

La clave del estudio del adulto mayor.

Fernando Mares Velázquez (México).¹

Resumen.

El presente artículo plasma el camino para emplear la Ingeniería Social en el estudio y generación de modelos para entender y comprender al segmento de los Adultos Mayores en la capital de San Luis Potosí, desde un enfoque mercadológico que permita obtener características, modas, tendencias, del consumo de este segmento, desatendido o sin procurar por los diferentes sectores comerciales. Apoyado en la Ingeniería en Comunicación Social y la familia, entender a la figura del Adulto Mayor para concretar dos modelos de estudio de este segmento, uno que explique su forma de consumir y otro que proyecte su concepción como anciano en la sociedad potosina. Empleando herramientas como la Comunimetodología estoy desarrollando estos modelos de intervención para conocer el consumo y la concepción del Adulto Mayor en San Luis Potosí, dejando así la introducción para en una segunda parte de este artículo presentar los resultados obtenidos y la estructura de estos modelos.

Summary.

This paper presents the way of employing Social Engineering in the study and design of models in order of understanding and comprehending the Elderly Segment in San Luis Potosí's capital, from a marketing approach in order to obtain features, consumption trend of this unattended and neglected from different business areas segment.

Understand the Elderly person, supported by the Social and Family Communication Engineering, in order to set two model of study of this segment, one that explain the consumption path and another one for projecting their conception as an elderly person in the local society.

I am developing this intervention models, employing tools as Comunimetodology, with a view to know the elderly's consumption and conception in San Luis Potosi, concluding this way the introduction, and letting a second part of this paper for the results presentation and the model structure.

¹ fmares@luminos.com.mx

Introducción.

La familia es uno de los puntos clave más importantes al momento de analizar o indagar acerca de alguna figura de la sociedad. En base a la familia y a la ingeniería social se buscará identificar el comportamiento del consumidor de la tercera edad en el mercado potosino.

Por ello es que se pretende partir de un diagnóstico inicial, como manera de identificar el origen y objetivos del programa metodológico “análisis del comportamiento del consumidor de la 3era. edad en el mercado potosino”, el cual se construye con base en la observación y recopilación de datos e información por parte del iniciador que percibió la inquietud y el área de oportunidad dentro de este segmento de mercado dentro de su día a día y experiencia laboral en el área de mercadotecnia y de esta manera poder obtener información y así definir la forma en que se percibe el problema a resolver que demanda la intervención en este tema tan innovador en cuanto al análisis y exposición de datos acerca de este tema que se identifica como falta de información y datos actualizados y reales.

Aunque son muy diversas las disciplinas que se dedican a investigar este tema, la ingeniería social, en conjunto con la mercadotecnia buscan objetivos en común para poder entender y evaluar las características actuales y poder pronosticar los comportamientos futuros, así como las áreas de oportunidad dentro de la mercadotecnia, para ello lo primordial es identificar a qué región y a que generación se va a enfocar el estudio del “Análisis del comportamiento del consumidor de la 3era. Edad en el mercado potosino”, en este caso el enfoque es a la generación de adultos de la tercera edad en la ciudad capital de San Luis Potosí, S.L.P., México.

Desarrollo.

Relación existente entre el adulto mayor y la ingeniería social.

Es por ello que identificamos que nos encontramos en una sociedad de convivencia con una configuración de cambio con rasgos de no cambio, esto significa que aunque podemos percibir el cambio de transición que está realizando el adulto mayor dentro de la familia exponencialmente con el paso de los años, no se ha indagado al respecto y aplicado en diferentes áreas como lo son la mercadotecnia, este tema y análisis tiene una tendencia general de análisis de la información, sin embargo en este punto se busca profundizar y conocer realmente qué necesidad tiene actualmente el adulto de la tercera edad y como es que se puede abordar este segmento de mercado.

Dentro de la sociedad se ha experimentado un tipo de transición, de lo tradicional hacia lo alterno, pero que aún tiene fuerte presencia de rasgos tradicionales, aunque con una configuración de rasgos alternos como base de su constitución, esto a simple vista resulta complejo, sin embargo profundizando más en el tema y apoyándonos de la ingeniería social, podemos descubrir que la solución y resolución del tema de investigación resulta retroalimentador y funge como área de oportunidad dentro de materias involucradas como la mercadotecnia.

