



Universidad
Monteávila

Facultad de Ciencias
de la Comunicación e Información

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO FINAL DE CARRERA:

**PLATAFORMA DIGITAL PARA LA INCLUSIÓN LABORAL Y VISIBILIZACIÓN
PROFESIONAL DE ADULTOS MAYORES EN VENEZUELA**

Autores:

Gamboa Gutiérrez, Valerie Fabiola

Novite Albuja, Sofía Andreina

Tutor:

Dávila Torres, Daniela

Caracas, 12 de junio del 2026

DERECHO DE AUTOR

Quien suscribe, en condición de autor/es del trabajo titulado “**PLATAFORMA DIGITAL PARA LA INCLUSIÓN LABORAL Y VISIBILIZACIÓN PROFESIONAL DE ADULTOS MAYORES EN VENEZUELA**” declara que cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila, los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden sobre el presente trabajo.

Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgar, publicar o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar nuestros intereses y derechos que nos corresponden como autores de la obra antes señalada.

La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a nuestra persona, salvo los créditos que se deban hacer a la tutoría o a cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

Autor/es:

C.I. 30497409

C.I. 31082087

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Sofia Norinto', is written over a faint, circular official stamp. The signature is fluid and cursive.

En la ciudad de Caracas, el 12 de junio de 2026

PLATAFORMA DIGITAL PARA LA INCLUSIÓN LABORAL Y VISIBILIZACIÓN PROFESIONAL DE ADULTOS MAYORES EN VENEZUELA

Objetivo (s) del Desarrollo Sustentable (ODS) al cual se orienta el trabajo de investigación

ODS	Descripción	Relación con los Objetivos de la Investigación	Directo	Indirecto
	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.			
	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.			
	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.			
	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.			
	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.			
	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.			
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.			

	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	Cumple con crear una plataforma digital que visibilice las habilidades profesionales de los adultos mayores en Venezuela para ayudarlos a conseguir trabajo y habilitar módulos de capacitación con herramientas específicas para la búsqueda de empleo.	x	
---	--	--	---	--

	Construir infraestructura resistente, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.			
	Reducir la desigualdad en y entre los países.			
	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.			
	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.			
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.			
	Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.			
	Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.			
	Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas.	Aporta en buscar combatir el edadismo en Venezuela con el uso de redes sociales como Instagram y Tik Tok para amplificar testimonios de éxito y sensibilizar al mercado sobre el valor de los talentos senior elevando la realidad laboral venezolana.		X
	Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.			

DEDICATORIA

A nuestros padres, tíos y abuelos, quienes han enfrentado el edadismo con una dignidad inquebrantable.

A Venezuela, un país con gente valiente que trabaja de sol a sol.

Este proyecto es para cada adulto mayor cuya experiencia ha sido ignorada por el paso del tiempo.

Ustedes son el motor de este sueño y nuestra mayor fuente de orgullo.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, doy gracias a Dios por sus planes, de darme la oportunidad de estudiar la carrera que más deseaba.

A mis padres, Ludwing Gamboa y Aura Gutiérrez, por todo el apoyo incondicional y por estar presentes en cada uno de mis logros. Gracias por ser el motor de mi vida, mis guías y mi fuerza para superar las adversidades.

A mi hermana Melanie Gamboa, mi compañera de vida, que siempre está a mi lado. Gracias por todo tu amor y apoyo en los momentos más especiales y en los más difíciles de mi vida.

A mi abuela, mis tías y mis tíos por acompañarme en estos cuatro años de carrera, gracias por siempre estar presentes en mis mayores logros.

A mi querida madrina Anisbel Trómpiz, por todos los aprendizajes que adquirí gracias a usted y por ser un ejemplo a seguir en mi formación profesional.

A mi compañera de trabajo Sofía Novite por su amor y entrega por el servicio hacia los demás. Gracias a ti, este proyecto cobró vida y me honró haber formado parte de ella.

A todos mis amigos, por tenerlos a mi lado y hacer de mi vida universitaria la más memorable. Gracias por formar parte de ella.

A mi querida tutora académica Daniela Dávila Torres, por aportarnos su valioso conocimiento, el amor, la paciencia y la entrega que dedicó para hacer de este Proyecto Final de Carrera el mejor.

A mi alma mater, la Universidad Monteávila, por abrirme las puertas y a mis profesores por formarme como una profesional en Comunicación Social con devoción de llevar la información desde el amor y la verdad para construir una sociedad más justa y humana.

Primeramente a Dios por permitirme estudiar mi carrera soñada llena de entusiasmo y mucha salud.

A la Universidad Monteávila y a nuestros profesores, por guiarnos en el camino de la comunicación y el compromiso social, enseñándonos el poder de comunicarnos con propósito.

A nuestra tutora académica, la Lic. Daniela Dávila, por su valioso tiempo, sus conocimientos compartidos y su voto de confianza en esta propuesta de grado.

A las personas de la tercera edad que nos abrieron sus corazones y compartieron sus historias durante esta investigación. Su deseo de seguir activos y su esfuerzo de demostrar que "la experiencia cuenta" se convirtieron en el motor de nuestra tesis.

A mi madre y a mi abuela, por su amor, paciencia y apoyo absoluto en cada paso de mi formación; este título es el reflejo de su esfuerzo diario, especialmente a Gretty Alujas por ser el pilar de mi vida y ser mi luz ante todas las dificultades que se presentan. A mis amigos, por los momentos compartidos y el apoyo moral, sin duda este camino fue inolvidable por su presencia en mi vida, gracias a mi grupo Salin Gorrido por ser parte fundamental de mi estadía en esta casa de estudio, sin ellos no hubiese sido lo mismo.

A Samuel, por ser mi amigo y familia, por estar en los momentos de más estrés y a Cynthia por ser mi compañera en cada trabajo realizado.

A Valerie, por su entrega, su talento y por ser la mejor aliada para materializar este sueño llamado Experia.

Este camino parece que está llegando a su fin, pero apenas es el comienzo de mi vida profesional, nunca pensé amar tanto mi profesión, mi corazón está lleno de gratitud, de entusiasmo y con muchas ganas de comerme al mundo.

Sofía Novite

ÍNDICE

DERECHO DE AUTOR.....	2
Objetivo (s) del Desarrollo Sustentable (ODS) al cual se orienta el trabajo de investigación.....	3
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTOS.....	6
RESUMEN.....	9
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	10
OBJETIVO GENERAL.....	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
PLAN DE ACCIÓN.....	13
PROYECTO.....	17
SELECCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL ENTORNO TECNOLÓGICO.....	17
ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN.....	18
PLANIFICACIÓN HIPERTEXTUAL: PROTOTIPADO Y ECOSISTEMA DE CONTENIDOS.....	24
OPTIMIZACIÓN DE FORMATOS MULTIMEDIA Y NARRATIVAS DIGITALES.....	29
IDENTIDAD VISUAL: CONCEPTUALIZACIÓN Y SEMÁNTICA DEL LOGOTIPO.....	31
MAQUETACIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y MONTAJE FINAL DEL PRODUCTO.....	35
ENLACE AL PROYECTO.....	38
CONCLUSIONES.....	39
RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41
ANEXOS.....	45

RESUMEN

Experia es una plataforma digital que busca ser pionera en combatir el edadismo en Venezuela, a través de una plataforma digital que facilita el empleo del adulto mayor mediante la visibilización de sus competencias profesionales. Esta iniciativa nace ante la preocupación al rechazo por edad en el mercado laboral del país, donde el adulto mayor queda desplazado por prejuicios sociales. La propuesta busca transformar la exclusión en oportunidades de empleo.

La creación de esta plataforma abarca desde la conceptualización de nichos de mercado para la creación de modelos de consultoría y mentoría, hasta el desarrollo de una interfaz accesible que incluya portafolios de experiencia y módulos de capacitación con herramientas específicas para la búsqueda de empleos dignos, con el fin de reducir la brecha digital que viven los adultos mayores.

Mediante la modalidad de plataforma digital buscamos la optimización de conexiones entre vacantes y perfiles, justificando este canal digital porque se le permite a los usuarios no verse afectados ante la discriminación presencial inicial, de este modo se responde a su necesidad de sentirse útiles y productivos en una economía cambiante donde las pensiones son insuficientes.

El proyecto es esencial para preservar la salud física y mental de este sector tan vulnerable, ofreciendo a las empresas talentos con alta lealtad y experiencia comprobada que, junto con el uso redes sociales como Instagram, se busca amplificar testimonios de éxito y sensibilizar al mercado sobre el valor de estos talentos senior. La plataforma aspira a transformar la realidad laboral venezolana al ofrecer un puente digno hacia la estabilidad económica y el reconocimiento social.

Palabras clave: Adulto mayor, empleo, edadismo, plataforma digital, Venezuela.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto desarrolla una plataforma digital que ayude a visibilizar las habilidades profesionales de los adultos mayores venezolanos para ayudarlos a conseguir empleo. El trabajo nace de la identificación de una problemática social y económica significativa: el rechazo laboral basado en la edad, conocido como edadismo.

El edadismo es “un proceso de estereotipos y discriminación sistemáticos contra las personas por ser mayores, al igual que el racismo y el sexismo lo hacen con el color de piel y el género” (Butler, 1969, como se citó en Pamela & Giwa, 2023). Asimismo, se estimó que 6.33 millones de personas globalmente presentan casos de depresión atribuidas al edadismo (Organización Panamericana de la Salud, 2021).

