, folletos y agendas de bolsillo. El formato A7 (2.9 x 4.1”) se usa para calendarios de bolsillo y tarjetas de felicitación. El formato A8 (2.0 x 2.9”) es adecuado para tarjetas de fidelidad o de visita debido a su tamaño compacto. (Garrido, 2020)

## **2.1.6. Formatos de impresión para revista y manual**

### **2.1.6.1. Impresión Offset**

En primer lugar, el proceso de impresión offset implica la transferencia de tinta desde una plancha metálica a un cilindro de goma y finalmente al sustrato, ya sea papel u otro material. Esta intermediación del caucho permite una impresión más suave y uniforme, especialmente en superficies texturizadas o irregulares, lo que resulta en una calidad de impresión superior. (Martín, 2022)

### **2.6.6.2. Impresión Digital**

El funcionamiento de la impresión digital es relativamente sencillo, pero altamente eficiente. En lugar de depender de planchas de impresión o matrices, la impresión digital utiliza datos digitales para controlar el proceso de impresión. Las impresoras digitales utilizan tecnologías como la inyección de tinta o el tóner láser para aplicar la tinta o el tóner al sustrato, ya sea papel u otro material. Estas tecnologías permiten una alta precisión y calidad de impresión, con la capacidad de reproducir imágenes en color con gran fidelidad y detalle. (López Martín, 2017)

## **2.1.7. Maquetación**

La maquetación es el proceso mediante el cual un profesional organiza textos y elementos gráficos de manera estéticamente atractiva, facilitando su comprensión y lectura. Existen dos grandes categorías de maquetación: la editorial y la web. La



maquetación editorial se ajusta a formatos de páginas, con productos finales que incluyen libros y revistas en formato físico y digital. Por otro lado, la maquetación web se adapta a soportes más flexibles y utiliza lenguajes de programación específicos para optimizar la experiencia del usuario, dividiendo el contenido en secciones sin limitaciones de páginas físicas. (Ofer, 2021)

## **2.2. Marco Teórico**

### **2.2.1. Memoria del adulto mayor**

De acuerdo a Grabbe (2011), La memoria de trabajo implica funciones ejecutivas como la planificación y supervisión de la atención. Los procesos clave de la memoria de trabajo implican el mantenimiento y la manipulación de información visual. La memoria de trabajo ha sido caracterizada como una faceta de la inteligencia fluida (Blair, 2006). La inteligencia fluida consiste en áreas de cognición que son innatas y no aprendidas, como la resolución de problemas y el razonamiento inductivo. (Klauer, Willmes y Phye, 2002)

Es por ello por lo que la práctica de juegos mentales, especialmente de carácter impreso impulsan al cerebro a retener información con mayor facilidad, ayudando a pacientes de la tercera edad. Dentro de estas prácticas, seis juegos han sido reconocidos como los principales para ejercitar la mente y que entretienen al adulto mayor. (Ros Nebot, 2023)

Entre los juegos para mejorar la mente del adulto mayor Ros (2013) menciona: las siete diferencias, crucigramas, sopa de letras, rompecabezas, colorear dentro de las líneas, estar en contacto con el mundo exterior/actual, y el sudoku.

#### **2.2.1.1. Juegos para el adulto mayor**

##### **Sudoku**

El Sudoku moderno fue diseñado de forma anónima por Howard Garns, un arquitecto jubilado de 74 años y constructor de acertijos independiente de Connersville, Indiana. Fue publicado por primera vez en 1979 por Dell Magazines bajo el nombre de "Number



Place" (los ejemplos más antiguos conocidos del Sudoku moderno). (Andújar Rodríguez, 2015, pp. 2–3)

### **Encontrar las diferencias (Siete)**

Esta actividad ayuda a las personas, especialmente a las mayores y niños a fortalecer su concentración y enfoque, así como su atención al detalle. Las actividades animan a utilizar sus habilidades de enfoque y concentración mientras participan activamente con las imágenes para ver dónde son iguales y dónde son diferentes. (Morillo, 2012)

### **Crucigramas**

De acuerdo con (Pardo, 2018), los crucigramas demostraron ser más efectivos que los juegos cerebrales digitales para mejorar la memoria en adultos mayores con deterioro cognitivo leve, según un estudio publicado en NEJM Evidence. Doraiswamy, miembro del Instituto Duke para las Ciencias del Cerebro, comenta que son cruciales al momento de mantener un envejecimiento cerebral saludable y la enfermedad de Alzheimer. (Medina-Cepeda & Delgado, 2020)

## **2.3. Marco Histórico**

### **2.3.1. Historia de las Revistas en Nicaragua**

Las revistas en Nicaragua han desempeñado un papel significativo en la difusión de ideas, la cultura y la información a lo largo de su historia. Desde sus inicios en el siglo XIX hasta el presente, las revistas han reflejado la evolución sociopolítica y cultural del país. Durante el siglo XIX, con el surgimiento de la prensa impresa en Nicaragua, se publicaron algunas de las primeras revistas, como "El Nicaragüense", que vio la luz en 1830. Estas primeras publicaciones sentaron las bases para el desarrollo posterior del periodismo y la comunicación en el país (Molwtalvjln, 2018)

En el siglo XX, la diversificación del panorama mediático nicaragüense trajo consigo la aparición de revistas que abordaban una amplia gama de temas, desde literatura y arte hasta política y sociedad. Ejemplos notables incluyen la "Revista Nicaragüense de Cultura", fundada en 1917, que sirvió como plataforma para la discusión intelectual y cultural en el país



Durante la Revolución Sandinista, se produjo un auge en la creación de revistas políticas que reflejaban los ideales revolucionarios y servían como vehículos de propaganda y debate político. Entre estas revistas destacó "Barricada", que desempeñó un papel crucial en la difusión de la ideología sandinista. (Rothschuh Tablada, G., 2018)

Tras el período revolucionario, Nicaragua experimentó un aumento en la diversidad ideológica y temática en sus revistas, reflejando los cambios políticos y sociales en el país. Sin embargo, también hubo desafíos, como la censura y la presión política, que afectaron la libertad de expresión y la viabilidad de algunas publicaciones.

En el siglo XXI, con la llegada de la era digital, muchas revistas tradicionales enfrentaron dificultades para adaptarse a los nuevos medios y modelos de negocio. Algunas cerraron sus ediciones impresas para centrarse en plataformas en línea, mientras que otras desaparecieron por completo.

## **2.4. Marco Legal**

### **2.4.1. Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos**

La Ley N° 312 de Nicaragua publicada en La Gaceta Diario Oficial 166 y 167, conocida como Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos, ofrece una herramienta útil para la creación de una revista enfocada en mejorar la salud cognitiva y motriz de los adultos mayores. El derecho de autor de los artículos, investigaciones, gráficos, fotografías y otros contenidos originales publicados en la revista está protegido por esta ley. Esto protege los derechos de los autores y la integridad del contenido de la revista al evitar el uso no autorizado y la reproducción indebida por parte de terceros. Además, la ley protege los derechos de los creadores y fomenta la creatividad y la colaboración. Esto inspira a autores y científicos. (Asamblea Nacional, 1999)

### **2.4.2. Ley de Imprenta**

La "Ley de Imprenta" de Nicaragua, que fue aprobada en 1894, brinda un marco legal que facilita la publicación de una revista enfocada en mejorar la salud cognitiva y motriz de los adultos mayores. Esta ley fomenta la libertad de expresión y permite que se



aborden temas importantes relacionados con la salud del adulto mayor de manera abierta y sin restricciones, asegurando que todos los habitantes de Nicaragua tengan el derecho de publicar sus pensamientos sin previa censura, examen o caución.

Además, la ley permite que los impresos, como libros, folletos y revistas, sean introducidos y distribuidos sin impuestos, lo que reduce los costos de producción y distribución, lo que hace más fácil publicar y difundir revistas. (Asamblea Nacional, 1894)

Bolsa de noticias es el único periódico en formato tabloide (12 x 18 pulgadas) que aún se emite en Nicaragua, sin embargo, tiene un limitado alcance ya que tiene mayores costos para el bolsillo nicaragüense y solamente circula en Managua. (Bolsa, 2023)

### **2.4.3. Ley General sobre Medios y Comunicación Social**

La "Ley General sobre los Medios y la Comunicación Social" de Nicaragua, publicada en la Gaceta N°79, promulgada en 1989, establece regulaciones que influyen en la creación de revistas por ejemplos, como las de la presente investigación, la cual será destinada a asilos de ancianos en Sutiaba. Esta ley garantiza el acceso a la información veraz y promueve valores nacionales, solidaridad y respeto a la dignidad humana. Además, regula la publicidad y la difusión de contenidos, lo que impacta en la elaboración de revistas dirigidas a este público específico. La ley también establece responsabilidades para los medios de comunicación y prevé sanciones en caso de infracciones, lo que podría afectar la creación y difusión de revistas que no cumplan con los requisitos establecidos. En resumen, esta ley proporciona un marco legal que debe tenerse en cuenta al producir revistas, asegurando que se respeten los derechos y valores fundamentales de la sociedad nicaragüense. (Asamblea Nacional, 1989)

### **2.4.4. Ley 720**

La Ley del Adulto Mayor de Nicaragua, promulgada en 2010, tiene un impacto significativo en la investigación sobre la creación de revistas y marcas dirigidas para adultos mayores que residen en un asilo. Esta ley establece un marco legal e institucional para proteger y garantizar los derechos de las personas adultas mayores, promoviendo su bienestar integral y su participación en la sociedad. Sus principios,



objetivos y beneficios, así como los deberes tanto de los adultos mayores como de diferentes actores sociales, proporcionan una guía importante para el diseño de revistas que satisfagan las necesidades y respeten la dignidad de este grupo demográfico. Además, la creación del Consejo Nacional del Adulto Mayor (CONAM) como un órgano encargado de promover políticas y programas a favor de los adultos mayores, y las medidas de protección y sanciones establecidas en la ley, ofrecen un marco institucional que puede influir en la investigación al identificar posibles colaboraciones o recursos disponibles para el desarrollo y difusión de las revistas. (Asamblea Nacional, 2010)

## **2.5. Marco Institucional**

### **2.5.1. Misión, Visión y Valores del asilo San Vicente de Paul**

#### **Misión**

Ser una organización y un grupo de voluntariado leonés que busca aportar para el sostenimiento de los adultos mayores en León Nicaragua. Albergando aquellos de la tercera edad que estén en situación de extremo abandono.

#### **Visión**

Dedicarse a proporcionar servicios de cuidado y atención especializados a las personas mayores de la comunidad especialmente desde el punto de la salud mental, estableciendo nuevos programas para garantizar el cuidado de más adultos mayores.

#### **Valores**

Salud, Responsabilidad, Humanismo, Espiritualidad, Caridad, Tolerancia, Solidaridad



## **CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO**

### **3.1. Tipo de Proyecto:**

#### **3.1.1. Según la procedencia del capital**

El proyecto es privado porque el financiamiento es autogestionado por los integrantes de la investigación, utilizando sus recursos personales para financiar las diversas actividades relacionadas con el proyecto. Al no depender de fuentes externas de financiamiento, como instituciones públicas o privadas, el proyecto es llevado a cabo con fondos provenientes de los propios integrantes.

#### **3.1.2. Según el sector**

El proyecto se enfoca en ofrecer servicios para mejorar la salud cognitiva de adultos mayores y nivel de entretenimiento. Esto se materializa a través de la elaboración de una revista, que es un bien tangible, diseñada para beneficiar a las personas de la tercera edad que residen en el asilo de ancianos San Vicente de Paul. La revista se concibe como un servicio destinado a promover el bienestar y la calidad de vida de esta población específica.

#### **3.1.3. Según el ámbito o perfil profesional**

El proyecto se encuadra dentro del ámbito del diseño gráfico y publicitario. Implica la creación y elaboración de materiales visuales y de comunicación para la producción de la revista, así como su difusión entre los destinatarios.

#### **3.1.4. Según su orientación:**

El proyecto se define como comunitario, ya que está dirigido a beneficiar a un grupo específico de la comunidad, en este caso, los adultos mayores que residen en el asilo de ancianos San Vicente de Paul. Se centra en mejorar su calidad de vida y bienestar mediante la publicación de la revista y otras actividades relacionadas que promueven la salud cognitiva y el entretenimiento.



### 3.1.5. Según su área de influencia

El proyecto tiene un alcance local, ya que impactará principalmente en el asilo de ancianos San Vicente de Paul, ubicado en la comunidad indígena de Sutiaba, en el departamento de León. Sin embargo, se espera que su influencia trascienda lo local y tenga repercusiones a nivel nacional, especialmente en términos de concienciación sobre la importancia de la salud cognitiva en la población de adultos mayores y en la promoción de iniciativas similares en otras comunidades del país.

## 3.2. Métodos de estudio y unidades de análisis

### 3.2.1. Población

La población del estudio se encuentra conformada por 44 adultos con edades entre 48 a 95 años.

### 3.2.2. Muestra

No se desarrolló técnica de muestreo ya que se tomó el 100% de la población, conformado por los ancianos que fueron capaces de interactuar con la revista y dar su consentimiento para responder la encuesta. Una entrevista a la encargada de Recursos Humanos hermana Eugenia Rosales.

### 3.2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### Tabla 1.

Técnica de investigación cuantitativa

Técnica de investigación cuantitativa	Tipo	Instrumento de recolección de datos	Recursos materiales empleados
<b>Encuesta</b>	La encuesta está dividida en 3 secciones, se hizo de forma oral y fue llenada por un entrevistador, aplicada de forma individual a los ancianos y estuvo comprendida en: Datos Generales del	Cuestionario	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Revista</li><li>➤ Celular:</li><li>(Grabación y Fotografía)</li><li>➤ Internet</li></ul>

	<p>encuestado (características sociodemográficas: edad, sexo); Habilidades de Memoria (Escala de Likert puntuando cada inciso de la revista); Habilidades de Vocabulario (Escala de Likert puntuando cada inciso dedicado al vocabulario en la revista),</p> <p>Aplicada de forma individual y estructurada a los expertos en diseño y cuidado al adulto mayor.</p>	<p>➤ Softwares: Excel, Word, Power Point e IBM SPSS Statistic 25 para el procesamiento de encuestas.</p> <p>Guía de preguntas</p>
<b>Entrevista</b>		

Fuente: Elaboración por autores

### 3.3. Localización

#### MACROLOCALIZACIÓN

**Figura 1.**

Municipio de León, Departamento de León



Fuente: Elaboración por autore con datos de Google Maps.

Asilo de Ancianos San Vicente de Paul, León, Nicaragua

## MICROLOCALIZACIÓN

### Figura 2.

Asilo de Ancianos San Vicente de Paul, León, Nicaragua



Fuente: Elaboración por autores.

**Micro-localización:** El Asilo está ubicado del BANPRO de Sutiaba 1 cuadra y 25 varas al Oeste.

### 3.4. Validez del instrumento

Está dado en 15 ítems en la encuesta para cumplir el objetivo general, como es la percepción que tuvieron los adultos mayores de la revista en términos de diseño y contenido, está dividido en la percepción de los adultos mayores sobre: (1) Habilidades de Retención de Memoria y (2) Habilidades de Mejoramiento de Vocabulario, a partir de una Escala de Likert de 5 puntos, se construyó la encuesta. Al calcularse el alfa de Cronbach se obtuvo un valor superior al 0.75 validándose correctamente.

### Tabla 2.

Resumen del procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	.0
	Total	10	100.0



Fuente: Elaboración por autores.

### Tabla 3.

Cálculo del estadístico de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.804	15

Fuente: Elaboración por autores

El valor obtenido de la encuesta compuesta de 15 ítems que permiten conocer el grado de satisfacción obtenido de la revista, su utilidad, la claridad de su contenido y si lo fueran a recomendar a otros adultos mayores tuvo un valor aceptable 0.80, ya que por encima suelen ser preguntas redundantes y por debajo hay poca confiabilidad. Por lo tanto, es un cuestionario correctamente construido. El alfa de Cronbach el valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach es 0,70; usualmente, se prefieren valores de alfa entre 0,80 y 0,90 (Oviedo & Campo-Arias, 2005)



### **3.5. Procesamiento de datos y análisis de la información**

El análisis de datos para validar los instrumentos se llevó a cabo, mediante el uso del software IBM SPSS Statistics 25, enfocado en el procesamiento de bases de datos. Este proceso permitió evaluar la fiabilidad de los datos obtenidos a través del cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach y análisis estadísticos descriptivos, asegurando así la calidad y consistencia de los resultados.