Un punto importante al momento de realizar el diagnóstico adecuado es observar la trayectoria normal de las relaciones que surgen dentro de la familia y como es que se relaciona con cada uno de los integrantes de la misma, y en general en su contexto social, y de ahí identificar qué hace falta o qué sobra, qué podemos mejorar, reforzar, etc., puntos clave a identificar para guiar y entender diferentes perspectivas y áreas dentro de la familia y la sociedad que involucren al adulto mayor.

En este caso la mercadotecnia y el fin del proyecto no es lucrar al momento de recolectar la información de las personas, sin embargo podemos utilizarlo como una herramienta de investigación y como base a futuras investigaciones y análisis de este segmento.

Apoyándose con el trabajo que realiza la ingeniería social se pueden definir en términos generales que el proceso de trabajo en Ingeniería consiste en que, a partir de un esquema conceptual y una guía básica de observación, se diagnostica el estado y configuración de los sistemas de información y comunicación dentro del fenómeno a intervenir, en su propia ecología, para luego diseñar rutas de acción de intervención directa y así reconfigurar el mundo social. En pocas palabras lo que busca el ingeniero realizar como parte de sus habilidades es resolver problemas y no contestar preguntas, es la acción sobre el objeto es llevarlo a la práctica con bases y cimientos asegurándose de que la resolución del problema es la correcta y la más eficiente. En este sentido, la investigación acerca del adulto mayor dentro de la familia podemos definirla como una primera fase de la intervención en donde se aportan herramientas para el diagnóstico y para la configuración de los modelos.

La Comunicometodología como otra herramienta de análisis y recolección de información esencial funge como la práctica, mira la vida en su ahora y en la realización de cada una de las variables a analizar. Las unidades de comunimétodo son acciones concretas que pueden ser verbales (cartas, diálogos), es contacto meramente personal.

Es aquí donde con esas bases en la ingeniería social se adopta una postura de involucramiento en la situación a intervenir para comprenderla e interactuar con los sujetos y variables involucradas en el análisis actual.

En sí podemos definir la Ingeniería Social como la acción de intervención, y busca entender y analizar la acción concreta y real sobre personas de la vida social que han demandado la intervención para la solución de una problemática que afecta sus relaciones e interacciones.

En la ingeniería social se requiere desarrollar 2 puntos específicos claros: el qué y el porqué, el qué se refiere a los objetivos, a la toma de decisiones al respecto, al cambio, a los antecedentes, e identificar de raíz la situación y por qué implica las influencias que estas

conlleven, la aplicación de estas teorías o análisis, el diseño de los diferentes contextos involucrados.

Percepción del adulto mayor dentro de la familia.

Podemos observar que en nuestra era, y remontándonos a eras pasadas, el adulto mayor se considera como una persona que no puede defenderse por sí misma y que depende de la familia en todos los sentidos, el adulto mayor toma la posición de la persona que requiere de cuidados, de atención médica, psicológica, de afecto, una serie de conceptos que actualmente han orillado a las familias a buscar una persona encargada de ellos en caso de no tener el tiempo, y en la mayoría de las ocasiones el dinero; el estilo de vida actual que lleva la sociedad en general no permite que se les dedique el tiempo ni la atención necesaria, sin embargo el contraste de esta situación es el otro porcentaje que nos indica que los adultos mayores no son dependientes de sus hijos o de su familia, al contrario buscan independizarse y es un adulto más moderno, más preparado y con mayor capacidad de toma de decisiones, cuida de su salud y de su dinero, en pocas palabras mayor autonomía.

¿Qué disciplinas han estudiado al adulto mayor?

Ciencias como la psicología, la psicología social, la sociología, la antropología y la comunicación, han estudiado, investigado y profundizado cada vez más en el concepto de familia, y en base a ellos se ha podido indagar más acerca del papel que toma el adulto mayor como elemento clave dentro de la familia, ya que la familia se toma como la variable central a cualquier estudio, aunque se puede llegar a percibir que no cuenta con la importancia o valor necesario como para realizar un análisis minucioso acerca de la situación actual y el gradual cambio que ha experimentado con el paso de los años, el

creciente y muy prometedor futuro previsto para las diversas áreas que buscan entender y profundizar más en la satisfacción de necesidades y comportamiento cambiante de este segmento de habitantes en México, en específico en San Luis Potosí.