Su impacto adquiere características particulares en contextos como el venezolano, donde no se trata únicamente de una forma de discriminación, sino de un factor que profundiza condiciones de vulnerabilidad económica y social. Esta exclusión se intensifica significativamente en adultos mayores. De acuerdo a la maestra en finanzas y profesora del Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), Claudine Carrero (2025, como citó Ibarra, 2025) explicó que cerca de 5 millones de venezolanos mayores de 55 años enfrentan subestimación y exclusión en las oportunidades de empleo.

Por otro lado, el mismo instituto presentó un estudio que expone a Venezuela como uno de los países con menores tasas de participación laboral general en América Latina. Esta tendencia no solo limita la capacidad del adulto mayor de generar ingresos, sino también detona factores que impactan negativamente en su bienestar emocional, entre ellos el desempleo, la jubilación y la pérdida de actividades físicas (Jiménez et al., 2011; Quintero et al., 2018; Sahu et al., 2016).

Esta vulnerabilidad es crítica ya que, en el contexto venezolano, la jubilación no garantiza condiciones de vida dignas. “El concepto de jubilación en Venezuela,

técnicamente, no existe. Las pensiones no logran cubrir ni lo más básico, lo que obliga a la mayoría de las personas de la tercera edad a buscar una fuente de ingreso activa para acceder a bienes y servicios” (Oliveros, 2025, como se citó en Finanzas Digital, 2025).

Adicionalmente, factores demográficos refuerzan la urgencia de atender esta problemática. “Venezuela está en una plena transición demográfica y ha comenzado a envejecer” (Cabezas, 2025, como se citó en El Nacional, 2025). Asimismo, según cifras de la Asociación Civil Convite (como se citó en El Nacional, 2025), cerca de 400 mil adultos mayores viven solos, lo que evidencia la necesidad de desarrollar soluciones que promuevan su autonomía e integración social. Desde este punto, las iniciativas digitales orientadas a este nicho, representan una oportunidad significativa de intervención.

Frente a este escenario, el proyecto plantea la creación de una plataforma digital pionera en el país que actúe como puente directo entre el talento y la experiencia profesional del adulto mayor, con empresas que valoran la diversidad etaria, para facilitar la conexión con oportunidades laborales adecuadas a su perfil y experiencia.

Asimismo, la propuesta se complementa con una estrategia de comunicación digital mediante recursos audiovisuales (Instagram y Tiktok) con el objetivo de amplificar el mensaje, combatir el edadismo y forjar alianzas con empresas comprometidas con la inclusión laboral. A su vez, la plataforma cuenta con la posibilidad de adjuntar un portafolio que permita a los empleadores acceder a los datos de los registrados para así poder ofrecer empleos con base en las habilidades y fortalezas.

De esta manera, esta plataforma ayudará a aquellos adultos mayores jubilados o no jubilados a conseguir una fuente de ingreso estable que les permita acceder a los bienes y servicios que requieren para su vida diaria. Con este proyecto, no solo se busca facilitar el acceso al trabajo, sino también contribuir a la revalorización del adulto mayor como sujeto activo, productivo y capaz de aportar al desarrollo económico y social del país.

OBJETIVO GENERAL

Crear una plataforma digital para visibilizar las habilidades profesionales de los adultos mayores en Venezuela y ayudarlos a conseguir trabajo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico del adulto mayor en Venezuela para identificar las necesidades y expectativas que orientarán el desarrollo de la plataforma.
- Evaluar las necesidades y expectativas del adulto mayor para fundamentar el diseño de la plataforma.
- Diseñar un mínimo producto viable de plataforma digital con herramientas funcionales para ayudar a los adultos mayores a potenciar sus habilidades profesionales y conectar con oportunidades laborales adecuadas a su perfil y experiencia.
- Diseñar una estrategia de mercadeo en redes sociales para visibilizar habilidades profesionales de los adultos mayores y presentar la plataforma.

PLAN DE ACCIÓN

Septiembre 2025

Etapas I: Pre - producción

Semana	Fecha	Actividad
Semana 1	Del 15 al 21	Introducción al Proyecto Final de Carrera
Semana 2	Del 22 al 28	Entrega de la idea para nuestro Proyecto Final de Carrera

Octubre 2025

Semana	Fecha	Actividad
Semana 3	Del 1 al 5	Redacción de la primera parte del anteproyecto.
Semana 4	Del 6 al 12	Entrega de la primera parte del anteproyecto
Semana 5	Del 13 al 19	Investigación de antecedentes para la investigación.
Semana 6	Del 20 al 26	Continuación de la redacción del anteproyecto.
Semana 7	Del 27 al 31	Elaboración del perfil de usuario.

Noviembre 2025

Semana	Fecha	Actividad
Semana 8	Del 2 al 9	Entrega del perfil de usuario.
Semana 9	Del 10 al 16	Entrega de la segunda parte del anteproyecto.

Semana 10	Del 17 al 23	Correcciones del anteproyecto.
Semana 11	Del 24 al 30	Búsqueda del tutor/a

Diciembre 2025

Semana	Fecha	Actividad
Semana 12	Del 1 al 7	Investigar alternativas para creación de plataforma.
Semana 13	Del 8 al 14	Presentación de pitch del Proyecto Final de Carrera
Semana 14	Del 15 al 21	Primera reunión con tutor/a
Semana 15	Del 22 al 28	Entrega de la carta de confirmación del tutor/a

Enero 2026

Etapas II: Producción

Semana	Fecha	Actividad
Semana 16	Del 5 al 11	Aprobación del Proyecto Final de Carrera por la FCCI
Semana 17	Del 12 al 18	Entrega del One Pager
Semana 18	Del 19 al 25	Inicio de la redacción del informe escrito

Febrero 2026

Semana	Fecha	Actividad
Semana 19	Del 2 al 8	Planificación para los avances del Proyecto Final de Carrera
Semana 20	Del 9 al 15	Reunión con tutor/a
Semana 21	Del 16 al 22	Avance con el informe escrito
Semana 22	Del 23 al 28	Planificación para hacer entrevistas

Marzo 2026

Semana	Fecha	Actividad
Semana 23	Del 9 al 15	Definición del nombre de la plataforma
Semana 24	Del 16 al 22	Reunión con tutor/a
Semana 25	Del 23 al 30	Avance con el informe escrito

Abril 2026

Semana	Fecha	Actividad
Semana 26	Del 6 al 12	Desarrollo del branding de marca
Semana 27	Del 13 al 19	Entrega del primer avance del Proyecto Final de Carrera
Semana 28	Del 20 al 26	Reunión con tutor/a Planificación para hacer entrevistas

Mayo 2026

Semana	Fecha	Actividad
Semana 29	Del 1 al 8	Elaboración de entrevistas
Semana 30	Del 11 al 17	Creación de la plataforma
Semana 31	Del 18 al 24	Lanzamiento de la plataforma
Semana 32	Del 25 al 31	Entrega del segundo avance del Proyecto Final de Carrera

Junio 2026

Etapas III: Post - Producción

Semana	Fecha	Actividad
Semana 33	Del 8 al 14	Entrega del informe escrito
Semana 34	Del 15 al 21	Preparación para la presentación del Proyecto Final de Carrera
Semana 35	Del 22 al 28	Presentación del Proyecto Final de Carrera en la feria de PFC

PROYECTO

SELECCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL ENTORNO TECNOLÓGICO

La plataforma a utilizar para el desarrollo del proyecto es Patreon porque es un espacio amigable para crear comunidad, compartir cursos y convertir una idea en un negocio duradero. De esta manera, nuestra plataforma digital se diferencia de otros canales de empleo al ofrecer capacitaciones y consolidar un espacio comunitario que celebra la experiencia profesional.

Asimismo, Patreon ofrece múltiples beneficios que aportan al crecimiento de la plataforma. Entre ellos:

- **Herramientas de interacción:** Incluye funciones de chats comunitarios, encuestas para incluir al usuario en decisiones creativas y un sistema de comentarios.
- **Acceso a contenido:** Los usuarios disfrutan de contenido nuevo como imágenes y videos.
- **Gestión sencilla de suscripciones:** Desde su perfil, el usuario puede modificar niveles, pausar, cancelar membresías o actualizar sus datos de pago de forma transparente.
- **Control de gasto:** El usuario va a la página del creador al que quiere patrocinar e indica cuánto dinero quiere aportar. Le permite poner un tope límite de dinero a aportar cada mes, para asegurar de no pagar más de lo que está dispuesto a aportar. Además, según la cantidad aportada, tiene acceso a diferentes recompensas por parte del creador.
- **Compras puntuales:** Además de las suscripciones, el usuario puede realizar un pago único para desbloquear productos digitales específicos.
- **Flexibilidad de niveles:** El usuario puede elegir entre diferentes categorías de precios y beneficios la que mejor se adapte a sus posibilidades.

Con Patreon, los suscriptores de la plataforma digital también contribuyen a su crecimiento al aportar para poder seguir ofreciendo contenido de calidad de forma sostenible.

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

La plataforma para el desarrollo del proyecto es Patreon.

PÁGINA DE INICIO

La página de inicio constituye el punto principal de acceso para los usuarios dentro de la plataforma. Su función es mostrar la información de manera inmediata. Esta sección incluye:

- **Feed principal:** Muestra publicaciones recientes, recomendaciones y actualizaciones de los creadores que el usuario sigue.
- **Barra de búsqueda:** Permite buscar creadores, categorías y contenido en específico.
- **Notificaciones:** Informa al usuario sobre actividades recientes, comentarios y mensajes.
- **Acceso rápido:** Facilita el ingreso directo a perfiles y contenidos frecuentes.