Para una redacción precisa y detallada del análisis de los resultados de la investigación, se empleó Microsoft Word. Esto garantizó una presentación clara y completa de los hallazgos obtenidos durante el estudio.

La exposición de los resultados se realizó en Microsoft PowerPoint, aprovechando su capacidad para generar presentaciones dinámicas y visualmente atractivas. Se incorporaron datos clave, así como gráficos e imágenes relevantes, proporcionando una visión completa del proyecto de investigación.

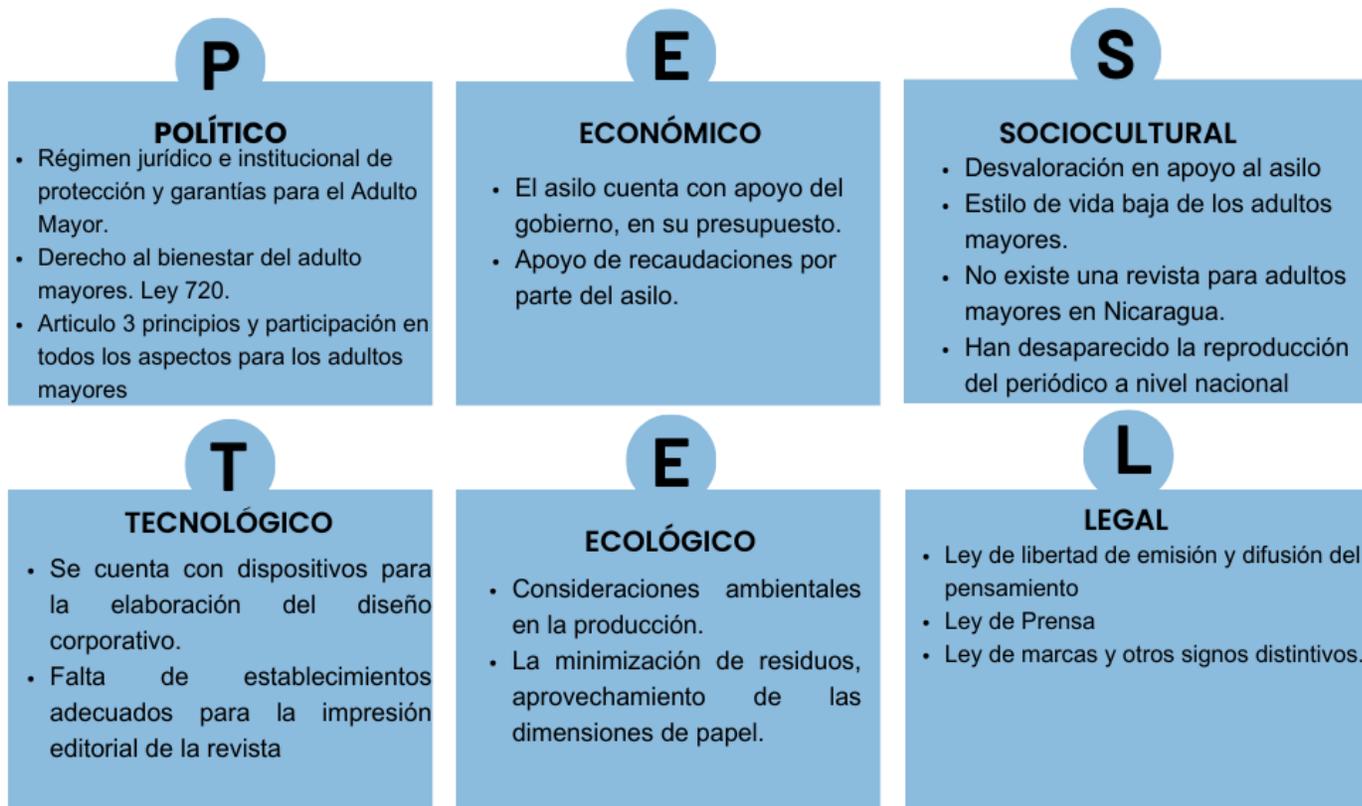
En cuanto al diseño de la revista y manual corporativo del proyecto, se utilizaron herramientas especializadas como Adobe Illustrator, Photoshop e Indesign versión 2022. Estas aplicaciones permitieron desarrollar el logotipo del proyecto, definir el esquema de color corporativo a través del Pantone, realizar la edición fotográfica necesaria y maquetar la revista en formato cartilla de manera profesional y atractiva. De esta manera, se garantizó una presentación visualmente impactante y coherente con los objetivos del estudio.

## CAPÍTULO IV DIAGNÓSTICO

### 4.1. Análisis del macroentorno a partir de la herramienta PESTEL

**Figura 3.**

*Análisis del macroentorno de la revista CogniPlay*



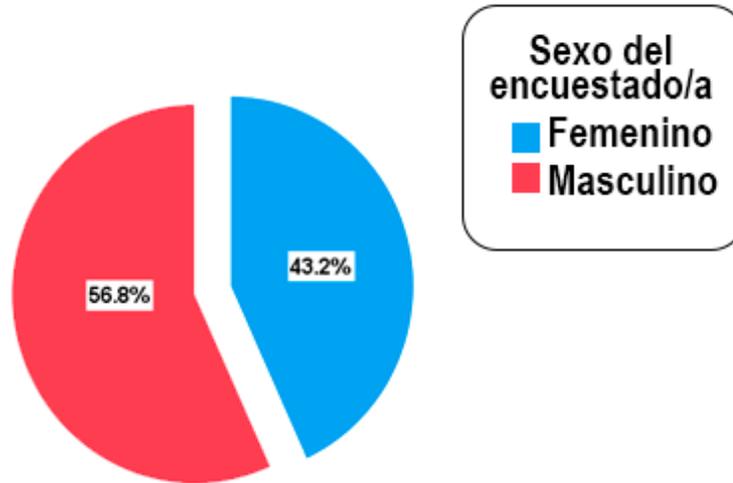
Fuente: Elaboración por autores

El análisis PESTEL muestra que CogniPlay, la revista para adultos mayores en Nicaragua enfrenta un entorno complejo. Aunque existen leyes de protección para los adultos mayores, su implementación enfrenta desafíos, lo que se ve reflejado en el abandono que sufren los adultos mayores dentro del asilo, y la falta de atención médica-psicológica, que es nula, desatendiendo las necesidades cognitivas de la población de los adultos mayores. Para tener éxito, CogniPlay deberá innovar, ser creativa y colaborar estrechamente con instituciones relevantes. Es alcanzable lanzar la revista a nivel del asilo, ya que cuenta con el apoyo del Ministerio de Familia y ha presentado un creciente apoyo gubernamental en los últimos años.

## 4.2. Análisis de la encuesta

### Figura 4.

Género de los ancianos del asilo

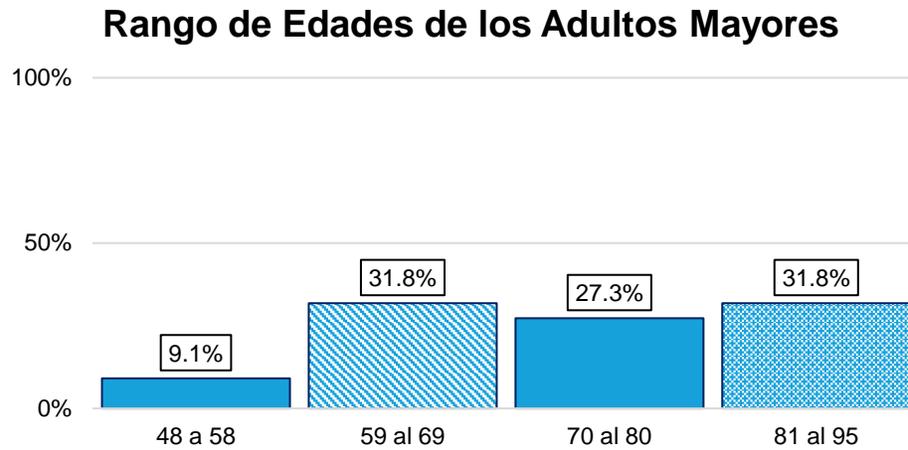


Fuente: Elaboración por autores

La mayor parte de la población del asilo está compuesta por el género masculino, lo que corresponde a un 56.8%, el restante 43.2% corresponde al género femenino. Según los responsables del asilo, esta disparidad se atribuye al hecho de que las mujeres ancianas, a menudo desempeñan el papel de figuras maternas y cuidadoras, quienes suelen ser el sostén del hogar y de sus miembros, sufren de abandono en menor medida que los hombres. Además, se observa que predomina la presencia de los varones en el asilo debido al machismo, siendo estos en su mayoría padres que han abandonado a sus hijos o enfrentados conflictos familiares, lo que ha resultado en su expulsión del hogar con mayor frecuencia.

## Figura 5

Rango de edades de la encuesta



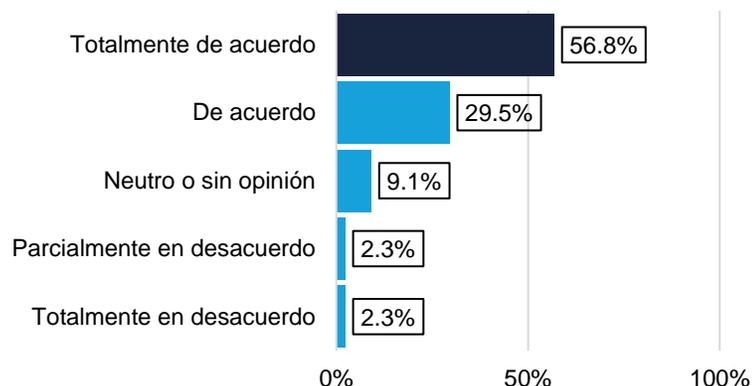
Fuente: Elaboración por autores

Un 9.1% de la muestra de entre 48 y 58 años, representan la minoría en esta población. Este hecho se explica debido a que generalmente son personas en mejores condiciones de salud y no se encuentran en situación de abandono, siendo casos poco frecuentes y excepcionales. Por otro lado, la mayoría de la población encuestada supera los 59 años, con un segmento significativo en el último rango de edad, comprendido entre los 81 y 95 años. Este último grupo, enfrenta mayores necesidades en cuanto a acceso a servicios de salud y acompañamiento. Desafortunadamente, son aquellos que han experimentado un mayor nivel de abandono por parte de sus familias o de la sociedad en general.

**Figura 6.**

Utilidad de la revista

**1. ¿La revista le ha sido útil?**



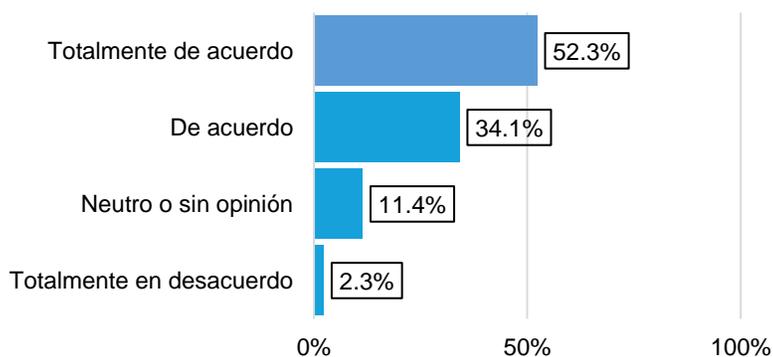
*Fuente: Elaboración por autores*

Un 56.8% de los encuestados expresaron estar totalmente de acuerdo con la utilidad de la revista CogniPlay. Además, un 29.5% de los participantes confirmaron estar de acuerdo con esta afirmación, lo que sugiere una percepción extremadamente positiva sobre la utilidad de la revista al concluir su uso. Este alto nivel de acuerdo destaca la eficacia y el valor percibido de CogniPlay como recurso informativo o de entretenimiento para los adultos mayores del asilo.

**Figura 7.**

Necesidad de un medio impreso

**2. ¿Le gustaban los juegos impresos del periódico que ya no circula en Nicaragua?**



*Fuente: Elaboración por autores*

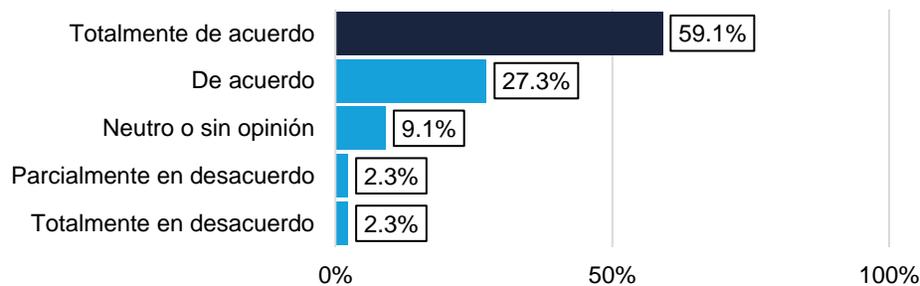


Un total acumulado del 86.4% de adultos mayores, expresaron su agrado por los juegos impresos que solían encontrarse en el periódico que ya no circula en Nicaragua. Este hallazgo revela que la mayoría de los ancianos solían disfrutar y utilizar estos juegos impresos en algún momento de sus vidas. La pérdida de este medio se ha convertido en una necesidad para este público objetivo, ya que estos juegos ofrecían entretenimiento y ocupaban un lugar significativo en sus rutinas diarias.

### Figura 8.

Efecto de la revista en su estado de ánimo

### 3. Al usar la revista, ¿ha mejorado su estado de ánimo?



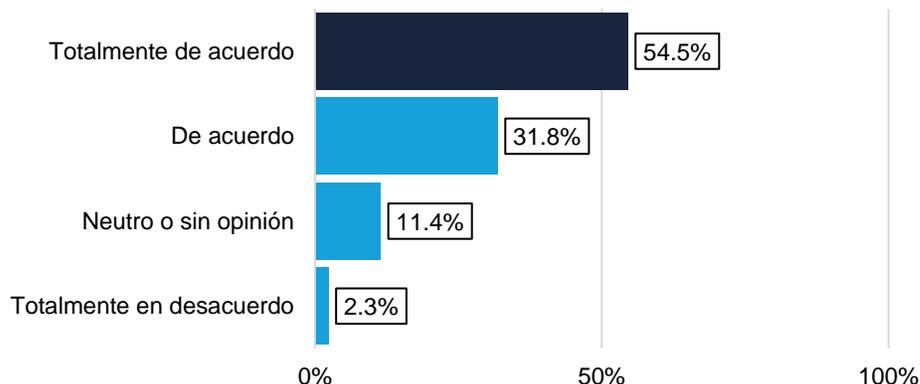
Fuente: Elaboración por autores

El 59.1% de los encuestados se sintieron contentos al utilizar la revista como medio de entretenimiento. Esto resalta la importancia de la revista no solo para mejorar las habilidades cognitivas de los adultos mayores, sino también para mantener su interés y atención. Esto sugiere que la revista cumple con su propósito de estimular las capacidades mentales y proporcionar entretenimiento gratificante. Aquellos que expresaron desacuerdo enfrentaron limitaciones visuales como ceguera o cataratas, lo que afectó su capacidad de participar en algunas actividades de lectura y requirieron asistencia.