La mercadotecnia, al igual que otras disciplinas como lo son la gerantología, ciencia que estudia más a fondo los aspectos biológicos, socio-económicos y culturales del adulto mayor o bien la geriatría que se ocupa del estudio, diagnóstico y tratamiento de las enfermedades agudas y crónicas de las personas mayores, y además de su recuperación y rehabilitación, su labor es conocer más a fondo aspectos que nos permitan entender mejor a este segmento de adultos mayores, y no solo para beneficio de la mercadotecnia, si no para la sociedad en general, de esta manera aplicar nuestros esfuerzos en buscar el bienestar de la familias y del adulto mayor.

La mercadotecnia, la publicidad y la comunicación social en general han estudiado cada vez más los fenómenos de consumo, recepción y participación política y comercial desde la variable central y punto de observación inicial como lo es la familia.

La mercadotecnia como uno de sus objetivos principales busca un elemento que pueda fungir como satisfactor de una necesidad percibida o no por parte de los consumidores, para ello lo básico y fundamental es conocer a nuestro consumidor, y a nuestro comprador, en esta relación de adulto mayor-familia el poder de compra en gran porcentaje lo tiene la familia, y el consumidor final depende de ellos para poder fungir el rol de consumidor.

Aportaciones de la ingeniería social en base a su relación con el adulto mayor.

La Ingeniería Social implica todo un proceso que va desde y hasta la intervención del análisis de cada individuo. Dentro de esta segmentación que se define como el adulto mayor y, dentro de un modelo comuniconómico, realizar las acciones estratégicas que

ayuden al adulto mayor a preservar y mantener la percepción y estilo de vida adoptado en los últimos años, y que sean capaces de satisfacer diversos factores de necesidades que la mercadotecnia pueda actuar como satisfactor principal.

Por etapas en las que se beneficia el conocimiento acerca de la relación entre el adulto mayor y la ingeniera social, esta puede definir como principal acercamiento el contacto con la persona, se busca una aproximación al entorno y vida del adulto de la tercera edad, de ahí que se analice, se evalúe la información y datos recolectados para proseguir la etapa de involucramiento más profundo. Una vez recolectada la información de contacto se busca llevarlo a la interacción en donde existe un dialogo más profundo y personal, se intercambia información y se definen los problemas y la posible solución a ellos. Una vez que se percibe confianza y credibilidad en los datos obtenidos hasta ahora, es momento de la conexión, esta relación que nos permite identificar aspectos no tan exteriores o subjetivos.

El siguiente paso es el vínculo, el poder identificar cual es el rol que desempeña en cada uno de los contextos familiar, social, en pareja, consigo mismo, por ello es que se analiza e idéntica con el fin de evaluar que el adulto de la tercera edad se encuentra en una etapa de transición en la que ya no es la persona que depende de sus hijos o de su pareja, que por lo contrario busca independencia y disfrutar a lado de amistades o de la pareja ese momento de libertad después de pasar una vida dedicado a actividades familiares y de trabajo diario.

La idea de un adulto mayor ideal hasta el 2011 según Jesús Galindo es la siguiente:

55-65 años Ideal: Conservarse en buenas condiciones de salud para llevar una vida activa cercana a los hijos y a los nietos. Iniciar la tercera edad en pareja y cosechando el fruto de los años de compañerismo y dedicación, realizar viajes juntos, jubilarse y contar con el tiempo necesario para el otro.

En base a ello se da pie a la recopilación y análisis de información acerca de la vida de las personas adultas de la tercera edad. La ingeniería social a pesar de sus vertientes dudosas plantea los problemas, busca la solución a ellos y las diseña de manera que pueda asegurar el adecuado encaje entre problema y solución, de aquí surge el que con apoyo de la

comunicología la ingeniería social identifique la preguntas y una vez definidas busque las respuesta correspondientes

De ahí que la comunicología sea la que hace las preguntas y busca la respuesta sobre la familia y el adulto mayor, y que posteriormente la ingeniería en comunicación que es una rama de la Ingeniería social, sea la que identifica los problemas y sintetiza las soluciones para lo que se analizó anteriormente.

Aunque se está consciente de que para la ingeniería social cada caso es único y diferente por lo que requiere de diversas herramientas para concretar el diagnóstico y solución de cada uno de ellos.