PERFIL DEL CREADOR

El perfil del creador funciona como espacio de presentación dentro de la plataforma. La sección busca fortalecer la identidad visual y la conexión con la comunidad. Está compuesto por:

- Presentación del creador.
- Imagen de portada representativa.
- Biografía e información descriptiva.
- Objetivos y propósito del proyecto.

CONTENIDO

El contenido representa el núcleo del proyecto, ya que concentra todas las publicaciones y materiales digitales compartidos con los usuarios. Esta sección incluye:

- Publicaciones en formato de texto.
- Imágenes y contenido multimedia.
- Vídeos y podcasts.
- Archivos descargables.
- Publicaciones breves (Quips)
- Colecciones organizadas temáticamente.
- Actividad e interacción en publicaciones.

MEMBRESÍAS

Las membresías administran los distintos niveles de suscripción disponibles para los usuarios. Esta sección permite segmentar el acceso al contenido y establecer recompensas. Se estructura en:

1. Membresía Gratuita (Seguidores)

Es el nivel de libre acceso que ofrece la plataforma para construir una base de datos y generar audiencia antes de que den el salto a pagar. El usuario se registra en la página del creador dándole al botón "Seguir", sin necesidad de introducir un método de pago.

Beneficios asociados:

- Acceso a los posts públicos del feed (actualizaciones generales, anuncios o avances).
- Recibir notificaciones y boletines de contenido directamente en su correo electrónico.

- Posibilidad de comentar e interactuar en las publicaciones abiertas para todo el mundo.

2. Nivel Básico (Acceso Inicial)

Es el primer modo de pago, posee un costo bajo y accesible de \$2 o \$5 al mes. Su objetivo es atraer a la mayor cantidad de seguidores leales que quieren apoyar pero tienen un presupuesto limitado.

Beneficios asociados:

- Acceso a posts e imágenes que los seguidores gratuitos no pueden ver.
- Comunidad privada a través de un enlace de invitación para unirse a servidores de Discord o chats grupales integrados nativamente con Patreon.
- Participación y poder de decisión en las encuestas que realiza el creador para decidir el rumbo del próximo contenido.
- Rol o etiqueta especial dentro de la comunidad que los identifica como miembros oficiales.

3. Nivel Intermedio (Contenido Premium)

Es el nivel central del modelo de negocio que suele costar entre \$10 y \$20 al mes. Aquí es donde el suscriptor paga por el producto principal del creador. Da acceso a publicaciones avanzadas que incluyen archivos descargables pesados, videos ocultos o enlaces de transmisión.

Beneficios asociados:

- La posibilidad de consumir el contenido días antes de que se publique en las plataformas abiertas.
- Acceso ilimitado a todo el historial de publicaciones exclusivas, tutoriales, podcasts o herramientas acumuladas mientras mantengan la suscripción activa.

- Archivos fuente, plantillas, PDFs informativos, recursos técnicos o material de soporte de alta calidad disponibles para descargar y consumir.
- El nombre del mecenas aparece en una sección de agradecimientos al final de los videos o publicaciones principales.

4. Nivel Premium (Acceso VIP)

Es el nivel de más alto valor económico ya que suele superar los \$35, \$50 o incluso \$100 al mes. Está diseñado para un porcentaje muy pequeño de la audiencia que busca una relación directa con el creador, personalización o estatus. Desbloquea herramientas de comunicación directa y beneficios tangibles o de consultoría.

Beneficios asociados:

- Sesiones de preguntas y respuestas en vivo de manera mensual o transmisiones exclusivas para un grupo muy reducido de personas vía Zoom o directos privados de Patreon.
- Mensajería directa prioritaria con el creador o una sesión personalizada al mes para revisar proyectos específicos del miembro.
- Envío periódico de productos físicos de la marca (camisas, stickers, cuadernos, etc.) tras cumplir ciertos meses de antigüedad en el nivel.
- El creador atiende solicitudes directas del mecenas de manera privada y particular.

COMUNIDAD E INTERACCIÓN

Esta sección está orientada a la participación de los usuarios y la comunicación entre el creador y la audiencia. Incluye:

- Chats y mensajería.
- Comentarios en publicaciones.
- Reacciones e interacciones.
- Participación comunitaria.

TIENDA

La tienda permite la comercialización de productos y contenido digital complementario. Esta funcionalidad amplía las posibilidades de monetización del creador. Dentro de la sección se encuentran:

- Productos digitales.
- Colecciones en venta.
- Contenido exclusivo.

BIBLIOTECA

La biblioteca organiza el contenido almacenado y facilita el acceso a materiales previamente consumidos o guardados por el usuario. Incluye:

- Contenido guardado.
- Historial reciente.
- Multimedia reproducida.

SISTEMA DE PAGO

El sistema de pago administra los procesos financieros relacionados con las membresías. Su función es garantizar la administración segura de transacciones dentro de la plataforma. Está conformado por:

- Gestión de suscripciones.
- Métodos de pago.
- Renovaciones automáticas.
- Cancelación de membresías.

CONFIGURACIÓN Y SOPORTE

Esta sección permite la personalización de la cuenta y la asistencia técnica, asegurando la correcta gestión y mantenimiento de la experiencia del usuario.

Incluye:

- Configuración del perfil.
- Preferencias del usuario.
- Opciones de privacidad.
- Soporte técnico.

A continuación, se presenta el mapa de árbol correspondiente a Patreon:

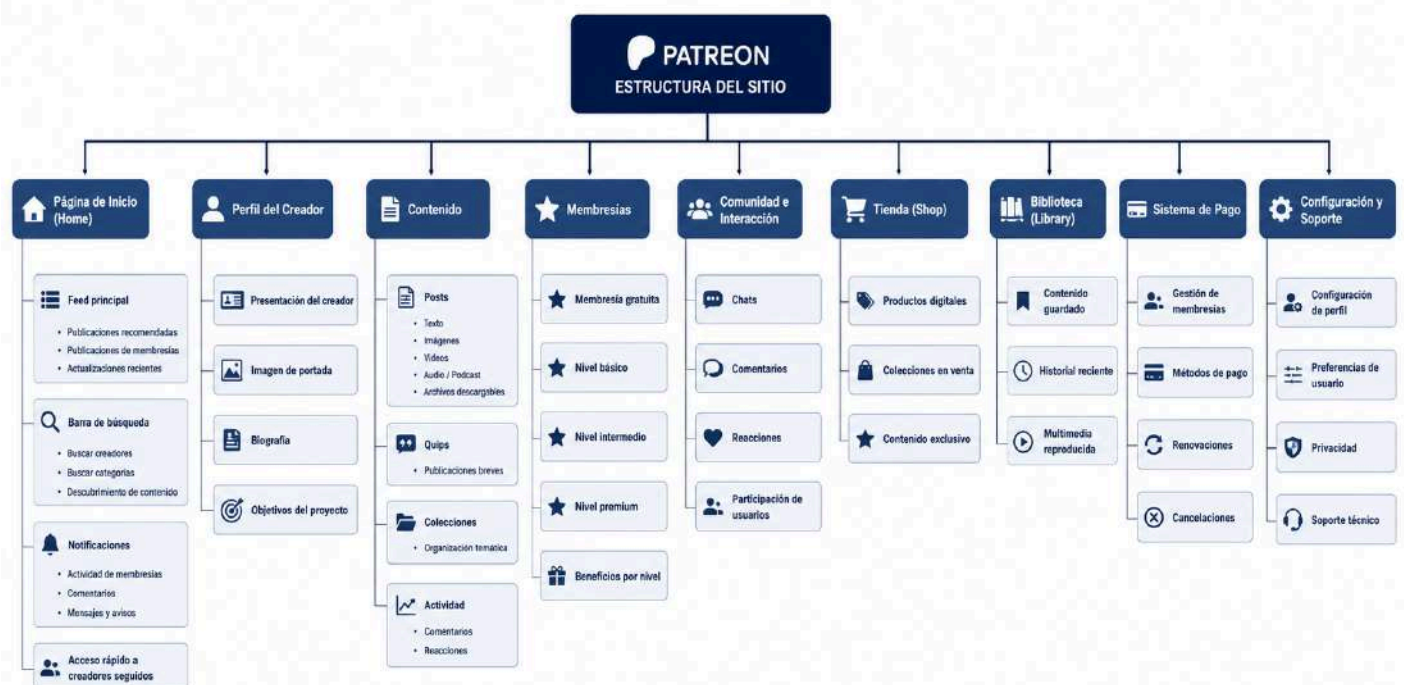
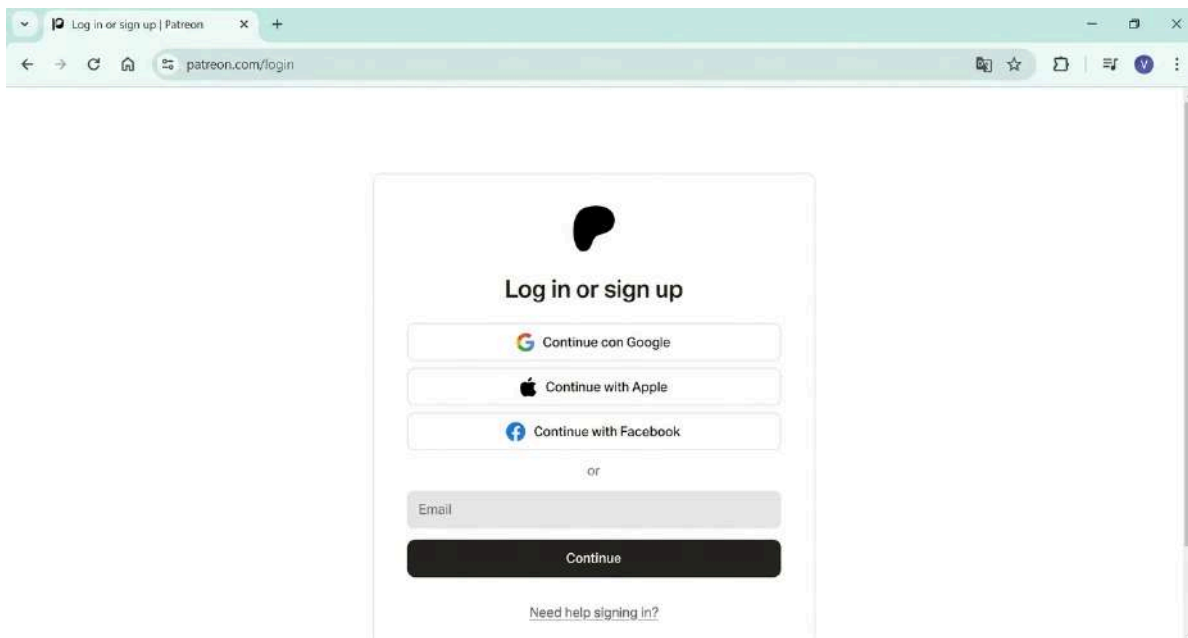