**Figura 9.**

Reproducción de la revista

**4. ¿Le gustaría tener más contenido de esta revista?**



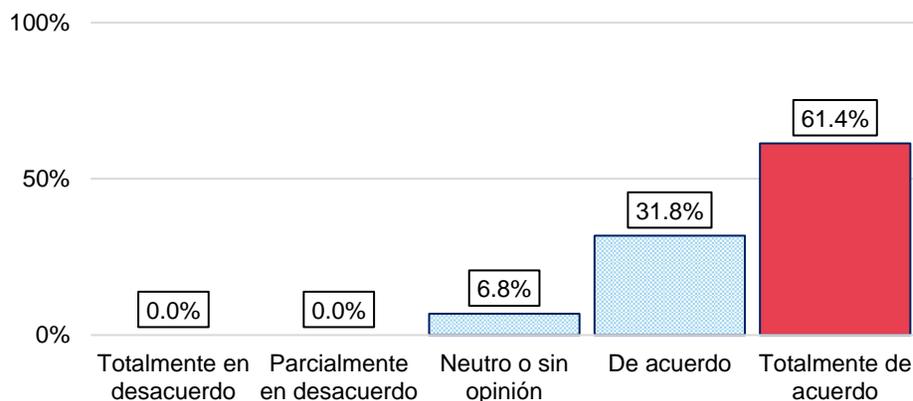
*Fuente: Elaboración por autores*

El 54.5% está totalmente de acuerdo en obtener más contenido de la revista. Esto indica que desearían tener un acceso más amplio a otros volúmenes de la revista. Es importante destacar comentarios que sugieren la posibilidad de acceder al contenido de manera mensual o semanal, lo que les permitiría ejercitar de forma continua su mente a través de la cartilla CogniPlay.

**Figura 10.**

Necesidad de los diseñadores para ejecutar la revista

**5. ¿Hubo necesidad de ejecutar la revista?**



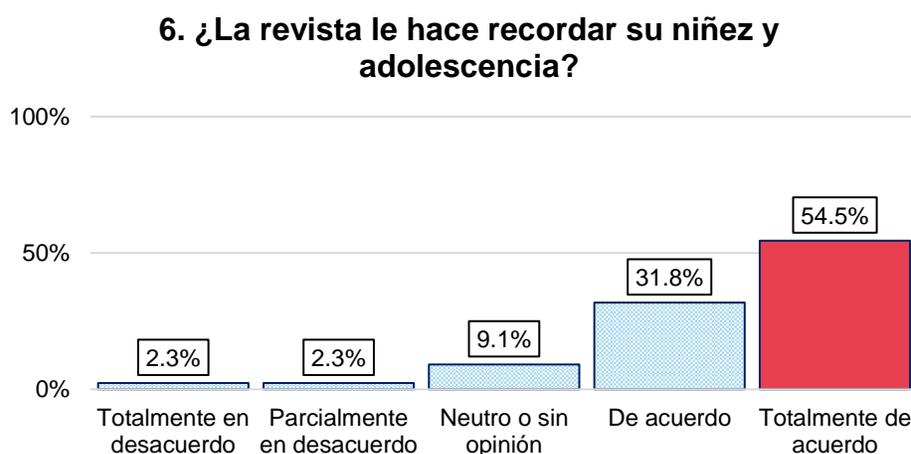
*Fuente: Elaboración por autores*



El 93.2% de los residentes estuvieron de acuerdo en la idea de crear una revista dirigida a adultos mayores, reconociendo el potencial beneficio para la mejora de su salud cognitiva. Además, expresaron su interés en que los estudiantes de diseño gráfico estuvieran involucrados en la creación de este medio impreso. Después de explicarles a los residentes del asilo las habilidades y la importancia de los diseñadores en el proceso de elaboración de la revista, mostraron sorpresa ante la necesidad y relevancia de su participación en este proyecto.

### **Figura 11.**

Efectos de la revista en cuento a añoranza

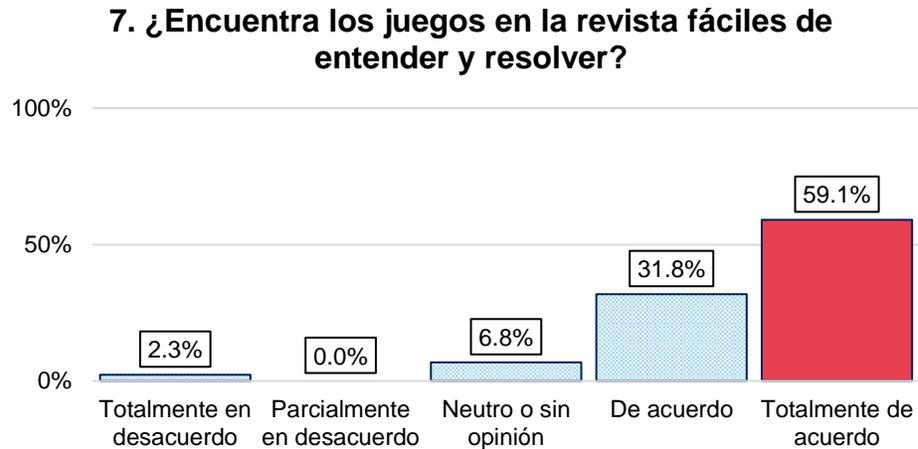


*Fuente: Elaboración por autores*

Al preguntar a los adultos mayores si la revista evoca recuerdos de su niñez y adolescencia, el 54.5% de los encuestados expresaron este sentimiento, mientras que un 31.8% también afirmaron experimentarlo. Estas respuestas reflejan los valores de empatía de la revista CogniPlay, ya que el recordar actividades de la infancia y adolescencia contribuye positivamente a mantener su vitalidad y entusiasmo por aprender, en línea con los objetivos de la publicación.

**Figura 12.**

*Resolución de los juegos de la revista*

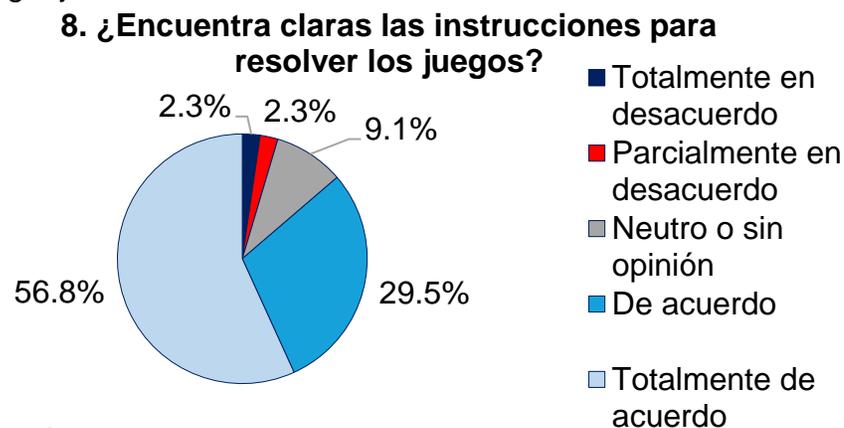


*Fuente: Elaboración por autores*

Al preguntar a los adultos mayores si la revista evoca recuerdos de su niñez y adolescencia, el 54.5% de los encuestados (24 adultos mayores) expresaron este sentimiento, y un 31.8% (14 adultos mayores) también lo afirmaron. Estas respuestas reflejan los valores de empatía de la revista CogniPlay, ya que recordar actividades de la infancia y adolescencia contribuye positivamente a mantener su vitalidad y entusiasmo por aprender, en consonancia con los objetivos de la publicación.

**Figura 13.**

*Claridad del lenguaje de la revista*



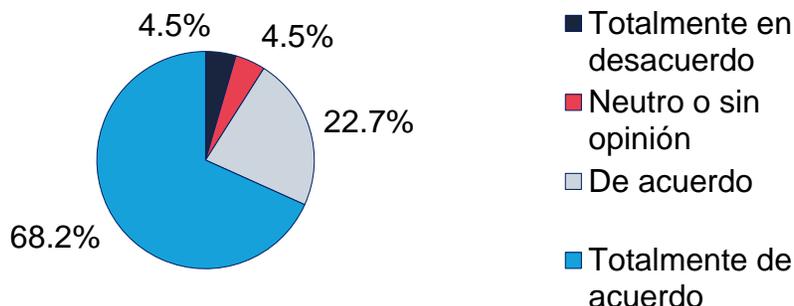
*Fuente: Elaboración por autores*

Cuando se trata de difundir medios impresos, la claridad del mensaje y del lenguaje utilizado es fundamental, especialmente al comunicarse con adultos mayores (Frávega et al., 2014; Pinto-Fernández et al., 2018). En este sentido, el 86.3% de los adultos encuestados, expresaron estar de acuerdo en que las instrucciones proporcionadas en la revista para resolver los juegos eran claras, lo que coincide con el objetivo de estructurar una revista con una maquetación que favorezca la comprensión de vocabulario. Aquellos que no emitieron opinión o estuvieron en desacuerdo generalmente tenían dificultades para visualizar el contenido visual de la revista debido a problemas como cataratas o ceguera parcial.

**Figura 14.**

Variedad de juegos

**9. ¿Hay variedad en los tipos de juegos impresos ofrecidos en la revista (por ejemplo, crucigramas, acertijos, etc.)?**

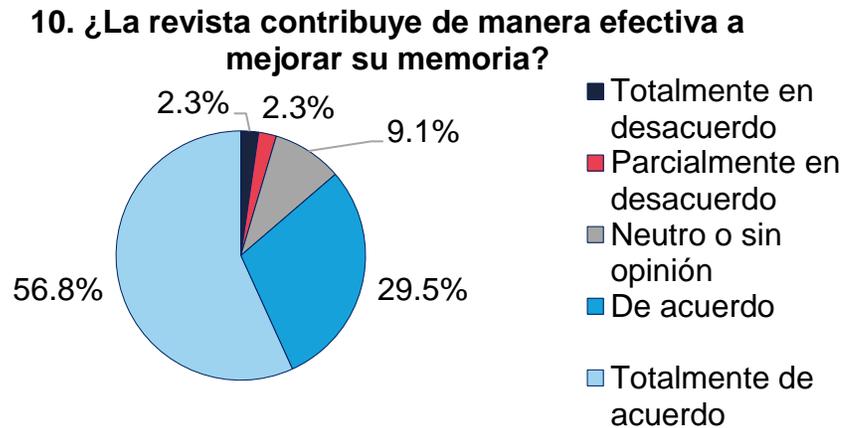


*Fuente: Elaboración por autores*

Los adultos mayores han confirmado la presencia de una amplia variedad de juegos impresos en la revista, alcanzando un 90.9% de aprobación acumulada. Esta diversidad es crucial, ya que se requieren distintos tipos de ejercicios cognitivos para garantizar un entrenamiento mental completo a través de la publicación. En este sentido, la revista incluye 2 juegos motrices, 7 páginas visuales destinadas al entrenamiento, y 9 páginas de ejercicios tipo rompecabezas, como crucigramas y sopas de letras.

**Figura 15.**

Mejoramiento de memoria

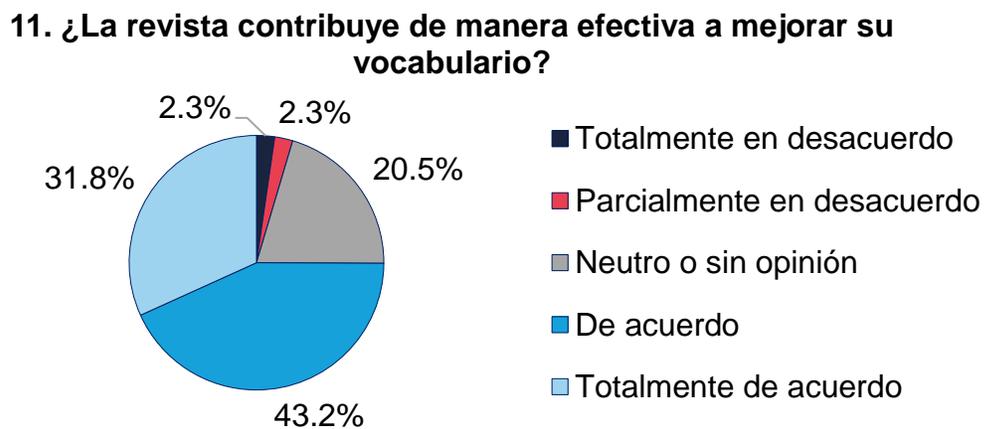


*Fuente: Elaboración por autores*

Los resultados de la encuesta han revelado que un notable 86.3% de los adultos mayores están de acuerdo en que la revista contribuye a mejorar su memoria. Este hallazgo es significativo, ya que refleja la percepción positiva de los mayores respecto a los beneficios que la revista aporta a su capacidad mnemotécnica. Específicamente, se destaca la mejora en la memoria numérica y de precios de víveres, aspectos que son abordados de manera específica en páginas de la cartilla.

**Figura 16.**

Ampliación de vocabulario

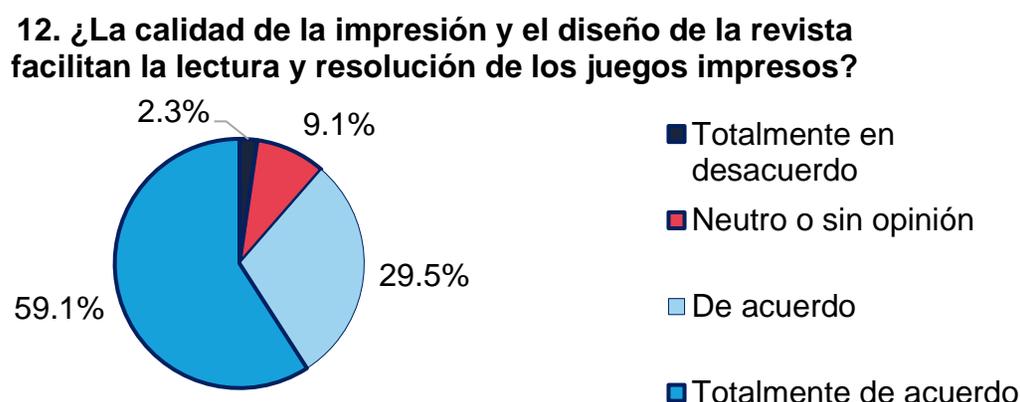


*Fuente: Elaboración por autores*

Los residentes del asilo han mostrado una clara receptividad hacia la contribución de la revista al enriquecimiento de su vocabulario, con un sólido 75% de aprobación acumulada. Sin embargo, es importante señalar que un 20.5% de los participantes, se han mostrado neutrales o sin opinión al respecto. Esta falta de respuesta puede atribuirse a la necesidad de asistencia para la lectura y comprensión de la revista, ya que estos residentes enfrentan desafíos visuales como ceguera parcial y cataratas.

### Figura 17.

Calidad de impresión y diseño de la revista



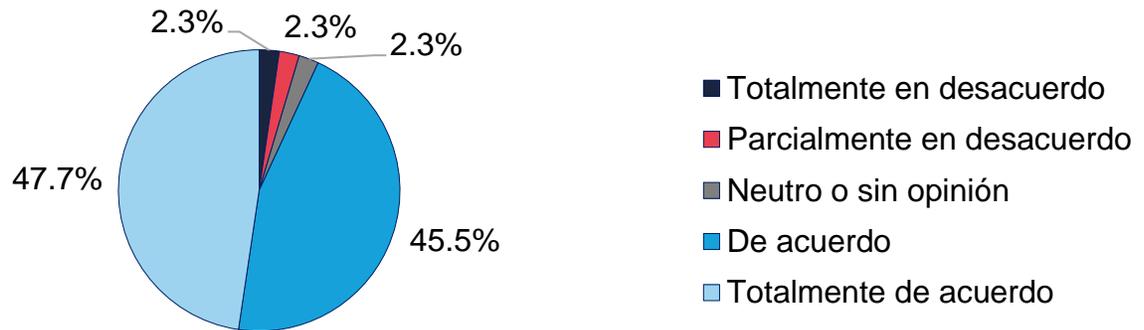
Fuente: Elaboración por autores

La percepción de la calidad de impresión y diseño entre los adultos mayores ha sido mayormente positiva, con un 88.6% de los encuestados. Esta recepción favorable es esencial, ya que una calidad de impresión y diseño adecuada contribuye significativamente a la comprensión del material contenido en la revista. Además, una presentación visual clara y atractiva mejora la efectividad de los juegos cognitivos aplicados, facilitando así el proceso de participación y el disfrute de las actividades propuestas. En consecuencia, la percepción positiva de la calidad de impresión y diseño refuerza la utilidad y la eficacia global de la revista CogniPlay en el cumplimiento de sus objetivos de estimulación cognitiva en adultos mayores.