La ingeniería social nos brinda herramientas manuales y electrónicas para poder obtener información acerca de los adultos mayores, la pregunta es ¿cómo?; la ingeniería social utiliza técnicas psicológicas y habilidades sociales para abordar al adulto mayor y a su entorno de la mejor manera, lo cual es una gran ventaja ya que no se obtendrá información de manera convencional porque en la mayoría de los casos puede resultar perturbador y cansado y en sí, los datos no serían los más acertados y verídicos, y lo que se busca es acercarse, adentrarse y conocer a fondo este segmento de adulto mayor. Podemos identificar que este es un aspecto importante remontándonos a estadísticas que reflejan los diferentes comportamientos que prevalecen en los adultos mayores como lo son:

Tabla 1: Percepción de las Relaciones Familiares del Anciano. Fuente Hernández, Y., Pérez, C., Pérez, R., Saavedra, A., Tápanes, A., & Légon, T.. (2012).

Percepción de las relaciones familiares del anciano	Cantidad de adultos mayores	%
Relaciones muy armónicas	21	58
Relaciones armónicas	11	31
Relaciones poco armónicas	4	11
Relaciones disarmónicas	0	0
Total	36	100

Conclusión.

En conclusión podemos lograr grandes resultados si nos apoyamos de diversas ciencias y herramientas como lo son la ingeniería social para poder abordar a los adultos mayores de manera especializada y personalizada de acuerdo a su manera de ser, de pensar; si bien, sabemos que no es una labor sencilla, ya que son muchos los factores que pudieran limitarnos a conseguir estos datos, y que los tiempos, las familias y los entornos en donde se desarrollan están creciendo exponencialmente. Podemos concluir que hay un cambio latente que si bien no está del todo identificado resulta un área de oportunidad que tanto como actual y en un futuro debemos modificar, como en todo los cambios se dan poco a poco, el poder analizar y entender el comportamiento, necesidad, deseos que van adquiriendo con el paso de los años los adultos de la tercera edad, podemos identificar que el crecimiento en cuanto a cantidad y calidad de vida de este segmento resulta muy provechosos para áreas como la mercadotecnia, en la cual se enfocan todos los aspectos comerciales, emocionales y de compra, para satisfacer y entender las necesidades de los consumidores, si bien la mercadotecnia no puede concluir este tipo de información con una investigación de mercados, se apoya de diferentes áreas que en colaboración con ella como la ingeniería social, comunicología, psicología, entre otras; se obtengan datos más precisos y reales para diversas perspectivas y áreas de estudio respecto al comportamiento del consumidor de la tercera edad dentro del mercado potosino, el cual en base a su

comportamiento general, no tiene bien identificado el estilo de consumidor, ya que constantemente están en cambio y buscan siempre nuevos productos, por lo que al conocer el comportamiento de este segmento, será más sencillo adecuar las técnicas actuales de mercadotecnia que prevalecen en el estado de San Luis Potosí.

R
y
P

Bibliografía.

Galindo, J., Cardona, D., & León, G. capítulo 1, 2 y 4. (2015). “El proyecto de Ingeniería en Comunicación Social de la Familia. Comunicología, Ingeniería en Comunicación Social y familia. Ingeniería en Comunicación Social de la familia. Una propuesta técnica y metodológica a partir del caso familias de Playas de Tijuana.”, en Ingeniería en Comunicación Social y Familia, Jesús Galindo Cáceres (coordinador). Cuadernos Artesanos de Comunicación, 79. La Laguna (Tenerife): Latina.

Hernández, Y., Pérez, C., Pérez, R., Saavedra, A., Tápanes, A., & Légon, T.. (2012). Cambios en la Percepción del Funcionamiento Familiar de Adultos Mayores de Casa de Abuelos Cotorro.. Abril 12, 2015, de Hospital Psiquiátrico de la Habana Sitio web: http://www.revistahph.sld.cu/rev1-2012/hph03112.html#_ftn2

Sandoval, E.. (2011). Ingeniería Social: Corrompiendo la mente humana.. Marzo 24, 2015, de Universidad Nacional Autónoma de México Sitio web: <http://revista.seguridad.unam.mx/numero-10/ingenier%C3%AD-social-corrompiendo-la-mente-humana>

Padilla, D. . (2005). Sociedad y Adulto Mayor: Condiciones Actuales de Desarrollo.. Marzo 28, 2015, de Sepiensa.net Sitio web: <http://www.sepiensa.net/edicion/index.php?option=content&task=view&id=590&Itemid=40>