Imagen generada por ChatGPT (OpenAI, 2026) con el prompt “Convierte la estructura del mapa de árbol en una imagen horizontal sin fondo, manteniendo la formalidad académica por favor”

PLANIFICACIÓN HIPERTEXTUAL: PROTOTIPADO Y ECOSISTEMA DE CONTENIDOS

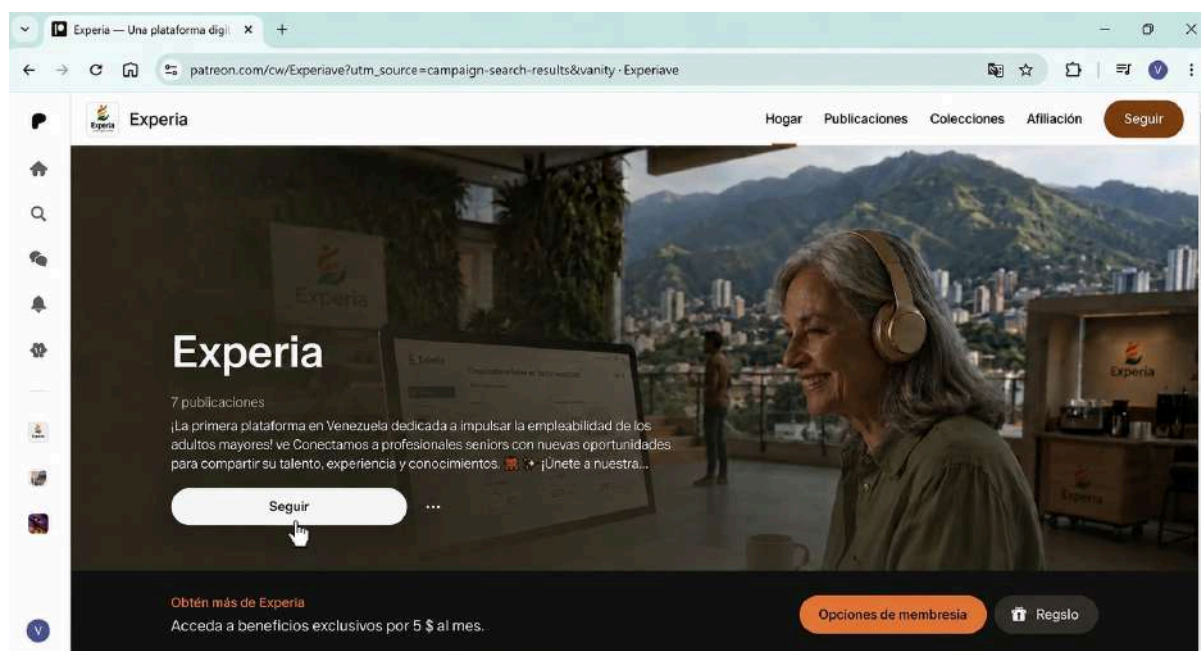
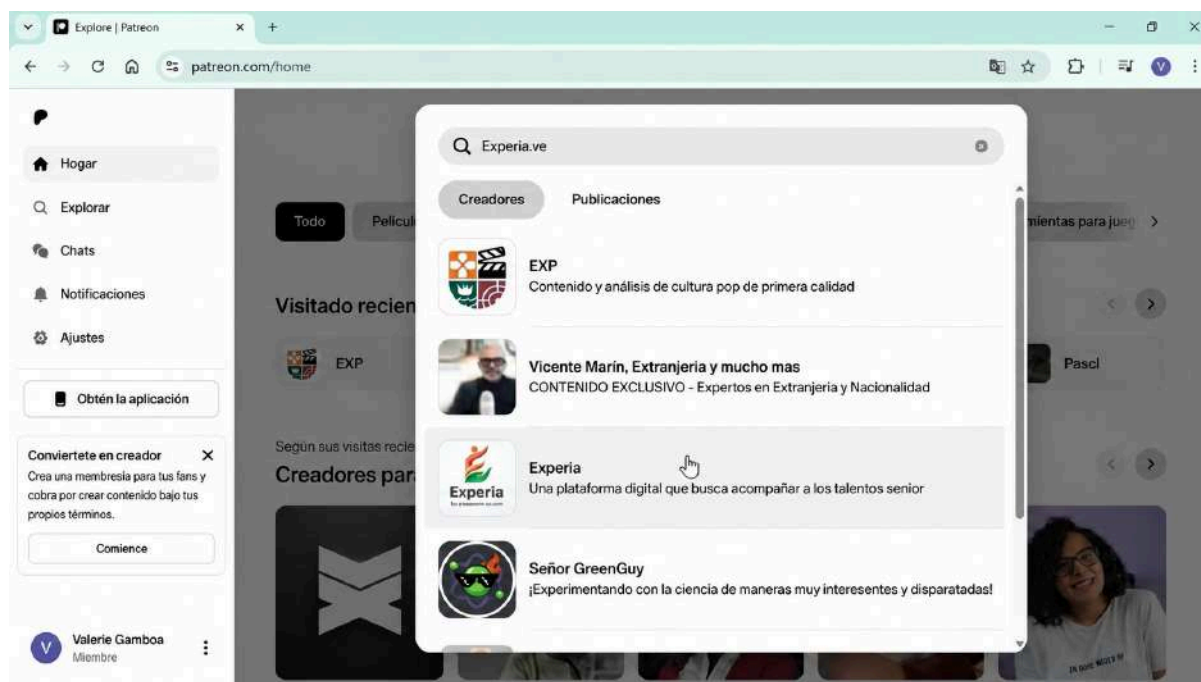
1. CÓMO REGISTRARSE EN PATREON

En primer lugar, el acceso a la plataforma Patreon se realiza mediante una computadora o aplicación móvil. Para completar el proceso de registro, el usuario tiene la opción de “Log in” (iniciar sesión) utilizando sus cuentas preexistentes de Google, Apple o Facebook o “sign up” (registrarse o crear una cuenta por primera vez) y proseguir a “continuar”.