**Figura 18.**

Recomendación a otros adultos

**13. ¿Compartiría esta revista con otras personas de su edad?**



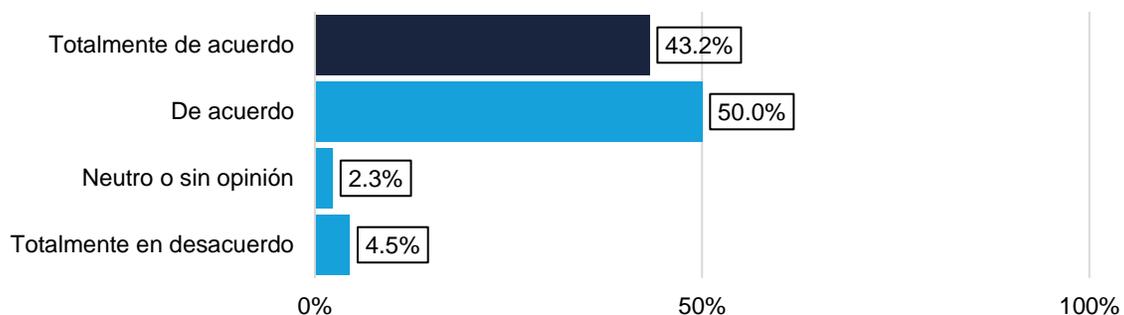
*Fuente: Elaboración por autores*

La gran mayoría de adultos, alcanzando un sólido 93.2% de acuerdo, expresan su disposición para compartir la revista con otros adultos o recomendar su uso a aquellos ancianos que no residen en el asilo. Esta actitud refleja un reconocimiento generalizado del valor del entretenimiento y los beneficios que ofrece la cartilla CogniPlay. Además, esta disposición sugiere un deseo de extender los beneficios de la revista más allá del entorno inmediato del asilo, brindando la oportunidad de disfrutar de sus contenidos a un público más amplio.

**Figura 19.**

Mejoramiento de actividades motrices

**14. ¿Ha sido efectiva las actividades de colorear para su motricidad fina?**



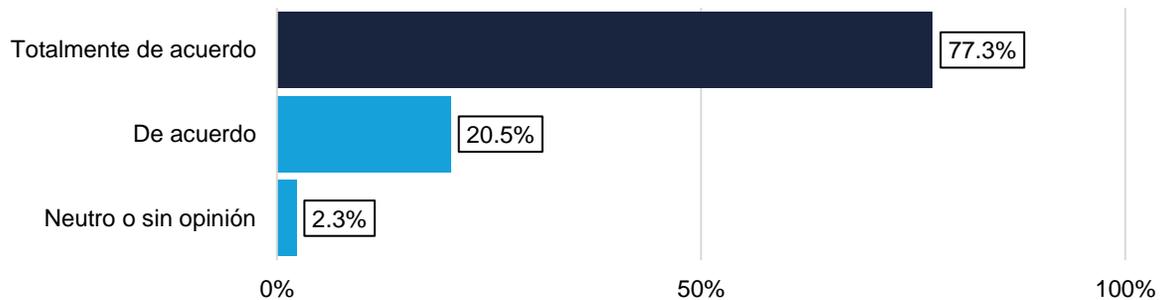
*Fuente: Elaboración por autores*

Los residentes del asilo han demostrado un alto grado de satisfacción con las actividades motrices proporcionadas por la revista, tales como el colorear. Estas actividades les han brindado la oportunidad de practicar y mejorar su coordinación manual, así como de ejercitar su capacidad para identificar y seleccionar los colores adecuados según los objetos ilustrados. Este nivel de aceptación ha sido notable, alcanzando un impresionante 93.2%, expresando su agrado por estas actividades. Este alto grado de satisfacción resalta la eficacia y el valor terapéutico de las actividades motrices ofrecidas en la cartilla CogniPlay.

### Figura 20.

Aceptación de la sección de actualidad

#### 15. ¿Le ha interesado saber el precio actual de los rubros del mercado?



*Fuente: Elaboración por autores*

La sección de actualidad ha recibido una abrumadora aceptación por parte de los adultos mayores, con un impresionante 97.8% de aprobación, expresando su satisfacción con esta sección. Esta sección incluye elementos esenciales como leche, pan, café y frijoles, cuyos precios están actualizados según los costos vigentes en supermercados y distribuidoras comerciales. Esta información es especialmente relevante para los residentes, ya que les permite mantenerse al tanto de los precios de productos básicos fuera del entorno del asilo, dado que su movilidad fuera de la residencia es limitada. La importancia de esta sección radica en proporcionarles un sentido de conexión con el mundo exterior y una comprensión de cómo están estos costos en el mercado actual.



### 4.3. Análisis de las entrevistas

Referencia de informantes

#### Tabla 4.

Referencia de informantes

Informante	Rol Objetivo de la entrevista	Lugar hora de la entrevista
<b>Entrevista 1</b> Lic. Jeanmark Guzmán	<b>E1:</b> Identificar qué aspectos del diseño deben ser abordados a partir de la revista y la marca corporativa de CogniPlay.	16-03-2024 LAFISE – León 2:00 PM
<b>Entrevista 2</b> Adg. Hansel Dadly Rivera Pantoja	<b>E2:</b> Identificar los elementos visuales que deben abordarse en la revista y la marca corporativa de CogniPlay.	16-03-2024 Kabito - Chinandega 10:00 AM
<b>Entrevista 3</b> Hmna. Eugenia Rosales	<b>E3:</b> Identificar el estado del asilo y las necesidades de entretenimiento y salud mental que tienen los adultos mayores del asilo San Vicente de Paul.	16-02-2024 Asilo de ancianos San Vicente de Paul 02:00 PM

Fuente: Elaboración por autores

#### 4.3.1. Matriz de interpretación a los expertos en diseño gráfico y publicitario

Tabla 5.

Matriz técnica del diseño de la revista CogniPlay

Dimensiones Códigos temáticos	Definición operativa de los códigos	Lo expresado textualmente por los entrevistados	Análisis de lo expresado
¿Qué elementos visuales y de diseño consideran más efectivos para facilitar la lectura del adulto mayor?	Elementos visuales y de diseño	<p><b>E1:</b> La tipografía, una que facilite el flujo de lectura y capte la atención del adulto mayor.</p> <p><b>E2:</b> Tipografías, líneas, color, íconos, figuras, imagen y configuración del texto.</p>	<p>Las tipografías son uno de los elementos visuales más importantes en la comunicación, por ende, se ha de cuidar este aspecto. Los principios visuales de grosor, tamaño, textura e iconografía se han adaptado para la visión del adulto mayor.</p>
¿Qué tipo de tipografía sería más legible para este público objetivo?	Tipografía específica	<p><b>E1:</b> Una tipografía palo seco que permita visualizar párrafos sin distracciones como la serif.</p>	<p>Las tipografías son uno de los elementos visuales más importantes en la comunicación, por ende, se ha de cuidar este aspecto. Los principios visuales de grosor, tamaño, textura e iconografía se han</p>



		<b>E2:</b> Una tipografía serif y una san serif.	adaptado para la visión del adulto mayor.
<b>¿Cómo debería ser el lenguaje utilizado en la revista para asegurar la comprensión y el interés del público objetivo?</b>	Lenguaje para el público objetivo	<b>E1:</b> Lenguaje serio y claro. <b>E2:</b> Lenguaje coloquial y técnico.	El lenguaje para el público objetivo debe ser claro, por eso se emplea lenguaje coloquial y muy simple, típico del público de la tercera edad nicaragüense, pero siempre muy respetuoso.
<b>¿Qué tipo de contenido visual sería más adecuado para acompañar los juegos relacionados con la prevención de pérdida de memoria y retención de vocabulario?</b>	Contenido visual en los juegos de la revista.	<b>E1:</b> Imagen, formas básicas y color. <b>E2:</b> Imágenes.	Los juegos de la revista irán acompañados de imágenes, para mejorar el entendimiento de estos. Y captar de mejor manera la atención del público. Además, se añaden elementos interactivos y ejercicios cognitivos dentro de la revista.
<b>¿Qué estructura de contenido sería más efectiva para organizar la información y facilitar su comprensión?</b>	Estructura del contenido de la revista.	<b>E1:</b> Retícula de dos columnas. <b>E2:</b> De acuerdo con la temática del contenido interno.	La revista se conformará por una maquetación bien estructurada, los textos más extensos y las explicaciones se disponen en columnas.



<p><b>¿Qué aspectos podrían mejorar la experiencia de lectura para este público objetivo?</b></p>	<p>Mejorar experiencia del lector.</p>	<p><b>E1:</b> Disposición y jerarquía tipográfica. <b>E2:</b> Según temática de la tipografía.</p>	<p>La revista como cualquier medio de comunicación de carácter editorial necesita de un cuidado excepcional de su tipografía en todos los ámbitos. Especialmente, su ubicación, tamaños, cómo contrasta con el resto de los elementos visuales y su jerarquía.</p>
<p><b>¿Qué combinación de colores y contrastes sería mejor, tomando en cuenta los problemas de visión del adulto mayor?</b></p>	<p>Color, tono y contraste.</p>	<p><b>E1:</b> Contraste color frío y cálido. <b>E2:</b> Contraste entre colores fríos y cálidos.</p>	<p>Por ello la marca CogniPlay se ha configurado con tonos fríos como el celeste, azul cielo y marino oscuro; en contraste con tonos cálidos anaranjados-rojizos.</p>
<p><b>¿Qué formato debe priorizarse a la hora de distribuir la revista?</b></p>	<p>Formato de la revista.</p>	<p><b>E1:</b> Formato carta 11 x 8.5 pulgadas. <b>E2:</b> Formato A4 (8.3 x 11.7 pulgadas).</p>	<p>La revista se hará en un formato que sea fácil para los adultos mayores de leer y manejar de forma manual, por lo que se ha dispuesto horizontalmente de formato media carta cada página.</p>
<p><b>¿Qué consideraciones específicas habría que tener en cuenta para</b></p>	<p>Adaptación del diseño y formato.</p>	<p><b>E1:</b> Estructura y elementos gráficos. <b>E2:</b> Estructura.</p>	<p>La maquetación desempeña un papel fundamental en el mundo de las revistas, ya que no solo es responsable de la</p>



<p><b>adaptar el diseño a cada formato?</b></p>			<p>disposición visual de los contenidos, sino que también influye en la experiencia del lector y en la percepción general de la publicación.</p>
<p><b>¿Qué tipo de gramaje debería tener el papel a emplear, tanto portada, contraportada y contenido?</b></p>	<p>Gramaje de papel.</p>	<p><b>E1:</b> Gramaje de 190 para portada y contraportada. Para páginas internas: 120.  <b>E2:</b> Gramaje 150 para portada y contraportada. Gramaje 115 páginas internas.</p>	<p>Con este fin, se ha diseñado un plan para imprimir la revista en papel sulfato para la portada y contraportada, los cuales poseen gramajes más elevados, mientras que para el interior se empleará papel satinado.</p>
<p><b>¿Qué recomendaciones adicionales tendrían para mejorar el diseño y la presentación de la revista, con el objetivo de maximizar su impacto en la prevención de la pérdida de</b></p>	<p>Mejoras potenciales y Feedback</p>	<p><b>E1:</b> Tipografía, su uso sería muy indispensable, correctas lecturas, colores claros y bien contrastados.  <b>E2:</b> Juegos interactivos.</p>	<p>Para mejorar el diseño y la presentación de la revista, se recomienda prestar especial atención a la elección de la tipografía y los colores, asegurándose de que sean adecuados para una lectura cómoda y atractiva. Además, considerar la inclusión de juegos interactivos puede agregar un elemento de</p>



<b>memoria y retención de vocabulario en adultos mayores?</b>			diversión y compromiso que enriquezca la experiencia del lector.
---	--	--	--

Fuente: Elaboración por autores.

#### **4.3.2. Análisis de la entrevista a los expertos en diseño gráfico y publicitario**

El análisis de la entrevista revela la importancia de varios aspectos para facilitar la lectura del adulto mayor en una revista. Se destaca la relevancia de la tipografía y otros elementos visuales, como líneas, colores e íconos, adaptados para una mejor comprensión y atención del público objetivo. Además, se enfatiza la necesidad de utilizar un lenguaje claro y accesible, así como de incluir contenido visual en juegos y estructurar el contenido de manera organizada para facilitar la comprensión. Mejorar la experiencia de lectura implica considerar la disposición y jerarquía tipográfica, así como la combinación de colores y contrastes teniendo en cuenta los problemas de visión del adulto mayor. El formato de la revista y el gramaje del papel también son aspectos importantes a tener en cuenta, priorizando aquellos que sean fáciles de manejar y duraderos. Además, se plantean recomendaciones adicionales, como la elección adecuada de tipografía y colores, así como la inclusión de juegos interactivos para enriquecer la experiencia del lector y maximizar el impacto en la prevención de la pérdida de memoria y retención de vocabulario en adultos mayores.

### 4.3.3. Matriz de interpretación de la entrevista a expertos en adulto mayor

**Tabla 6.**

Matriz del estado de las necesidades del adulto mayor que reside en el asilo

Dimensiones Códigos temáticos	Definición operativa de los códigos	Lo expresado textualmente por los entrevistados	Análisis de lo expresado
¿Qué desafíos enfrenta el adulto mayor en el asilo?	Desafíos del adulto mayor	<p><b>E3:</b> La mayoría de los ancianos no tienen hogar y familia, y aunque tengan un hogar es como que no tengan familia.</p> <p>Las personas no comprenden al adulto mayor, sí son personas que tienen más necesidades, quejas, problemas de salud, y suelen ser malhumorados; pero independientemente de ellos son seres humanos, son parte de nuestra familia, debemos cuidarlos y tolerarlos.</p>	<p>Los ancianos enfrentan soledad y abandono debido a la falta de hogar y apoyo familiar. La sociedad a menudo no comprende sus necesidades. Es crucial crear conciencia sobre cómo cuidar y convivir con los adultos mayores e involucrar activamente a la familia en su atención.</p>



		<p>Hay poca educación sobre cómo cuidar a las personas mayores y convivir. Falta de motivación también de parte del adulto mayor.</p> <p>La familia de los ancianos difícilmente, sino es que casi nunca se involucran en el cuidado del anciano.</p> <p>Prácticamente no hay visitantes, y menos familiares, generalmente al asilo vienen donantes o auxiliares de enfermería o trabajo social, y a partir de la pandemia se ha reducido el movimiento en el asilo.</p>	
<p><b>¿Los adultos mayores tienen</b></p>	<p>Enfermedad es</p>	<p><b>E3:</b> Sí, y de hecho se potencian ciertas</p>	<p>En la vejez, ciertas conductas y problemas</p>



<p><b>enfermedades mentales, falla de memoria o alguna dificultad física en este asilo?</b></p>	<p>mentales, motoras y fallas en la memoria presentadas</p>	<p>conductas y problemas mentales.</p> <p>Las personas mayores son más desinhibidas y se muestran tal y como son.</p> <p>Hay un alto grado de problemas de memoria en un 90% de los ancianos del asilo. A esta edad se encuentra deteriorada tanto su salud mental como estado físico, están en silla de ruedas, tienen problemas de locomoción.</p>	<p>mentales pueden acentuarse, mostrando una mayor desinhibición en las personas mayores. Se registra un alto porcentaje de problemas de memoria en los ancianos del asilo, con una notable deterioración tanto en la salud mental como en la movilidad física, lo que a menudo los hace dependientes de sillas de ruedas.</p>
<p><b>¿Cuál es el proceso de ingreso del adulto mayor al asilo?</b></p>	<p>Proceso de ingreso al asilo</p>	<p><b>E3:</b> Se le debe dar un consentimiento informado sobre su ingreso al asilo, no puede entrar de manera forzada.</p> <p>Detallar su estado de salud, ya que</p>	<p>Se requiere consentimiento informado para el ingreso al asilo, evitando ingresos forzados. Se evalúa detalladamente la salud del anciano, limitando la atención a ciertos</p>