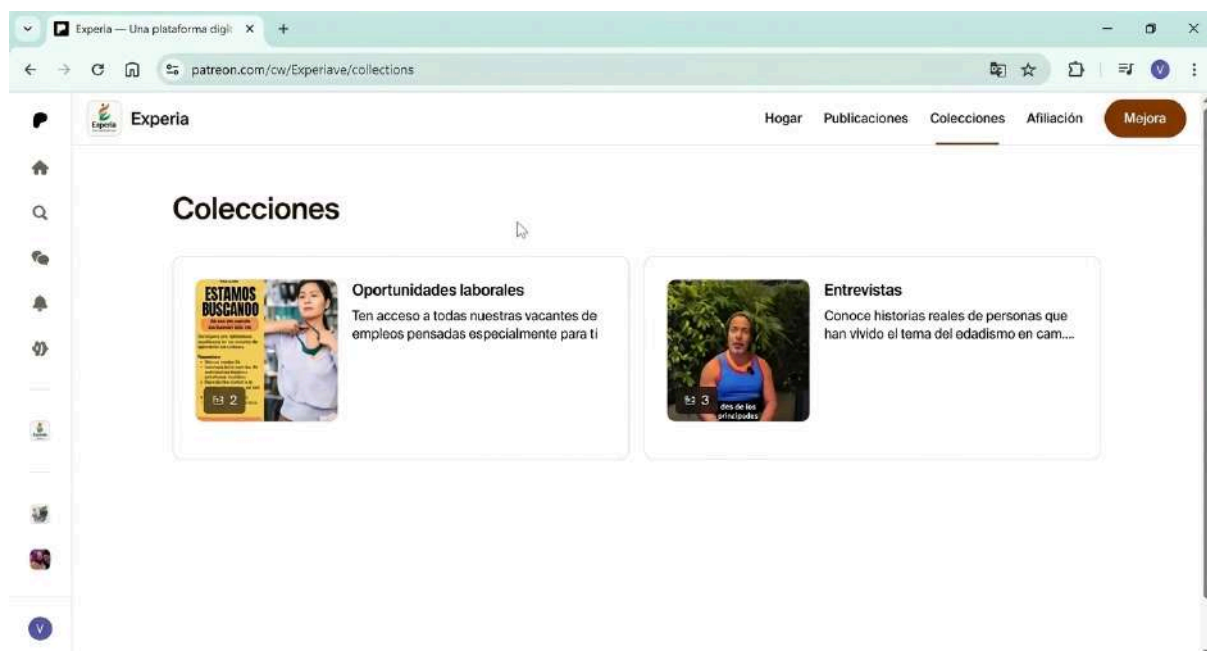
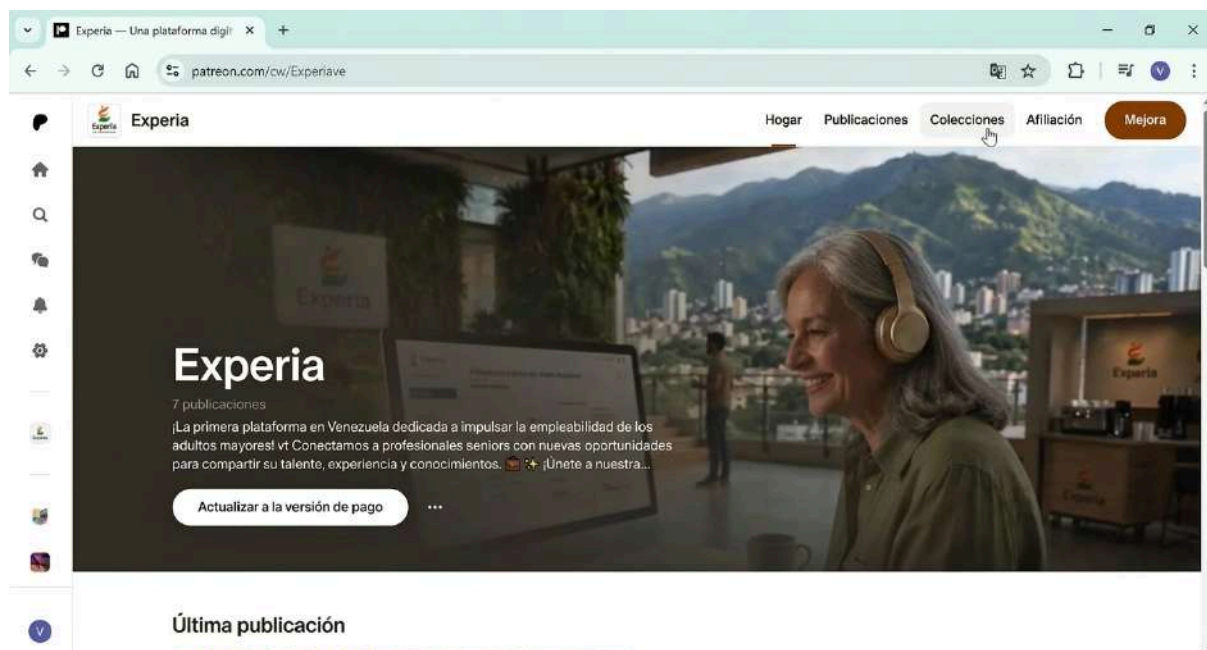
2. CÓMO SUSCRIBIRSE A UN CREADOR EN PATREON

Dentro de la página de inicio en Patreon, el usuario interactúa con la barra de búsqueda y escribe el nombre del creador de su interés. El sistema extiende una lista de creadores con nombre similar, permitiendo al usuario seleccionar la opción correcta. Luego de ingresar a la cuenta buscada, se abre un interfaz de la página principal del creador y en la barra blanca que indica “seguir”, el usuario lo presiona y puede suscribirse.



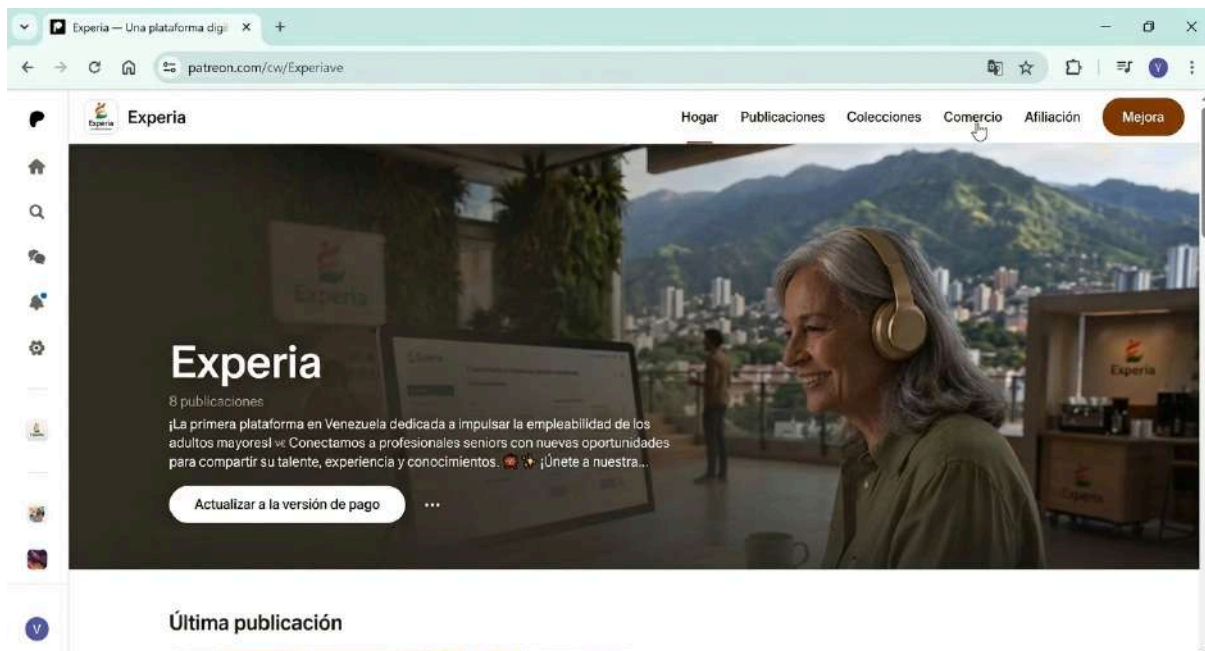
3. CÓMO ACCEDER A LAS COLECCIONES DE UN CREADOR

Dentro del interfaz de la página principal, en la esquina superior derecha, el usuario tiene acceso a las funciones de hogar, publicaciones, colecciones y afiliación. Para tener acceso a las “colecciones”, lleva a cabo la selección de este apartado. Al ingresar, el usuario encuentra una sección estructurada donde se visualizan las ofertas de trabajo disponibles y entrevistas.