		<p>solo pueden tratarse a ciertos pacientes, no contamos con la capacidad para atender a pacientes psiquiátricos. Hay un presupuesto a respetar. Por eso nos asociamos con el Ministerio de Familia que facilitan los ingresos y brindan toda la información necesaria para darle una mejor atención al adulto mayor.</p> <p>Hay prioridad para los adultos mayores que han sido abandonados por su familia y están en situación de extrema pobreza.</p>	<p>pacientes. Asociación con el Ministerio de Familia para facilitar ingresos y brindar mejor atención. Prioridad para ancianos abandonados y en extrema pobreza.</p>
<p><b>¿Cuál es la proporción de ancianos en el asilo de acuerdo a su sexo y la</b></p>	<p>Proporción de sexo y residentes.</p>	<p><b>E3:</b> Más de la mitad son varones, aproximadamente el 60%, ellos tienden a ser más abandonados</p>	<p>La comprensión de la realidad de los adultos mayores, incluyendo el abandono y la soledad que enfrentan, es crucial para una revista</p>



<p><b>cantidad de residentes?</b></p>		<p>debido al papel de la mujer en el hogar, también los hombres suelen ser más abandonados ya que a su vez han abandonado a sus hijos, se han librado de responsabilidades, y por este resentimiento su propia familia los abandona.</p> <p>En el rango de edad, hay personas menores de 60 años debido a sus discapacidades, o problemas mentales, que han sido abandonadas por sus familiares. Hay más de 44 ancianos.</p>	<p>dirigida a este grupo demográfico. Permite abordar temas relevantes, sensibilizar a los lectores y ofrecer recursos y apoyo para aquellos que pueden estar experimentando situaciones similares. Esto fortalece la relevancia y el impacto de la revista en la vida de sus lectores mayores.</p>
<p><b>Como proyecto se ha planificado realizar una</b></p>	<p>Tipo de juegos de la revista.</p>	<p><b>E3:</b> Dibujos para colorear o pintar, brindarles los precios actuales de</p>	<p>Los adultos mayores disfrutan de actividades como colorear o pintar, así como de conocer</p>



<p><b>revista para el adulto mayor, ¿qué tipo de juegos recomendaría?</b></p>		<p>los productos, a ellos les gustaría saber elementos actuales de Nicaragua, por lo que pocas veces salen del asilo.</p> <p>Les agradan los tonos pasteles.</p> <p>En cuanto a dimensiones es mejor que sean cortos, para que puedan manejarlo de mejor manera, al igual que algunas cartillas que ya han donado al asilo.</p>	<p>los precios actuales de productos. Les interesa estar al tanto de elementos actuales de Nicaragua, ya que rara vez salen del asilo. Prefieren tonos pasteles. Se sugiere que los materiales sean de dimensiones cortas para facilitar su manejo, al igual que algunas cartillas donadas previamente al asilo.</p>
---	--	---	--

Fuente: Elaboración por autores



#### **4.3.4. Análisis de la entrevista a expertos en atención al adulto mayor del asilo San Vicente de Paul**

El análisis de la matriz de entrevista revela una serie de aspectos fundamentales sobre el estado de las necesidades del adulto mayor en el asilo, en cuanto a los desafíos que enfrentan, se destaca la soledad y el abandono debido a la falta de apoyo familiar, así como la falta de comprensión por parte de la sociedad. Es esencial concientizar sobre la importancia de cuidar y convivir con los adultos mayores, involucrando activamente a la familia en su atención.

En relación con la prevalencia de enfermedades mentales, problemas de memoria y dificultades físicas, se observa que ciertas condiciones pueden acentuarse en la vejez, con un alto porcentaje de problemas de memoria y deterioro físico entre los residentes del asilo.

El proceso de ingreso al asilo se describe como un procedimiento que requiere consentimiento informado y una evaluación detallada de la salud del anciano, priorizando aquellos en extrema necesidad.

Sobre la proporción de ancianos en el asilo según su sexo y cantidad de residentes, se resalta que más de la mitad son varones, con una presencia significativa de personas menores de 60 años debido a discapacidades o problemas mentales. Y en total hay 44 ancianos.

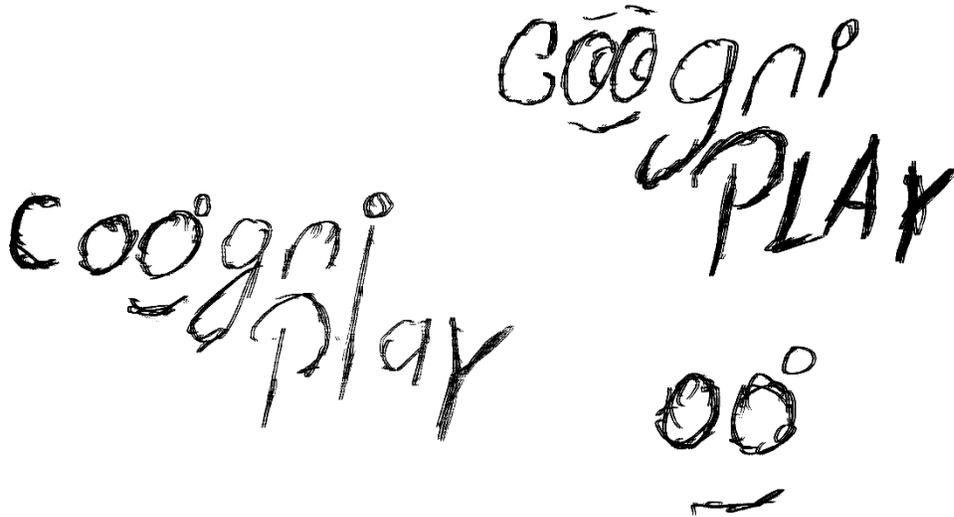
Finalmente, en relación con la creación de una revista para el adulto mayor, se sugiere la inclusión de actividades como dibujos para colorear o pintar, así como proporcionar información actualizada sobre productos y elementos de interés. Se recomienda que los materiales sean de dimensiones cortas como el formato cartilla para facilitar su manipulación.

## CAPÍTULO V ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 4.1. Creación de marca

#### Figura 21.

Boceto del logotipo

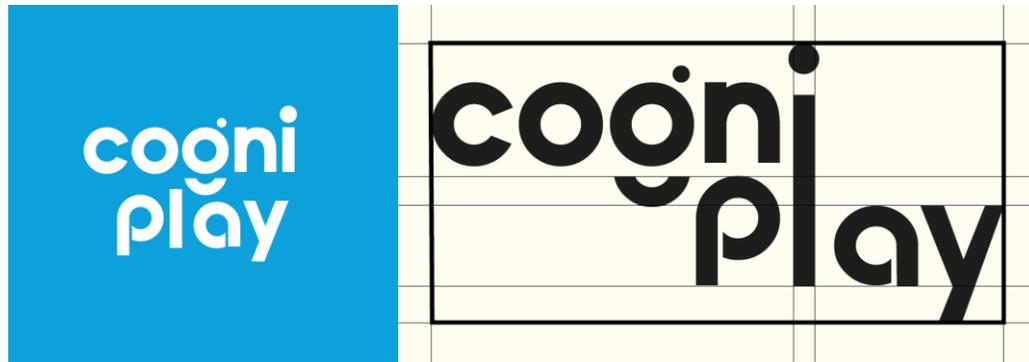


Fuente: Elaboración por autores

Se decidió utilizar una letra minúscula en el logotipo de CogniPlay porque transmite una sensación de cercanía y accesibilidad, algo importante para una marca que se enfoca en el aprendizaje y la diversión. El objetivo era crear una imagen que fuera amigable y acogedora, que fomentara la interacción y fuera visualmente atractiva para los adultos mayores. Se consideró incorporar elementos juguetones en el diseño durante el proceso creativo, como incluir ojos dentro de las letras. Se pensó inicialmente en reemplazar las dos "o" del nombre por globos oculares para agregar un toque divertido y distintivo al logotipo. Sin embargo, se decidió transformar el segundo globo ocular en una "g" para evitar la repetición de figuras y mantener un diseño equilibrado. Esta modificación mejoró la coherencia visual del nombre de la marca y agregó dinamismo al logotipo. Además del diseño principal, se consideró crucial tener un isotipo icónico que pudiera simplificar la representación de CogniPlay.

## Figura 22.

### Desarrollo del logotipo



Fuente: Elaboración por autores

Para mejorar la unidad, el logotipo redondeado de CogniPlay se ha modificado. Al principio, había una distinción entre los términos "cogni" y "play". Se ha extendido la letra "i" y la letra "l" para unificar el concepto de la marca. Este cambio utiliza la segunda ley de Gestalt, la ley de "Continuación", enfatizando la conexión entre los juegos destinados a divertir a los adultos mayores en el asilo y su desarrollo cognitivo.

Para mantener la visibilidad y no distraer a los ancianos, se utilizaron colores sólidos sin texturas. El diseño tiene una forma redondeada con algunos remates rectos que combinan suavidad y rectitud. La retícula se adapta a los requisitos del diseño. Haciendo que la identidad de la marca sea atractiva y funcional para su público objetivo, la elección de la tipografía y los elementos de diseño en general garantiza la legibilidad y la coherencia visual.

## 4.2. Manual de Identidad Corporativa

### 4.2.1. Elementos o componentes de la imagen corporativa

Figura 23.

Logotipo y variaciones en isotipo



Fuente: Elaboración por autores

El nombre "CogniPlay" fusiona dos conceptos clave: "Cogni", que refleja la actividad cognitiva y el poder de la mente, y "Play", que evoca el juego, la diversión y la conexión con la alegría de la juventud. Para la marca "CogniPlay" se utilizan dos versiones del logotipo. la primera versión es un isotipo en el que se refleja la parte simbólica de la marca; y la segunda versión se utiliza el icono, el texto y tagline para formar el logotipo.

### 4.2.2. Creación de isotipo

Figura 24.

Creación del Isotipo CogniPlay



Fuente: Elaboración por autores

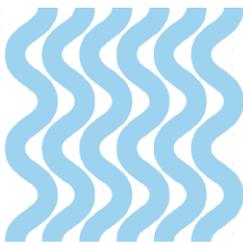
El isotipo está formado por la combinación de varios elementos simbólicos para la marca, estos elementos son el lente, la sonrisa y la letra G. Los "lentes" tienen como significado simbólico la representación de las personas de la tercera edad. La "sonrisa" demuestra la amabilidad, entusiasmo y viveza que se pueden

generar a partir de la revista de juegos cognitivos "CogniPlay", por ultimo las letras "O y G" ejemplifican el aprendizaje y cuidado mental que la revista concederá a los ancianos residentes del asilo.

### 4.2.3. Propuesta de colores corporativos, elementos visuales de la imagen e identidad corporativa.

Figura 25.

Colores corporativos

<p>El rojo vibrante arroja un toque de energía y vitalidad a la marca. Representa el compromiso por el cuidado y la promoción de la función cerebral saludable de adultos mayores.</p>  <p><b>DESIRE</b></p> <p><b>CMYK:</b> 0 - 86 - 58 - 0  <b>RGB:</b> 232 - 63 - 81  <b>PANTONE:</b> PMS 4058 C</p>	<p>Evoca una sensación de tranquilidad y confianza. Transmite claridad de pensamiento, estabilidad y el profesionalismo de CogniPlay.</p>  <p><b>VIVID CERULEAN</b></p> <p><b>CMYK:</b> 75 - 18 - 1 - 0  <b>RGB:</b> 22 - 161 - 219  <b>PANTONE:</b> PMS 299 XGC</p>
<p>Complementa la evocación de relajación y bienestar general, ya que CogniPlay no solo se trata del bienestar mental, sino también emocional y físico.</p>  <p><b>CORNFLOWER</b></p> <p><b>CMYK:</b> 42 - 4 - 3 - 0  <b>RGB:</b> 157 - 211 - 239  <b>PANTONE:</b> PMS P 115-4 U</p>	<p>Simboliza la importancia y seriedad con la que se asocian los temas de salud cognitiva, además el azul oscuro está asociado a la sabiduría e inteligencia.</p>  <p><b>MIDNIGHT</b></p> <p><b>CMYK:</b> 100 - 87 - 44 - 50  <b>RGB:</b> 25 - 36 - 63  <b>PANTONE:</b> PMS 289 C</p>

Fuente: Elaboración por autores



#### 4.2.4. Tipografía corporativa

##### Figura 26.

Tipografía del Logotipo e Isotipo CogniPlay

# Aguarita

Fuente: Elaboración por autores

Esta tipografía es de tipo bold, personalizada y de trazo grueso bien espaciado. La elección de la tipografía Aguarita para uso del logotipo fue por su forma de su diseño amigable y de fácil lectura. Esta tipografía presenta características que favorecen la legibilidad, como formas simples y espacios amplios entre letras, lo que facilita la comprensión de texto para personas con dificultades cognitivas. Además, su estilo limpio y moderno permite una experiencia de lectura más cómoda y accesible, promoviendo así una mejor asimilación de la información y contribuyendo al bienestar cognitivo de los lectores.

##### Figura 27.

Tipografía corporativa Secundaria de CogniPlay

# Rockwell

Fuente: Elaboración por autores



La elección de la tipografía secundaria Rockwell fue seleccionada por su diseño claro y fácilmente legible. Esta tipografía Slab Serif, se caracteriza por presentar formas simples y espacios ampliamente definidos entre las letras, lo que facilita la lectura para las personas de tercera edad. Su estilo sólido y contemporáneo complementa de manera armoniosa la tipografía principal, garantizando una experiencia de lectura uniforme y accesible en toda la publicación

### **Figura 28.**

Tipografía Secundaria Cogniplay

# **Bogart**

Fuente: Elaboración por autores

La elección de la tipografía Bogart como tipografía secundaria para la revista CogniPlay dirigida a adultos mayores se fundamenta en su capacidad para mejorar la accesibilidad y la legibilidad del contenido. Bogart una tipografía Serif-Bold, presenta características que la hacen adecuada para este público, como un diseño claro y amplio espaciado entre letras, lo que facilita la lectura para aquellos con dificultades cognitivas. Su estilo clásico y elegante complementa de manera armónica tanto la tipografía principal como la Rockwell, asegurando una experiencia de lectura coherente y agradable para los lectores de la tercera edad.



#### **4.2.5. Estrategia de comunicación y aspectos de reputación empresarial: Misión, Visión y Valores Empresariales.**

##### **Misión de CogniPlay**

Brindar una fuente de entretenimiento y aprendizaje a los adultos mayores del asilo de ancianos San Vicente de Paul, proporcionando contenido que promueva la salud cognitiva.

##### **Visión**

Ser líderes en el cuidado integral de la salud cognitiva por medios impresos como revistas y panfletos de adultos mayores en Nicaragua, como un recurso confiable y valioso para todos los asilos del país y comunidad de adultos de la tercera edad en general.

##### **Valores**

###### **Compromiso con el bienestar**

La dedicación y la responsabilidad de priorizar el bienestar físico, mental y emocional de los adultos mayores, así como el compromiso continuo de proporcionar recursos.

###### **Empatía**

La capacidad de comprender y compartir los sentimientos y experiencias de los adultos mayores, mostrando sensibilidad hacia sus necesidades, preocupaciones y desafíos.

###### **Respeto**

Reconocer y valorar la dignidad, autonomía y diversidad de los adultos mayores, tratándolos con cortesía, consideración y deferencia en todo momento.

###### **Creatividad**

La capacidad de pensar de manera innovadora y original para desarrollar contenido y actividades que estimulen y entretengan a los adultos mayores, fomentando la exploración, y el aprendizaje continuo.

## Colaboración

Trabajar en conjunto con diferentes partes interesadas, como asilos, expertos en salud, voluntarios y la comunidad en general, para crear un entorno de apoyo y enriquecimiento mutuo.

## Tolerancia

La aceptación y el respeto por las diferencias individuales, incluidas las diversas habilidades cognitivas, antecedentes culturales y opiniones de los adultos mayores, promoviendo un ambiente inclusivo.

## Comunitarismo

Fomentar un sentido de pertenencia y conexión dentro de la comunidad de adultos mayores, promoviendo la participación, el apoyo mutuo y la solidaridad entre los miembros, y cultivando relaciones significativas.

### 4.3. Desarrollo de personalidad de la marca

#### 4.3.1. Papelería corporativa

#### Figura 29.

Tarjeta de presentación



Fuente: Elaboración por autores

La elección de materiales para la papelería corporativa de CogniPlay refleja atención al detalle y compromiso con la calidad. Para la portada y contraportada tanto del manual como de la revista, se utilizará sulfito, proporcionando una sensación de robustez y durabilidad, mientras que el papel satinado en el interior garantizará una presentación elegante y profesional. Las tarjetas de presentación también se

imprimirán en sulfito, asegurando una primera impresión memorable y duradera, mientras que los stickers estarán en papel satinado con pegatinas, añadiendo un toque de estilo y versatilidad.

**Figura 30.**

Factura membretada CogniPlay



**Figura 31.**

Stickers CogniPlay



Fuente: Elaboración por

Fuente: Elaboración por autores

En cuanto a las facturas, se optará por papel bond, que ofrece una excelente legibilidad y durabilidad para documentos importantes. Tanto la papelería de la revista como las facturas membretadas tendrán un tamaño de media carta, con una disposición horizontal que permite una presentación clara y efectiva de la información. Las tarjetas de presentación serán de tamaño estándar, 3.5 x 2 pulgadas, lo que las hace prácticas y fáciles de llevar consigo en cualquier situación.

En resumen, la papelería corporativa de CogniPlay reflejará profesionalismo, calidad y atención al detalle, asegurando una presentación consistente y memorable en todas las comunicaciones y transacciones.

## 4.3.2. Productos

### 4.3.2.1. Revista CogniPlay

**Figura 32.**

Revista CogniPlay



Fuente: Elaboración por autores

CogniPlay, es una revista dedicada a la salud mental del adulto mayor, ofrece una experiencia única que combina entretenimiento y beneficios cognitivos.

La portada, con un tablero de juegos antiguo que recuerda a clásicos como Monopoly o Parchís, es una invitación visual a la diversión y el desafío intelectual. Los colores corporativos, el rojo y el azul marino oscuro, están integrados de manera armoniosa en el diseño del tablero, añadiendo una sensación de familiaridad y profesionalismo.

El logo central en blanco se destaca en el centro del tablero, aportando un punto focal que refuerza la identidad de la marca. Este diseño no solo es estéticamente atractivo, sino que también comunica la dedicación de CogniPlay a estimular la mente y promover la salud cognitiva de nuestros lectores.

El tamaño de la revista "Cogniplay" es de media carta, lo cual se adecua a su contenido, compuesto por actividades y diseños interactivos breves. Esta característica la convierte en una opción práctica y portátil para los adultos mayores, facilitando su transporte y manipulación, lo que también fue una recomendación por parte de los encargados del asilo, expertos en cuidado del adulto mayor.

**Figura 33.**

Portada y Contraportada CogniPlay



Fuente: Elaboración por autores

A través de la revista, se ofrece una variedad de contenidos diseñados para mantener activas las mentes de los adultos mayores, desde crucigramas y acertijos hasta artículos informativos sobre ejercicios mentales y consejos para el bienestar emocional. CogniPlay es más que una revista; es una herramienta invaluable para aquellos que buscan mantenerse mentalmente ágiles y comprometidos con su salud cognitiva.

La portada de la revista presenta un tablero de juego de mesa, complementado con ilustraciones de dos adultos mayores y elementos de la cultura nicaragüense. Esta composición refleja de manera sucinta el contenido y el enfoque de la revista. Cogniplay logra así generar un efecto atractivo e interesante, invitando al lector a explorar su interior.

### Figura 34.

Introducción de la revista



Fuente: Elaboración por autores

La revista ofrece una breve introducción que describe su contenido, seguida por un índice detallado que proporciona al lector una visión general de cada página o sección. Este esquema permite a los lectores familiarizarse rápidamente con el material y seleccionar las áreas de interés.

### Figura 35.

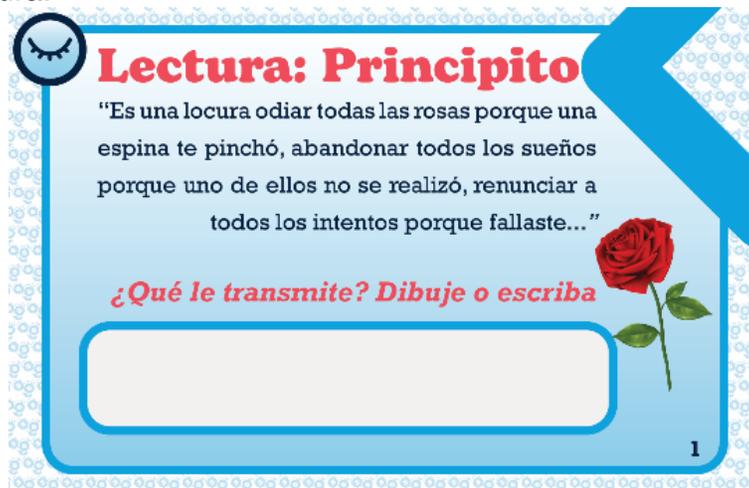
Secciones de la revista



Fuente: Elaboración por autores

Los juegos de la revista están organizados en tres secciones distintas, cada una representada por iconos que reflejan el tipo de problema cognitivo al que se enfrenta el adulto mayor: Memoria, Visión y Habilidad Motora: Fina. Esta estructura facilita la identificación y selección de actividades.

**Figura 36.**  
Sección de lectura.



Fuente: Elaboración por autores

En esta sección de juegos, se evalúa la capacidad visual y la comprensión de lectura de los adultos mayores, permitiéndoles poner en práctica estas habilidades. A través de una variedad de actividades diseñadas específicamente para el ámbito de la visión.

**Figura 37.**  
Sección de rompecabezas.



Fuente: Elaboración por autores

En esta sección, se ha evaluado la memoria de los adultos mayores a través de juegos que incluyen patrones, rompecabezas y acertijos que fueron populares en su época.

Esto proporciona un análisis sobre el estado de su memoria y su capacidad para resolver actividades que les resultan familiares.

**Figura 38.**  
Sección de competencias motoras



Fuente: Elaboración por autores

En esta sección, se han incluido láminas para colorear con el propósito de observar y ejercitar el movimiento de la mano (motricidad fina). Esta actividad es especialmente beneficiosa para personas con discapacidades en la mano, ya que les ayuda a mantener la funcionalidad de los huesos y músculos.

#### 4.3.3. Uniformes del personal

El uniforme de CogniPlay, en tono azul cielo, refleja sus valores y marca. Este color transmite tranquilidad y confianza, mientras que el logo blanco en la camisa y la gorra refuerza su identidad visual. El contraste entre ambos colores añade frescura y modernidad al uniforme, comunicando profesionalismo y compromiso con la salud cognitiva de los adultos mayores.

**Figura 39.**  
Uniforme CogniPlay



Fuente: Elaboración por autores



#### 4.3.4. Presupuesto

**Tabla 7.**

Presupuesto del Manual de Identidad Corporativa y Revista CogniPlay

<b>Material</b>	<b>Costo</b>	<b>Unidades</b>	<b>Subtotal</b>
<b>Manual de Identidad Corporativa</b>			
<i>Papel Satinado Tamaño Tabloide</i>	82	10	C\$ 820.00
<i>Papel Sulfito Tamaño Tabloide</i>	91	1	C\$ 91.00
<i>Corte y Engrapado</i>	50	1	C\$ 50.00
<b>Subtotal</b>			<b>C\$ 961.00</b>
<b>Revista</b>			
<i>Papel Satinado Tamaño Tabloide</i>	82	10	C\$ 820.00
<i>Papel Sulfito Tamaño Tabloide</i>	91	2	C\$ 182.00
<i>Corte y Engrapado</i>	50	1	C\$ 50.00
<b>Subtotal</b>			<b>C\$ 1052.00</b>
<b>Sticker</b>			C\$ 135.00
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 2,148.00</b>

Fuente: Elaboración por autores

### 4.3.5. Cronograma de ejecución

**Tabla 8.**

Cronograma de ejecución

Actividades		Año 2024					
		Trimestre 1			Trimestre 2		
		E	F	M	A	M	J
1	Elección de temática de la revista y nombre	28					
2	Creación de la imagen corporativa de CogniPlay		3 al 14				
3	Correcciones al logotipo de CogniPlay		15				
4	Contacto con el asilo San Vicente de Paul para aprobar el proyecto		16				
5	Compra de materiales para donar al asilo		22				
6	Creación de manual de identidad corporativa			1 al 19			
7	Entrevista con expertos diseñadores			16			
8	Correcciones al manual de identidad CogniPlay			16 al 28			
9	Creación de revista CogniPlay y adaptación de juegos cognitivos			21 al 31			
10	Contacto con responsables del asilo para programar una fecha de aplicación de encuesta				1 al 4		

Actividades		Año 2024					
		Trimestre 1			Trimestre 2		
		E	F	M	A	M	J
11	Correcciones de revista e Impresión				5 al 10		
12	Establecer hora de encuesta y hacer arreglos de transporte para evento				10		
13	Comprar refrigerio para adultos mayores				11		
14	Aplicación de encuesta y revista CogniPlay				12		
15	Procesamiento de encuesta y análisis de los resultados				13 al 23		
16	Conclusiones del proyecto				24 al 30		
17	Recomendaciones del proyecto				24 al 30		
18	Correcciones aplicadas al proyecto					1 al 20	
19	Impresión Final del Proyecto						16
20	Presentación Final del Proyecto						30

Fuente: Elaboración por autores



## CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Según el objetivo general, se creó la marca de la revista CogniPlay utilizando una maquetación y una estructura gráfica en tamaño de cartilla para prevenir la pérdida de memoria y mejorar la retención de vocabulario. Además, se implementaron diversas innovaciones para lograr los objetivos específicos, entre estas:

Los adultos mayores tienen protecciones políticas y legales, pero están desprotegidos socioculturalmente debido al abandono familiar, según el análisis PESTEL. Esto tiene un impacto significativo en la salud cognitiva, la motricidad fina, la memoria y la retención de vocabulario, ya que más del 90 % de los ancianos experimentan estos problemas.

Los elementos visuales como líneas redondeadas y colores sólidos transmitieron vitalidad, seriedad, cuidado y bienestar al diseñar CogniPlay, la primera marca nicaragüense para la salud cognitiva del adulto mayor. El 88.6% de la aceptación del diseño se debió a la buena visualización y legibilidad de las tipografías.

Los juegos implementados mejoraron el vocabulario y la memoria de los residentes del asilo en un 54.4% y un 56.8%, según la revista en formato cartilla de CogniPlay. La marca asegura una identidad sólida y reconocible a través de una retícula adaptable y letras redondeadas. Debido a su éxito en términos de entretenimiento y actividad cognitiva, el 93.2% de los adultos mayores recomendarían la revista.

El manual de identidad corporativa estableció la estructura y normas para los elementos visuales de la revista, incluidos el logotipo e isotipo, así como los usos permitidos y prohibidos. Además, explica cómo aplicar la marca en una variedad de materiales de papelería. De acuerdo con los datos, el 86.3% de los residentes del asilo consideraron que la revista era completamente útil, lo que demuestra una presencia visual muy favorable que ofrece el manual.

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



## **CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES**

Recomendaciones para mejorar el estado de la salud cognitiva de adultos mayores a través del diseño,

### **Al Asilo San Vicente de Paul:**

- Implementar actividades regulares basadas en la revista CogniPlay para mantener el estímulo cognitivo de los residentes.
- Proporcionar acceso continuo a la revista y actividades relacionadas para promover la participación y el bienestar de los adultos mayores.

### **A los próximos proyectos dirigidos a este público objetivo:**

- Emplear nuevas tecnologías impresas que permitan a los adultos mayores aún con dificultades visuales como ceguera parcial acceso a todo el contenido de la revista.

### **A los entes estatales y/o privados dedicados al adulto mayor:**

- Reproducir la revista a nivel nacional o local para potenciar las habilidades lectoras, de mejoramiento de memoria, retención de vocabulario y motrices para adultos mayores quienes son una población vulnerable y que requiere de mayores cuidados.

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



## BIBLIOGRAFÍA

- AIGA [Asociación Profesional de Diseño Gráfico]. (2020). Home | AIGA.  
<https://www.aiga.org/>
- Agüero, A. (2018, marzo 5). *Mirada panorámica de la literatura nica del siglo XIX e inicios del XX*. La Prensa.  
<https://www.laprensani.com/2018/03/05/cultura/2386052-mirada-panoramica-de-la-literatura-nicaraguense-del-siglo-xix-e-inicios-del-xx>
- Alcalá, R., & Fernández, M. (2010). Manual de identidad corporativa de Neo System 2018, CA. Universidad: Católica Andrés Bello. Escuela: Comunicación Social. Facultad: de Humanidades y Educación.
- Amador, D. E. (s/f). Funcionamiento de la memoria de trabajo en usuarios de centros de la tercera edad. Camjol.info. Recuperado el 8 de febrero de 2024, de <https://camjol.info/index.php/torreon/article/download/9525/10924?inline=1>
- Andújar Rodríguez, A. S. (2015). El Sudoku y algunas variantes. Boletín de la Titulación de Matemáticas de la UAL, 8(3), 17–18.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7304556>
- Arce, P. (2018). Influencia De La Ocupación En El Deterioro Cognitivo De Los Adultos Mayores Mexicanos.  
<http://colef.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1014/397>
- Aguilar Muñoz, J. D. (2020). *“Habilidades motoras finas y gruesas y su relación con las funciones cognitivas en adultos mayores de la parroquia Picaihua”* [bachelorThesis].  
<https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/30993>
- Asamblea Nacional. (1894). *LEY DE IMPRENTA*.  
<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aeea87dac762406257265005d21f7/c32fc38d219b2d9f0625827a0056eb88?OpenDocument>

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



Asamblea Nacional. (1989). *LEY GENERAL SOBRE LOS MEDIOS Y LA COMUNICACIÓN SOCIAL.*

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/3133c0d121ea3897062568a1005e0f89/f9a78f0abd24ec062570a100583113?OpenDocument>

Asamblea Nacional. (1999). *LEY DE DERECHOS DE AUTOR.*

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b92aaea87dac762406257265005d21f7/834bc642ec6d73120625726c0061759f?OpenDocument>

Asamblea Nacional. (2010). *LEY DEL ADULTO MAYOR. [Ley 720].*

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/fb812bd5a06244ba062568a30051ce81/6f892d6cb252254e0625775e0056bc37?OpenDocument>

Baillif, J. C. (1996). *Los rompecabezas lógicos*. Reverte.