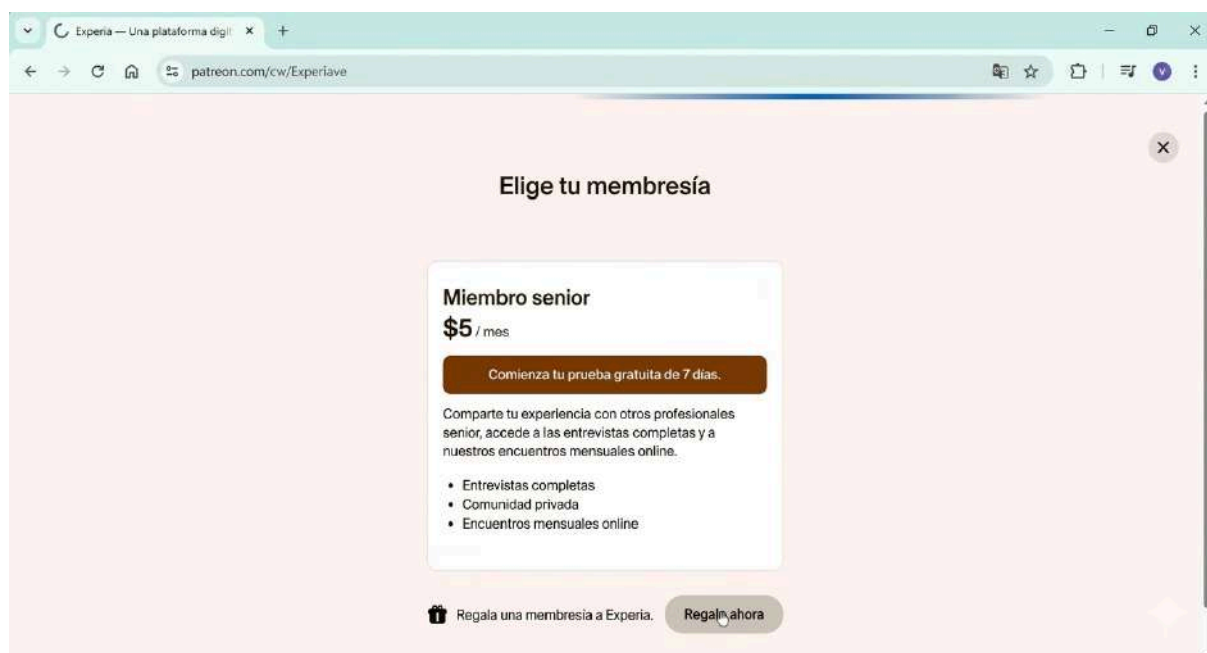
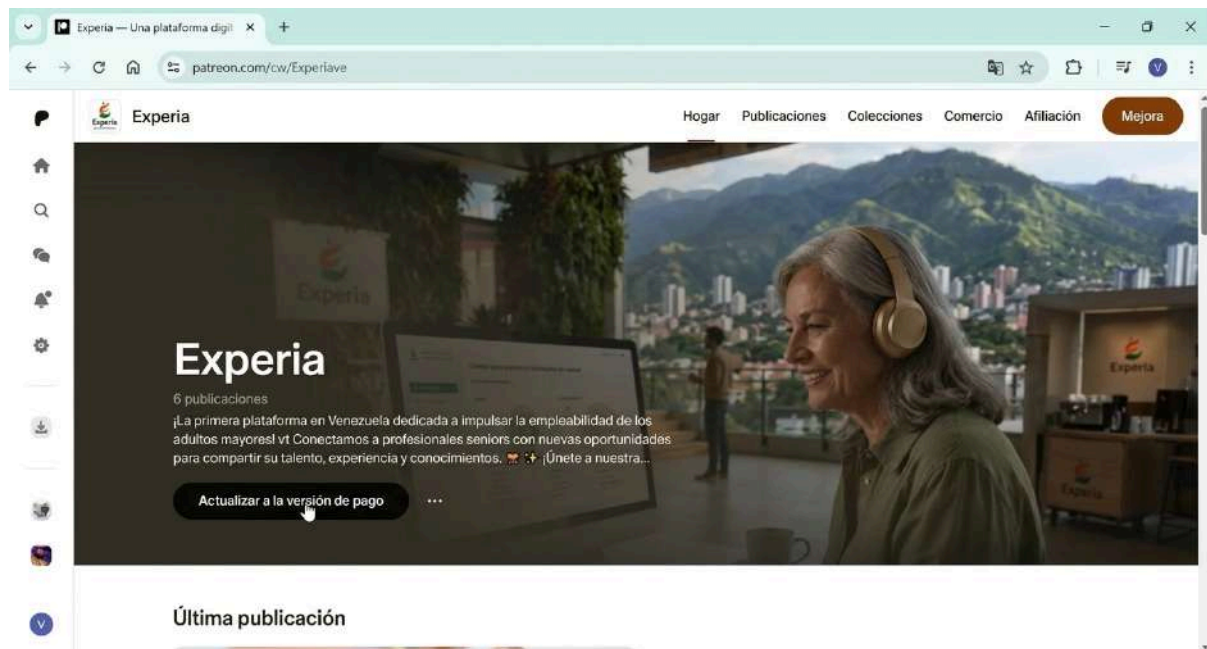
4. CÓMO ACCEDER A LAS CAPACITACIONES DENTRO DE PATREON

Desde la misma interfaz de la página principal, el usuario ubica las funciones de la esquina superior derecha y selecciona el apartado “comercio”. Al ingresar a este módulo, la plataforma presenta las diferentes opciones y programas de capacitación disponibles.



5. CÓMO PAGAR MEMBRESÍA EN PATREON

Posteriormente a la activación del botón “seguir”, la interfaz actualiza el comando mostrando la opción “Actualizar a la versión de pago”. Al interactuar con esta nueva función, la plataforma redirige al usuario hacia los distintos planes de membresía disponibles para su selección.



A continuación, se facilita el enlace correspondiente a una unidad de Google Drive. En este espacio se encuentran disponibles los videos explicativos que guían paso a paso al usuario en la navegación dentro de Patreon:

<https://drive.google.com/drive/folders/1JHk0tNdzXNZ7M37V3mKAOVzhKuOuP7ms?usp=sharing>

OPTIMIZACIÓN DE FORMATOS MULTIMEDIA Y NARRATIVAS DIGITALES

La presentación y estructura de los contenidos dentro de la plataforma e Instagram de Experia se han diseñado bajo criterios de accesibilidad digital y arquitectura de la información para así lograr una interfaz amigable con los adultos mayores. El ecosistema digital del proyecto optimiza cada formato bajo los siguientes parámetros técnicos y metodológicos:

1. TEXTOS Y NARRATIVA DIGITAL

La propuesta narrativa de Experia se construye a partir de un tono empático, cercano y altamente dignificante.

Para el cuerpo de texto de los posts en Instagram, se usa la tipografía “Aileron” para priorizar la alta lectura en pantallas, manteniendo un tamaño de 29 px. Para los títulos, se mantiene la misma tipografía “Aileron” pero marcado en negritas con un tamaño de 109 px, para evitar la fatiga visual y resaltar información importante. (Ver anexo 1)

Las estructuras gramaticales se formulan a través de microtextos o frases cortas, directas y en voz activa. Asegurando que las instrucciones de navegación y las descripciones de vacantes, capacitaciones u información importante sean de fácil comprensión para el talento senior y los jóvenes que actúan como puente familiar.

2. VIDEOS Y AUDIOS (FORMATOS MULTIMEDIA)

Los recursos audiovisuales dentro de Experia cumplen una doble función: educativa (capacitación técnica) y de sensibilización social (combate al edadismo). De esta manera, creamos una comunidad comprometida que apoye el éxito de la plataforma y contribuya a revalorizar el papel de los adultos mayores como miembros activos dentro de la sociedad venezolana.

Se estructuran en formatos cortos que prioricen el contenido de valor y educativo. Se aplican ritmos de locución pausados, claros y con una edición de audio limpia que mitigue ruidos de fondo para asegurar la atención dentro del contenido.

En este sentido, todo material de video incorpora subtítulos enriquecidos, integrados y transcripciones textuales descargables. Esto responde a las necesidades de accesibilidad para usuarios con disminuciones auditivas leves o moderadas asociadas a la edad.

3. GALERÍAS E IMÁGENES

Se emplean imágenes de alta resolución que retratan al adulto mayor en entornos dinámicos, productivos y vitales. A su vez, mostrar quienes están detrás de todo el trabajo de Experia para crear una conexión cercana y significativa que fomente la empatía hacia la experiencia y el aporte de los adultos mayores.

La navegación de carruseles informativos y portafolios de vacantes implementa indicadores de progreso visuales claros, ayudando a mejorar la comprensión del contenido. (Ver anexo 2)

4. GRÁFICA GENERAL DEL SITIO (ESTRUCTURA DE INTERFAZ)

La dirección de arte de Experia se fundamenta en principios científicos de la psicología y la teoría del color aplicados a la experiencia de usuario.

Se utiliza como base los estándares internacionales de accesibilidad web, se establece una paleta cromática donde destaca el uso de colores corporativos estables combinados con acentos vibrantes calculados para guiar los flujos de clics y las llamadas a la acción esenciales, como los botones de "Registrar" o "Postularse". Esta redundancia gráfica anula las brechas de aprendizaje digital y asegura que la navegación sea fluida, lógica y autónoma para todos los participantes en el ecosistema.

IDENTIDAD VISUAL: CONCEPTUALIZACIÓN Y SEMÁNTICA DEL LOGOTIPO

NOMBRE DE LA PLATAFORMA

La plataforma se llama *Experia* porque se centra en usuarios de edades mayor a 50 años que cuentan con una larga trayectoria. En consecuencia, “Experia” proviene de la palabra “experiencia” para destacar este atributo.

MISIÓN DE LA PLATAFORMA

Experia existe para empoderar a los adultos mayores venezolanos y fomentar oportunidades laborales dignas sin barreras de edad.

ATRIBUTOS DE PERSONALIDAD

Con base en los arquetipos de Jung, que permiten “identificar arquetipos de clientes y comprender sus motivaciones más profundas” (Céspedes, 2024), la presente plataforma busca proyectar una identidad que combina dos arquetipos:

- **El héroe:** Experia busca un cambio social que permita a personas mayores seguir aportando valor a la sociedad, tal como se plantea en la definición de Héroe, planteado por Vogler (1992), cuando dice que “el héroe es un símbolo en transformación que tiene la disposición al sacrificio personal, sufre, crece y se enfrenta”.
- **El protector:** El objetivo de Experia es ayudar al adulto mayor a conectar su experiencia profesional con oportunidades laborales ante el rechazo por edad. Por esta razón, el protector, como lo define Agapito-Mesta (2016), es “aquel que tiene la cualidad de auxiliar a los demás del sufrimiento y del daño”.

Experia se convierte en un catalizador social que rescata y cuida el valor profesional de los adultos mayores mientras los impulsa con valentía a enfrentar los sesgos de edad y a conseguir oportunidades laborales.

USO DEL COLOR

Los colores que representan a Experia están basados en un estudio realizado en China por los autores Bai Liu y Chuncheng Wang (2024) referente a la cromática de la tercera edad en preferencias del color y las necesidades visuales en interfaces interactivas de aplicaciones.

CAMBIOS FISIOLÓGICOS EN EL SISTEMA VISUAL ENVEJECIDO

1- Retina: Los adultos mayores experimentan una percepción disminuida de la luz (Nagarajan, et al., 2022).

2- Córnea: Las alteraciones conducen a la presbicia, afectando negativamente a las actividades diarias y la principal causa de problemas como astigmatismo y visión borrosa (Madden & Whiting, 2003).

3- Pupila: La degeneración muscular relacionada con la edad produce una menor adaptabilidad de la pupila a la variación de la luz. (Bringmann et al., 2022).