Benavides. (2021). Impacto social del programa del adulto mayor de proyección social-

UNAN-León, en la calidad de vida de sus participantes, en el periodo 2019-2020, <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/9511>

Blandón, M. T. (2020). *Medios digitales en Nicaragua: Retos y oportunidades*. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/[https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/61296fd3-7927-44b6-ae92-88588a70a045/mapping-digital-media-nicaragua-es-20140711\\_0.pdf](https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/61296fd3-7927-44b6-ae92-88588a70a045/mapping-digital-media-nicaragua-es-20140711_0.pdf)

Bolsa, N. (2023). *:::Bolsa de Noticias: \*\*\*Managua, Nicaragua\*\*\*.*

<https://www.bolsadenoticias.com.ni/portada.html>

Brañez Medina Angelica, I., & Guerrero Zegarra Maria, A. (2019). Historia Del Diseño

Gráfico-DG197-201901. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/635619>

Cabrera Sipiran, V. E., & Lescano Velasquez, A. A. (2020). Deterioro cognitivo en

adultos mayores de un hospital de las fuerzas armadas. Repositorio institucional - URP. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/3453>

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



- Catín Alemán, N. P., Huerta Sáenz, M. M., & Jarquín Baldizón, A. M. (2014). Factores socioculturales que influyen en el abandono de los residentes del Asilo San Vicente de Paul—León en el tiempo comprendido de febrero-agosto del 2014 [Tesis]. <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/4272>
- Castillo Crespín, J. I. (2018). Evaluación del estado cognitivo—Emocional del adulto mayor en tres poblaciones rurales de las UCSF California, El Ocotol y San Isidro, El Salvador, abril – junio de 2018.
- Claver, H. de los P. de S. P. (2013). Reseña Histórica del Asilo (Cien Años, sirviendo con amor). Asilo; Asilo Biblioteca.
- Costa, J. (1992). Identidad Corporativa y estrategia de empresa. Visual: magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación, 4(27), 14–20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4372228>
- Cuellar T. (2019). Qué es la psicología del color y cómo influye en nuestra vida. *Mente Asombrosa*. Obtenido de: <https://www.menteasombrosa.com/psicologia-del-color/>
- Emilio Álvarez Montalván. (2018). *Historia del Diario LA PRENSA de Nicaragua*. <https://www.laprensani.com/historia-de-la-prensa-nicaragua>
- Frávega, A., Mársico, V., Basterrechea, M. J., Mancini, F., Graziani, J., Salvador, M., Calvo, E., García, S., Carnero, C., Obregon, J. M., Forestieri, B., Abaira, E., Roumec, M., & Lopez, P. (2014). La comunicación y los adultos mayores. IX Jornadas de investigación, docencia, extensión y ejercicio profesional: "Transformaciones sociales, políticas públicas y conflictos emergentes en la sociedad argentina contemporánea (La Plata, octubre 2014). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/43786>



- Fundación Mexicana para la Salud. (1996). Indicadores y Noticias de Salud. Condiciones de salud de los adultos mayores. *Salud pública Méx*, 533–546. <https://saludpublica.mx/index.php/spm/article/view/5966/6791>
- Garrido, J. F. (2020, enero 8). Lozano. *El blog de Lozano Impresores*. <https://lozanoimpresores.com/blog/consejos/formatos-de-papel-medidas-y-principales-usos/>
- González, M. Á. S., & Lobo, M. Á. G. (2005). Identidad corporativa: Claves de la comunicación empresarial. ESIC Editorial.
- González Granados, L. M., & Tortajada Pastor, S. (2007). INK Services: Servicios de impresión digital. *Projectes Finals - IL3-UB (Institut de Formació Contínua)*. <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/1361>
- Grabbe, J. (2011). Sudoku and Working Memory Performance for Older Adults. *Activities, Adaptation & Aging*, 35, 241–254. <https://doi.org/10.1080/01924788.2011.596748>
- González Granados, L. M., & Tortajada Pastor, S. (2007). INK Services: Servicios de impresión digital. *Projectes Finals - IL3-UB (Institut de Formació Contínua)*. <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/1361>
- Gustavo JI. Molwtalvjln. (2018). *historia del periodismo en nicaragua*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://sajurin.enriquebolanos.org/docs/840\_1.pdf
- Heller, E. (2000). Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón, pág. 17. Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2004.
- Heine, J. (2016). Sigla nueva en sopa de letras: Raíces y ramificaciones de la Alianza del Pacífico. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 106, Article 106. <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/379>

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



- Hidalgo, E. N. A. (2019). Juego Sudoku y desarrollo del pensamiento lógico matemático. *Desafios*, 10(2), Article 2.  
<https://doi.org/10.37711/desafios.2019.1.2.75>
- López Martín, J. (2017). *Plan de empresa para una imprenta (impresión digital)* [Proyecto/Trabajo fin de carrera/grado, Universitat Politècnica de València].  
<https://riunet.upv.es/handle/10251/89840>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: Un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*, 20(1), 38–47.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1607-40412018000100038&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1607-40412018000100038&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Martín, N. (2022, febrero 8). *Impresión offset: Ocho beneficios principales que puede darte*. ARIES Grupo de Comunicación. <https://aries.es/ocho-motivos-por-los-que-elegir-la-impresion-offset/>
- Meggs, P. B. (2010). Historia del diseño gráfico.  
<http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/230>
- Mendez, F. F. (1861). *Tipografía española, o: Historia de la introducción, propagación y progresos del arte de la imprenta en España*. Imprenta de las Escuelas Pías.
- Medina-Cepeda, N. M., & Delgado, J. R. (2020). El Crucigrama como estrategia para la enseñanza y aprendizaje de la matemática universitaria. *CienciAmérica*, 9(1), 11–33. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i1.243>
- Morales, F. (1989). *Manual de Procedimientos y Sistemas*. UCLA.
- Morillo, I. R. (2012). LAS SIETE DIFERENCIAS. A. C.  
<https://cicy.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1003/2210/1/2012-06-07-Ramirez-Las-siete-diferencias.pdf>



- Netor, & Netor, G. (2016, agosto 30). Modelos de colores en la impresión offset. *graficasnetor*. <https://graficasnetor.com/modelos-de-colores-en-la-impresion-offset/?reload=684976>
- Ofer, T. (2021, julio 14). *Maquetación: Todo lo que debes saber sobre esta disciplina milenaria*. Tomedes. <https://es.tomedes.com/blog-de-traduccion/maquetacion>
- Oquendo, Á. (s. f.). La Prensa Nicaragua. La Prensa. Recuperado 3 de marzo de 2024, de <https://www.laprensani.com/>
- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572–580. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0034-74502005000400009&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0034-74502005000400009&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Parada Muñoz, K. R., Guapizaca Juca, J. F., & Bueno Pacheco, G. A. (2022). Deterioro cognitivo y depresión en adultos mayores: Una revisión sistemática de los últimos 5 años. *Revista Científica UISRAEL*, 9(2), 77–93. <https://doi.org/10.35290/rcui.v9n2.2022.525>
- Pardo, C. G. (2018). *Crucigrama*. 3(1), 119–120. <https://riece.es/index.php/riece/article/download/65/124>
- Pinto-Fernández, S., Muñoz-Sepúlveda, M. E., & Leiva-Caro, J. A. (2018). Uso de tecnologías de información y comunicación en adultos mayores chilenos. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 13(39), Article 39. <https://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/84>
- Ridge, B. V. (2024, febrero 11). La importancia del diseño de papelería en la comunicación visual. MEDIUM Multimedia Agencia de Marketing Digital; Medium Multimedia. <https://www.mediummultimedia.com/disenio/por-que-es-importante-el-diseno-de-papeleria/>



- Romero. (2019, mayo 15). Impresión offset: Su curioso origen y cómo se empezó a utilizar. *Litografía Romero*. <https://litografiaromero.es/2019/05/15/impresion-offset-curioso-origen/>
- Ros Nebot, B. (2023). Efecto de un programa de entrenamiento cognitivo para reducir la alteración de la memoria y la disfunción cognitiva postoperatoria en cirugía electiva no cardíaca. <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/200142>
- Rothschuh Tablada, G. (2018). *La prensa en la Revolución Sandinista*. <https://www.laprensani.com/2018/03/05/cultura/2386052-mirada-panoramica-de-la-literatura-nicaraguense-del-siglo-xix-e-inicios-del-xx>
- Salvatierra. (2017). De los derechos del adulto mayor en Nicaragua y en especial del derecho de alimento, <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/6674>
- Vaca, D. G. C., & Ortiz, J. L. A. (2021). Precisión de las impresiones digitales intraorales: Una revisión de literatura. *Odontología*, 23(2), Article 2. <https://doi.org/10.29166/odontologia.vol23.n2.2021-e3446>
- Valverde Orozco, J. M. (2019). Revisión sistemática acerca del abordaje diagnóstico del deterioro cognitivo leve en la población adulta mayor. <https://hdl.handle.net/10669/79798>
- Villarreal, A. E., Grajales, S., López, L., Britton, G. B., & Iniciativa, P. A. R. (2019). Deterioro cognitivo, depresión y la coocurrencia de ambos entre las personas mayores en Panamá: asociaciones diferenciales con multimorbilidad y limitaciones funcionales. *BioMed Research International*, 2019, 718701. <https://doi.org/10.1155/2015/718701>
- Zelanski, P., & Fisher, M. P. (2001). *Color*. Ediciones Akal.



## Encuesta

### ENCUESTA: DIRIGIDA HACIA ADULTOS MAYORES DEL ASILO SAN VICENTE DE PAUL

Saludos cordiales somos estudiantes de Diseño Gráfico y Publicitario, el siguiente cuestionario es para nuestro tema de Proyecto de Culminación de Grado para optar al título de Diseñador Gráfico, cuyo nombre es **“Creación de marca, identidad corporativa y maquetación de la revista cogniplay para adultos mayores del asilo de Ancianos San Vicente De Paul en la ciudad de León en el periodo de enero a junio de 2024 ”**, estamos realizando un estudio para crear una marca e identidad corporativa de la revista “CogniPlay”, mediante la maquetación y estructura gráfica tamaño cartilla, dedicada a la prevención de la pérdida de memoria y retención de vocabulario en el asilo de ancianos de Sutiaba, León: San Vicente de Paul.

**Escribir en los cuadros en blanco la respuesta correspondiente según la numeración de las alternativas propuestas.**

#### Sección 1: Datos Generales

P.a) Código de encuesta	
P.b) Fecha: (dd/mm/aa)	
P.c) Edad (en años cumplidos):	
P.d) Sexo: a) Femenino b) Masculino	

#### Sección 2: Percepción General de revista

1. ¿La revista le ha sido útil? a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	
2. ¿Le gustaban los juegos impresos del periódico que ya no circula en Nicaragua? a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo	

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



<b>e) Totalmente de acuerdo</b>	
<b>3. ¿Al usar la revista, ¿ha mejorado su estado de ánimo?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	
<b>4. ¿Le gustaría tener más contenido de esta revista?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	
<b>5. ¿Reconoce la necesidad de poner en práctica la revista?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	
<b>6. ¿La revista le hace recordar su niñez y adolescencia?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	
<b>7. ¿Encuentra los juegos en la revista fáciles de entender y resolver?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	
<b>8. ¿Encuentra claras las instrucciones para resolver los juegos?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	
<b>9. ¿Hay variedad en los tipos de juegos impresos ofrecidos en la revista (por ejemplo, crucigramas, acertijos, etc.)?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo	
<b>10. ¿La revista contribuye de manera efectiva a mejorar su memoria?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo	

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



<p>c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo</p>	
<p><b>11. ¿La revista contribuye de manera efectiva a mejorar su vocabulario?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo</p>	
<p><b>12. ¿La calidad de la impresión y el diseño de la revista facilitan la lectura y resolución de los juegos impresos?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo</p>	
<p><b>13. ¿Compartiría esta revista con otras personas de su edad?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo</p>	
<p><b>14. ¿Ha sido efectiva las actividades de colorear para su motricidad manual?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo</p>	
<p><b>15. ¿Le ha interesado saber el precio actual de los rubros del mercado?</b> a) Totalmente en desacuerdo b) Parcialmente en desacuerdo c) Neutro o sin opinión d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo</p>	



## Ficha de Validación del Instrumento de Investigación Juicio de Experto

### Figura 40.

Validación de expertos, tutor y experto

#### Ficha de Validación del Instrumento de Investigación Juicio de Experto

##### I. Datos Generales

##### 1.1. Apellidos y Nombres del informante:

Pedro Antonio Salazar Zdoya

##### 1.2. Grado Académico:

Arquitecto En Diseño Gráfico

##### 1.3. Institución donde labora:

UCC

##### 1.4. Autores del instrumento (entrevista): Ronald Javier Miranda Ortiz, Paola Yesenia Oviedo Sánchez, Verónica Francisca Quintanilla Sampson.

**Título de la investigación:** Creación de marca, identidad corporativa y maquetación de la revista Cogniplay para adultos mayores del asilo de Ancianos San Vicente De Paul en la ciudad de León en el periodo de enero a junio de 2024

Fuente: Elaboración por autores



## Aspectos de validación (calificación cuantitativa)

Figura 41.

Validación de expertos



CREACIÓN DE MARCA, IDENTIDAD CORPORATIVA Y MAQUETACIÓN DE LA REVISTA COGNIPLAY PARA ADULTOS MAYORES DEL ASILO DE ANCIANOS SAN VICENTE DE PAUL EN LA CIUDAD DE LEÓN EN EL PERIODO DE ENERO A JUNIO DE 2024

### 3. Aspectos de validación (calificación cuantitativa)

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente	
		(0-10)	(11-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)	
		01	02	03	04	05	
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.					✓	20
Objetividad	Está expresado en conductas observables.					✓	20
Actualidad	Adecuado al avance de la investigación				✓		18
Organización	existe un constructo lógico en los ítems					✓	20
Suficiencia	valora las dimensiones en cantidad y calidad				✓		18
Intencionalidad	adecuado para cumplir con los objetivos trazados					✓	20
Consistencia	Utiliza suficientes referentes bibliográficos.				✓		18
Coherencia	Entre hipótesis dimensiones e indicadores					✓	20
Metodología	Cumple con los lineamientos metodológicos.					✓	20
Pertinencia	Es asertivo y funcional para la ciencia.					✓	20
<b>Subtotal</b>					54	140	
<b>Total</b>						194	

#### Leyenda

Valoración cuantitativa (Total/10)

Valoración cualitativa

Valoración de aplicabilidad

Lugar y fecha

(01-13) improcedente.

(14-16) aceptable con recomendación.

(17-20) aceptable

**Fuente:** Elaboración por autores

La validación de expertos dio como resultado una puntuación total de 194 entre los 10 ítems de los "Aspectos de validación", con una puntuación total de 19.4, lo que entra en el rango "Aceptable" de 17 a 20, lo que significa que el instrumento diseñado es válido.

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



## Preguntas de la entrevista

### ENTREVISTA: DIRIGIDA HACIA EXPERTOS

#### 1. Diseño y Formato de la Revista:

- ¿Qué elementos visuales y de diseño considerarían más efectivos para captar la atención y facilitar la lectura de adultos mayores?
- ¿Cuál sería el tamaño ideal de la revista para una fácil manipulación y lectura?

#### 2. Lenguaje y Tipografía:

- ¿Qué tipo de tipografía sería más legible para este público objetivo?
- ¿Cómo debería ser el lenguaje utilizado en la revista para asegurar la comprensión y el interés del lector objetivo?

#### 3. Contenidos y Estructura:

- ¿Qué tipo de contenido visual sería más adecuado para acompañar los juegos relacionados con la prevención de pérdida de memoria y retención de vocabulario?
- ¿Qué estructura de contenido sería más efectiva para organizar la información y facilitar su comprensión?

#### 4. Interactividad y Usabilidad:

- ¿Considerarían útil la inclusión de elementos interactivos o ejercicios cognitivos dentro de la revista?
- ¿Qué aspectos podrían mejorar la experiencia de lectura para este público objetivo?

#### 5. Colores y Contrastes:

- ¿Qué combinación de colores y contrastes sería más amigable para adultos mayores, considerando posibles problemas de visión asociados con la edad?

#### 6. Formato Impreso vs. Digital:

- ¿Recomendarían priorizar un formato impreso o digital para llegar de manera efectiva a este público objetivo?

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



- **¿Qué consideraciones específicas habría que tener en cuenta para adaptar el diseño a cada formato?**
- **¿Qué tipo de gramaje debería tener el papel a emplear, tanto portada, contraportada como contenido?**

#### 7. Feedback y Mejoras Potenciales:

- **¿Qué recomendaciones adicionales tendrían para mejorar el diseño y la presentación de la revista, con el objetivo de maximizar su impacto en la prevención de pérdida de memoria y retención de vocabulario en adultos mayores?**

Estadísticos de Likert y Grado de Confiabilidad de la encuesta para adultos mayores

**Tabla 9.**

Escala Likert

Valoración del adulto mayor	Puntos asignados
Totalmente en desacuerdo	1
Parcialmente en desacuerdo	2
Neutro o sin opinión	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración por autores a partir de Matas (2018).



**Tabla 10.**

Preguntas de la encuesta y su grado de confiabilidad

Estadísticas de total de elemento				
Items	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
2. ¿La revista le es útil?	55.1	115.877778	0.065687 83	0.81783783 4
3. ¿Le gustaban los juegos impresos del periódico que ya no circula en Nicaragua?	55.2	117.511111	0.035957 85	0.81624578 1
4. ¿Al usar la revista mejora su estado de ánimo?	55	99.111111	0.646942 91	0.77509486
5. ¿Le gustaría tener más contenido de esta revista?	55.1	104.544444	0.540201 69	0.78517295 2
6. ¿Está de acuerdo en que los estudiantes de diseño hayan hecho esta revista para ustedes?	55.2	101.066667	0.614591 28	0.77856707 9
7. ¿La revista le hace recordar su niñez y adolescencia?	55.2	98.4	0.720952 13	0.77048155 1
8. ¿Encuentra los juegos en la revista fáciles de entender y resolver?	55.2	99.955556	0.658548 79	0.77525053 9
10. ¿Encuentra claras las instrucciones para resolver los juegos?	55.1	97.877778	0.714731 55	0.77019132 5
11. ¿Hay variedad en los tipos de juegos impresos ofrecidos en la revista (por ejemplo, crucigramas, sudokus, acertijos, etc.)?	55.1	101.211111	0.585719 47	0.78029337
12. ¿La revista contribuye de manera efectiva a mejorar su memoria?	55.1	99.877778	0.636785 37	0.77633346 7

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
 ¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



<b>13. ¿La revista contribuye de manera efectiva a mejorar su vocabulario?</b>	55.2	111.733333	0.216318 23	0.80704975 2
<b>14. ¿La calidad de la impresión y el diseño de la revista facilitan la lectura y resolución de los juegos impresos?</b>	55.4	118.044444	- 0.012317 72	0.82472196 5
<b>17. ¿Compartiría esta revista con otras personas de su edad?</b>	55	103.777778	0.474172 33	0.78866743 5
<b>18. ¿Le ha gustado colorear en la revista?</b>	55.3	107.122222	0.322922 27	0.80068298 1
<b>19. ¿Le ha interesado saber el precio actual de los rubros del mercado?</b>	55.2	112.177778	0.152579 28	0.81451907 8

Fuente: Elaboración por autores a partir de SPSS

## Entrevista a expertos

### **Figura 42.**

Entrevista realizada a expertos en diseño gráfico para la creación de la revista CogniPlay



Fuente: Elaboración por autores

### **Figura 43.**

Segunda entrevista a expertos en diseño gráfico para la creación de la revista CogniPlay



Fuente: Elaboración por autores

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*

**Figura 44.**

Entrevista realizada a expertos en cuidado al adulto mayor, responsable del Asillo:  
Hermana Eugenia Rosales



Fuente: Elaboración por autores

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



Creación De Marca, Identidad Corporativa Y Maquetación De La Revista Cogniplay Para Adultos Mayores Del Asilo De Ancianos San Vicente De Paul En La Ciudad De León En El Periodo De Enero A Junio De 2024

Figura 45.

## Visita al Asilo San Vicente de Paul para programación de entrevista

**U**NIVERSIDAD DE  
**C**IENCIAS  
**C**OMERCIALES



León, 23 de Febrero 2024

**Hermana Eugenia Rosales**  
**Representante de las Hermanitas de San Pedro Claver**  
**Asilo de Ancianos San Vicente de Paul - León**  
**Sus manos.**

**Estimada Hermana Rosales**

Reciba un cordial saludo de parte de las autoridades académicas y administrativas de nuestra casa de estudios superiores, Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), y nuestros deseos de mayor éxito en sus labores.

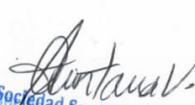
Les escribe el suscrito **Coordinador de las carreras de Arquitectura, Diseño Gráfico Publicitario e Ingeniería de Sistemas de UCC Campus León, Arq. Lennar Vanegas Urey**, con la finalidad de solicitar amablemente que nuestra estudiante de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario, **Verónica Francisca Quintanilla Sampson con número de carnet 202029L994**, pueda realizar el día lunes 26 de Febrero a las 2:00 pm. visita a las instalaciones del Asilo San Vicente de Paul y hacer entrevista donde pretende recabar información necesaria para desarrollar el Briefing del Proyecto Técnico de Culminación de Estudios, como ejercicio académico necesario para aprobar optar al título de Licenciatura.

El objetivo principal de este trabajo, es el de vincular a los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario con la realidad del campo profesional y adquirir los conocimientos y competencias necesarios para un Diseñador Gráfico.

Agradecido por la oportunidad otorgada y la facilidad en la recolección de información pertinente para completar el ejercicio académico.

Me despido, cordialmente

  
Arq. Lennar Vanegas Urey  
Coordinador ARQ -- DGP- IS / UCC - León.  
Telf. 85139317 E-mail [lennar.vanegas@ucc.edu.ni](mailto:lennar.vanegas@ucc.edu.ni)

  
Sociedad San Vicente de Paul  
(Asilo de Ancianos)  
León



*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*

**Fuente:** Elaboración por autores. Carta dirigida por Coordinación de Diseño al Asilo.

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



## Evaluación psicológica de la revista

### Figura 46.

#### Carta Psicólogo para aprobación de revista CogniPlay

León 11 de abril del 2024

A quien corresponda,

Por medio de la presente, certifico que los egresados de la carrera de Diseño Gráfico y Publicitario de la Universidad de Ciencias Comerciales han llevado a cabo el proyecto "Creación de marca, identidad corporativa y maquetación de la revista CogniPlay para adultos mayores del Asilo de Ancianos San Vicente De Paul en la ciudad de León durante el periodo de enero a junio de 2024". En este proyecto, se han integrado juegos diseñados específicamente para mejorar las funciones cognitivas de los adultos mayores. Entre estos se incluyen actividades como la retención de vocabulario a través de lecturas breves y accesibles, el fortalecimiento de la memoria mediante juegos numéricos y de rompecabezas, así como la promoción de la actualidad y la cultura nicaragüense.

Dado que los adultos mayores enfrentan limitaciones en sus funciones motoras y pueden tener dificultades para entretenerse, la revista CogniPlay se presenta como una herramienta esencial para su bienestar. Su lenguaje claro y adaptado a las necesidades del adulto mayor nicaragüense la convierte en una opción óptima para su disfrute y beneficio. Por tanto, recomiendo encarecidamente la publicación y el uso de esta valiosa revista.

  
Lic. Magali Morán Corea  
Psicóloga  
Cód. MINSAs: 29711  
UNAN León

**Fuente:** Elaboración por autores.



## Aplicación de encuesta y revista en formato cartilla CogniPlay

### Figura 47.

Asistencia al asilo de Ancianos San Vicente de Paul para entrega de revista, víveres y aplicación de encuesta

León 17 de abril de 2024

Hermana Eugenia Rosales

Representante de las Hermanitas de San Pedro Claver

Asilo de Ancianos San Vicente de Paul – León

Reciba un cordial saludo. La presente tiene como fin confirmar nuestra asistencia para llevar a cabo la aplicación de encuestas a los ancianos del asilo, con el propósito de evaluar la aceptación de la recientemente impresa revista CogniPlay. Adjuntamos una copia impresa para el asilo, así como el documento en formato digital vía WhatsApp, siguiendo sus recomendaciones para el contacto.

Ha sido un placer colaborar con ustedes y el asilo, una comunidad tan valiosa y vulnerable en Nicaragua. Además, queremos confirmar la entrega de helados para cada uno de los ancianos, junto con dos cajas de guantes y pañales para adultos.

Estando muy agradecidos por su apoyo, atentamente,

Br. Paola Yesenia Oviedo  
Sánchez

Carnet: 2020290L92

Br. Ronald Javier Miranda  
Ortiz

Carnet: 202029L968

Br. Verónica Francisca  
Quintanilla Sampson  
Carnet: 202029L994

Sociedad San Vicente de Paúl  
(Asilo de Ancianos)  
León

**Fuente:** Elaboración por autores. Carta dirigida por los estudiantes Asilo San Vicente de Paul.

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



**Figura 48.**

Participación en el asilo, realización de encuestas



Fuente: Fuente de imágenes Elaboración por autores.

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*

## Estadísticos descriptivos de los gráficos de la encuesta

**Tabla 11.**

Género de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	19	43.2	43.2	43.2
	Masculino	25	56.8	56.8	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración por autores.

**Tabla 12.** Edad de los encuestados

Edad de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	48 a 58	3.	4	9.1	9.1
	59 al 69	4.	14	31.8	40.9
	70 al 80		12	27.3	68.2
	81 al 95		14	31.8	100.0
	Total		44	100.0	100.0

Fuente: Elaboración por autores.

**Tabla 13.**

Utilidad de la revista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo		1	2.3	2.3
	Parcialmente en desacuerdo		1	2.3	4.5
	Neutro o sin opinión		4	9.1	13.6
	De acuerdo		13	29.5	43.2
	Totalmente de acuerdo		25	56.8	100.0
	Total		44	100.0	100.0

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



Fuente: *Elaboración por autores.*

**Tabla 14.**

Necesidad de un medio impreso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	2.3
	Neutro o sin opinión	5	11.4	11.4	13.6
	De acuerdo	15	34.1	34.1	47.7
	Totalmente de acuerdo	23	52.3	52.3	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración por autores.*

**Tabla 15.**

Efecto de la revista en su estado de ánimo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	2.3
	Parcialmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	4.5
	Neutro o sin opinión	4	9.1	9.1	13.6
	De acuerdo	12	27.3	27.3	40.9
	Totalmente de acuerdo	26	59.1	59.1	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración por autores.*

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



**Tabla 16.**

Reproducción de la revista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	2.3
	Neutro o sin opinión	5	11.4	11.4	13.6
	De acuerdo	14	31.8	31.8	45.5
	Totalmente de acuerdo	24	54.5	54.5	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración por autores.*

**Tabla 17.**

Necesidad de los diseñadores para la revista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
	Parcialmente en desacuerdo	0	0	0	0
	Neutro o sin opinión	3	6.8	6.8	6.8
	De acuerdo	14	31.8	31.8	38.6
	Totalmente de acuerdo	27	61.4	61.4	100
	Total	44	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración por autores.*

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



**Tabla 18.**

Efectos de la revista en cuanto añoranza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	2.3
	Parcialmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	4.5
	Neutro o sin opinión	4	9.1	9.1	13.6
	De acuerdo	14	31.8	31.8	45.5
	Totalmente de acuerdo	24	54.5	54.5	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración por autores..*

**Tabla 19.**

Resolución de los juegos de la revista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	2.3
	Parcialmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	2.3
	Neutro o sin opinión	3	6.8	6.8	9.1
	De acuerdo	14	31.8	31.8	40.9
	Totalmente de acuerdo	26	59.1	59.1	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración por autores.*

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



**Tabla 20.**

Claridad del lenguaje de la revista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	2.3
	Parcialmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	4.5
	Neutro o sin opinión	4	9.1	9.1	13.6
	De acuerdo	13	29.5	29.5	43.2
	Totalmente de acuerdo	25	56.8	56.8	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración por autores.*

**Tabla 21.**

Variedad de juegos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4.5	4.5	4.5
	Neutro o sin opinión	2	4.5	4.5	9.1
	De acuerdo	10	22.7	22.7	31.8
	Totalmente de acuerdo	30	68.2	68.2	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Fuente: *Elaboración por autores.*



**Tabla 22.**

Mejoramiento de memoria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	2.3
	Parcialmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	4.5
	Neutro o sin opinión	4	9.1	9.1	13.6
	De acuerdo	13	29.5	29.5	43.2
	Totalmente de acuerdo	25	56.8	56.8	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración por autores.*

**Tabla 23.**

Ampliación de vocabulario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	2.3
	Parcialmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	4.5
	Neutro o sin opinión	9	20.5	20.5	25.0
	De acuerdo	19	43.2	43.2	68.2
	Totalmente de acuerdo	14	31.8	31.8	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración por autores.*

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



**Tabla 24.**

Calidad de impresión y diseño de la revista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	2.3
	Neutro o sin opinión	4	9.1	9.1	11.4
	De acuerdo	13	29.5	29.5	40.9
	Totalmente de acuerdo	26	59.1	59.1	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración por autores.*

**Tabla 25.**

Recomendación de la revista a otros adultos mayores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	2.3
	Parcialmente en desacuerdo	1	2.3	2.3	4.5
	Neutro o sin opinión	1	2.3	2.3	6.8
	De acuerdo	20	45.5	45.5	52.3
	Totalmente de acuerdo	21	47.7	47.7	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración por autores.*

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



**Tabla 26.**

Actividades motrices: Colorear en Revista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4.5	4.5	4.5
	Neutro o sin opinión	1	2.3	2.3	6.8
	De acuerdo	22	50.0	50.0	56.8
	Totalmente de acuerdo	19	43.2	43.2	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración por autores.*

**Tabla 27.**

Aceptación de la sección de actualidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutro o sin opinión	1	2.3	2.3	2.3
	De acuerdo	9	20.5	20.5	22.7
	Totalmente de acuerdo	34	77.3	77.3	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

*Fuente: Elaboración por autores.*



## Presupuesto grupal

**Tabla 28.**

Presupuesto de recursos materiales del curso

Material	Costo	Unidades	Subtotal
<b>Revista para asilo</b>			
<i>Papel Satinado Tamaño Tabloide</i>	13	10	C\$ 130.00
<i>Corte y Engrapado</i>	50	1	C\$ 50.00
<b>Subtotal</b>			<b>C\$ 180.00</b>
<b>Total de revistas</b>	<b>C\$180.00</b>	<b>44</b>	<b>C\$ 7,920.00</b>
<b>Transporte</b>			
<i>Interlocal León - Chinandega</i>	41	36	C\$ 1,476.00
<i>Taxi</i>	50	13	C\$ 650.00
<i>Transporte privado</i>	500	1	C\$ 500.00
<i>Ruta León</i>	6	11	C\$ 66.00
<b>Subtotal</b>			<b>C\$ 2,692.00</b>
<i>Donaciones al asilo</i>			
<i>Refrigerio</i>	110	44	C\$ 4,840.00
<i>Pañales para adulto</i>	290	2	C\$ 580.00
<b>Subtotal</b>			<b>C\$ 5,420.00</b>
<i>Cuestionario Impreso</i>	13	44	C\$ 572.00
<i>Impresión de Tesis</i>	800	3	C\$ 2,400.00
<i>Encuadernado</i>	80	3	C\$ 240.00
<i>Empastado</i>	5000	1	C\$ 5,000.00
<i>Refrigerio y bebida</i>	3500	2	C\$ 7,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>C\$ 31,244.00</b>

Fuente: Elaboración por autores

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*



## Cronograma de actividades de CogniPlay

**Tabla 29.**

Cronograma de actividades

Actividades		Año 2024								
		Trimestre 1			Trimestre 2			Trimestre 3		
		E	F	M	A	M	J	J	A	S
1	Capítulo I, II y III: Elección del tema, y protocolo del proyecto	28 de enero al 22 de febrero								
2	Capítulo IV: Creación del manual, entrevistas y creación de revista.			1 al 31						
3	Capítulo III: Creación de encuestas y validación				1 al 4					
4	Capítulo IV: Correcciones de revista e Impresión, aplicación y posterior procesamiento de encuesta.				5 al 23					
5	Capítulo VI y VII: Conclusiones y recomendaciones del proyecto				24 al 30					
6	Correcciones aplicadas al proyecto					1 al 20				
7	Impresión Final del Proyecto						16			
8	Presentación Final del Proyecto						30			
9	Aplicación de correcciones finales al documento y entrega de empastados finales y artículo científico							1 al 10		

Fuente: Elaboración por autores

*Por nuestro Prestigio, Trayectoria y Calidad  
 ¡Somos la Universidad de la Gente que Triunfa!*