SELECCIÓN DEL COLOR

El color para adultos mayores debe centrarse en colores fácilmente reconocibles y contrastes claros para facilitar la identificación de la forma y el color de los objetos. La incorporación de colores primarios, estándar y de acento puede crear una interfaz más navegable para los usuarios mayores (Liao & Tsai, 2022; Li & Luximon, 2020; Salman et al. 2023; Ya-Feng et al., 2022)

- **Color primario:** Define el tono general.
- **El color estándar:** Un fondo de color brillante forma el fondo.
- **Colores de acento:** Se utilizan para dirigir y resaltar elementos clave.

El tono frío se correlaciona con sentimientos de frío y soledad y los tonos cálidos se asocian con felicidad y sentimientos de dulzura. La configuración del color debe ser cálida (Liao et al., 2022; Zhou et al., 2023).

Los adultos mayores calificaron altamente los colores: naranja, amarillo y verde. Lo clasificaron del 1 (el más preferido) al 7 (el menos preferido) y se concluyó que los 7 tonos básicos se encuentran en el siguiente orden:

- 1- Naranja
- 2- Amarillo
- 3- Verde
- 4- Rojo
- 5- Azul
- 6- Cian
- 7- Púrpura

Para Experia, se seleccionó el naranja, amarillo, verde y rojo como tonos principales que cumplen con alta luminosidad (ver anexo 3)

PALETA DE COLOR

La paleta escogida corresponde a los cambios fisiológicos en el sistema visual envejecido:

- **#f59547**: Naranja
- **#56a45a**: Verde
- **#FBC02D**: Amarillo
- **#ee4444**: Rojo

JUSTIFICACIÓN DE COLOR

1. Naranja: Se asocia principalmente con el entusiasmo, la alegría, la creatividad y el éxito (Inoa, 2014). Se relaciona con Experia al transmitir la energía renovada del adulto mayor que desea volver a la fuerza laboral con entusiasmo.

2. Verde: Es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento (...) y frescura. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad (Inoa, 2014). Representa para Experia el apoyo seguro y el crecimiento profesional sostenible. La mano verde es la base de Experia que nutre y sostiene la vitalidad del naranja.

3. Amarillo: Este color simboliza la felicidad y la inteligencia. Denota optimismo, alegría y vida, estimulando la actividad mental y generando energía (Inoa, 2014). Se relaciona con Experia al compartir sabiduría y experiencia, asociado a los programas de capacitación que se ofrecen dentro de la plataforma.

4. Rojo: De acuerdo a Castellar (2021, citado por Inoa, 2014) el rojo representa una variedad de emociones. En primer lugar, se asocia comúnmente con la energía, la fuerza y la pasión. Es un color dinámico que atrae la atención y sugiere acción y movimiento. Dentro de Experia, representa la fuerza y el coraje para denotar la determinación de la plataforma en combatir el edadismo y la resiliencia de los usuarios por seguir adelante.

LOGOTIPO

JUSTIFICACIÓN

El diseño del logotipo de Experia no es una representación gráfica aislada; con su diseño se buscó crear una metáfora visual construida a partir de dos elementos clave: la mano que sostiene y la figura humana ascendente (Ver anexo 4).

1. La Mano: Está en una posición de sostén, esta sirve como base para crear la sensación de soporte, inclusión y estabilidad. No es una mano que aprieta o retiene, sino una mano que sirve de trampolín. Este elemento representa a Experia como una red de apoyo, un espacio seguro y un soporte institucional.

2. La Figura Humana: Emergiendo desde la mano, se muestra una silueta humana con el brazo izquierdo extendido hacia el cielo, como intentando alcanzarlo. Este elemento representa al adulto mayor en su proceso de transformación y autorrealización.

La postura es de triunfo y evolución. Rompe de manera directa con los sesgos tradicionales del edadismo que asocian la vejez con la pasividad o el declive de la salud física. La figura muestra a un ciudadano activo que se proyecta hacia el futuro. Sus colores, naranja y rojo, enfatizan visualmente ese "despertar" de energía y vitalidad.

3. Líneas curvas y tipografía: Todo el isotipo está construido con líneas fluidas, curvas y orgánicas. Como definió Arnheim (1974, citado por Lakeridou, 2024), las líneas curvas y suaves evocan sentimientos de calma y serenidad, a diferencia de las líneas dentadas o afiladas que transmiten tensión.

La tipografía seleccionada para "Experia" aporta el peso institucional, la limpieza visual y la modernidad que requiere una plataforma digital actual.

MAQUETACIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y MONTAJE FINAL DEL PRODUCTO

Dado que el diseño del producto se concibió para ser insertado como una plataforma digital para posicionar en el mercado, se buscó llevar a cabo el proyecto a través de un software ya existente para optimizar la curva de aprendizaje de los usuarios. El montaje final de Experia se ejecutó adaptándose a la maqueta preexistente de Patreon e Instagram, estructurando sus interfaces bajo criterios específicos para garantizar la accesibilidad generacional.

A continuación, se detalla la configuración y justificación comunicacional de cada plataforma:

PLATAFORMA 1: PATREON

La maquetación en Patreon se definió como el software central del proyecto, está diseñado para albergar los contenidos de mayor profundidad y gestionar el modelo de sostenibilidad de la marca. La distribución y el montaje final de los elementos en esta interfaz se dividen en los siguientes formatos:

- **Videos de entrevistas:** La implementación de este formato audiovisual responde a una estrategia de comunicación empática y de validación social. Desde la perspectiva del consumidor, al observar y escuchar testimonios reales de personas de su misma generación que han superado las barreras del edadismo, el usuario adulto mayor se ve reflejado en esa vivencia. Tecnológicamente, el formato cumple con los principios de multimedialidad e interactividad básica, activándose mediante la acción directa de reproducción por parte del usuario.
- **Vacantes:** La maquetación de las ofertas de empleo se estructuró a partir de piezas gráficas fijas creadas con un criterio fotográfico contextualizado. Cada vacante incluye una imagen que retrata de forma explícita el sector laboral al que pertenece junto con los colores de Experia. Esta codificación visual permite que tanto los usuarios sénior como los jóvenes que actúan como puente digital identifiquen la vacante al instante. Además, el formato está pensado para potenciar la hipertextualidad del contenido y que pueda ser compartido entre personas.
- **Otras publicaciones de servicios de la marca:** Este espacio se creó con el propósito de difundir de manera clara los beneficios tangibles e intangibles que ofrece Experia a sus suscriptores premium (talleres, mentorías), funcionando en paralelo como una biblioteca de material educativo. Justificamos su montaje como un recurso de valor continuo que nutre y dota de herramientas prácticas a la comunidad para potenciar sus habilidades en el contexto actual.

PLATAFORMA 2: INSTAGRAM

Para el despliegue de Experia en la red social Instagram (@experia.ve), la estrategia de maquetación y curaduría de contenidos se dividió en dos formatos específicos, orientados a maximizar el *engagement* y asegurar la legibilidad:

- **Formato Carrusel:** Este recurso hipertextual e interactivo se seleccionó para la difusión de infografías educativas (concientización sobre el edadismo) y la presentación resumida de ofertas laborales. El carrusel demanda una interactividad física por parte del prosumidor, lo que incrementa el tiempo de retención y optimiza el algoritmo de la plataforma. La información presentada en estos post tipo carrusel se fragmentan en visuales de alto contraste y tipografía macro, garantizando una lectura cómoda en dispositivos móviles.
- **Clips de entrevistas (Reels):** Fragmentos verticales de corta duración extraídos de las entrevistas principales. Este formato multimedia combina de manera orgánica estímulos auditivos y visuales, lo que resulta indispensable para la accesibilidad. Al consumir este formato de manera nativa, los jóvenes se convierten en el principal vector de difusión del proyecto, compartiendo el mensaje, generando conversación y redirigiendo el tráfico de espectadores y consumidores hacia el perfil principal de la marca.

ENLACE AL PROYECTO

https://patreon.com/Experiave?utm_medium=unknown&utm_source=join_link&utm_campaign=creatorshare_creator&utm_content=copyLink

https://www.instagram.com/experia.ve?igsh=MXcyaHQyMW01OGU3eA%3D%3D&utm_source=qr

CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo de este proyecto, se determinó que la exclusión laboral en Venezuela no responde a la falta de competencia, sino a la discriminación por edad. En respuesta, Experia se consolida como una solución tecnológica viable y necesaria que restituye las oportunidades laborales a los adultos mayores, contribuyendo a su formación en herramientas óptimas para facilitar su adaptación en las demandas del entorno laboral.

Con la integración de estrategias de comunicación masivas a través de la red social de Instagram, amplificamos el mensaje de la sensibilización en el entorno laboral. Al humanizar el talento senior mediante historias de éxito, logramos generar un llamado a la acción directa para revalorizar la experiencia y el conocimiento en el mercado laboral venezolano.

Se evidenció que el éxito de una plataforma de impacto social en el contexto venezolano actual requiere de un enfoque de comunicación transgeneracional que permita romper con la brecha que existe entre las generaciones más longevas y la tecnología. El ecosistema diseñado para Experia demostró que los jóvenes constituyen un eslabón indispensable a la hora de visibilizar esta problemática, la juventud no solo facilita la adopción tecnológica de sus familiares mayores, sino que se convierte en el principal amplificador del mensaje contra la discriminación por edad, sensibilizando al sector empresarial desde la empatía colectiva y la comunicación con propósito.

Experia se consolida no solo como una herramienta funcional de vinculación laboral, sino como una comunidad en crecimiento que busca resignificar el concepto de envejecimiento activo en el país. El proyecto demuestra que la comunicación social contemporánea debe tener el deber de trascender la difusión para pasar a convertirse en creadora de entornos sostenibles, inclusivos y humanos.

La validación de esta propuesta reafirma que la experiencia de nuestros adultos mayores no posee fecha de caducidad, y que abrirles las puertas del entorno productivo es un acto de justicia social y progreso generacional.

RECOMENDACIONES

La culminación de este Proyecto de Graduación no solo simboliza la materialización de una propuesta innovadora en los ámbitos social y digital, sino que también refleja un profundo proceso de aprendizaje académico sobre la comunicación y su poder transformador. En línea con el compromiso de mejora continua que caracteriza a nuestra institución y considerando las experiencias obtenidas durante el desarrollo de Experia, se recomienda lo siguiente:

Para los estudiantes e investigadores de la Escuela de Comunicación Social:

- Invitar a los estudiantes a explorar temas de problemática social con mayor profundidad. La comprensión de las barreras simbólicas y cognitivas en entornos hiperconectados es clave para el éxito de cualquier narrativa digital.
- Diseñar metodologías de educación mediática que progresivamente preparen e integren a los usuarios finales en el ecosistema digital antes de someterlos a procesos de postulación o interacción directa.
- Ampliar el alcance a otras regiones del país para analizar cómo las limitaciones en conectividad y las diferentes condiciones socioeconómicas locales influyen en la necesidad de inserción laboral del talento senior.

Sobre el proceso de optimización y mejoras de la plataforma:

- Evaluar la viabilidad del modelo de sostenibilidad implementado, a través de un seguimiento continuo a mediano plazo para analizar cómo reaccionan los consumidores y las empresas frente a las dinámicas de suscripción introducidas.
- Realizar evaluaciones periódicas de la propuesta de valor y diversificar las fuentes de ingresos para fortalecer la sostenibilidad económica de la plataforma.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agapito-Mesta, C. (2016). *Los arquetipos como herramientas para la construcción de buenas historias: análisis del universo diegético de intensamente*. [Tesis de pregrado en Comunicación] Universidad de Piura. Repositorio Institucional Pirhua.

<https://pirhua.udep.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/73f106d4-d37d-4370-b982-4fbcc6364eb6/content>

Céspedes, S. (2024). *Aplicación de las neurociencias y el arquetipo en el posicionamiento organizacional*. (Tesina de grado). Mendoza, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Económicas.
https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/20652/aplicacin-neurociencias-arquetipo-en-el-posicionamiento-organizacional.pdf

El Nacional. (2025, 19 de septiembre). *Cerca de 400.000 adultos mayores en Venezuela viven solos*.
<https://www.elnacional.com/2025/09/cerca-de-400-000-adultos-mayores-en-venezuela-la-viven-solos/>

Finanzas Digital. (2025, 10 de septiembre). *Adultos mayores en Venezuela: el grupo más golpeado por la crisis y el mercado laboral*.
<https://finanzasdigital.com/venezuela-envejecimiento-2050-reto-jubilacion-vejez-digna/>

Ibarra, K. (2025, 2 de mayo). *19% de la población venezolana supera los 55 años, pero enfrenta brechas en el empleo*. Táchira Noticias.
<https://tachiranoticias.com/19-de-la-poblacion-venezolana-supera-los-55-anos-pero-enfrenta-brechas-en-el-empleo/>

Inoa, R. (2014). *Creación de Identidad Visual Corporativa para la Empresa “Asha” y sus Productos*. [Monografía de licenciatura, Universidad APEC].

https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/CM_CI_PUB_05_2014_ET140418.pdf

Jiménez, J., Gallego, M., Villa, E & Echeverri, Á. (2011). *El afrontamiento de la soledad en la población adulta*. Medicina U.P.B. 150-162.
<https://revistas.upb.edu.co/index.php/medicina/article/view/1804/1610>

Lakeridou, R. M. (2024). *A graphic design framework for effective out-of-home social cause advertising* [Tesis doctoral, University of Central Lancashire].
<https://knowledge.lancashire.ac.uk/id/eprint/54745/1/PhD%20Thesis%20-%20Rafaela%20Maria%20Lakeridou.pdf>

Li, Q., & Luximon, Y. (2020). *Uso de dispositivos móviles por parte de adultos mayores: Desafíos de usabilidad al navegar por diversas interfaces*. Behaviour & Information Technology, 39 (8), 837–861.
<https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1622786>

Liao, C. C., y Tsai, K. I. (2022). *Effects of different combinations of text luminosity and background color on visual comfort, recognition, and preference for packaging labels*. Journal of the International Colour Association. 35-49.
https://aic-color.org/resources/Documents/jaic_v30_04.pdf

Madden, J., & Whiting, L. (2003). *Age-related changes in visual attention*. Advances in Cell Aging and Gerontology. 41-88.
<https://www.sciencedirect.com/science/chapter/bookseries/abs/pii/S1566312403150031?via%3Dihub>

Nagarajan, N., Assi, L., Varadaraj, V., Motaghi, M., Sun, Y., Couser, E., Ehrlich, J. R., Whitson, H., y Swenor, B. K. (2022). *Visual impairment and cognitive impairment among older adults: A systematic review*. BMJ Open.
<https://bmjopen.bmj.com/content/12/1/e047929>

Obuchi M., R. K., González, R. A., y Carrillo, V. (2025, 1 de abril). *Pequeña, envejecida e informal: la transformación de la fuerza laboral en Venezuela*. Debates IESA

<https://www.debatesiesa.com/pequena-envejecida-e-informal-la-transformacion-de-la-fuerza-laboral-en-venezuela/>

Organización Panamericana de la Salud. (2021). *Informe mundial sobre el envejecimiento*. Washington, D.C.
https://www.sanidad.gob.es/areas/promocionPrevencion/envejecimientoSaludable/docs/Informe_mundial_edadismo.pdf

Pamela, B., & Giwa, A. (2023). *Ageism as a source of global mental health inequity*. AMA Journal of Ethics.
<https://journalofethics.ama-assn.org/article/ageism-source-global-mental-health-inequity/2023-10>

Patreon. (s.f.). *Cómo configurar los niveles de pago y las ventajas*. Centro de ayuda de Patreon Support.
<https://support.patreon.com/hc/es-es/articles/203913559-C%C3%B3mo-configurar-los-niveles-de-pago-y-las-ventajas>

Patreon. (s.f.). *Prácticas recomendadas para aumentar los precios de tus niveles*. Centro de ayuda de Patreon Support.
<https://support.patreon.com/hc/es-es/articles/360027992451-Pr%C3%A1cticas-recomendadas-para-aumentar-los-precios-de-tus-niveles>

Quintero, Á., Cardona, L., Segura, A., & Vicente, F. (2018). *Diferencias en el sentimiento de soledad entre adultos institucionalizados y no institucionalizados*. Revista Facultad Nacional de Salud Pública. 49-57.
<http://www.scielo.org.co/pdf/rfnsp/v36n2/0120-386X-rfnsp-36-02-00049.pdf>

Sahu, K., y Gupta, D. (2016). *Perceived loneliness among elderly people*. Indian Journal of Health and Wellbeing. 543-546.
<https://gmsngcbasp.co.in/wp-content/uploads/2021/10/3.3.2.pdf>

Salman, HM, Wan Ahmad, WF y Sulaiman, S. (2023). *Un marco de diseño para la interfaz de usuario de teléfonos inteligentes para personas mayores*. Universal Access in the Information Society, 22 (2), 489–509.
<https://doi.org/10.1007/s10209-021-00856-6>

Vogler, C. (1992). *El viaje del escritor*. Ediciones Robinbook.
https://docs.google.com/file/d/0B6F7Eoeev69vYk96OWZLck9tRGM/edit?pli=1&resourcetypekey=0-5WcQKqK_ATQwvd2TgwWXdg

Wang, C., & Bai, L. (2024, 15 de abril). *Cromática centrada en las personas mayores: desentrañando las preferencias de color y las necesidades visuales de las personas mayores en las interfaces de las aplicaciones inteligentes*. Revista Internacional de Interacción Humano-Computadora.
<https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2338659>

Ya-Feng, N., Jin, L., Jia-Qi, C., Wen-Jun, Y., Hong-Rui, Z., Jia-Xin, H., Lang, X., Jia-Hao, W., Guo-Rui, M., Zi-Jian, H., Cheng-Qi, X., Xiao-Zhou, Z. & Tao, J. (2022). *Investigación sobre la representación visual del color de los iconos en sistemas controlados por los ojos*. *Informática de Ingeniería Avanzada*, 52 (4), 101570.
<https://doi.org/10.1016/j.aei.2022.101570>

ANEXOS



Anexo 1. Post de Instagram.



Experia

ESTAMOS BUSCANDO

Asesor de ventas en el sector de lujo

Profesional con distinción y experiencia en el mercado de alta gama en Caracas.

Requisitos:

- Mínimo 2 años de experiencia en el sector de lujo (joyería, relojería, automotriz o moda).
- Dominio de técnicas de negociación y cierre de alto valor.
- Residencia en el Área Metropolitana de Caracas (Presencial).

Obtén más información en nuestra página web



Anexo 2. Portafolio de vacante



Anexo 3. Colores



Anexo 4. Logotipo